

Tendência de apontamentos geolocalizados na cibercultura explode ferramentas sociais como o Foursquare¹

Magaly Prado²

Doutoranda no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade São Paulo (PUC-SP)

A geolocalização é a coqueluche do momento inextricável da internet móvel, com as redes sociais afloradas como ponto alto dos últimos cinco anos no espaço onipresente da sociedade conectada. A cada dia novidades surgem para criar alvoroço no estado da arte da tecnologia na mobilidade, o *boom* atual não é somente o relacionamento com seus pares, nem só dizer o que vem sendo feito no cotidiano, bem como localizar onde se está a partir de coordenadas geográficas de seu entorno e com isso temporalmente compartilhar informações “aumentadas” vinculadas aos lugares frequentados com a ajuda de GPS. Dentre os aplicativos que unem rede social a serviços de localização, o jogo Foursquare é o mais conhecido e o que mais cresce desde que surgiu em abril de 2009. Porém, a maneira de se situar em trânsito oferecendo anotações urbanas extrapola a mera informação ou sugestões de onde ir a local próximo ou mesmo de provocar encontros físicos. Aplicativos enredados a dispositivos móveis apoderam-se de outras possibilidades. Artistas incorporam os aparatos e trazem à tona experimentos com os serviços de mapeamento.

Palavras-chave: geolocalização, cibercultura, mapeamento, mobilidade, redes móveis

A geolocalização é a coqueluche do momento inextricável da internet móvel, com as redes sociais afloradas como ponto alto dos últimos cinco anos no espaço onipresente da sociedade conectada. É interessante lembrar que redes como o Twitter³, por exemplo, nasceram com o propósito de oferecer a possibilidade de postagem ambulante⁴ através dos

1 Artigo científico apresentado ao eixo temático Jogos, Redes Sociais, Mobilidade e Estruturas Comunicacionais Urbanas, do IV Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Magaly Prado é doutoranda no Programa de Estudos Pós-Graduados em comunicação e Semiótica da PUC-SP e bolsista CAPES. Mestre em tecnologias da Inteligência e Design Digital pela PUC-SP e especialista em Comunicação Jornalística pela Faculdade Cásper Líbero.

3 O Twitter, o serviço de *microblog* de mensagens curtas instantâneas que mais cresce entre as redes sociais foi criado para ser acionado pelos dispositivos móveis com ferramentas 3G, e a bem dizer, hoje em dia é usado tanto nos celulares quanto na web. (FERREIRA, PRADO, 2010)

4 Sabemos também que o ato de tuitar, apesar de fixar um limite de no máximo 140 caracteres a cada tuitada, requer do nosso olhar atenção para a telinha do celular, porém quanto a isso, não há o que se preocupar, já pensaram na problemática e resolveram o que poderia ser um risco entre aqueles que por ventura pudessem tropeçar em algo não visto no chão e criaram o programa *Walk MSG'n* para tuitar andando, no qual o visor da tela aciona a

smartphones. Porém, como a cada dia novidades surgem para criar alvoroço no estado da arte da tecnologia na mobilidade, o *boom* atual não é somente o relacionamento com seus pares, nem só dizer o que vem sendo feito no cotidiano, bem como localizar onde se está a partir de coordenadas geográficas de seu entorno e com isso temporalmente compartilhar informações “aumentadas” vinculadas aos lugares frequentados com a ajuda de ferramentas como o GPS (Sistema de Posicionamento Global).

Dentre os aplicativos que unem rede social a serviços de localização, o Foursquare é o mais conhecido e o que mais cresce desde que surgiu em abril de 2009. Dados⁵ de outubro de 2010 apontavam que ele levou um ano para atingir o primeiro milhão de usuários. Três meses após eram 2 milhões e passado mais um mês e meio, 3 milhões.

O criador do Foursquare, Dennis Crowley, em 2010, aos 33 anos, em entrevista à revista *Época Negócios*, “se diz focado em aumentar a audiência e garantir que dará conta da demanda”.

Também está aprimorando a dinâmica de jogo e criando meios para que os usuários publiquem mais dicas. E a receita? Pode vir de publicidade e perfis pagos para empresas, que estão nos planos, assim como de informações a serem fornecidas para sites de busca.

