

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA
SOCIAL**

Sandra Rubia Silva

**ESTAR NO TEMPO, ESTAR NO MUNDO:
A VIDA SOCIAL DOS TELEFONES CELULARES EM UM
GRUPO POPULAR**

Florianópolis
2010

Sandra Rubia Silva

**ESTAR NO TEMPO, ESTAR NO MUNDO: A VIDA SOCIAL DOS
TELEFONES CELULARES EM UM
GRUPO POPULAR**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Doutor em Antropologia Social.
Orientadora: Profa. Dra. Carmen Silvia Rial

Florianópolis
2010

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária da
Universidade Federal de Santa Catarina

S586e Silva, Sandra Rúbia

Estar no tempo, estar no mundo [tese] : a vida social dos telefones celulares em um grupo popular / Sandra Rúbia Silva ; orientadora, Carmen Silvia Rial. - Florianópolis, SC, 2010.

435 p.: il.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social.

Inclui referências

1. Antropologia. 2. Antropologia social. 3. Telefonia celular - Consumo. 4. Cultura material. 5. Grupos populares. I. Rial, Carmen Silvia. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. III. Título.

CDU 391/397

Dedico este trabalho a meus pais, pela força de seu exemplo nas lutas da vida; e também aos meus interlocutores do querido “Morro São Jorge” – pessoas especiais, divertidas e generosas que serão sempre uma inspiração por sua inabalável alegria de viver, apesar das dificuldades cotidianas.

AGRADECIMENTOS

A redação de uma tese de doutorado é uma tarefa solitária; no entanto, são inúmeros os envolvidos que contribuem para o sucesso final em cada uma de suas fases constitutivas. São tantos que, na verdade, temo esquecer alguém. Foram muitas as demonstrações de saber acadêmico, gentileza, amizade, generosidade e desprendimento direcionadas a mim e à este trabalho ao longo dos quatro anos de curso de doutoramento. A todos e a todas, o meu muito obrigado.

Inicio estes agradecimentos por aquela que tornou toda essa instigante jornada acadêmica possível: minha orientadora, Carmen Rial. Seu aceite em orientar uma não-antropóloga, que propôs como projeto de tese um estudo antropológico acerca de uma temática sobre a qual havia na época pouquíssima bibliografia, são para mim índice de sua generosidade, conhecimento e visão acadêmicas. Foram muitos os momentos de apoio e orientação nos quais Carmen exerceu o maravilhoso dom da concisão: em poucas palavras, conseguia ordenar minhas dúvidas e dar os encaminhamentos necessários para o bom andamento da pesquisa. Sua elegância nas palavras e permanente gentileza no trato pessoal tornaram minha jornada de orientanda uma experiência muito tranquila. Carmen sempre demonstrou apoio às minhas iniciativas, acreditando inabalavelmente em minha capacidade de trabalho – mesmo que estas parecessem temerárias à primeira vista, como no último semestre do doutorado, quando compareci a sete congressos acadêmicos em um período de três meses. Aliás, percebi que em mais de uma ocasião Carmen acreditou mais em mim do que eu mesma. Gostaria também de lembrar, com gratidão, de meus orientadores na graduação e no mestrado, profs. Margarita Barretto (UFSC) e Valdir Morigi (PPGCOM/UFRGS). Certamente seus ensinamentos, como os de Carmen, foram preciosos na formação da pesquisadora que me tornei.

A participação constante em congressos foi uma política que, com o apoio de minha orientadora, adotei ao longo do curso de doutorado. Em maior ou menor número, participei de congressos nas áreas de Comunicação e Antropologia em todos os semestres do curso, debatendo meu tema de pesquisa e recebendo contribuições valiosas. Nos congressos de Comunicação, pude rever os divertidos colegas da época de mestrado, Michelle Negrini e Alexandre Rossato, bem como a querida amiga Cynthia Harumy Watanabe Corrêa. Em especial, gostaria

de agradecer à profa. Silvia Borelli as três oportunidades em que pude discutir meus achados iniciais de pesquisa em grupos de trabalho por ela coordenados (Intercom – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2007 e 2009; e Reunião de Antropologia do Mercosul, 2009). Agradeço, igualmente, o convite para que um dos artigos por mim escritos integrasse o livro *Culturas Juvenis no Século XXI* (São Paulo, EDUC, 2008) organizado por ela e pelo prof. João Freire.

Um agradecimento especial merecem as secretárias do PPGAS, Karla e Adriana, bem como todos os professores do PPGAS que me proporcionaram o embasamento teórico nas várias disciplinas cursadas: Oscar Calávia Saez, Márnio Teixeira-Pinto e Esther Jean Langdon. Agradeço também os comentários dos profs. Theophilos Rifiotis e Miriam Grossi na apresentação de um texto sobre os primeiros meses de meu trabalho de campo, ocorrido nas Jornadas Discentes do PPGAS de 2008. Em especial, além de minha orientadora, recordo aqueles cujos ensinamentos reverberaram mais diretamente na feitura deste trabalho: as discussões na disciplina Teorias do Sujeito da profa. Sonia Maluf; as aulas de Teoria Antropológica do prof. Rafael Menezes Bastos (sim, Rafael, “estamos todos no Ocidente”); e as preciosas reflexões a que a profa. Miriam Grossi nos provocava em suas aulas de métodos e técnicas de pesquisa antropológica. Muitas e muitas foram as vezes em que recordei essas aulas ao longo do trabalho de campo e da redação final da tese.

Originária que sou de uma área afim à Antropologia – a Comunicação – tive de cursar todas as disciplinas obrigatórias, tanto de Doutorado quanto do Mestrado. Se, por um lado, a carga de leitura e trabalhos foi algo acima do comum, resultando em quase sessenta créditos acadêmicos cursados, por outro lado tive a sorte de pertencer a não apenas uma, mas duas turmas. Em ambas encontrei ótimos colegas. Na de doutorado, merece um agradecimento especial meu colega Marcos Alexandre dos Santos Albuquerque, que mais de uma vez colaborou comigo trazendo informações atualizadas e sempre interessantes a respeito de meu tema de pesquisa. A turma do mestrado que ingressou em 2006 deixou muitas saudades; agradeço a tod@s a amizade e, em especial, à Martina Ahlert, Everton Pereira e América Larraín por tantas conversas sobre teoria antropológica e trabalho de campo; e à Érica Quinágua Silva pelo incentivo em mandar minhas reflexões iniciais de pesquisa para meu primeiro congresso na área de antropologia – a Reunião Brasileira de Antropologia de 2006, ocorrida em Goiânia. Na verdade, eu me considero pertencente à três turmas, já

que como aluna especial tivei amizade com vários colegas da turma de Doutorado ingressante em 2005: Micheline Ramos de Oliveira, Rozeli Porto (agradeço os comentários ao meu trabalho nas Jornadas Discentes do PPGAS de 2008, e o envio da tese de Aline Bonetti), Juliana Cavilha, Mônica Siqueira, Matias Godio, Fernando Bittencourt (sempre lembrarei seu apoio na época em que estudava para ingressar no Doutorado, em 2005) e a querida amiga Ângela Maria de Souza. Da turma de mestrado 2005, conto com a amizade de Viviane Kraieski. Todos, também, colegas do NAVI – Núcleo de Estudos em Antropologia Visual, assim como a amiga Beth Goidanich. Com Viviane e Juliane Odinino, sob a orientação da profa. Carmen, formei uma trinca que passou por um estágio-docente muito proveitoso em uma disciplina de Cultura Brasileira ministrada para uma turma que contava com alunos brilhantes.

Em janeiro de 2007 iniciei uma primeira fase do trabalho de campo, e aqui merece um agradecimento mais do que especial minha querida amiga Rosângela Piccoli, que intermediou contatos que muito facilitaram minha entrada no Morro São Jorge. Na fase de qualificação do Projeto de Tese, foi fundamental a participação na banca dos profs. Rafael Bastos e profa. Julia Guivant, do Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas. A leitura atenta realizada por ambos e seus comentários, pertinentes e generosos, foram centrais para o bom andamento dos trabalhos nas fases que se seguiram – a do Doutorado-Sanduíche e do trabalho de campo. Em Londres, impossível deixar de ressaltar a generosidade acadêmica com que fui recebida pelo prof. Daniel Miller, meu orientador no estágio-sanduíche, e demais professores e colegas, não somente do Material and Visual Culture Research Group, do qual participei como pesquisadora associada, quanto de todo o departamento de Antropologia do University College London.

Nessa fase londrina, pude contar com a amizade de Rosana Pinheiro Machado, agora doutora pela UFRGS e que na época também cumpria doutorado-sanduíche no University College. Pude também contar com a acolhida dos queridos amigos de longa data, James Turner e Sueli Pinheiro, a quem agradeço a amizade e o apoio. Em especial, agradeço ao prof. Miller suas inestimáveis orientações e por ter me apresentado à Julie Archambault e Razvan Nicolescu, pesquisadores que investigavam, como eu, as dimensões socioculturais do consumo de telefones celulares e com quem pude trocar muitas idéias. À pesquisadora Jane Vincent, do Digital World Research Centre, da Universidade de Surrey, agradeço o convite para discutir meus achados

iniciais de pesquisa, bem como a confiança em indicar meu nome para atuar como membro da comissão julgadora do GSM Global Mobile Awards, na categoria Mobile Use for Social and Economic Development – atividade que exerço já há dois anos consecutivos e que trouxe muitas informações interessantes para esta pesquisa. Ao longo do curso de doutorado, impossível deixar de mencionar o apoio financeiro recebido da CAPES e do CNPq, sem os quais a dedicação exclusiva à esta pesquisa não teria sido possível.

Por fim, mas não menos importante, agradeço imensamente à minha família, pelo apoio incondicional, e aos moradores do inesquecível “Morro São Jorge”, pela generosidade com que fui recebida. Embora ciente de que a etnografia, como dizia Clifford Geertz, é uma interpretação de uma interpretação, um olhar por sobre os ombros, espero ter proporcionado um retrato fidedigno do Morro São Jorge e de seus habitantes. A eles, com gratidão, dedico este trabalho.

RESUMO

Esta tese é um estudo sobre as relações entre cultura, comunicação e consumo em tempos de globalização. Tomando como quadro de referência teórico-metodológica os resultados de pesquisas de caráter etnográfico conduzidas em diversos países do globo, os quais apontam para a imbricação dos telefones celulares no tecido das culturas urbanas contemporâneas, esta pesquisa descreve e analisa as especificidades da apropriação e consumo dessa tecnologia global em um bairro de camadas populares na cidade de Florianópolis. Ao longo de doze meses de trabalho de campo, investigamos os processos simbólicos e práticas socioculturais reveladas nas relações pessoa-telefone celular na comunidade do Morro São Jorge, procurando compreender as lógicas culturais envolvidas a partir do enquadre teórico dos estudos antropológicos sobre tecnologias de comunicação e informação, globalização, consumo e grupos populares. Concluímos que os telefones celulares jogam um papel relevante na vida cotidiana em diversos aspectos: nas relações entre gêneros e gerações; na vivência da religiosidade; na apresentação de si; na construção de imaginários, identidades e do mundo social, constituindo parte importante de um estilo de vida, uma maneira de *estar no mundo* – mediada pela tecnologia – cada vez mais característica da cultura contemporânea.

