em questão
E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
Porto Alegre, v. 19, n.1, p. 84-105, jan./jun. 2013

"Mistura tudo, música, foto, rádio": a domesticação do telefone celular em um bairro de camadas populares

Sandra Rubia Silva
Doutora; Universidade Federal de Santa Maria (UFSM);
sandraxrubia@gmail.com

Resumo: Ao longo de doze meses de trabalho de campo em um bairro de camadas populares da cidade de Florianópolis (SC) para meu doutorado, pude constatar o crescente consumo de telefones celulares, bem como sua influência na vida social dos membros daquela comunidade. Neste artigo, que tem como norte teórico a atualização do conceito de domesticação (SILVERSTONE, 2006) – agora aplicado às tecnologias móveis – analiso, através de uma abordagem etnográfica, como o telefone celular vai sendo incorporado, muitas vezes não sem dificuldade, ao cotidiano dos moradores do Morro São Jorge. Além de se dedicar a um tema pouco pesquisado no campo da cibercultura – a apropriação da tecnologia entre as classes populares – o artigo dedica atenção não somente ao consumo de tecnologia entre jovens, mas também entre os idosos.

Palavras-chave: Telefone celular. Domesticação. Consumo. Apropriação. Tecnologia.

1 O Conceito de domesticação e as tecnologias móveis

O processo de domesticação, que basicamente consiste na aquisição de um objeto, integração à rotina doméstica e atribuição de valores simbólicos, já foi bastante estudado no que se refere à objetos como televisores, computadores e outros aparatos tecnológicos que passam a pertencer à ecologia doméstica (SILVERSTONE ; HIRSCH ; MORLEY, 1992 apud CARON; CARONIA, 2007). Neste artigo, gostaria de argumentar em favor da produtividade do conceito de domesticação na análise das dinâmicas de integração dos telefones celulares na vida dos agentes sociais.

Nos primeiros anos do século XXI, o conceito de domesticação passa a transcender a reflexão sobre as tecnologias no ambiente doméstico e expande-se, na

argumentação formulada por Haddon (2003) para a análise das tecnologias móveis, como o telefone celular. Nesse sentido, Haddon sublinha os temas centrais na formulação do conceito de domesticação tal como concebido por Silverstone e por ele discutidos, já que fez parte da segunda etapa do projeto de pesquisa da equipe de Silverstone, em meados dos anos 1990. Ao argumentar em favor da produtividade da domesticação como perspectiva analítica para pensar a apropriação de tecnologias móveis na vida cotidiana, Haddon busca relacionar os temas-chave da domesticação com a experiência concreta da apropriação de telefones celulares.

Os cinco temas-chave da domesticação estão descritos a seguir:

a) a domesticação coloca a ênfase no consumo das tecnologias, para além da mera adoção e uso; trata-se de pensar no que as Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs) significam para as pessoas, suas experiências e o papel que jogam em suas vidas. Para Haddon, considerar plenamente as dimensões simbólicas das TICs aponta para aspectos do consumo como "[...] as maneiras pelas quais se fala da tecnologia e as formas de sua exibição." (HADDON, 2003, p. 3). De fato, são vários os autores, como Castells et al. (2007); Agar (2003); Ling (2004); Caron e Caronia (2007); Horst e Miller (2006) e outros, que reconhecem a grande potência simbólica do celular nas produções identitárias e na objetificação (aqui no sentido de Miller, 1987)[1] de um estilo de vida conectado com a modernidade globalizada. Entretanto, o sentido de modernidade que geralmente é investido nos celulares pode ser subvertido em favor de um estilo de vida ligado à transgressão e à não conformidade: assim, Katz (2005) observa que na subcultura *rocker* e *punk* da Suécia, é prática corrente a adoção de celulares antigos e fora de moda (os famosos "tijolões");
b) a adoção é considerada um processo, e não um evento isolado, que envolve tensões e constantes negociações. Haddon aciona aqui o exemplo da resistência dos pais a permitir que crianças muito jovens usem o celular;
c) a domesticação pode não ser sempre bem-sucedida, guardando elementos de negação e ambivalência. Afinal, como lembra Silverstone (2006), trata-se de "domar o selvagem", o que envolve aprendizados, aquisição de técnicas e,

eventualmente, frustrações no processo que torna a tecnologia pessoal. Entra também em cena a negação de formas mais recentes de tecnologia – Haddon ressalta que, nos primórdios da telefonia móvel, muitos a viam com desconfiança e preferiram usar o telefone fixo ao invés do celular;

d) O consumo individual deve ser colocado em perspectiva e necessariamente contextualizado e, nesse caso, Haddon sublinha que, embora o celular seja uma tecnologia pessoal, familiares ou amigos podem influenciar no seu uso, interferindo no processo de adoção. Nesse sentido, Haddon observa que escritos mais recentes sobre domesticação chamam a atenção para questões de poder e política doméstica nas relações tanto de gênero quanto de geração, e, por fim,

e) o consumo de tecnologias de comunicação e informação tanto molda, quanto é moldado por vários fatores. É aqui que a abordagem da domesticação recusa filiar-se mecanicamente a determinismos tecnológicos ou o construtivismo social. Para Haddon (2003, p. 5), "[...] como experimentamos [as TICs] não é totalmente predeterminado pelas funcionalidades técnicas ou pelas representações públicas da tecnologia, mas também são estruturadas pela vida social.". O argumento central de Haddon é que, de formas variadas, esses temas centrais já se encontravam presentes nas análises sociais sobre o consumo de telefones celulares desenvolvidas no final da década de noventa. Já na primeira década do século XXI, o conceito de domesticação encontra ampla aceitação entre os pesquisadores do campo, informando trabalhos como os de Ling (2004); Ito et al. (2005); Caron e Caronia (2007); Berker et al. (2006) e Hahn e Kibora (2008).