Coincidência ou não, o Foursquare chega exatamente na tendência de voltar ao mundo físico, porém sem deixar de vinculá-lo ao virtual, como a apropriação da “internet das coisas”⁶ – expressão recorrente para chamar quem está dentro e fora da internet –, ou mesmo da “internet pingando ou vazando nas coisas ou nos lugares”, movimento deflagrado no final da década passada. A pensadora Lúcia Santaella traz as origens das redes móveis marcando os locais:

O ur-texto das propostas locativas, antes mesmo da existência desse nome, encontra-se no Manifesto Headmap, no qual, já em 1999, Ben Russell lançava ideias utópicas e inspiradoras que o tempo só confirmaria. Com o mote de que a internet já estava começando a “pingar no mundo real”, o manifesto alertava para o enriquecimento de nossa experiência espacial pela sobreposição de camadas de informação –imagens, textos, sons– disponibilizados por dispositivos móveis e computação sem fio habilitados com GPS e alimentados por intenso espírito comunitário (SANTAELLA, 2010: 122).

câmera fotográfica do celular, permitindo que se enxergue a imagem do chão enquanto se anda, digita e manda mensagens ao mesmo tempo. (FERREIRA, PRADO, 2010)

⁵ Dados apurados por Rafael Barifouse em 4 de outubro de 2010 para a reportagem O prefeito das mídias sociais, da Revista *Época Negócios*. Na qual dizia ainda que “Também fica cada vez mais global. O que era uma novidade entre antenados americanos hoje tem 40% da audiência no exterior.” Acesso em 25.jul.2011.

⁶ “Internet of Things has come to describe a number of technologies and research disciplines that enable the Internet to reach out into the real world of physical objects. Technologies like RFID, short-range wireless communications, real-time localization and sensor networks are now becoming increasingly common, bringing the Internet of Things into commercial use.” Ver <<http://www.the-internet-of-things.org/>>.

O pesquisador da cibercultura André Lemos⁷ afirma não se tratar mais de conexão em “pontos de presença”, mas de expansão da computação ubíqua em “ambientes de conexão” em todos os lugares. “Devemos definir os lugares, de agora em diante, como uma complexidade de dimensões físicas, simbólicas, econômicas, políticas, aliadas a banco de dados eletrônicos, dispositivos e sensores sem fio, portáteis e eletrônicos, ativados a partir da localização e da movimentação do usuário.”

É prudente avisar que enquanto Lemos chama esta nova territorialidade, nos lugares, de “território informacional”, Santaella (2010) prefere o termo “intersticial” para designar estes espaços. “Uma vez que a tendência desses espaços híbridos é a de dissolver as fronteiras entre o físico, de um lado, e o virtual, de outro, criando um espaço próprio que não pertence nem propriamente a um, nem ao outro, tenho chamado esses espaços de intersticiais”.

Chega o Foursquare com a iniciativa exatamente para se incumbir de dar vazão a esse anseio de mostrar a todos (entrecruzados nas redes sociais, que possuem mecanismos de postagens automáticas em variadas redes simultaneamente, sejam elas Twitter, Facebook, LinkedIn etc.) as informações de localização com horário, mapa e comentários (críticos ou não) do lugar apontado, no caso, o check-in, atualizando o perfil virtual. E assim, proporcionar aos que seguem e são seguidos, reciprocidade de sugestões ou microrresenhas críticas. Nesse ponto, a interatividade foi investigada desde seu início, como lembra Pellanda:

Na fase embrionária da rede, as páginas disponibilizavam informações e serviços que potencializavam a vida “além da Internet”. Buscavam-se informações sobre o trânsito, programação cultural ou notícias da cidade e depois o internauta iria para as ruas em um ambiente *off-line* interagir com outras pessoas. Essa situação é amplificada no contexto da mobilidade. A interação social é paralela com a interação no ciberespaço. O indivíduo passa a contextualizar o ambiente físico em que está com as buscas e emissões de informação (PELLANDA, 2005).

O intuito é o de mostrar as novas formas possíveis de se relacionar com base nos meios móveis, com uso de ferramentas amigáveis em esquema coletivo com a participação de usuários (PRADO, 2009). Quando alguém acessa o mesmo ponto, recebe as checagens, o que pode ou não alterar seu destino. As vezes, ocasiona a reação de outras pessoas que frequentam o lugar concordando ou discordando das opiniões, incluindo novas e mais informações. “O lugar não é mais um problema para acesso e trocas de informação no ciberespaço ‘lá em cima’, mas uma oportunidade para acessar informação a partir das coisas ‘aqui em baixo’”, reforça Lemos.