Palavras-chave: telefones celulares; consumo; cultura material; grupos populares; vida social dos objetos.

ABSTRACT

This PhD dissertation is a study of the intersections between culture, communication and consumption in a time of globalization. Taking as theoretical and methodological framework the results of ethnographically-based studies carried out in different countries of the globe, which point to the integration of cell phones in the fabric of contemporary urban cultures, this research describes and analyses the specificities of the appropriation and consumption of this global technology in a low-income neighbourhood in the Brazilian southern city of Florianópolis, capital of the state of Santa Catarina. Throughout twelve months of fieldwork, I investigated the symbolic processes and the sociocultural practices pertaining to the person-cell phone assembly in Morro Sao Jorge. I sought to understand the cultural logic involved taking as a theoretical framework anthropological theory on consumption, popular groups and globalization, as well as studies on the consumption of information and communication technologies (ICTs). I argue that cell phone consumption plays a significant role in many aspects of everyday life: in the relationships between genders and generations; in the experience of religiosity; in the presentation of self; in the construction of imaginaries, identities and the social world. Thus, cell phones constitute a relevant part of a contemporary lifestyle, a way of *being in the world* – mediated by technology – which has become increasingly more important in contemporary culture.

Keywords: cell phones; consumption; material culture; low-income groups; social life of things.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 0.1 - Reconstituição da imagem que Marisa obteve com seu celular, que mostra os pilares de sua casa cedendo p.18
- Figura 0.2 - Casa de Marisa: detalhe..... p.19
- Figura 1.1 - Cartaz da instalação artística “Um dia Sem Celular”, ocorrida durante o Mobilefest 2008..... p. 33
- Figura 1.2 - Torpedo enviado pela operadora Vivo informa sobre a gripe A (Influenza H1N1) p. 68
- Figura 1.3 - “Torpedo social” angaria fundos para as vítimas das chuvas de janeiro de 2010 nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro..... p. 69
- Figura 2.1 - Celular de chocolate à venda em loja de produtos artesanais em Florianópolis p. 71
- Figura 2.2 - Representação do conceito de “celular-tatuagem”.....p. 88
- Figura 2.3 - “Novo chip de implante cerebral Motorola”.....p. 96
- Figura 3.1 - Cartaz utilizado nas aulas de alfabetização para adultos no Morro São Jorge inclui referência à operadora de telefonia celular.. p. 99
- Figura 3.2 - Enfeite de Natal feito pelo filho de Marisa..... p.117
- Figura 3.3 - Larissa, uma de minhas interlocutoras, lê um capítulo de livro com os resultados iniciais da pesquisa no São Jorge..... p.129
- Figura 4.1 - Torpedo oferecendo recompensa pela devolução de um celular roubado p.179
- Figura 4.2 - Amigos se entretém com um celular chinês de tela sensível ao toquep.159 e p.188
- Figura 4.3 - O sucesso do MP10 no São Jorge: celular com televisão exhibe cena da novela “Caminho das Índias” p.189
- Figura 4.4 - Elton, aos três anos, joga videogame no celular da mãep.196
- Figura 4.5 - Celular com o número do aparelho no verso.....p.197
- Figura 4.6 - Celular da adolescente Clara com poesias de amor.....p.203
- Figura 4.7 - Seu Ciro: agenda de papel para quem não sabe usar a do celularp.204
- Figura 4.8 - Celular com função bluetooth transmitindo um arquivo de músicap.206
- Figura 5.1 - Golpe pelo celular anuncia falso prêmio.....p.218
- Figura 5.2 - Tela do celular de Naiara mostrando a 66ª. mensagem de

texto recebida	p.240
Figura 5.3 - O celular de Ellen e seus cinco diferentes chips.....	p.209 e p. 241
Figura 5.4 - <i>Celular-orelhão</i> , o híbrido brasileiro.....	p.247
Figura 5.5 - Mensagem recebida constantemente por um celular “pai-de-santo”	p.248
Figura 5.6 - Tela do celular de Manuela mostrando as diversas ligações a cobrar feitas	p.253
Figura 5.7 - Mensagem de operadora oferecendo o serviço de torpedo a cobrar	p.253
Figura 6.1 - O celular tijolão de Sebastiana.....	p.275
Figura 6.2 - Celular na xícara na casa de D. Natalina.....	p.279
Figura 6.3 - Anúncio do celular LG Prada.....	p.283
Figura 6.4 - Capas para celular no Mercado Público.....	p.285
Figura 6.5 - Capa de celular em formato de bicho de pelúcia.....	p.286
Figura 6.6 - Celular com papel de parede mostrando imagem de jiu-jitsu	p.287
Figura 6.7 - Capa de celular na cor rosa com strass.....	p.287
Figura 6.8 - Pasta pessoal adornada com adesivos evangélicos.....	p.289
Figura 6.9 - TV de 29 polegadas pacientemente adornada com adesivos coloridos	p.289
Figura 6.10 a 6.13 - Celulares com adesivos pertencents, pela ordem, a Alane; Melina, uma das mães-de-santo do São Jorge; D. Natalina; e à filha de cinco anos de Odila, Adrielly.....	p.289
Figura 6.14 - Celular de Nique.....	p.290
Figura 6.15 - Celular com adesivo de futebol.....	p.290
Figura 6.16 - O estilo masculino de usar o celular preso por um cordão ao pescoço	p.290
Figura 6.17 - Celular V3 rosa de Joice usado preso à cintura.....	p.291
Figura 6.18 - Capa para celular em crochê feita por D. Tônia.....	p.291
Figura 6.19 - Produção de Larissa para a festa de fim-de-ano do Projeto	p.291
Figura 6.20 - Bolsinha do celular de Edinéia, que é evangélica.....	p.292
Figura 6.21 - Bolsinha para celular de Janaína, com motivos infantis	p.292
Figura 6.22 - Celular vítima da raiva de Paulina.....	p.301
Figura 6.23 e 6.24 - Torcida pelo Avaí Futebol Clube vai para os celulares do São Jorge	p.309
Figura 6.25 e abertura do capítulo - Papel de parede do celular de Janaína, com a foto de seu filho.....	p.265 e p. 310
Figura 6.26 e 6.27 - Imagens do videogame <i>Counter Strike</i> na tela do	

celular do adolescente Zeca.....	p.311
Figura 6.28 - Celular da filha de Manuela.....	p.311
Figura 7.1 - Um par de celulares pertencentes a um jovem casal, Carina e Valmor	p.313
Figura 7.2 - Personalizando o celular com declaração de amor ao namorado	p.322
Figura 7.3 - SMS romântico reforça o vínculo de amor entre o casal Alvino e Helena	p.323
Figura 7.4 - O celular de Carol, destruído a marteladas pela mãe.....	p.345
Figura 7.5 - Celular de um adolescente do São Jorge, com música rap e funk	p.360
Figura 8.1 - Na casa de uma umbandista que passou por uma grave cirurgia, os celulares da família dividem espaço com imagens de santos católicos no pequeno altar improvisado.....	p.369
Figura 8.2 - Celular com papel de parede evangélico.....	p.380
Figura 8.3 - Celular ajuda a celebrar o culto da Assembléia de Deus no São Jorge	p.380
Figura 8.4 - Torpedo evangélico com mensagem bíblica.....	p.382
Figura 8.5 - Altar afro-brasileiro na casa de Marisa.....	p.383
Figura 8.6 - Celular sendo usado na assistência durante uma gira....	p.387
Figura 8.7 - Celular de São Jorge.....	p.396
Figura 8.8 - Camiseta com a imagem de São Jorge, ou Ogum.....	p.397
Figura 8.9 - Corrente de São Jorge	p.397

SUMÁRIO

PARTE I – Enquadramento teórico-metodológico

Introdução: por uma etnografia do consumo de tecnologia em camadas populares

Um celular observa o morro.....	p.19
Da construção de um objeto de pesquisa.....	p.20
Organização da tese.....	p.27

Capítulo I – Do global ao local: as dimensões culturais do consumo de telefones celulares

1.1 O estudo do consumo nas Ciências Sociais.....	p. 35
1.2 O discurso sobre o consumo pelo viés pós-moderno.....	p. 40
1.3 Por uma abordagem etnográfica do consumo.....	p. 43
1.4 Cultura de consumo e telefones celulares.....	p. 51
1.5 Apropriações locais de uma tecnologia global: o impacto dos telefones celulares nas culturas urbanas.....	p. 55
1.6 O estudo dos telefones celulares nas ciências sociais: dos países desenvolvidos ao <i>global south</i>	p. 61

Capítulo II – Cultura material, tecnologia e a relação pessoa-objeto

2.1 A relação pessoa-objeto na ótica da Antropologia do Consumo.....	p. 73
2.2 Telefones celulares e a noção de pessoa, ou sobre o papel da técnica na constituição do indivíduo na contemporaneidade.....	p. 82
2.3 A simbiose corpo-máquina.....	p. 85
2.4 “Somos todos ciborgues”.....	p. 91

Capítulo III - Construindo um campo de pesquisa

3.1 A globalização como desafio para o trabalho de campo e a produção etnográfica.....	p. 101
--	--------

3.2 Da ilha distante ao final do corredor: e quando os nativos somos nós?	p. 103
3.3 Novas configurações do trabalho de campo como estratégia etnográfica	p. 110
3.4 Da inserção em campo de uma antropóloga aprendiz: o medo	p.116
3.5 Etnografando camadas populares: da teoria ao encontro etnográfico	p.130

PARTE II - Uma etnografia do consumo de telefones celulares em um grupo popular

Capítulo IV – A domesticação dos telefones celulares

4.1 Principais enquadres teóricos sobre as relações entre tecnologia e sociedade	p. 161
4.2 O conceito de domesticação e as tecnologias móveis....	p. 165
4.2 Dinâmicas de apropriação.....	p. 171
4.3 Estratégias de domesticação e gramáticas de uso.....	p. 188

Capítulo V - Aspectos econômicos: custo e estratégias de uso

5.1 Panorama histórico da telecomunicação móvel no Brasil.....	p.211
5.2 Telefones celulares e apropriação tecnológica.....	p.220
5.3 “O celular é a melhor invenção, pena que é caro”.....	p.224
5.4 A relação com as operadoras: entre a agência e a impotência.....	p. 234
5.5 Fazendo e recebendo chamadas: do celular pai-de-santo às ligações a cobrar	p.244
5.6 Diálogos com o imaginário: o tema das ligações a cobrar na música popular	p.254