Em um artigo publicado antes de sua morte, no qual reflete sobre a origem e trajetória do conceito de domesticação, Roger Silverstone (2006) revela que as influências teóricas que inspiraram a formulação do conceito de domesticação foram três: Jean Baudrillard, Michel de Certeau e Daniel Miller. Em comum nas três obras, a formulação do consumo como um processo no qual o consumidor tem um papel ativo, ou seja, o consumo também é produção. Vejamos cada uma das três em mais

detalhe. Primeiro, a obra de Baudrillard que, especialmente em *O Sistema dos Objetos* (1973), critica a noção marxista do caráter meramente utilitário das mercadorias. Ao sugerir a ideia de que as mercadorias têm um *valor-de-signo,* Baudrillard nos ajudou a compreender porque muitas vezes possuímos objetos que não têm uma razão utilitária aparente – na verdade, seu valor não é intrínseco, mas reside nos significados investidos neles por nós mesmos e pelos outros. Em segundo lugar, a obra de Certeau (1994 - [1980, na edição original francesa]) *A Invenção do Cotidiano,* em dois volumes (e especialmente o primeiro, *Artes de Fazer*) é cara ao conceito de domesticação porque coloca a ênfase nos processos de consumo cotidiano dos atores sociais; no que muitas vezes é dado como certo e, até mesmo, fútil, e que por isso mesmo foi por tanto tempo relegado a segundo plano nas análises sociais, como objeto não legítimo de pesquisa acadêmica. Para Certeau (1994), trata-se de considerar o consumidor como um agente ativo e altamente criativo na apropriação da produção sócio-cultural: um consumidor que desenvolve táticas, astúcias e sutilezas para escapar aos limites impostos pela razão técnica. Por fim, no posto mais recente do registro cronológico e teórico que inspirou Silverstone, está a obra de Daniel Miller, antropólogo inglês, publicada em originalmente em 1987, *Material Culture and Mass Consumption.* Nela, Miller avança as bases para a proposição de uma relação dialética entre pessoas e objetos - fundada na análise social firmemente ancorada na pesquisa etnográfica - argumentando que a dimensão material dos objetos nos processos de consumo contemporâneos deve ser levada em conta tanto quanto a dimensão linguística, corrente teórica que até hoje tem peso importante na teoria antropológica. Miller (1987) interpreta a relação entre pessoas e objetos em termos de uma teoria geral da objetificação – termo que é incorporado ao conceito de domesticação com um significado diverso, como veremos adiante.

Em relação às abordagens de viés determinista ou social construtivista da tecnologia, o conceito de domesticação oferece uma via alternativa, um caminho do meio. Ao contrário das abstrações teóricas de uma e de outra, a abordagem da domesticação tecnológica oferece uma via para pensar a incorporação da tecnologia na vida cotidiana que, segundo Silverstone (2006) busca ser fiel às experiências e

práticas concretas dos atores sociais. Nesse registro, Ling (2004) sublinha o caráter pragmático do conceito de domesticação que, ao reconhecer ambas as posições – social construtivista e determinista – mas sem limitar-se a elas, ganha força analítica na descrição dos processos de interação entre a tecnologia e os atores sociais, que são instáveis e onde há constantes negociações e re-negociações entre os níveis micro e macro. E, nesse registro, é uma abordagem de caráter relacional que, sem desconsiderar o nível macro, preocupa-se com o nível micro da análise social, focando suas lentes analíticas para os processos de consumo tecnológico presentes no cotidiano dos atores sociais em um dado contexto.

Agora, interessa-nos detalhar as premissas centrais do conceito de domesticação para argumentar em favor de seu rendimento analítico para pensar a apropriação de tecnologias móveis no cotidiano dos atores sociais. Originalmente, Silverstone (2006) concebeu diferentes etapas no processo de domesticação – não necessariamente lineares, e que não devem ser reificadas, já que há flexibilidade no emprego do conceito de domesticação dependendo de cada pesquisa e de seus objetivos em particular: apropriação, comodificação, objetificação, incorporação e conversão. Essas etapas descrevem o consumo, mas também as tensões e instabilidades envolvidas nas interações entre os níveis micro e macro. Assim, a apropriação descreve o processo pelo qual os objetos deixam o domínio do comercial e entram na esfera dos objetos presentes na vida dos atores sociais. Para Silverstone, a apropriação é um enquadre genérico que é refinado nas etapas de comodificação e conversão. Estas ligam o que se passa dentro com o que acontece fora do ambiente doméstico. A comodificação diz respeito ao componente do processo de domesticação que prepara o terreno para a apropriação inicial da nova tecnologia; esta não chega neutra ao consumidor, e nesse sentido entram em cartaz os discursos e práticas do design e do marketing, que investem nos objetos os imaginários da moderna sociedade de consumo. Em escritos anteriores de Silverstone, Ling (2004) lembra que o autor descreve etapa similar por outro termo: imaginação, que descreve como os objetos chegam à nossa consciência e são imaginados antes de serem adquiridos. Seguindo, a conversão é a outra etapa que liga os níveis micro e macro, e pode ser entendida como uma etapa final do ciclo de

domesticação: nela, os objetos apropriados e os significados nele investidos nas outras fases alcançam seus efeitos sociais por força de sua exibição para outros. Para Silverstone, a apropriação não tem consequências públicas sem a exibição simbólica e material dos artefatos consumidos, pois, como observa Ling (2004), é através da exibição pública que o senso estético e os recursos materiais de seu possuidor serão avaliados.

As duas outras etapas, que podem ser entendidas como intermediárias no ciclo, são a objetificação e a incorporação: Silverstone, sendo fiel a seu inspirador Certeau, as chama de as táticas da domesticação. Muito embora, como observa Livingstone (2007, p. 20) ao longo de sua carreira Silverstone tenha se tornado menos otimista a respeito do consumidor tático e mais pessimista em relação às forças normativas da ordem dominante. De qualquer modo, as táticas refletem a mobilização das dinâmicas complexas, mas instáveis, presentes no domínio doméstico para incorporar, espacialmente – nos espaços do lar - e temporalmente – na rotina familiar, por exemplo - os objetos que vêm de fora. Aqui, as micropolíticas de gênero e geração, os códigos e valores familiares, as redes de sociabilidade, são muito importantes. Nesse registro, Ling (2004) ressalta que, para Silverstone, a objetificação refere-se ao senso estético – a objetificação cristaliza, assim, uma percepção do eu, uma produção identitária que é trabalhada através do consumo de determinados artefatos. Ling (2004) foi um dos pioneiros da análise social dos telefones celulares e é nesse registro que sugere a importância da obra de Erving Goffman (1985), em suas análises da representação do eu na vida cotidiana, para pensar o conceito de domesticação de Silverstone, especialmente na etapa denominada por este de objetificação. Para Ling, Goffman é útil nas análises sobre a incorporação dos telefones celulares na vida cotidiana pois "[...] seu trabalho nos faz perceber como as tecnologias, e em especial uma tecnologia tão intensamente pessoal quanto o telefone celular, é usado para o desenvolvimento e a manutenção de uma fachada." (LING, 2004, p. 29). O argumento, assim, é em favor do rendimento analítico do conceito de domesticação para se pensar as produções identitárias.