Outros aplicativos específicos de geolocalização foram lançados na esteira do Foursquare, como o Gowalla, Birdfeed, Seismic Web, e ainda, segundo dados da Época Negócios de outubro de 2010, as redes existentes como o Twitter lançou em março de 2010 um recurso que identifica onde o autor está quando publica a mensagem; o Facebook colocou uma ferramenta em que seus 500 milhões de usuários compartilham sua localização na rede

7 André Lemos lembra em artigo produzido para a Compós, a frase dita por Russel “The internet has already started leaking into the real world” (s/d) ao se referir à internet pingando nas coisas. Artigo: Arte e Mídia Locativa no Brasil em <<http://www.andrelemos.info/artigos/midialocativabrasil.pdf>> Acesso em 25.jul.2011.

social; o Google possui o Latitude, cujo compartilhamento se dá em um mapa digital. No ar desde fevereiro de 2009, tem 3 milhões de usuários.

Acesso ao Twitter via navegador móvel cresce 347% em um ano nos EUA, divulgou o IDG NoW!⁸ em março de 2010. Pesquisa da comScore destaca também o Facebook, cujo acesso via minibrowser saltou 112%; serviços são mais populares entre donos de smartphone.

Maurício Maia (mmaia.tumblr.com), um dos fundadores do BuzzVolume, divulgou em seu blog os primeiros números sobre os check-ins brasileiros feitos no Foursquare. Em seu estudo, Maia analisou 641 check-ins do Foursquare feitos no Brasil e divulgados no Twitter em 14 dias, segundo reportou o ReadWriteWeb⁹ de março de 2010. Os dados mostram em quais cidades os brasileiros tem feito seus check-ins. Segundo a análise, São Paulo domina os check-ins com 55% do total, seguida por Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belo Horizonte.

Outra constatação interessante é que o volume de chek-ins no aplicativo é muito maior de sexta a domingo. Veja no gráfico abaixo:

No post “Foursquare - Visualizando a Rede”, Maia continua a explorar os dados do Foursquare no Brasil, “estou fazendo alguns experimentos para analisar e visualizar a rede que se forma da relação entre as pessoas e os locais que elas frequentam.” Na imagem abaixo, a rede com cores que identificam “comunidades” que se formam dessas relações.

8 Mais de 30,8% dos usuários de smartphone acessaram redes sociais via navegador web móvel em janeiro de 2010, informa relatório divulgado em março pela comScore. O índice representa um avanço em relação a janeiro do ano passado, quando esse porcentual foi de 22,5%. Em casos específicos, a variação alcançou os três dígitos - caso do Facebook, cujo total de acessos via navegador móvel cresceu 112% no ano, e do Twitter, que apresentou crescimento de 347%. Pelos números da comScore, levando-se em conta todos os usuários de celular, 11,1% acessaram redes sociais via navegador móvel em janeiro - um acréscimo de 4% em relação ao mesmo mês do ano passado. Em números absolutos, o Facebook saltou de 11,8 milhões de acessos via celular em janeiro de 2009 para 25,1 milhões no mesmo mês de 2010. No mesmo intervalo de tempo, o Twitter viu sua audiência móvel crescer de 1 milhão para 4,7 milhões. A pesquisa da comScore baseou-se em uma amostra da população americana com 13 anos ou mais, e não incluem o acesso às redes sociais por cerca de 6 milhões de usuários de celular que usam aplicativos móveis dedicados.

<<http://idgnow.uol.com.br/internet/2010/03/04/acesso-ao-twitter-via-navegador-movel-cresce-347-em-um-ano-nos-eua/>> Acesso em 25.jul.2011.

9 Reportagem: Os primeiros números sobre o Foursquare. <<http://readwriteweb.com.br/2010/03/22/os-primeiros-numeros-sobre-o-foursquare-no-brasil/>>. Acesso em 25.jul.2011.

“Abaixo, pessoas em vermelho e locais em verde. O tamanho do nó e do seu rótulo representa a quantidade de *check-ins*”, diz Maia.

“Na imagem acima, fica visível que aeroportos são os locais com mais *check-ins*”, informa Maia. “Outros locais com grande número de *check-ins* são grandes empresas (UOL, IBM), eventos (Bienal do Livro, Digital Age), universidades (FAAP, UnB, Mackenzie) e centros comerciais.”