Capítulo VI - O telefone celular como tecnologia afetiva

6.1 Consumo de tecnologia e identidades sociais.....	p. 268
6.2 A ligação emocional com o aparelho: humanização e corporalidade.....	p. 273
6.3 Corporalidade e produções identitárias: o celular como acessório de moda	p. 280
6.4 Consumo de celulares e relações emotivas.....	p. 297
6.5 O celular como <i>locus</i> de afetos e de memórias.....	p. 303

Capítulo VII – Comunicando, traindo e atraindo: o telefone celular entre gêneros e gerações

7.1 Micropolíticas do cotidiano: o papel do celular nos relacionamentos familiares e amorosos.....	p. 315
7.2 “Vinte e quatro horas no ar”: o panóptico entre os casais.....	p. 321
7.3 “É onde tu pega as coisas...”:sobre conflito e resistência	p. 330
7.4 O celular entre gerações: segurança e tensões entre pais e filhos	p. 339
7.5 Masculinidades, juventude e tecnologias móveis.....	p. 350
7.6 Elementos da masculinidade hegemônica na globalização.....	p. 352
7.7 Ocupar “onde não tem nada”: a propósito de música nos celulares, corporalidade e performance pública	p. 357
7.8 Práticas de subversão: o prazer da competição e do risco.....	p. 362

Capítulo VIII – Religiosidade e telefones celulares

8.1 Consumo de tecnologia e valores religiosos: as práticas tecno-espirituais	p. 371
8.2 “Porque o Senhor sabe como trabalhar”: os telefones celulares no cotidiano dos evangélicos.....	p. 376
8.3 Tradição, modernidade e imaginário tecnológico: a propósito das religiões afro-brasileiras	p. 383
8.4 “Meu celular é de São Jorge”: umbanda e telefones celulares	p. 391

Considerações finais	p. 401
-----------------------------------	--------

Referências	p. 411
--------------------------	--------

PARTE I

ENQUADRAMENTO TEÓRICO-METODOLÓGICO

**INTRODUÇÃO:
POR UMA ETNOGRAFIA DO CONSUMO DE
TECNOLOGIA EM CAMADAS POPULARES**



Figura 0.1 Reconstituição da imagem que Marisa - minha interlocutora privilegiada - obteve com seu celular, que mostra os pilares de sua casa cedendo.

Um celular observa o morro

William Foote-Whyte, precursor dos estudos de Antropologia em sociedades complexas, lembra de forma muito vívida em seu *Sociedade de Esquina* (FOOTE-WHYTE, 2005 [1943]) a importância daquele que se tornou seu informante privilegiado: Doc. É desta forma que escolho iniciar esta tese, convidando o leitor a abrir uma janela que dá diretamente para o campo de pesquisa: uma comunidade de camadas populares da cidade de Florianópolis, que aqui chamarei de Morro São Jorge. Foi lá que conheci Marisa, uma das interlocutoras privilegiadas deste trabalho.

Em dezembro de 2006, durante um jantar na casa de uma amiga (que aqui chamarei de Cláudia, assim como serão fictícios os nomes dos demais interlocutores) iniciamos uma conversa sobre minha pesquisa, ainda em fase de projeto. Ela me disse o seguinte: “Se quiseres saber sobre os celulares, devias ir ao Morro São Jorge, porque muita coisa interessante acontece por lá”. Através dela ouvi o primeiro de muitos relatos envolvendo a participação de celulares na vida dos habitantes dessa comunidade. Uma das mulheres que atendia, a Marisa, estava com a casa em situação de risco. Acontece que Marisa havia ido ao plantão de atendimento social da Prefeitura algumas semanas antes e dito o seguinte: “Vocês tem que fazer alguma coisa, minha casa está caindo, olha aqui.” E imediatamente sacou do bolso seu celular equipado com câmera. Segundo Cláudia esse fato causou espanto na equipe de atendimento, e surgiram frases como: “Nossa, ela tem um celular melhor que o meu” ou “A casa está caindo mas ela tem um celular com câmera.” Evidentemente sem aderir a pré-conceitos etnocêntricos sobre qual seria o padrão de consumo “adequado” para as classes populares, aceitei o convite de Cláudia para acompanhar uma visita técnica para verificação das condições da casa de Marisa. Ao conhecê-la, Marisa pode explicar melhor a situação: os pilares da casa estavam cedendo, fazendo com que esta pendesse para um dos lados, conforme mostra a imagem que abre esta introdução (Figura 0.1) e em maior detalhe na Figura 0.2. Em suas palavras,



Figura 0.2 Casa de Marisa - detalhe

que esta pendesse para um dos lados, conforme mostra a imagem que abre esta introdução (Figura 0.1) e em maior detalhe na Figura 0.2. Em suas palavras,

Eu tirei aqui da vizinha, porque a casa aqui minha ela tá cedendo. Como eu não tenho máquina fotográfica... Assim, eu tenho, mas daquela bem antiga... Aquela que roda, né? Aí eu peguei o celular e bati a foto pra levar pro pessoal da Prefeitura, foi o único meio. Então o celular teve uma utilidade. Tinha que levar as fotos pra eles verem e bati do celular. E ficaram boas as fotos.

Esse breve relato aponta para questões bastante significativas em termos antropológicos, em especial para o campo de estudos que se estabeleceu como Antropologia do Consumo. Quem decide o que é “necessário” e o que é “supérfluo”? Quais as lógicas culturais por trás de tais distinções? Como entender a moralidade tão presente nas discussões de senso comum – e também em alguns segmentos acadêmicos – que permeia as análises sobre o papel do consumo nas sociedades contemporâneas? As camadas populares podem “sobreviver”, mas não podem “consumir”, no sentido de exercer escolhas? Como pensar a disseminação dos telefones celulares, que iniciaram sua trajetória como símbolo de status, nas classes populares?

Da construção de um objeto de pesquisa

No final do século passado, Manuel Castells lançou em três volumes *A era da informação: economia, sociedade e cultura*, na qual cunhou o termo “sociedade em rede” para ressaltar o papel das tecnologias de comunicação e informação – e, em especial, da Internet – para a expansão do fenômeno que tornou-se conhecido como globalização. Na época, Castells argumentava que a Internet, em termos históricos, tinha se disseminado mais rapidamente do que qualquer outro meio de comunicação (CASTELLS, 2002). Entretanto, em pouco mais de dez anos um outro meio de comunicação, ainda não mencionado na trilogia de Castells, tornou-se parte integrante de nosso cotidiano: os telefones celulares. A ubiqüidade dessa tecnologia móvel e sua importância para a compreensão do universo social na contemporaneidade têm atraído o interesse de pesquisadores, entre os quais o próprio Castells, que ressalta a disseminação sem precedentes dos celulares, que se tornaram a tecnologia de mais rápida difusão na história da humanidade: “No final de 2007, o número de assinaturas de telefonia móvel atingiu a marca de 3,2 bilhões, o que representa uma

taxa de penetração de 50% da população do planeta como um todo” (CASTELLS, 2008, p. 447). Ao chamar a atenção para as mudanças na relação espaço/tempo propiciadas pelas tecnologias móveis de comunicação, Castells reafirma o caráter pervasivo e ubíquo dos telefones celulares, argumentando que “agora temos uma pele *wireless* sobreposta às práticas de nossas vidas, de tal forma que estamos em nós mesmos e em nossas redes ao mesmo tempo” (2008, p. 448). Nesse sentido, penso que o entendimento que Castells tem dos telefones celulares encontra eco nas palavras de Marisa, minha interlocutora-chave no Morro São Jorge, que definiu da seguinte forma seu entendimento acerca da importância dos celulares na vida das pessoas: “[Ter um celular é] estar no tempo, estar no mundo”.

O insight inicial para esta pesquisa surgiu na época em que cursava disciplinas como aluna especial e buscava um tema de pesquisa original para elaborar o projeto de pesquisa para ingresso no doutorado. Provienda do campo da Comunicação (graduação e mestrado) já havia escrito uma dissertação em que analisava representações do Brasil e de brasilidade em sites da Internet, tema que me aproximou da literatura antropológica e possibilitou a participação de dois antropólogos em minha banca de defesa na ocasião – Édison Gastaldo e Cornélia Eckert. Pretendia continuar pesquisando no campo dos estudos de mídia, mas ansiava por um tema diferente, por ampliar meus horizontes teóricos e, muito importante, ambicionava realizar uma pesquisa que envolvesse trabalho de campo – motivos pelos quais optei pelo Doutorado em Antropologia Social. Ao final do primeiro semestre de 2005, uma reportagem de capa de uma revista de circulação nacional trouxe o estalo: por que não pensar em propor como tese um estudo antropológico dos telefones celulares? Já havia visto outras reportagens sobre telefones celulares, mas essa capa da Revista Época chamou minha atenção para o interesse da mídia sobre a questão dos impactos socioculturais advindos do consumo de tecnologias móveis. Na reportagem, intitulada *A nova geração conectada* (FRUET; MANSUR, 2005), eram citados trabalhos da antropóloga Mizuko Ito e dos sociólogos Richard Ling e Amparo Lasen, o que já demonstrava haver um mínimo de literatura nas Ciências Sociais sobre o tema¹. Em

¹ Mesmo no exterior, a investigação a respeito dos telefones celulares é recente, e na época da elaboração do Projeto de Tese (2005) ainda eram relativamente poucos os artigos e livros publicados a respeito. Dentre as principais referências, destacavam-se a coletânea pioneira *Perpetual Contact – Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, organizado por James Katz e Mark Aakhus (2002); *Mobile connection: the cell phone's impact on society*, de Rich Ling, publicado em 2004, e a coletânea *Personal, Portable, Pedestrian*, organizada por

princípio, pensava em realizar um estudo comparativo do consumo de celulares entre camadas médias e populares, mas a primeira fase do trabalho de campo, realizada no Morro São Jorge em 2007, revelou-se tão frutífera que acabei concentrando o trabalho de campo nesse bairro de camadas populares.