Para Silverstone, a incorporação, além da preocupação com a assimilação temporal dos objetos, descreve as funções desses artefatos. Como nos lembra Ling (2004) não apenas as funções descritas no manual do proprietário, mas as formas concretas pelas quais são utilizados, material e simbolicamente. Igualmente, esta etapa inclui a descrição de como um objeto em particular é incorporado na rotina familiar levando em conta toda uma gama de outros artefatos (LING, 2004). Um ponto central a ser considerado aqui é que os objetos tem uma carreira (KOPYTOFF, 1986) variada e, desta forma, suas funções e funcionalidades materiais e simbólicas mudam ao longo do tempo: de serem o "último lançamento", por exemplo, podem acabar suas carreiras esquecidos em alguma gaveta ou doados (SILVERSTONE, 2006).

Por fim, é preciso chamar a atenção para o fato de que o conceito de domesticação busca apreender a incorporação da tecnologia na vida cotidiana em uma perspectiva que transcende a análise textual, tão em voga a partir da chamada "virada linguística" dos anos sessenta, para refletir também sobre as dimensões material e simbólica presentes na tecnologia como objeto de consumo. Nesse sentido, torna-se preciosa para pensar uma análise social dos telefones celulares. Com a convergência tecnológica, o celular tornou-se um aparelho multi-funcional ou, como prefere Lemos (2007) um dispositivo híbrido móvel de conexão multirredes – DHMCM. Livingstone (2007) afirma que o caráter multifuncional dos telefones celulares poderia colocar um empecilho metodológico à sua pesquisa, mas que isso é evitado pela formulação de Silverstone da dupla articulação no estudo dos *media.* Para a autora, o que Silverstone ambiciona através do conceito de dupla articulação é contrastar a análise dos *media* enquanto "[...] objetos materiais localizados em ambientes espaço-temporais específicos com a análise dos *media* enquanto textos ou mensagens simbólicas dentro de fluxos de discursos sócio-culturais particulares, precisamente para exigir que integremos os dois." (LIVINGSTONE, 2007, p. 18).

Na próxima seção, gostaria de analisar mais detidamente o uso das funções do celular no São Jorge, prestando especial atenção nas formas de apropriação efetuadas não somente por jovens, mas também por adultos e idosos.

em questão
E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
Porto Alegre, v. 19, n.1, p. 84-105, jan./jun. 2013

2 Aspectos da domesticação dos telefones celulares em um grupo popular

O bairro de camadas populares retratado neste artigo, que aqui chamarei de Morro São Jorge[2], está localizado na parte central da cidade de Florianópolis. Nele residem em torno de três mil pessoas, a maioria empregada em ocupações de pouca qualificação profissional, como empregados domésticos, vigilantes, auxiliares de serviços gerais ou vendedores ambulantes. Fruto da ocupação do morro por descendentes de escravos, o São Jorge é uma das comunidades negras mais tradicionais da cidade. Há forte ligação com as religiões de matriz africana e o bairro é sede de uma tradicional escola de samba. Como tantas outras periferias urbanas, no São Jorge também estão presentes a pobreza e a violência, especialmente aquela relacionada ao tráfico de drogas.

Durante doze meses, entre 2008 e 2009, frequentei quase diariamente a comunidade para a realização de trabalho de campo para minha tese de doutorado[3], que consistiu em uma etnografia das diversas práticas de consumo associadas aos telefones celulares, as quais perpassam diversos domínios da vida social, tais como as relações entre gêneros e gerações, as produções identitárias e, mesmo, a vivência da religiosidade (SILVA, 2010). A metodologia aqui proposta é o trabalho de campo de caráter etnográfico, que privilegia contato intenso com os sujeitos de pesquisa – uma verdadeira imersão do pesquisador no universo dos sujeitos pesquisados, com a consequente formação de um laço de confiança entre o pesquisador e seus informantes, laço esse que exige uma longa estada em campo. De fato, gostaria de ressaltar que o trabalho que informa a perspectiva metodológica aqui proposta é o estudo etnográfico sobre a apropriação de telefones celulares por populações de baixa renda, realizado por Horst e Miller (2006) na Jamaica, um dos poucos trabalhos antropológicos sobre o tema publicados em livro. Para Horst e Miller (2006), a etnografia pressupõe necessariamente uma sensibilização por parte do pesquisador em relação às perspectivas dos informantes durante o trabalho de campo e o esforço de escrita posterior – e isso somente se torna possível através da empatia

que se forma entre pesquisador e pesquisados no decorrer do encontro etnográfico. Em especial no caso de grupos populares, trata-se, acima de tudo, de resistir à generalizações simplistas acerca do que seja a experiência de viver em um bairro de camadas populares. A etnografia, mais do que uma metodologia, constitui o ofício do antropólogo; seu propósito é empreender um esforço intelectual para a elaboração de uma "descrição densa" (GEERTZ, 1978) – um processo de interpretação que pretende dar conta das estruturas de significado presentes nas diferentes culturas dos grupos humanos. Mais do que método de coleta de dados, a etnografia pressupõe, como defende Zaluar (1985) o estabelecimento de uma relação social em que ambas as partes – o pesquisador e seus informantes – aprendem a se conhecer.

Neste artigo, apresento o resultado da análise de dados obtidos através de observação participante e de quinze entrevistas em profundidade com homens e mulheres de diferentes gerações, com os quais convivi durante o trabalho de campo em distintos âmbitos da vida social: na escola do bairro, no grupo de alfabetização de adultos e no projeto de geração de renda coordenado por assistentes sociais da Prefeitura de Florianópolis. Com o passar do tempo, passei a circular pelo bairro e a frequentar as casas dos informantes; a maior parte das entrevistas foi realizada em ambientes domésticos. De uma forma geral, meus informantes têm em comum o baixo nível de escolaridade e a ocupação em profissões de pouca qualificação e baixa remuneração.[4]

Para a maioria dos habitantes do Morro São Jorge, o telefone celular constitui um primeiro contato com o universo da cultura digital. Através da convergência de múltiplas funções – tais como câmera digital, rádio, SMS, MP3, *Bluetooth* – os celulares exercem um importante papel na socialização dos habitantes do Morro São Jorge com as gramáticas de uso de meios eletrônicos.