No post “Foursquare - Visualizando as Cidades”, Maia mostra os mapas das cidades com os check-ins

São Paulo

Rio de Janeiro

Belo Horizonte

Porto Alegre

Foursquare, um jogo

Conforme o usuário vai “checando” os lugares por onde passa, ganha pontos, e consequentemente, badges (medalhas ou distintivos ou crachás) caso a frequência em determinado local é alta (maior quantidade de check-ins dentro de um período de 60 dias), pode-se ganhar bônus e virar o mayor (“prefeito”) do lugar (sic). A dinâmica é para recompensar e estimular o retorno por muitas vezes a um lugar, onde o usuário, ao virar prefeito, ou mesmo por ter vários check-ins, em contagens redondas como 20 ou 30 vezes no mesmo lugar, pode até ter descontos ou brindes do próprio lugar, além de ser visto por todos que entram no lugar para “checar”. Também é possível ganhar badges se a visita a um lugar for pela primeira vez ou mesmo por conta da distância do lugar. O usuário pode virar barista, baladeiro ou gourmet, dependendo dos lugares que mais faz apontamentos. Assim, o usuário joga com todos de sua rede de amigos e vai acumulando pontos semanalmente, quando o programa recomeça a contagem com a ideia de atrair o uso contínuo. Interessante notar que é melhor ter apenas amigos com suas checagens de lugares por onde anda, afinal,

para que escancarar à rede inteira que você não está em sua residência e diminuir sua privacidade.

É fato que não temos privacidade total se considerarmos que na vida real também estamos com nossos dados expostos a uma variedade de pessoas que poderiam e podem tirar proveito de nossas informações e dados, dos correios aos nossos vizinhos e até qualquer um que possa nos vigiar pelas ruas da cidade, sem contar as câmeras de vigilância espalhadas pelos lugares. Conselhos não faltam, há quem diga que devemos apenas dizer onde acabamos de sair, assim despista os invasores de propriedade, pois, podemos chegar a qualquer instante. Se levarmos ao pé da letra, poderemos postar quando estivermos em um não-lugar¹⁰, nesse caso, será passageiro. Porém, o tema negativo que a ferramenta incita carregar, poderá ser analisado em outra ocasião por não ser o escopo deste artigo. Apenas para citar, o site Please Rob Me pegava a evolução das checagens dos usuários também disponibilizadas no Twitter e listava, em tempo real, quem não estava em casa como um alerta às pessoas que se expõem sujeitas a desproteção.

A questão maior é saber até que ponto o estudo dos meios móveis aliados à comunicação com baseamento em redes sociais – com internautas que utilizam esquemas de *microblogging*, ou simplesmente de microtextos, demonstrando o seu dia a dia rastreado por geolocalização –, determinaria um novo momento da comunicação na era da hipermobilidade (PRADO, 2009).

A maneira de se situar em trânsito oferecendo anotações urbanas extrapola a mera informação do paradeiro das pessoas, de sugestões de onde ir próximo do local em que se está ou mesmo de provocar encontros físicos (tete à tete) juntando aqueles que estão por perto – o que já comprova utilidade do serviço. Mas aplicativos enredados a dispositivos móveis apoderam-se de outras possibilidades, como miragens. Artistas incorporam os aparatos e trazem à tona experimentos com os serviços de mapeamento como o GPS. Veja um exemplo que vem sendo testado nos EUA. Com as perguntas: “Você quer criar os seus próprios programas para utilizar o GPS do seu celular sem que seja preciso perder horas com programação, testes e implementação e sem a necessidade de saber programar? Você quer tornar algum ponto geográfico da sua cidade localizável por sistemas de GPS e mostrar

10 Conceito de não-lugar de Marc Augé no livro *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade* lida com os lugares de passagem, como aeroportos, estradas, trânsito, shoppings, lugares que, aparentemente, não se fica, e só se passa. Claro que, se pegarmos ao pé da letra, teremos exemplos do contrário, ou seja, de gente que até mora em aeroportos, só para citarmos um. Aliás, Steven Spielberg mostrou situação similar com seu filme *O Terminal*.

vídeos, imagens e sons quando algum usuário cruzar por esses pontos?” foi lançado em julho de 2009 o projeto WalkingToolsGpx 0.0.4, que implementa a interface gráfica (GUI) HiperGps (em Java2 SE), na qual permite associar imagens (png) e arquivos de áudio (8-bit, 8khz, PCM wav) com a latitude, a longitude e criar um “espaço de ativação” em torno dos pontos geográficos selecionados. Cícero Inácio da Silva (2009) explica melhor:

O Gerenciador HiperGps cria um arquivo JavaME em formato .jad e .jar. O programa é essencialmente uma mini-IDE ou uma ferramenta de gerenciamento para a produção de conteúdos geolocalizáveis, tudo sem você precisar saber programar em Java ou em qualquer outra linguagem. As imagens e os áudios são ativados e executados em um J2ME MIDP 2.0 (programa em Java instalado no seu celular), com ativação CLDC 1.1. Quando a aplicação em JavaME criada pelo sistema HiperGps percebe que está próxima de uma coordenada especificada no sistema, ela ativa as ações pré-ordenadas através do Gerenciador. O projeto HiperGps permite que instituições e indivíduos criativos possam desenvolver seus próprios tours interpretativos, conceituais ou poéticos através do GPS.