O interesse do tema de minha tese inscreve-se no âmbito de uma cultura da interatividade e da conectividade instantânea, na qual as novas tecnologias de comunicação e informação adquirem uma centralidade crescente na vida dos agentes sociais: quem sou eu e como podia sobreviver antes sem meu celular e e-mail? Nesse sentido, busco refletir sobre o tema das relações do ser humano com a tecnologia, no enquadre teórico das relações entre cultura e consumo na contemporaneidade. O objeto de estudo da tese está delimitado ao estudo das relações pessoa-telefone celular demonstradas nos imaginários e nos usos e práticas sociais e culturais associados aos telefones celulares em um bairro de camadas populares, os quais dão conta de especificidades locais da apropriação de uma tecnologia global. Ao propor um estudo antropológico dos telefones celulares, estou interessada também em investigar seu papel na construção de um conceito de pessoa na contemporaneidade, sugerindo que este é profundamente atravessado pelo consumo de tecnologia. Nesse registro, este trabalho inspira-se em diálogo com a pesquisa desenvolvida por Barros (2007) em sua tese de doutorado sobre os códigos culturais e a hierarquia de valores que regem o consumo entre empregadas domésticas, em dois aspectos principais. Primeiro, no argumento de que as práticas de consumo entre grupos populares ainda são bastante invisíveis nas pesquisas acadêmicas – nas palavras da autora, “mesmo nas Ciências Sociais brasileiras, que sempre elegeram a ‘pobreza’ como um de seus principais ‘problemas’, o foco na questão do consumo raramente foi privilegiado” (BARROS, 2007, p. 12). Sem deixar de atentar para os constrangimentos econômicos, este estudo toma como premissa teórico-metodológica ir além dos estudos sobre consumo no Brasil que, como bem assinalou Barbosa (2004) são pautados por uma

Mizuko Ito, Daisuke Okabe e Misa Matsuda, publicado no final de 2005, nenhum deles ainda traduzido para o português e, como imaginará o leitor, também não disponíveis nas bibliotecas ou livrarias brasileiras. Em 2006, foi publicado *The Cell Phone – an anthropology of communication*, dos antropólogos Daniel Miller e Heather Horst. Foi o primeiro estudo das dimensões socioculturais dos telefones celulares a utilizar uma abordagem etnográfica, e constitui uma grande inspiração metodológica para esta pesquisa. Nas duas últimas seções do Capítulo Um, faço uma revisão teórica do estado da arte nos estudos sobre telefones celulares nas Ciências Sociais.

“lógica da falta”, e de “perdas e ausências” em vez da perspectiva de “ganhos e mudanças positivas” (BARBOSA, 2004, p. 62). É preciso ressaltar que, como bem critica Miller (2004), o estudo do consumo tem sido pautado por uma crítica moralista ao materialismo, como se às classes populares fosse somente facultado o “direito” a um consumo de caráter utilitário, para suprir carências materiais. Segundo, ao se inserir não somente em um campo em consolidação – o da Antropologia do Consumo – mas também na tradição antropológica que busca reconhecer diferentes possibilidades da construção da noção de pessoa, nossa pesquisa, como a de Barros (2007) busca atentar para o papel do consumo – e, no nosso caso, do consumo de tecnologia – na construção da noção de pessoa entre grupos populares. Nesse sentido, concordamos com a argumentação de Barros, que assinala a crescente importância da categoria “consumidor” como um elemento central da elaboração de uma identidade das classes populares urbanas brasileiras para superar a identidade de “pobre”, ao lado da categoria “trabalhador”, como mostrou, entre outros, Duarte (1986).

Autores como Miller (1987; 1995), McCracken (2003) e Slater (2002) elaboram o argumento, central para o ponto de partida da tese, de que a cultura e o consumo possuem uma relação sem precedentes no mundo moderno, e que essa relação expressa princípios culturais que podem ser apreendidos a partir da análise das relações entre cultura material e relações sociais. Segundo McCracken (2003, p. 167), os bens carregam princípios culturais: saber que os bens carregam tais princípios é “[...] começar a entender como eles servem como uma espécie de quadro no qual o significado deste universo cultural é inscrito.” Seu pensamento é coerente com a abordagem pioneira de Sahlins (2003) que explora os bens de consumo como “códigos-objeto” – capazes de estabilizar os significados culturais de uma sociedade - em seu estudo das posições de gênero presentes no vestuário americano. Para McCracken (p.11), o caráter cultural do consumo torna-se evidente na constatação de que os indivíduos “usam o significado dos bens de consumo para expressar categorias e princípios culturais, cultivar ideais, criar e sustentar estilos de vida, construir noções de si e criar (e sobreviver a) mudanças sociais.” O consumo, imbricado no tecido cultural contemporâneo, atua como estruturador de valores que regulam as relações sociais, constroem identidades e definem mapas culturais, revelando os padrões das sociedades.

Seguindo o pensamento de Miller em sua obra (1987; 1995; 2002; 2007) os processos de consumo não são tomados neste trabalho como mera representação de pessoas ou identidades, mas sim, também, como

cultura material. Isso significa dizer que adotamos como premissa teórico-metodológica o argumento, desenvolvido por Miller ao longo de sua obra, de que o consumo e o “materialismo” não significam a destruição da cultura material; portanto, constitui um erro vê-los como intrinsecamente malignos. Para Miller, ao invés de promover o materialismo, considerar o estudo do consumo através da abordagem da cultura material enfatiza o quanto o consumo pode ser usado para entender a natureza de nossa humanidade no âmbito de uma sociedade de consumo. Nas palavras do autor, “Estudos de cultura material trabalham através da especificidade de objetos materiais para, em última instância, criar uma compreensão mais profunda da especificidade de uma humanidade inseparável de sua materialidade” (MILLER, 2007, p. 47).

A importância da pesquisa justifica-se pela relevância do estudo do consumo para o entendimento da condição humana na contemporaneidade e pela originalidade da investigação no cenário da antropologia nacional. Nesse sentido, consultamos diversas fontes de pesquisa, tais como os bancos de dados disponíveis na Internet da CAPES e dos programas de pós-graduação, para verificar a extensão de trabalhos relativos ao tema. Encontramos poucos trabalhos próximos do tema de pesquisa aqui proposto, qual seja, as dimensões socioculturais do consumo de telefones celulares e as implicações culturais envolvidas na combinação pessoa-telefone celular. A atualização mais recente dessa busca, realizada em dezembro de 2009, revelou aproximadamente quarenta trabalhos² com a temática do telefone celular nas áreas de ciências sociais aplicadas, ciências da saúde e ciências humanas, com larga predominância da primeira. Há trabalhos nas áreas de Direito, Psicologia, Comunicação e, em maior quantidade, Administração – especialmente estudos sobre “comportamento do consumidor” voltados para camadas médias e altas. A maior parte são dissertações de

² A pesquisa, realizada em 18 de dezembro de 2009, trouxe o número de 464 trabalhos obtidos através da busca com o descritor “telefones celulares”. Uma análise mais detalhada dos títulos, descontadas repetições e trabalhos em outras áreas – especialmente as Engenharias - resultou na leitura de trinta e oito resumos nas áreas de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências da Saúde e Ciências Humanas, entre dissertações e, em quatro casos, teses (duas em Comunicação, uma em Design e uma na área de Letras). O número de trabalhos em cada área segue entre parênteses: Direito (3); Ciências Ambientais (1); Medicina e Saúde (2); Design (3); Letras (3); Psicologia (3); Educação (1); História das Ciências (1); Administração (8) e Comunicação (12). Dos resumos analisados, apenas dois referem-se a trabalhos desenvolvidos na área de Ciências Humanas, ambas dissertações de mestrado em Sociologia. Alguns desses trabalhos, como os de Nascimento (2004); Gomes de Lima (2006) e Souza e Silva (2004) são citados em mais detalhe ao longo desta tese.

mestrado. Dos trabalhos na área de Administração, gostaria de destacar, pelo foco em camadas populares, a dissertação de mestrado de Alves (2006), intitulada *Um Estudo Sobre o Uso de Telefonia Celular nas Classes de Baixa Renda*, que especificamente analisa, a partir de entrevistas em profundidade, o consumo de telefones celulares nas assim chamadas “classes de baixa renda”: as motivações para uso do serviço, os impactos no dia-a-dia dos usuários e o processo de aprendizado e uso dos serviços disponíveis. No campo da Comunicação, merece destaque a tese de Adriana Souza e Silva, defendida em 2004 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, intitulada *Interfaces móveis de comunicação e subjetividade contemporânea de ambientes de multiusuários como espaços (virtuais) a espaços (híbridos) como ambientes de multiusuários*. No trabalho, a autora analisa a transição de espaços de sociabilidade e de comunicação do ciberespaço para o que chama “espaços híbridos” – argumentando que as tecnologias móveis de comunicação, principalmente os telefones celulares, são responsáveis pela produção de novas redes sociais em um espaço que interconecta o físico e o virtual, devido à mobilidade contínua de seus usuários. O trabalho de Souza e Silva merece destaque, igualmente, por sua inserção internacional, levando a discussão de questões relativas ao consumo de telefones celulares no Brasil – incluindo trabalhos feitos em bairros populares do Rio de Janeiro – a publicações internacionais, desta forma estabelecendo pontes de diálogo com outros autores (SOUZA E SILVA, 2006; 2007; 2008).

Nossa busca não revelou nenhum trabalho na área da Antropologia, mas encontramos duas dissertações de mestrado em Sociologia. Na primeira, defendida na UNICAMP, *A mobilidade como artigo de consumo - Apontamento sobre as relações com o aparelho celular* (VICENTIN, 2008) o autor explora o consumo de celulares a partir de duas vertentes: primeiro, investiga a constituição das redes de telefonia celular para, a partir das prerrogativas técnicas do aparelho e da rede em que se insere, considerar os limites e possibilidades daquilo a que se nomeia mobilidade celular; segundo, realiza uma revisão teórica do consumo que aponta o papel dos celulares em lutas simbólicas por poder e distinção. A segunda dissertação (NASCIMENTO, 2004) analisa e compara o consumo de celulares entre adolescentes de camadas populares e médias da cidade de Fortaleza (CE) a partir de questionários respondidos e também da análise de anúncios publicitários. Além dos estudos em âmbito de pós-graduação, merecem destaque os trabalhos que a pesquisadora Nicolaci-da-Costa (2006; 2007) vêm desenvolvendo

na área de Psicologia, cujo foco recai sobre o papel do consumo de telefones celulares nas sociabilidades adolescentes entre jovens de camadas médias; bem como o pesquisador André Lemos, da Universidade Federal da Bahia, que, na perspectiva do campo da Comunicação, tem se interessado em analisar as interseções entre as tecnologias que tornam os telefones celulares “mídias locativas”, como o GPS, e o tecido urbano (LEMOS, 2007; 2008).