Assim, um primeiro ponto a ser considerado é o da percepção do celular como uma espécie de parque de diversões multimídia. Como me diz seu Roberto Carlos[5], um líder comunitário com seus sessenta anos de idade, "O celular foi muito bom, uma coisa bem inventada, como a televisão. Mistura tudo, música, foto, rádio..." Horst e Miller (2006) já haviam assinalado diferenças nos usos e significações atribuídas ao celular quando se considera países desenvolvidos e países

em questão E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
Porto Alegre, v. 19, n.1, p. 84-105, jan./jun. 2013

em desenvolvimento como a Jamaica: para os londrinos, o celular é um aparelho para fazer chamadas, ao passo que na Jamaica o celular não apenas serve como meio de comunicação, mas também entretém através de seus recursos. No São Jorge, por exemplo, Ricardo, um estudante de dezoito anos com Ensino Médio completo, auxiliar de serviços gerais em uma transportadora, diz que o celular é sua "central de entretenimento": "Esse meu celular tem um cartão de memória de 4 giga. Só de música eu tenho uns 3 giga. Tem de tudo, de sertanejo a techno". Nena, uma diarista que aos trinta anos é mãe de dois filhos adolescentes, por sua vez revela que seu celular nunca está desligado: "quando eu não *tou* trabalhando, passo o dia inteiro jogando joguinho ou escutando rádio"[6]. Para os jovens, em especial, a função MP3 é das mais importantes. Para Patrick, estudante de dezessete anos - cujo maior sonho é conseguir se formar, mas que ainda está na quinta série - o mais importante no seu celular são os arquivos de música, dos quais possui cinquenta e quatro em seu aparelho, e os jogos. Troca músicas com seu vizinho e amigo Márcio; Patrick não tem computador e nem acesso à Internet, mas aproveita o de Márcio para carregar músicas diretamente no seu celular através do cabo USB.

Minha análise indica uma diferença importante no uso do celular em relação à Jamaica analisada por Horst e Miller (2006). No São Jorge, além da questão do uso do celular para entretenimento através de suas funções, a percepção de meus informantes é a de que usa-se o celular muito menos para fazer ligações do que recebê-las.[7] Nas palavras de Ana Beatriz, dona de casa, que aos vinte anos é mãe de três crianças pequenas, "hoje em dia não se vê muito o telefonar, hoje em dia é muito a música, é mais as fotos, os joguinhos. Tem menos ligação hoje em dia porque as pessoas estão usando mais as outras funções". Uma interpretação de mais crítica social é fornecida por Carlos Alberto, auxiliar administrativo de vinte e quatro anos, liderança do movimento hip-hop no São Jorge. Com ele, comento que acredito que, para muitos no São Jorge, o celular é como se fosse um uma espécie de mini-computador, ao que ele opina:

> É a interatividade... A comunidade procura a interatividade. O acesso à Internet é bem difícil. A população quanto menos lazer e menos formas de diversão ela tem, ela vai tentar procurar essa interatividade em vários lugares. Até pouco tempo era só dentro da televisão. O acesso era só à televisão. O povo buscava a sua diversão, o seu entretenimento na

em questão
E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
Porto Alegre, v. 19, n.1, p. 84-105, jan./jun. 2013

> televisão. Hoje o celular já traz bastante coisa. Não só na comunicação, mas em mecanismos que tem, né. O celular tem jogos, tem MP3...

Embora só use o telefone para "ligar e desligar", o celular de seu Roberto Carlos é um Motorola V3 preto, com bluetooth e MP3. Ele descreve algumas situações constrangedoras pelas quais passou. Penso ser significativo perceber como, em seu depoimento, Roberto Carlos aciona – para se contrapor – a discursos hegemônicos não somente em torno de classe social, mas também de geração:

> [...] Às vezes tou no banco, minha esposa liga e eu atendo, e às vezes ficam reparando, falam um com o outro. Sei lá, pensam que porque a gente tem celular, *só porque é mais moderno pensam que é porque a gente é muito bem de vida*. Mas não é nada disso, que celular hoje em dia todo mundo tem, mas a gente quer um mais moderninho. Aí as pessoas ficam assim, não sei porquê. Tem gente que fica admirada quando a gente atende o telefone, quando é um telefone mais moderno, não sei se tem mais valor que o outro, sei que eles falam um pro outro, ficam mostrando a gente. Outra vez [...] eu tava lá na minha contadora, a minha esposa me ligou para eu ir rápido. Eu disse que não dava. Dali estava indo para uma reunião com o Dário [prefeito de Florianópolis]. Daí peguei meu celular. Aí a menina dela [filha da contadora] disse: hum, olha só como está o seu Roberto, tem celular com MP3... Eu disse: o que que tem, hoje todo mundo tem. Eu queria saber assim: porque ela achou isso tão diferente? Eles acham que a gente não pode ter não, *porque a gente é velho tem que ter celular velho também*?

Como Roberto Carlos, seu Ciro é um senhor de idade – tem setenta anos. Aposentado como motorista profissional, com os filhos e filhas já casados, mora com a esposa em uma das pequeninas casas de alvenaria financiadas por um projeto de política habitacional. Ao contrário daquele, porém, seu Ciro diz que no começo não gostava de telefone celular. Quando suas filhas compraram celulares pela primeira vez, há nove ou dez anos atrás, pensou que "era uma besteira", mas não se opôs. Algum tempo depois, ganhou o aparelho usado da filha quando esta comprou um mais novo. "Fiquei com ele um tempo, mas era grande demais prá carregar, aí passei prum neto que morava lá no Saco dos Limões". No ano seguinte, no Dia dos Pais, ganhou um aparelho novo da outra filha. Mas, segundo ele, não se adaptou com o aparelho "não conseguia carregar" e o vendeu. Há três anos, quando se

mudou para o São Jorge, comprou um. Começou a ligar e receber ligações, deu o número para os amigos, foi se adaptando e gostando: "E acredita que desde aquela data eu não passo mais sem o celular. Aonde eu vou eu levo ele no bolso. Só tiro ele pra deitar. Deixo do lado da cama. Levanto de manhã, a primeira coisa é o celular no bolso". Possui inclusive um aparelho reserva: "Se estragar esse aqui já tenho outro guardado ali, ó."