Os meios móveis, cada vez mais portáteis, mais enraizados em nossos corpos, reconfiguram a indústria atual, pois incentivam o uso com propósitos comuns aos grupos de pessoas que se identificam com os mesmos gostos, afinidades, modificando o jeito de se expressar na coletividade. Aplicativos de realidade aumentada que permitem amplificar essa dinâmica ocorrem com os usuários do Android, como descrito, no site da Vivo Arte.mov, por Marcus Bastos

São programas como Layar e Wikitude, que permitem usar o GPS do aparelho, ou endereços informados manualmente, como ponto de partida para exibir camadas de informação sobre lugares próximos. Os mecanismos de realidade aumentada, que permitem conectar espaços físicos à internet, tornam-se assim acessíveis a um público amplo. [...] Ao apontar a tela do celular para lugares sensíveis, o usuário consegue informações como a idade de uma construção, a distância de um posto de gasolina e outras. No estágio atual de desenvolvimento, a experiência do usuário não é completamente satisfatória, e existem problemas como a disponibilidade em poucos lugares. São deficiências comuns quando se trata de recursos tecnológicos em desenvolvimento, que não chegam a comprometer o possível entusiasmo com as possibilidades oferecidas. É possível que sejam lançados aplicativos semelhantes para o iPhone, conforme publicado no site TouchApps e já existem algumas alternativas para usuários do sistema operacional Symbian.

Com base nesses princípios, podemos traçar as mudanças de linguagem na comunicação e levar em consideração desde a portabilidade ao mapeamento proposto pelo GPS em aplicativos que possuem a intenção de fornecer arte ou informações “aumentadas” dos entornos esquadrihados.

Em vista disso, Santaella (2010) sintetiza ao lembrar que “as antigas fricções da distância desaparecem, para fazer surgir a ubiquidade em seu lugar. Borram-se, assim, quaisquer fronteiras entre vida privada e pública, entre dentro e fora, entre aqui e lá”. Ao levarmos em conta que não basta mais apenas a atitude pessoal, a autora acrescenta, e nos ajuda a encerrar este artigo de forma perspicaz.

Da intersecção resultam complementações, trocas e sobreposições entre a mobilidade física e a virtual, que estão trazendo inesperados significados para espaço e lugar e que podem ser sintetizados nas expressões “mobilidade contínua” e “conectividade permanente”.

REFERÊNCIAS

BIBLIOGRÁFICAS E ELETRÔNICAS

BASTOS, Marcus. **Realidade aumentada muda relação de usuários com celular**. 2009. <<http://www.artemov.net/blog/?p=691>>. Acesso em 25.jul.2011.

DA SILVA, Cícero Inácio. **Lançado projeto HiperGps (gerenciador) e walkingtools 0.0.4**. 2009. Em <<http://www.culturadigital.br>>. Acesso em 25.jul. 2011.

FERREIRA, Jerusa e PRADO, Magaly. **Diálogos – O Twitter e o peripatético**. Revista Matrizes. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Vol. 3, N.o 2, 2010.

Internet das Coisas. <<http://www.the-internet-of-things.org/>> Acesso em 25.jul.2011.

LEMOS, André. **Arte e Mídia Locativa no Brasil**. (s/d) em <<http://www.andrelemos.info/artigos/midialocativabrasil.pdf>> Acesso em 25.jul.2011.

BARIFOUSE, Rafael. **O prefeito das mídias sociais**. Revista Época Negócios, em 4 de outubro de 2010. Acesso em 25.jul.2011.

PRADO, Magaly. Projeto de doutorado: **Radiojornalismo e Cibercultura- Uma investigação sobre as formas de inserção de conteúdos urbanos em redes móveis**. PUC-SP, 2009. Pesquisa em andamento.

SANTAELLA, Lucia. **A ecologia pluralista da comunicação – conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.