É nesse registro que proponho um estudo antropológico dos telefones celulares, que pretende investigar o papel desse “artefato-símbolo da contemporaneidade” (BAUMAN, 2001) na constituição de identidades e de novas práticas socioculturais. Interessa-nos investigar as práticas de consumo e os processos simbólicos que ocorrem na relação pessoa-telefone celular em contextos socioculturais brasileiros e compreender as dinâmicas de tais práticas e processos a partir da perspectiva de uma sociedade de consumo globalizada, a fim de realizar uma leitura cultural dos telefones celulares. Partindo da premissa de que a cultura contemporânea é fortemente marcada pelo consumo e pelas novas tecnologias de comunicação e informação, nossa tese é a de que os telefones celulares desempenham, na cultura brasileira, um papel importante na construção de imaginários, de identidades e do mundo social, constituindo um estilo de vida, uma maneira de *estar no mundo* – mediada pela tecnologia e informada pelos imaginários a respeito dos telefones celulares – que é cada vez mais característica da cultura contemporânea. Assim, tendo como tema de estudo as relações entre cultura e consumo na contemporaneidade, definimos nosso objeto de estudo nos usos e relações pessoa-objeto que ocorrem através dos telefones celulares em um grupo de camadas populares, o Morro São Jorge.

Igualmente, dado que se trata de uma tecnologia global, uma análise antropológica dos telefones celulares insere-se em uma problemática das mais caras para os estudos em Comunicação e Cultura na atualidade, a qual diz respeito ao estatuto das relações existentes entre os níveis local e global dos fenômenos socioculturais.³ Nesse registro, a preocupação desta tese com o caráter simbólico do consumo

³ As apropriações e reapropriações de fluxos globais por lógicas locais têm sido objeto de interesse dos mais relevantes de estudos que se situam na interface entre os campos da Comunicação e da Antropologia. Destaco, aqui, as formulações de Appadurai (1998); García-Canclini (2003) e Hannerz (1997; 2003). No Brasil, Rial (1997; 1998) também tem se preocupado em estudar os processos de globalização cultural procurando demonstrar que a propalada homogeneização cultural que seria causada pela globalização é contestada pela heterogeneidade de práticas que se deixam impregnar por contextos culturais locais.

de telefones celulares e as dimensões culturais envolvidas na combinação pessoa-telefone celular faz parte de uma literatura acadêmica que se desenvolveu recentemente, na virada do século XX para o século XXI. Trata-se de um novo campo a ser explorado: o das relações entre cultura e consumo na contemporaneidade, realizadas a partir do recorte da centralidade que adquiriram as novas tecnologias de comunicação e informação na vida dos agentes sociais.

De acordo com as considerações apresentadas, as perguntas que motivam esse estudo são as seguintes:

Quais são as dimensões materiais e simbólicas que ocorrem na relação pessoa-telefone celular no contexto de um grupo popular, os habitantes do Morro São Jorge?

Como compreender as dinâmicas de tais processos a partir da perspectiva de uma sociedade de consumo globalizada?

Como objetivo geral, esta pesquisa busca identificar e analisar os práticas socioculturais e os processos simbólicos que ocorrem na relação pessoa-telefone celular no contexto da cultura brasileira, fazendo uma leitura cultural dessa nova tecnologia a partir da perspectiva de uma sociedade de consumo globalizada.

A resposta à essas questões – o estudo dos imaginários, dos usos e práticas sociais e culturais associadas aos telefones celulares, no enquadre de uma sociedade de consumo globalizada – é do que tratará esta tese de doutorado. Nesta perspectiva, acredito que a investigação de doutorado aqui proposta irá avançar o conhecimento de aspectos importantes das relações entre cultura e consumo na contemporaneidade, recortadas no enquadre específico das relações pessoa-telefone em contextos socioculturais brasileiros.

Organização da tese

Nesta seção, apresento a ordem da organização dos capítulos da tese. Esta estrutura-se em mais oito capítulos, além deste capítulo introdutório e das considerações finais. Os capítulos estão divididos em duas partes: “enquadramento teórico-metodológico” (capítulos um a três) e “uma etnografia do consumo de telefones celulares em um grupo popular” (capítulos quatro a oito) onde apresento e discuto o material etnográfico. O trabalho de campo ocorreu ao longo do período de um ano, tendo sido dividido em duas fases: a primeira, realizada em janeiro e fevereiro de 2007, com visitas esporádicas ao Morro São Jorge em maio e outubro do mesmo ano; a segunda, entre meados de julho de

2008 e o final de abril de 2009, com intensa convivência no campo de pesquisa. Durante esses doze meses, foram gravadas cinquenta e duas entrevistas em profundidade, de caráter mais formal, que resultaram em mais de cinquenta horas de material gravado. Além disso, o corpus de análise etnográfica inclui mais de 300 imagens captadas; uma estimativa de mais de oitocentas horas de observação participante e quatrocentas páginas preenchidas do Diário de Campo.

Abaixo, apresento a ementa de cada um dos capítulos:

No primeiro capítulo, “Do global ao local: as dimensões culturais do consumo de telefones celulares”, elejo como ponto de partida a revisão da trajetória teórica que estabeleceu o consumo como objeto de estudo fecundo nas Ciências Sociais, filiando-me a uma corrente de pensamento que considera a etnografia uma abordagem teórico-metodológica privilegiada para a análise dos processos de consumo. Na segunda parte do capítulo, faço uma revisão crítica da literatura disponível sobre o tema de pesquisa, trazendo o estado da arte na pesquisa relacionada à telefones celulares e apresentando possíveis portas de entrada ao meu objeto de estudo. Desta forma, inicio a trajetória – que se completa no segundo e terceiro capítulos - que forma uma ponte entre um artefato globalizado e suas apropriações locais, tema da tese. O percurso da descrição do telefone celular como artefato global que, em termos culturais, é apropriado localmente encontra um aprofundamento no segundo e terceiro capítulos, quando adiciono novos referenciais teóricos e descrevo o campo de pesquisa.

Inicio o segundo capítulo, “Cultura material, tecnologia e a relação pessoa-objeto”, apresentando os referenciais teóricos que, a partir da perspectiva da Antropologia do Consumo, sustentam o trabalho, discutindo os campos de estudo e conceitos pertinentes para a tese - tais como cultura material, objetificação e consumo (Miller, 1987,1995); e biografia social dos objetos (Appadurai e Kopytoff, 1986); os quais na ótica da tese sempre levam em conta as relações entre pessoas e objetos consubstanciadas nas práticas culturais dos sujeitos. Prossigo propondo uma reflexão sobre o papel da tecnologia na constituição do indivíduo na contemporaneidade, sugerindo que a noção de pessoa é atravessada pelo consumo de tecnologia.

Inicio o terceiro capítulo, “Construindo um campo de pesquisa”, com uma reflexão sobre o trabalho de campo e as questões e desafios que a globalização coloca para a produção etnográfica, especialmente as pesquisas no campo da mídia. A última parte do capítulo descreve a inserção da pesquisadora no campo de pesquisa, apresenta alguns dos interlocutores, e discute aspectos, estratégias e escolhas metodológicas

feitas – tais como, por exemplo, os contextos de convivência com os interlocutores - e seu impacto ao longo de doze meses de trabalho de campo. Encerro o capítulo com uma breve revisão teórica sobre os temas do “popular” e da “favela” para a etnografia no contexto de grupos populares, relacionando-a com aspectos e interlocutores do Morro São Jorge.

Na segunda parte da tese, cada um dos capítulos etnográficos inicia com uma revisão teórica pertinente ao material a ser discutido, buscando dessa forma situar estrategicamente o campo de pesquisa em contextos econômicos, sociais e culturais mais amplos. Assim, no capítulo quatro, “A domesticação dos telefones celulares”, faço uma revisão do conceito de domesticação, situando-o no enquadre de outras correntes teóricas nos estudos das relações entre tecnologia e sociedade. Prossigo relacionando o conceito de domesticação com as tecnologias móveis, argumentando que, na medida em que o conceito é reatualizado para o estudo das chamadas “novas” tecnologias de comunicação e informação, torna-se produtivo como abordagem metodológica para um estudo etnográfico do consumo de telefones celulares. Neste primeiro capítulo de apresentação e análise do material etnográfico, argumento que os telefones celulares, tais como as pessoas, são objetos com vida social. O capítulo apresenta e analisa que vida social é essa, em termos das práticas sociais e culturais dos habitantes do Morro São Jorge. Após a descrição de como o telefone celular entrou na vida dessas pessoas, bem como os significados à ele atribuídos, discuto questões como as estratégias de domesticação dessa tecnologia e as gramáticas de seu uso, que envolvem tanto os autodenominados “fãs” ou “viciados” em celular, que dominam a maior parte ou todos os recursos do aparelho, quanto aqueles cujo uso se limita a fazer e receber ligações. Aqui descrevo como as funções do celular são usadas – ou não. Se em geral, por exemplo, são os jovens que tem facilidade com a tecnologia, como os idosos e os analfabetos usam o celular? Além disso, incluo os relatos sobre as mudanças trazidas pelo celular – novas práticas socioculturais a que os interlocutores tiveram de se acostumar. Também descrevo as percepções, discursos e imaginários sobre o celular na comunidade.

No capítulo cinco, “Aspectos econômicos: custo e estratégias de uso”, inicio fazendo um panorama histórico da telecomunicação móvel no Brasil, o vertiginoso crescimento de seu uso e o papel e políticas das operadoras de telefones celulares em nosso país, principalmente em termos do custo das tarifas. Essa primeira parte do capítulo inclui estatísticas relevantes como as da ANATEL e do IBGE. O eixo central do capítulo consiste em descrever e analisar o impacto desse custo entre

os interlocutores; o significado à ele atribuído; bem como os usos e estratégias utilizados para dar conta e contornar o custo elevado das ligações telefônicas no Brasil. Entre essas estratégias, destaco o que chamo de “economia das ligações a cobrar” e a posse de múltiplos “chips” (cartões SIM das operadoras de telefonia celular) a fim de aproveitar as diferentes promoções e ofertas de bônus de cada uma delas. Também é descrita e analisada a categoria nativa do “celular pai-de-santo” como estratégia de domesticação dos constrangimentos financeiros associados ao uso dos celulares no Brasil. O capítulo também discute a categoria nativa do “fazer rolo” (na qual celulares são trocados no sistema de escambo por outros objetos ou mesmo vendidos) e a situa no âmbito de uma economia de circulação de aparelhos de telefone celular. O capítulo prossegue com uma análise das relações dos habitantes do Morro São Jorge com as operadoras de telefonia celular, situando-as entre os pólos da agência e da impotência. Por fim, o capítulo encerra propondo um diálogo com o imaginário do tema das ligações a cobrar. Assim, cumpre-se também a estratégia metodológica preferencial desta pesquisa, que é situar o campo de pesquisa em contextos mais amplos. A via de acesso a esse imaginário ocorre pela música: são analisadas canções de música popular, de gêneros que vão do sertanejo ao funk, as quais dão conta da imbricação da prática de se fazer ligações a cobrar no próprio projeto de consumo de telefones celulares, mostrando que essa prática está disseminada por todo o Brasil.