No quesito comunicação, uma estratégia bastante interessante é aquela empregada para a comunicação por mensagens de texto. Muitos adultos e pessoas de mais idade têm dificuldade em lidar com essa função do celular. Os mais idosos, até para ver as mensagens. A filha casada de seu Ciro, por exemplo, já tentou ensiná-lo mais de uma vez:

> Ela diz "pai, hoje de tarde vou ensinar o senhor, o senhor vai aprender". Ela tá me ensinando, mas eu não peguei bem a prática ainda. Mas eu sou curioso, gosto de mexer pra aprender. Vem as mensagens, mas eu me atrapalho, às vezes vem três ou quatro mensagens e eu tento ver e às vezes descontrolo o telefone.

Por "descontrolar o telefone" entenda-se apertar alguma tecla sem saber direito que função no menu foi acessada. Isso já aconteceu várias vezes: "Esses dias mesmo a filha chegou aqui do serviço e disse 'olha pai, o senhor não viu que o celular ficou gravando?'"

Mas voltemos à estratégia. Seu Ciro é o patriarca de uma família grande, a maior parte da qual mora no São Jorge; dois irmãos ainda residem em Lages, cidade natal de seu Ciro. Comunica-se com os parentes constantemente; vários familiares tem o hábito de ligar a cobrar no celular e no telefone fixo. Uma das noras, porém – que também mora no São Jorge - abomina essa prática, apesar dos apelos de seu Ciro: "Eu digo pode ligar pro meu celular a cobrar - ela não liga, de jeito nenhum. Nem ligar pro fixo com cartão ela não liga, que ela não tem telefone em casa. E o orelhão fica longe. [há somente um telefone público no Morro São Jorge]". A comunicação com essa nora é constante: ela é esposa de um filho de seu Ciro que está privado de liberdade, e é seu Ciro que a acompanha nas visitas à penitenciária:

> Aos fins de semana, porque eu vou quase todo sábado lá visitar, ela quer mandar mensagem para combinar a visita. E levar ela com o gurizinho,

> já que eu tenho o carro [um valente Corcel II bege com mais de vinte anos de uso]. Sexta, quinta, às vezes ela quer mandar o recado que tá doente e não pode ir, ou às vezes o meu netinho tá doente e não pode levar ele, então manda mensagem.

O problema é que, como vimos, seu Ciro não consegue ver as mensagens no celular. É nesse ponto que entra a filha Claudiane, a "professora de celular" do pai. Claudiane vê o pai todos os dias, pois são os avós que levam e buscam sua filhinha de quatro anos na creche enquanto ela trabalha no banco. "Quando a filha chega à noitinha, eu mando ela ver quando tem mensagem no meu celular, geralmente é coisa das operadoras". Entretanto, quando sua nora ou, mais esporadicamente, alguém da família quer mandar mensagem de texto com um recado urgente, seu Ciro pede que mandem para o celular de Claudiane. Assim que recebe a mensagem, Claudiane liga para o pai usando minutos grátis de bônus promocionais, já que o celular de ambos é da mesma operadora. "A mensagem precisa ir pra filha pra ela transmitir para mim a mensagem que a minha nora mandou. Daí facilita", diz seu Ciro. Como ele, D. Natalina também tem parentes em outra cidade, mas não tem fixo em casa, e usa o mesmo estratagema para economizar no custo das ligações: seus parentes lhe mandam mensagens de texto que a filha lhe mostra quando chega do trabalho. São, assim, três pessoas envolvidas no processo de ler e mandar torpedos.

No São Jorge, o uso do SMS está longe de ser tão intenso como nas Filipinas, o país com maior tráfego de mensagens de texto no mundo (PERTIERRA, 2002). Naquele país, Pertierra ressalta o relevante papel das mensagens de texto para a formação de novos relacionamentos, sejam estes de amizade, paqueras, namoros, ou mesmo relacionamentos visando o sexo eventual. Entretanto, ao contrário das Filipinas, o Brasil é um dos países onde os serviços de telefonia móvel são mais caros: de fato, temos a segunda tarifa mais cara do mundo, perdendo apenas para a África do Sul (TELECO, 2012). Assim, como vimos, entre meus informantes do Morro São Jorge o fator preço joga um papel relevante na adoção das mensagens de texto.

Há outras considerações a fazer sobre o SMS no São Jorge. A primeira delas não traz maiores novidades: meus dados etnográficos confirmam que são os

jovens que mais mandam mensagens, embora o fator financeiro seja condicionante, como revelam as palavras de Patrick, de dezessete anos: "Quando eu coloco crédito, mando bastante mensagens, para a minha namorada, para os amigos. Uso mais os bônus para mandar mensagem". Gostaria de assinalar que não observei, em contraste com a literatura sobre a cultura juvenil do celular, o emprego de uma espécie de linguagem cifrada – um uso de abreviações tão intenso no envio das mensagens, a ponto de torná-la ininteligível aos não iniciados. Como me diz Carina, dona de casa de vinte anos, "a gente usa só mesmo as abreviações básicas, tipo 'tb' [também], 'vc' [você], 'bjs' [beijos] e por aí vai." A outra descoberta foi um uso expressivo, "literário", por assim dizer, que fazia do SMS uma menina de treze anos, Clara. A adolescente escreve poesias no celular e às vezes as envia para amigos por torpedo: "prefiro escrever no celular do que num caderno porque assim eu não perco". Por vezes também pega os celulares da mãe e da irmã para neles registrar seus textos. Os textos a que tive acesso, entretanto, eram conhecidas quadrinhas de amor, como a que segue: "Eu queria ser uma lágrima para nascer em seus olhos, viver no seu rosto e morrer nos seus lábios". Clara, porém, insistiu reiteradas vezes que eram de sua autoria. De qualquer modo, penso que a função expressiva se mantém. Esse caso etnográfico aponta também para a globalização de conteúdos nos celulares: Horst e Miller (2006) encontraram a mesma mensagem circulando nos celulares de adolescentes na Jamaica.

Embora a maioria das mensagens recebidas origine-se das operadoras – sejam mensagens de serviço ou oferta de produtos – é significativo apontar a inserção do SMS em rotinas cotidianas que são importantes para os moradores do São Jorge. As práticas relacionadas às compras em lojas são um bom exemplo. No São Jorge, foram muitos os relatos sobre a importância de se ter um número de celular para "preencher uma ficha" e, assim, obter crédito. O relacionamento dos moradores com as lojas é intenso, já que todos os meses as visitam para pagar as prestações. (Aliás, nesse ponto até a humilde função calculadora do celular foi lembrada por vários interlocutores: "é ótimo, pra gente calcular todo mês quanto vai pagar pras lojas...") Mas passa a ser útil também saber ver as mensagens. Helena, uma empregada doméstica de quarenta anos que já é avó, por exemplo, me conta

que "a Carioca Calçados, pra avisar que o cartão tinha ficado pronto, me mandou mensagem no celular". Outra senhora comentou do torpedo que recebeu de outra loja, parte de uma rede local (Lojas Koerich) parabenizando-a pelo aniversário. O caso de Jacinto, um sambista que trabalha como vigilante, que me disse "não dar muita bola pra celular", e por mais de uma vez já passou meses sem ter um, foi um pouco diferente: recebeu um dinheiro devido com atraso por não ter visto uma mensagem de texto em tempo. Jacinto concilia seu emprego fixo como vigilante com um grupo de samba de raiz, com doze músicos, que faz apresentações esporádicas em Florianópolis. Os pagamentos são repassados pela escola de samba da qual Jacinto é integrante. Conta que, na última apresentação, levou um susto: mais de dez dias passados e nada do pagamento chegar. Acabou ligando para a sede de escola e ouviu do responsável: "Mas eu já mandei torpedo semana passada pra vocês todos, avisando que chegou o dinheiro. Pode vir retirar que o teu pagamento tá aqui.". Algo indignado, Jacinto questionou porque não foi avisado com ligação para o fixo, e ouviu: "Ah, era muita gente para avisar. Achei melhor mandar logo uma mensagem para todos do que ficar ligando um por um." Ocorre que Jacinto tinha emprestado o celular para o filho de doze anos, que o tinha esquecido em outro lugar: "Eu liguei e a pessoa guardou o celular certinho, só que eu ainda não tinha tido tempo de pegar". Por fim, conclui, rindo: "Eu que não dava muita bola pra celular, depois dessa..."

Outras práticas relacionadas às funcionalidades do celular indicam uma mudança em padrões de consumo de produtos específicos, como no caso de Nena: "Eu não uso relógio, meu relógio é o celular. Quando eu tou sem o celular, que às vezes eu esqueço em casa, eu me sinto assim ó... Tá faltando alguma coisa. Eu me sinto praticamente nua porque eu não posso ver a hora, tem que ficar perguntando pros outros".

Entre meus interlocutores, as práticas em relação à agenda do celular são variadas. Para alguns, como seu Jurandir, um aposentado que atua como líder comunitário e trabalha como faxineiro para complementar a renda, a agenda é algo tão precioso que vale pagar o serviço da operadora que faz backup dos números. A falta de backup, aliás, é desesperadora quando se perde um celular com todos os

em questão E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
Porto Alegre, v. 19, n.1, p. 84-105, jan./jun. 2013

contatos: "lá tem todos os números que a gente precisa, da família, dos médicos, dos advogados, tudo" diz Nena, outra das mães do São Jorge. Para ela, o celular é uma fonte de renda. Agora, em vez de "namoradinhos", ela usa o termo "clientes" – Nena também atua como trabalhadora do sexo para complementar sua renda: "Aqui tem todos os números de clientes, dos clientes vip. Se eu perco esse celular, Deus me livre... A pessoa não tem como me achar e é um dinheiro que eu perco. Muita gente me conhece, sabe o que eu faço". Vários de meus interlocutores são mais prevenidos: mantém uma cópia em papel da agenda do celular. Seja por precaução ou por falta de técnica, combinar o uso de agenda de papel com o celular aponta para a junção de elementos tradicionais (físicos) e digitais na domesticação da tecnologia. No caso de seu Ciro, que não sabe usar essa função, mas é extremamente organizado com seus contatos, não há remédio. No São Jorge, são muitos os que têm a agenda do celular organizada pelos filhos, para que ao menos possam identificar as chamadas pelo nome de quem faz a ligação. Mas, diz seu Ciro, "a Claudiane tá sempre na correria com o trabalho e as crianças e eu também até hoje nunca pedi". No bolso de sua camisa, fazendo companhia permanente ao celular, Seu Ciro leva sempre caneta e papel:

> Eu não tiro minha caneta do bolso. Eu carrego uma cadernetinha aqui junto com o celular. Esses dias eu mudei tudo prá aqui. [Mostra uma folha que serve como pronta-referência]. Tem o nome do meu filho, das minhas filhas, das noras, das netas. Tem de todos aqui. O que eu preciso mais está aqui nessa folhinha. E o resto tá na agenda – de papel. Da cadernetinha depois eu copio para a agenda grande. É bom também porque quando ligam a cobrar muitos números eu sei de cor e identifico. Sei de cabeça, tenho decorado o número.

Por fim, gostaria de apontar que, se a interação com os menus do telefone celular representa, para os habitantes do Morro São Jorge, uma primeira oportunidade de socialização com as gramáticas do mundo da informática, o advento de celulares equipados com opções de conectividade representa uma oportunidade de transferência e compartilhamento de arquivos de áudio, imagem e vídeo que prescinde do uso de computadores e da Internet. Oportunidade valiosa, já que, como lembra Carlos Alberto, jovem liderança citada anteriormente, "a Internet é inacessível para a maioria na comunidade". A afirmação de Carlos Alberto foi

amplamente corroborada pelos dados da observação participante e das entrevistas – dos quinze informantes, apenas três – Cássia, Jacinto e o próprio Carlos Alberto – possuíam acesso regular à Internet no ambiente doméstico.

A conectividade do celular com outros aparatos tecnológicos – computadores, DVDs, outros celulares – começou com o cabo USB e evoluiu para o infravermelho, a primeira possibilidade de transmissão sem fios. No São Jorge, porém, o bluetooth reinou soberano desde seu advento. Essa tecnologia de transmissão de dados sem fio designada por essa palavra da língua inglesa de difícil pronúncia[8] foi motivo para muitas trocas de celular. A valorização do bluetooth que eu observava no São Jorge contrastava com o uso do celular quando comparado às camadas médias com as quais eu tinha contato na vida cotidiana. Dois colegas meus de pós-graduação chegaram mesmo a me perguntar do que se tratava.