O sexto capítulo intitula-se “O telefone celular como tecnologia afetiva”, e propõe discutir como os telefones celulares, na relação dialética pessoa-objeto colocada pela Antropologia do Consumo, tornaram-se importantes marcadores de identidades sociais. Argumento também que a relação das pessoas com esses objetos é marcada pela emoção, em termos daquilo que Lasen (2004) denominou “tecnologias afetivas”, ou seja, como as pessoas terminam por desenvolver uma relação emotiva e humanizadora com o objeto telefone celular e uma relação afetiva com os conteúdos nele armazenados. Descrevo práticas e discursos nos quais os telefones celulares são humanizados. Analiso práticas dos interlocutores que dão conta, entre outras questões, de como o celular se torna um *locus* de afetos e de memórias, através da produção e armazenamento de sons e, principalmente, imagens ligadas ao cotidiano. Analiso como essa produção de imagens circula nas redes sociais e se relaciona com outros aparatos tecnológicos, em especial computadores e DVD players, e como essa tecnologia possibilita transpor o físico e analógico para o digital e virtual. Nesse sentido, uma das principais descobertas é a grande disseminação do recurso do

“bluetooth” para circulação e transferência de imagens, músicas, vídeos de humor ou eróticos, e toques ou “ringtones” humorísticos. Descrevo como os telefones celulares estão ligados à produção de identidades, principalmente através de recursos de personalização mas, também, do próprio consumo e troca constante de diferentes categorias de aparelhos. Nesse sentido, o celular pode ser percebido como um objeto que, de instrumento de comunicação, transformou-se em acessório de moda, dessa forma possuindo papel significativo na apresentação de si.

O capítulo sete, “Comunicando, traindo e atraindo: o telefone celular entre gêneros e gerações”, inicia com uma breve revisão teórica acerca das micropolíticas do cotidiano presentes nas relações entre os gêneros. Neste capítulo analiso o papel do telefone celular na comunicação e nos relacionamentos familiares e sua percepção inicial como um mediador positivo, que possibilita aquilo que Katz e Aakhus (2002) chamaram de “perpetual contact”, ou seja, a possibilidade de ser acessível 24 horas por dia. Se pelo lado positivo tal acessibilidade é percebida como segurança e conveniência – principalmente na relação de pais e, principalmente mães, com seus filhos (como nas falas sobre “agora que trabalho fora e meus filhos ficam em casa, tenho que ter celular”) por outro lado o discurso dos interlocutores rapidamente possibilita perceber que o telefone celular também é tido como um mediador negativo: que “conta os segredos”; invade a privacidade; mistura o público com o privado e íntimo e através do qual se pode tanto “rastrear” quando “ser rastreado”. O capítulo descreve as tensões provocadas pela posse e uso de celulares entre filhos e filhas que querem liberdade e pais e mães que querem controlar seus namoros; namorados que fazem um “pacto de fidelidade” que consiste no acesso irrestrito aos conteúdos do celular do outro; maridos que controlam as esposas através de inúmeras ligações diárias e cônjuges que descobrem traições através dos celulares dos parceiros e parceiras. Argumento, nesse sentido, que o telefone celular engendra micropolíticas do cotidiano nas quais as hierarquias de gênero tanto podem ser refletidas, quanto subvertidas. A última parte do capítulo trata também do tema da subversão, mas no enquadre do papel da tecnologia na constituição de masculinidades hegemônicas no Morro São Jorge. Descrevo e analiso ao final do capítulo a importância da música tocada nos telefones celulares, principalmente entre os jovens, como uma importante instância de performatividade de identidades entre os jovens do sexo masculino. Além disso, descrevo usos e estratégias que buscam subverter o “poder das operadoras” em relação aos usuários de telefones celulares. Trata-se de redes sociais, que incluem o uso da Internet, nas quais ensina-se, por

exemplo, a desbloquear aparelhos e a modificar características dos telefones, como o seu sistema operacional; igualmente, trocam-se nas redes de sociabilidade estratégias para usar o telefone sem pagar pelas ligações.

No oitavo e último capítulo da tese, “Religiosidade e Telefones Celulares”, fecha-se um ciclo que se inicia nos capítulos quatro e cinco, que vai do que poderia ser considerado mais “pragmático” – a questão dos custos – ao mais simbólico – a questão da religiosidade. Na primeira parte do capítulo, realizo uma revisão de literatura que dá conta das chamadas “práticas tecno-espirituais”, as quais são colocadas em perspectiva através da descrição de casos etnográficos nos quais o consumo de tecnologia cria tensões entre modernidade e tradição. Em seguida, convido o leitor a retornar para o Morro São Jorge. Início percebendo a importância da religiosidade na vida da comunidade, através da descrição da presença de símbolos religiosos em suas casas. Descrevo em seguida as práticas religiosas dos dois grupos religiosos predominantes na comunidade do Morro São Jorge – os adeptos das religiões afro-brasileiras, como o candomblé, e os evangélicos, em sua intersecção com a apropriação e uso de telefones celulares. Busco analisar como o telefone celular modifica a vivência cotidiana da religiosidade, bem como pode auxiliar na disseminação das culturas religiosas. Tais práticas são percebidas e descritas tanto na dimensão do celular como mediador positivo quanto negativo. Argumento que a apropriação e o uso de telefones celulares em práticas religiosas traz novas e renovadas possibilidades de expressão da religiosidade.

Todos os capítulos são abertos por uma imagem, que busca convidar o leitor a mergulhar, pela visualidade, no tema proposto. Todas as imagens apresentadas nesta tese são de minha autoria, excetuando-se duas imagens mostradas no capítulo dois, e a imagem de um anúncio publicitário incluída no capítulo seis.

CAPÍTULO I

DO GLOBAL AO LOCAL: AS DIMENSÕES CULTURAIS DO CONSUMO DE TELEFONES CELULARES

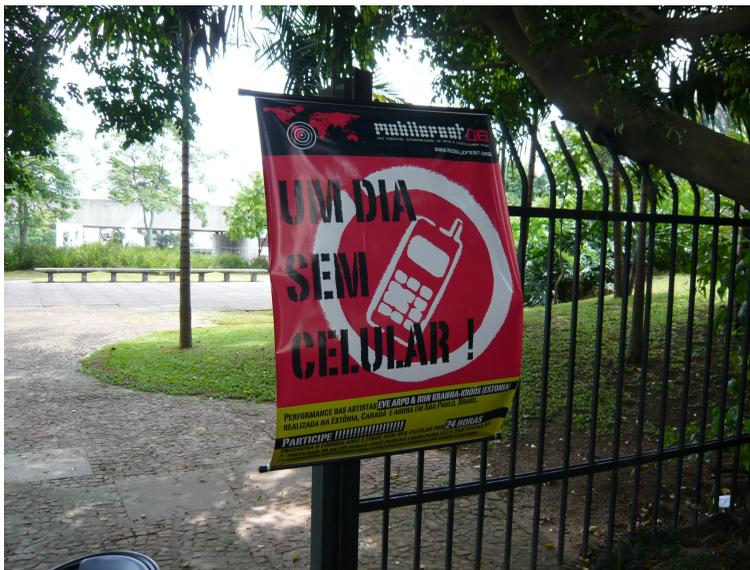


Figura 1.1 Cartaz da performance artística “Um dia Sem Celular”, ocorrida durante o Terceiro Festival de Arte e Criatividade Móvel (Mobilefest), no Museu da Imagem e do Som, em São Paulo, evento do qual participei em 2008. A performance, idealizada pelas artistas estonianas Eve Arpo e Riin Kranna-Krõds, já havia acontecido na Estônia e no Canadá. Em São Paulo, também foi realizada na saída da estação do metrô São Bento, uma das mais movimentadas da capital paulista, com a proposta de convidar os transeuntes a ceder seus celulares por 24 horas para que fossem pendurados pelas artistas em uma árvore. Os participantes foram convidados a ligar para esses celulares durante a noite, em horário pré-combinado (das 19 às 20 horas). O efeito de vários celulares tocando ao mesmo tempo criou, assim, uma “sinfonia de celulares”, provocando um interessante efeito visual e sonoro e convidando à reflexão sobre o papel dos telefones celulares na cena contemporânea. A performance está documentada no site do Mobilefest – www.mobilefest.com

CAPÍTULO I

DO GLOBAL AO LOCAL: AS DIMENSÕES CULTURAIS DO CONSUMO DE TELEFONES CELULARES

1.1 O estudo do consumo nas Ciências Sociais

Nas Ciências Sociais, um novo campo de estudos cujo foco de interesse é a chamada cultura de consumo inicia sua consolidação como objeto de interesse antropológico em si mesmo a partir da década de oitenta do século vinte (BOURDIEU, 1979; BAUDRILLARD, 1981; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004 [1978]; MILLER, 1987). Entretanto, o reconhecimento da função simbólica dos bens para a reprodução social, tão importante nesses primeiros estudos, convive até mesmo em obras mais recentes com um discurso de crítica moral sobre o consumo, remanescente das décadas de sessenta e setenta. Nesse discurso, impera um tom moralizante e denunciatório a respeito de supostos aspectos perniciosos e desagregadores do consumo, o qual não leva em conta a visão dos agentes sociais a respeito de suas próprias práticas, nem toma o consumo como um processo dialético – uma dinâmica social e cultural complexa, repleta de nuances e de contradições. Nesse sentido, filio-me, apoiada em Barbosa e Campbell (2006) e Miller (1987; 1995; 2004) em favor da importância da valorização de uma abordagem etnográfica aos estudos do consumo. Argumento que as abordagens de cunho etnográfico, ao apostarem na análise social tomando como base a valorização das experiências concretas dos agentes sociais, mostram-se mais adequadas para captar as complexidades das dinâmicas pertinentes aos processos cotidianos de consumo.

Meu objetivo, nesta seção, é argumentar em favor da importância da valorização de uma abordagem etnográfica aos estudos do consumo. Para tanto, inicio percorrendo as origens históricas da sociedade de consumo e discuto a existência de um *bias* produtivista que tem permeado os estudos sobre o consumo em geral, tanto na teoria econômica quanto nos primeiros estudos sobre o campo nas Ciências Sociais. Em seguida, identifico os pressupostos teóricos e os autores mais representativos de duas grandes correntes que mobilizam o campo de estudos: de um lado, aqueles que, em um registro universalizante,

tomam a sociedade e a cultura de consumo como sendo a cultura da sociedade pós-moderna, pautando suas obras por uma forte crítica social; de outro, aqueles que, levando em conta o embasamento empírico, tomam o consumo como um processo dialético – uma dinâmica social e cultural complexa e, portanto, contraditória. Ao longo desta seção, são citados vários exemplos etnográficos que dão conta da riqueza que tal abordagem traz para o fortalecimento do campo.

Iniciemos com a constatação de que o termo “consumo” é bastante elusivo. Barbosa (2004) assinala que são duas as categorias básicas de entendimento da atividade de consumo nas sociedades contemporâneas: de um lado, o consumo para satisfação de necessidades “básicas”; de outro, o consumo para satisfação de necessidades “supérfluas” – sendo que estes são tomados aqui como rótulos explicativos plenos de julgamentos de valor, os quais são utilizados principalmente por jornalistas, profissionais de marketing ou intelectuais para se referirem à sociedade contemporânea. Segundo a autora, se reconhecermos que consumir, seja para necessidades “básicas” ou “supérfluas”, é uma atividade presente em toda e qualquer sociedade humana, uma questão se coloca de imediato: qual seria a especificidade do consumo quando se fala em uma *sociedade de consumo*, já que todas as sociedades humanas consomem para poderem se reproduzir física e socialmente, todas manipulam artefatos e objetos da cultura material para fins simbólicos de diferenciação, atribuição de status, pertencimento e gratificação individual?

A resposta irá depender do tipo de abordagem teórica utilizada: consumo pode tanto significar um tipo de consumo particular - como no caso da sociedade de consumo de Baudrillard (1981), que se pauta por um tipo específico de consumo, o consumo do signo ou *commodity sign* - quanto um tipo de sociedade específica com arranjos institucionais, princípios classificatórios e valores particulares, ou mesmo ambos (Barbosa, 2004, p. 8). Trata-se de reconhecer as dificuldades do ponto de vista conceitual e metodológico que se apresentam nos estudos sobre o consumo, assim como o fato de que estas estão sujeitas a contínuos debates.

Barbosa (2004) nos mostra que a consolidação do campo de estudos em torno do consumo baseia-se em duas pressuposições teóricas: em primeiro lugar, o reconhecimento que o consumo é central no processo de reprodução social de qualquer sociedade, ou seja: todo e qualquer ato de consumo é essencialmente cultural. Em segundo lugar, está a caracterização da sociedade moderna contemporânea como uma sociedade de consumo. Mais do que isso, estudos de caráter histórico

como os presentes na obra de Elias (2001) e Campbell (2001) evidenciam que as origens históricas da sociedade moderna encontram no consumo um fator da maior importância, que desafia a historiografia canônica que centra suas luzes no advento da Revolução Industrial. Assim, temos que a teoria social tomou por muito tempo a produção e, portanto, o advento da Revolução Industrial como forma de entendimento da formação da modernidade. Entretanto, na perspectiva da antropologia do consumo, é constante entre os autores o protesto ante o fato de que o consumo tenha sido por tanto tempo negligenciado pela ciência social como chave explicativa da modernidade (Douglas e Isherwood, 2004; Miller, 1987; 1995; 2004; McCracken, 2003; Slater, 2002; Campbell, 2001). Nesse sentido, é preciso esclarecer, em linhas bastante gerais, como o consumo pode ser pensado como motor da modernidade.

Estudos como os acima referidos proporcionam uma base para se argumentar que uma Revolução do Consumo e do Comércio precedeu a Revolução Industrial, constituindo um elemento central da modernidade e da modernização ocidental. Nesse sentido, contrariando toda uma narrativa que tem sido sustentada desde há muito na historiografia e na economia, a sociedade e a cultura de consumo precederam a Revolução Industrial, e não o contrário (Barbosa, 2004). Segundo a autora, são várias as evidências e questões reveladoras a respeito. Por exemplo, as invenções ligadas à Revolução Industrial ocorreram após uma explosão do consumo, não podendo portanto ser responsáveis pela criação das condições materiais para as pessoas consumirem mais; da mesma forma, os argumentos produtivistas dos economistas, que tomam o consumidor como “naturalmente” insaciável e pronto a consumir não conseguem explicar as origens dessas características. No máximo, sem qualquer embasamento empírico, constatam que estas devem-se a fatores psicológicos e, desta forma, não percebem que essas características da sociedade de consumo são resultado de um processo histórico (Barbosa, 2004). Nesse registro, Miller (1995) revela outros argumentos contra o chamado “*bias* produtivista”: para o autor, esse desinteresse em relação ao consumo esconderia, na verdade, um “pacto” assumido pelos cientistas sociais ao longo do século vinte no sentido de não comprometerem a “grande narrativa” que tem conferido precedência moral e ideológica à Revolução Industrial e à produção (trabalho) em detrimento do consumo, desqualificado como moralmente inferior. Como resultado, o consumo foi, por muito tempo, excluído da problemática das Ciências Sociais. Dessa forma, garantiu-se a hegemonia política da economia como campo de conhecimento.

Entre as várias mudanças históricas que propiciaram o advento da sociedade de consumo, cumpre destacar três: primeiro, o papel do fortalecimento de uma ética romântica, advinda da expansão da leitura de romances, analisada por Campbell (2001); segundo, a passagem do consumo familiar para o consumo individual (Elias, 2001); e, terceiro, a transformação do consumo de pátina para o consumo de moda (MCCRACKEN, 2003).

Campbell (2001) destaca o advento da revolução do consumidor na Inglaterra do século XVIII, tecendo uma crítica à visão do consumismo como forma de comportamento irracional e indigno. Como questão central, Campbell pergunta-se sobre a gênese que subjaz a criação dinâmica de novas necessidades: como explicá-las? Na opinião do autor, as perspectivas teóricas anteriores são profundamente insatisfatórias. Sinaliza que o romance, a moda, e o amor moderno são indícios do advento de um individualismo que mobiliza a revolução do consumidor. Assim, são duas as teses de Campbell: primeiro, a de que há uma profunda ligação entre a ética romântica e o espírito do consumismo moderno: o movimento romântico está ligado ao surgimento do consumismo moderno (embora não fosse essa exatamente, a intenção dos românticos, aponta o autor). O romantismo, até hoje, ajuda a suplantiar o tradicionalismo e a impulsionar o consumismo. Segundo, a de que o consumo moderno tem sua origem em mudanças na subjetividade moderna, que contempla uma mudança na estrutura do hedonismo, ou seja, na concepção das fontes de prazer.

Como não poderia deixar de ser, Campbell incorpora em sua teorização uma comparação com Weber e suas reflexões sobre a ética protestante e o espírito do capitalismo. Campbell, portanto, filia-se à corrente teórica que denuncia a inaptidão do utilitarismo para o entendimento das dinâmicas do consumo enquanto fenômeno social. A origem das necessidades, assim, estaria pautada por um modelo hedonista da ação humana, tendo o prazer, e *não a satisfação*, como motivação para o consumo. Campbell faz uma distinção entre o hedonismo tradicional, baseado em uma experiência sensorial, e o hedonismo moderno: neste, o prazer é uma ilusão - na construção de seu próprio prazer, os indivíduos mobilizam uma disposição para a fantasia. Nesse sentido, Campbell frisa que o interesse do indivíduo se concentra nos significados e imagens do produto. Esse hedonismo moderno, de caráter autônomo e auto-ilusivo, abrange as dinâmicas da moda, do consumo moderno e do amor romântico, num processo infindo de criação e abandono das necessidades. Já para Appadurai (1998) o consumo está associado à imaginação, que por sua vez remete a um

modo de fruição ativo, no qual há um processo de investimento de significados por parte do consumidor.

Campbell (2001) traz uma visão mais ideológica na tentativa de explicar os padrões de consumo. Tomando como base as idéias de Max Weber, Campbell argumenta que, da mesma forma em que a ética protestante fornece a base para o espírito da produção capitalista, o Romantismo, com seu culto à expressão individual dos sujeitos, foi central em fornecer o espírito do consumismo moderno, baseado no individualismo e na busca do prazer. Se as classes sociais foram fundamentais para o desenvolvimento da produção, os leitores de romances, sustenta o autor, foram fundamentais para o desenvolvimento do consumo. Desta forma, é possível argumentar que o consumo, e não a produção, configura-se como sendo o motor da sociedade contemporânea: na medida em que o consumo comunica significado social, torna-se arena de disputas em torno da distinção social. Portanto, Campbell (2001) relaciona o aparecimento do consumismo moderno com a ética romântica que valoriza o indivíduo e estimula a busca do prazer emocional. O autor denuncia a inaptidão do utilitarismo para o estudo do consumo e defende que a origem das necessidades reside em um modelo hedonista da ação humana – o prazer, e não a satisfação de uma necessidade, é o objetivo do consumo. Campbell nega a visão pejorativa do consumo que julga o consumismo como comportamento irracional e indigno.

Em *A Sociedade de Corte*, Norbert Elias (2001) demonstra como o consumo se dava no nível familiar e como a sociedade era organizada em torno de grupos de status. Analisando a sociedade francesa dos séculos XVII e XVIII a partir da corte de Luís XIV, o Rei-Sol, o autor nos mostra como o estilo de vida dos diferentes grupos sociais – os nobres e a crescente burguesia - era controlado e regulado, em parte, pelas leis suntuárias, que determinavam, por exemplo, as regras do vestuário. A posição social de uma pessoa determinava o seu estilo de vida, independentemente de sua renda, o que favorecia uma rede de interdependências de nobres falidos em relação aos favores reais, já que aqueles que não conseguiam manter o estilo de vida determinado pelas leis suntuárias eram excluídos da sociedade de corte. Na falta de rendas vitalícias, uma alternativa para os nobres era o casamento com os burgueses – a classe produtiva da sociedade francesa. Os burgueses possuíam renda suficiente para um estilo de vida luxuoso; entretanto, este lhes era vedado pelas leis suntuárias, e somente o ingresso na nobreza tornava possível o acesso à essa forma de consumo.

Por sua vez, tomando como ponto de partida a sociedade inglesa,

McCracken (2003) observa o advento da sociedade de consumo é marcado pela questão política. O autor sustenta que, em meados do século XVI, a insistência da rainha inglesa Elizabeth I em fazer com que os nobres, que antes permaneciam em suas comunidades, passassem a vir à corte para obter os favores reais levou à uma revolução na vida social da época. Com todos os nobres disputando a atenção da soberana, a competição entre eles por status tornou-se inevitável e os modos de consumo surgiram como forma ideal de chamar a atenção. Tais modos tornaram-se cada vez mais complexos e sutis: as distinções podiam agora ser estabelecidas pelo tipo de bens consumidos. No século XVIII, a competição social estendeu-se da corte real para as camadas plebéias da nascente burguesia, formando um mercado disponível para a grande expansão na disponibilidade de mercadorias que marcou o início da Revolução Industrial. A Inglaterra desse período torna-se o berço, portanto, do início do consumo de massa, em oposição ao consumo de elite que caracterizou a corte elizabetana. Uma possível crítica à McCracken é a de, embora bastante válido, seu relato do advento da sociedade de consumo permanece no nível da vida política e da competição por status.