No São Jorge, o bluetooth é fundamental na obtenção de conteúdos para os telefones celulares, sejam estes arquivos de vídeo, imagens, ou músicas.[9] No caso dessas últimas, há aqueles que preferem deixar o recurso bluetooth ativado quando frequentam locais de grande circulação. É o caso de Cássia, atendente de telemarketing de vinte e três anos, mãe de uma menina de seis: "Eu quando vou no BIG [supermercado] deixo ligado e sempre aparece alguma coisa no meu celular. Já peguei várias músicas. Porque se alguém está passando perto de ti, tu também recebe". Obviamente, também é possível usar a Internet no celular (WAP) e de fato a maioria dos celulares no São Jorge oferece essa facilidade, mas o alto custo inibe o uso. Soube de alguns interlocutores que esporadicamente baixaram músicas diretamente no celular através das operadoras, mas eram uma minoria e apenas quando não conseguiam obter o arquivo que desejavam com amigos. Grande parte dos celulares de meus interlocutores vinha equipada com cabo USB, o que também torna possível a transferência e o armazenamento, mas para um computador, o que exige pedir emprestado espaço no disco rígido dos computadores de parentes ou amigos. Uma alternativa para "descarregar" os celulares bastante popular é a que foi utilizada por Lila, outra jovem avó de trinta e seis anos, empregada doméstica: transferir os arquivos do celular para um computador e depois gravá-los em um CD ou DVD. O cabo também é popular no São Jorge porque permite, em muitos casos,

em questão E-ISSN 1808-5245
Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS
Porto Alegre, v. 19, n.1, p. 84-105, jan./jun. 2013

a conexão com aparelhos de DVD – esses sim, ao contrário dos computadores, são presença frequente nas casas do São Jorge.

A característica fundamental do *bluetooth* e que o torna tão popular é, além do entusiasmo pelo compartilhamento de imagens e sons, a sua gratuidade. Com o *bluetooth*, pode-se transferir arquivos de um celular para outro ou de celulares para computadores diretamente, sem necessidade de cabos e sem pagar nada. Ana Beatriz chama a atenção para essa característica: "Dá pra mandar vídeo, pra mandar foto, com o cabo. Ou com o blutufe. Porque antigamente tinha que estar pagando, né? Porque se fosse via mensagem ninguém ia querer mandar para ti". Nesse registro, Nena dá mais detalhes sobre custos, comparando seus dois celulares – um deles sem *bluetooth*:

> Esse aqui [atual] não tem nem um ano. Encasquetei que queria um celular que batesse foto. Aquele meu outro também bate. Só que aquele não tem bluetooth nem infravermelho, aí não dá pra revelar. E cabe pouco, só oito fotos. Se quiser revelar tem que passar pra CD – dez reais. Mais um real cada foto pra revelar, aí sai caro. Esse aqui com blutufe não, passa sem precisar de cabo.

Como vimos ao longo deste artigo, os processos de domesticação dos telefones celulares no Morro São Jorge revelam toda uma rica gama de significados que atravessa as experiências concretas dos sujeitos em suas práticas de consumo de tecnologia. Ao considerar as dimensões simbólicas do consumo das tecnologias de comunicação e informação, bem como seu caráter processual pleno de tensões, ambivalências e negociações, o conceito de domesticação enfatiza a complexidade das formas através das quais a tecnologia é consumida pelos indivíduos em seu cotidiano. Nesse sentido, tanto o discurso dos moradores do Morro São Jorge a respeito dos telefones celulares, assim como suas práticas de consumo dessa tecnologia, apontam para o importante papel dos dispositivos móveis na socialização dos membros dessa comunidade – incluindo, ressalte-se, também os mais idosos, como vimos - no universo das culturas digitais. Dois dos mais importantes aspectos dessa socialização para a cibercultura incluem, em primeiro lugar, pensar a convergência das funções do telefone celular como importante via de acesso à interatividade – especialmente através da função *Bluetooth* - e ao entretenimento;

em segundo lugar, incluem considerar aquilo que Katz (2005) chamou de "contato perpétuo" – a urgência em se deixar o telefone celular sempre ligado, seja para contatos familiares ou profissionais, prática que se revelou predominante entre os entrevistados.

A análise dos processos de domesticação dos telefones celulares na comunidade do Morro São Jorge demonstra que sua disseminação entre os moradores tem causado impactos significativos na vida social da comunidade. Neste artigo, tais mudanças são reconhecidas e sinalizadas de forma panorâmica, no contexto da inserção do telefone celular na comunidade e das estratégias empregadas na domesticação dessa tecnologia. Reconhece-se, no processo de domesticação dos telefones celulares no Morro São Jorge, a criatividade empregada para superar limites, especialmente aqueles impostos pela baixa escolaridade de muitos dos membros daquela comunidade.

Referências

AGAR, Jon. **Constant touch**: a global history of the mobile phone. Cambridge: Icon Books, 2003.

BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

BERKER, Thomas ; HARTMANN, Maren; PUNIE, Yves; WARD, Katie. Introduction. In: _____ (Orgs.). **Domestication of media and technologies**. Milton Keynes, Reino Unido: Open University Press, 2006. p. 1 - 17.

CARON, André H.; CARONIA, Letizia. **Moving cultures**: móbile communication in everyday life. Montreal: McGill-Queen´s University Press, 2007.

CASTELLS, Manuel et al. **Mobile communication and society**: a global perspective. Cambridge: MIT Press, 2007.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do cotidiano**: artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

HADDON, Leslie. Domestication and mobile telephony. In: KATZ, James (Org.). **Machines that become us**: the social context of personal communication technology. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers, 2003. p. 43–56.

HAHN, Hans; KIBORA, Ludovic. The Domestication of the mobile phone: oral society and new ICT in Burkina Faso. **Journal of Modern African Studies**, Cambridge, v. 46, n. 1, p. 87 – 109, 2008.

HORST, Heather; MILLER, Daniel. **The Cell phone**: an anthropology of communication. Oxford: Berg, 2006.

ITO, Mizuko; OKABE, Daisuke; MATSUDA, Misa (Eds.). **Personal, portable, pedestrian**: mobile phones in japanese life. Chicago: The MIT Press, 2005.

KATZ, James E. The Future of a futuristic device. **Receiver**, n. 14, 2005. Disponível em: <http://www.receiver.vodafone.com>. Acesso em: 23 ago. 2009.

KOPYTOFF, I. The Cultural biography of things: commoditization as process. In: APPADURAI, A. (Org.). **The Social life of things**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. p. 64-94.

LEMOS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos dispositivos híbridos móveis de conexão multirredes (DHMCM). **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 10, p. 23-40, jul. 2007.

LING, Rich. **The Mobile connection**: the cell phone´s impact on society. New York: Morgan Kaufman, 2004.

LIVINGSTONE, Sonia. On the material and the symbolic: Silverstone´s double articulation of research traditions in new media studies. **New Media and Society,** v. 9, n. 1, 2007. Disponível em: <http://nms.sagepub.com>. Acesso em: 29 out. 2009.

MILLER, Daniel. Consumption as the vanguard of history: a polemic by way of an introduction. In: MILLER, Daniel. **Acknowledging consumption (a review of new studies)**. London and New York: Routledge, 1995. p. 1-57.

_____. **Material culture and mass consumption**. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

PERTIERRA, Raul et al. **TXT-ING selves**: cellphones and Philippine modernity. Manila, The Philippines: University De La Salle Press, 2002.

SILVA, Sandra Rubia. **Estar no tempo, estar no mundo**: a vida social dos telefones celulares em um grupo popular. 2010. 442 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

SILVERSTONE, Roger. Domesticating domestication: reflection on the life of a concept. In: BERKER, T; HARTMANN, Maren; PUNIE, Y; WARD, K. (Eds.). **Domestication of media and technologies**. Milton Keynes, Reino Unido: Open University Press, 2006. p. 229–248.

TELECO. Estatísticas de Celulares no Brasil. **Teleco**: informações em telecomunicações**.** 2012. Disponível em: <http://www.teleco.com.br/ncel.asp>. Acesso em: 20 maio 2012.

ZALUAR, Alba. **A Máquina e a revolta**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

"It mixes up everything, music, pictures, radio": the domestication of the mobile phone in a low-income neighbourhood"

Abstract: During twelve months of fieldwork in a low-income neighbourhood in the city of Florianópolis carried out for my PhD, in the Brazilian Southern state of Santa Catarina, I was able to notice the growing consumption of mobile phones, as well as its influence on the social life of the members of that community. In this paper, which finds its theorethical frame in the updating of the concept of domestication – now applied to mobile technologies – I analyze, through an ethnographic approach, the ways by which mobile phones are appropriated, not without difficulty, to the everyday life of the dwellers of *Morro São Jorge*. The paper, besides focusing on a theme that has not yet received much attention in the field of cyberculture studies – that is, the appropriation of technology among low-income classes – not only draws attention to the consumption of technology among young people, but also among the elderly.

Keywords: Mobile phone. Domestication. Consumption. Appropriation. Technology.

[1] O consumo, na visão do autor, é entendido como um processo de objetificação. Isso significa dizer que os agentes sociais usam os bens e serviços de tal forma que o objeto ou atividade "[...] torna-se simultaneamente uma prática no mundo e uma forma na qual construímos nossos entendimentos acerca de nós mesmos no mundo." (MILLER, 1995, p. 30). Assim, sua proposta de "objetificação" é uma proposta de abordagem às sociedades modernas que, distanciando-se de Marx e do fetichismo da mercadoria, considera o consumo um processo através do qual os agentes sociais objetificam valores como modernidade e sucesso, por exemplo, ou valores culturais relativos à categorias como classe, etnia e gênero.

[2] A fim de resguardar a privacidade daqueles que aceitaram participar da pesquisa, utilizo aqui um nome fictício para o bairro de camadas populares onde foi feito o trabalho de campo.
[3] O presente artigo é uma versão revista de parte do capítulo quatro de minha tese de doutorado (SILVA, 2010).
[4] Dos quinze informantes, apenas três - Cássia, Ricardo e Carlos Alberto - possuem Ensino Médio completo. Nenhum possui nível universitário. D. Natalina completou apenas a segunda série do Ensino Fundamental. O nível de escolaridade dos demais varia entre a quarta série do Ensino Fundamental (Roberto Carlos e Ciro), quinta a sexta série (Clara, Patrick, Lila, Helena, Jurandir e Nena) e Ensino Fundamental completo (Jacinto, Ana Beatriz e Carina).
[5] Os informantes são denominados por pseudônimos com vistas à proteção de sua privacidade. Os pseudônimos foram, na maior parte dos casos, escolhidos pelos próprios informantes; quando preferiram não fazê-lo, tomei o cuidado de escolher pseudônimos que não correspondessem a nomes de outras pessoas que fizessem parte das redes de sociabilidade dos entrevistados.
[6] Para melhor representatividade das falas colhidas em campo, optou-se por mantê-las como ditas, mesmo com ocasionais incorreções gramaticais.
[7] Em outro lugar (SILVA, 2010) realizo uma análise detalhada dos fatores, em especial os de ordem econômica, que determinam a apropriação do celular como um aparelho utilizado prioritariamente para receber chamadas. Analiso mais detidamente a prática de se fazer ligações a cobrar.
[8] Os jovens do São Jorge diziam "blutufe", "blutufi" ou mesmo "blutú", grafias que manterei daqui por diante na transcrição das falas dos interlocutores.
[9] Em 2008, participei do III Mobilefest – Festival Internacional de Arte e Criatividade Móvel, evento dedicado exclusivamente a refletir sobre os impactos do telefone celular nas instituições e na vida cotidiana. Na oportunidade, participei de uma mesa-redonda na qual estava presente Mario Lynch, executivo do Nielsen Mobile, instituto de tendências de mercado que se dedica à pesquisa sobre celulares e comportamento do consumidor no Brasil. Ao comentar sobre o interesse pelo bluetooth na comunidade em que eu pesquisava, ele mostrou-se surpreso: na pesquisa nacional sobre uso do telefone celular cujos resultados ele expunha naquela mesa-redonda, o uso do bluetooth foi pouco explorado. Penso que isso pode ser explicado pelo fato de tais pesquisas de mercado comporem seu universo de pesquisa principalmente a partir de camadas médias e altas.

Recebido: 31/03/2012
Publicado: 25/07/2013

CC BY