Um último ponto a considerar, mas não menos fundamental, refere-se à mudança do consumo de pátina para o consumo de moda. “Pátina” refere-se às propriedades simbólicas da cultura material, consistindo nos signos que o tempo acumula na superfície material dos objetos, constituindo uma modalidade de representação do consumo que comunica posição elevada, riqueza, opulência e gosto (McCracken, 2003). Em uma modalidade de consumo familiar e não individual, os objetos são mantidos nas famílias ao longo de gerações, dando conta de seu sucesso. Esse mecanismo comunica mensagens de status. Curiosamente, não no sentido de reivindicar status, mas sim de autenticá-lo, pois “a presença desta pátina reassegura a um observador que [os objetos] têm sido uma posse da família por várias gerações e que, portanto, a família não é recém-chegada à sua presente posição social” (McCracken, 2003, p. 55). Nesse registro, Barbosa (2004) revela que a relação de dependência entre status e estilo de vida determinada pelas leis suntuárias, assim como o consumo de pátina, são completamente rompidas na sociedade contemporânea, individualista e de mercado: “nesta, a noção de liberdade de escolha e autonomia na decisão de como queremos viver e, mais ainda, a ausência de instituições e de códigos sociais e morais com suficiente poder para escolherem por nós e para nós são fundamentais” (p. 21).

1.2 O discurso sobre o consumo pelo viés pós-moderno

Nome central na teorização sobre os modos de produção do consumo, Baudrillard (1973; 1981) está interessado em seus aspectos sistemáticos, mas não acredita que os consumidores tenham muito poder sobre suas práticas; igualmente, não leva muito em conta o nível empírico em suas análises. Sua principal tese é a de que o entendimento do consumo moderno passa pela relação das necessidades individuais com um sistema de objetos. Assim, as necessidades não estariam ligadas à objetos específicos, e nem mesmo aos desejos de indivíduos particulares por determinados objetos específicos. Aonde estariam, então? Para Baudrillard, as necessidades estão localizadas nas práticas do marketing e da publicidade, cuja função é a de criar necessidades permanentemente. E não somente necessidades por um determinado objeto em particular, mas sim necessidades que funcionam para criar e alimentar uma permanente lógica do desejo. A sociedade de consumo é, nesse sentido, aquela na qual o signo é a mercadoria. Com isso, Baudrillard sinaliza um descolamento definitivo entre valor de uso e valor de troca da mercadoria e sua associação exclusiva com o aspecto simbólico, o qual é realocado em múltiplas configurações pela força da mídia. Como resultado da autonomia do significado em relação ao significante, temos uma sociedade de consumo ou uma sociedade pós-moderna saturada de imagens, na qual a realidade é estetizada e o pastiche se torna mais real do que o real – uma hiper-realidade.

Uma crítica a ser feita à perspectiva pós-moderna de Baudrillard é a de as atividades de consumo não podem ser reduzidas à dimensão hiper-real observada em um shopping center, por exemplo. Nesse registro, Barbosa (2006) argumenta em favor de uma abordagem analítica que leve em conta as novas formas de sociabilidade, de comunicação e de relação com a subjetividade e com a cultura material que se desenvolvem em seu interior, e são geralmente ignoradas. Assim, “Há uma grande diferença entre perceber o espetáculo e o encantamento como partes de certos ambientes e atividades e reduzir as idas ao shopping e o próprio shopping a uma permanente aventura em um mundo de hiper-realidade, no qual as pessoas e suas respectivas racionalidades e subjetividades se encontram anuladas.” (BARBOSA, 2006, p. 12).

Em desenvolvimento mais recente, Featherstone (1995) desenvolve uma abordagem pós-moderna do consumo que reconhece a qualidade dos *insights* de Baudrillard a respeito da estetização da vida cotidiana, especialmente no que se refere ao fluxo veloz de signos e

imagens que saturam a trama da vida na sociedade contemporânea. Esse aspecto, sublinha Featherstone, é fundamental para o desenvolvimento da cultura de consumo. O autor nota que a construção de identidade relacionada ao consumo não está restrita aos jovens e ricos, mas afeta a todos na medida em que o mundo pós-moderno encoraja o indivíduo a acreditar que pode tornar-se quem quer que seja, desde que esteja apto a consumir. Featherstone discute, nessa perspectiva, a estetização da vida cotidiana: o processo pelo qual padrões de estilo, bom gosto e design invadem todos os aspectos da vida contemporânea.

Levando em conta a realidade de um mundo saturado de imagens, Baudrillard (1981) irá lançar o interessante argumento: na lógica do desejo, o consumo torna-se para o consumidor não um prazer, mas uma espécie de obrigação. Assim, Baudrillard afirma que nos tornamos consumidores em sentido amplo, já que as necessidades são produzidas como elementos de um sistema e não como uma relação entre um indivíduo e um objeto. As necessidades e o consumo, desta forma, são vistos como uma extensão organizada das forças produtivas: fundamentalmente, contribuem para a consolidação do capitalismo. O indivíduo serve ao sistema não apenas quando produz, mas também quando consome – sendo que a indústria cultural possui papel fundamental para todos os processos de reprodução capitalista.

Embora talvez não tão apocalíptico quanto Baudrillard, Bauman (2001) – cujos escritos tem enorme aceitação no meio acadêmico brasileiro - também revela-se bastante pessimista e moralista quanto às conseqüências da sociedade de consumo que, para o autor, possuem um alto poder de desagregação social. Para Bauman, isso ocorre porque a sociedade de consumo transformou o princípio do prazer no princípio da realidade, ou seja, Bauman toma a individualização como processo de efeitos bastante negativos. Analisando a obra de Bauman, Barbosa (2004) afirma que várias críticas podem ser feitas à sua obra. Em primeiro lugar, a combinação entre crítica moral e filosófica à sociedade de consumo revela uma certa nostalgia utópica por épocas passadas, sem qualquer fundamentação histórica ou sociológica. Segundo, se dois séculos de capitalismo geraram forte desigualdade social, é bom lembrar que antes de seu advento não existiam quaisquer possibilidades de amparo aos desfavorecidos por parte do Estado. Em terceiro lugar, é pertinente um questionamento sobre quem é esse agente social que vive sob a égide do princípio do prazer, em um mundo de fantasia descolado da realidade. Se existem aqueles que assim o fazem, ou parecem fazê-lo – podemos tomar como exemplo do fenômeno as celebridades – existem mais ainda os que vivem e trabalham sob o princípio da realidade. E,

como mostra Rial (2008b) em um dos poucos estudos empíricos sobre celebridades, mesmo no caso destas há as que não vivem totalmente impermeáveis à realidade. Os jogadores de futebol brasileiros que atuam no milionário futebol europeu, estudados pela autora, não viviam absolutamente em um mundo de fantasia; ao contrário, se percebiam fazendo grandes sacrifícios em prol das famílias que haviam permanecido no Brasil.

Em sua leitura crítica de Bauman, Barbosa assinala ainda que a falta de embasamento empírico cria fortes discrepâncias que merecem atenção: “[...] uma rápida enquete sociológica nos indicaria, sem qualquer dificuldade, interpretações bastante distintas acerca da motivação e de como as pessoas interpretam o mundo e suas ações que soariam bastante distintas das que Bauman julga que elas o fazem.” (Barbosa, 2004, p. 48). Na mesma linha de pensamento, Miller (2006) fazendo referência às descobertas etnográficas de seu próprio estudo na Jamaica, argumenta que uma contribuição antropológica aos estudos sobre o consumo reside justamente em demonstrar como termos e premissas da literatura podem fazer pouco sentido quando aplicadas à regiões fora dos domínios sociológicos tradicionais.

Nesse sentido, autores como Slater (2003) lembram que a pós-modernidade é um debate, e não um fato. O autor tece uma crítica aos pós-modernistas, em favor de uma abordagem embasada empiricamente aos estudos do consumo:

Dizer que as coisas, as necessidades e os usos não são definidos naturalmente, e sim culturalmente, é uma coisa; é dizer que temos de examinar a forma pela qual são definidos e representados no interior de modos de vida práticos e particulares. Por outro lado, argumentar à maneira da semiótica que o único uso real de uma coisa é significar é dizer que não precisamos examinar os complexos mundos etnográficos onde usamos os bens num grande número de práticas cotidianas, mas somente os sistemas de significado, as classificações sociais de diferença no interior das quais as coisas significam. A prática social é reconhecida corretamente como cultural, mas depois desaparece inteiramente no sistema de signos. (SLATER, 2002, p. 145).

Passamos, a partir desse ponto, a pensar como os vários teóricos

tentaram recapturar a cultura do consumidor no plano da prática social significativa, elegendo como representantes as idéias de Douglas e Isherwood (2004), Bourdieu (1979) e Sahlins (2003).

1.3 Por uma abordagem etnográfica do consumo

Em um livro destinado a desafiar os cânones da teoria econômica, na qual o consumidor é um indivíduo que exerce escolhas soberanas, Douglas e Isherwood (2004) inauguram a abordagem antropológica ao estudo do consumo ao fazerem uma pergunta fundamental: “para que as pessoas usam os bens?” Os autores propõem duas funções principais para os bens. Primeiro, os bens são necessários para estabilizar as categorias culturais. “É prática etnográfica padrão supor que todas as posses materiais carreguem significação social e concentrar a parte principal da análise cultural em seu uso como comunicadores.” (Douglas; Isherwood, 2004, p. 105). Baseando-se na famosa formulação de Lévi-Strauss, os autores defendem a concepção simbólica dos bens: “Esqueçamos que as mercadorias são boas para comer, vestir e abrigar; esqueçamos sua utilidade e tentemos em seu lugar a idéia de que as mercadorias são boas para pensar: tratemô-las como um meio não verbal para a faculdade humana de criar.” (Douglas e Isherwood, 2004, p. 108). Segundo, os bens estabelecem e mantêm relações sociais. Vale notar que os autores fundadores do campo de estudos do consumo, embora não citem Baudrillard, funcionam como crítica a este. Embora, como Baudrillard, vejam o consumo como um sistema de comunicação, Douglas e Isherwood (2004) argumentam em *O Mundo dos Bens* que os consumidores aderem à uma vasta gama de significados simbólicos ao consumirem determinados produtos. Trata-se, assim, de pensar em processos que expressam pertencimento ao mundo social.

Se Baudrillard, juntamente com Georg Simmel e Douglas e Isherwood, foi pioneiro em estabelecer a consumo como sendo um processo de comunicação, que cria e estabelece diferenças sociais, é Bourdieu quem enriquece a abordagem no momento em que se guia pelo embasamento empírico de sua análise. Seguindo a senda pioneira aberta pela obra de Thorstein Veblen, Bourdieu (1979) toma o consumo enquanto instância de distinção social. Seu trabalho guarda similaridades com o de Veblen na medida em que aborda questões de comparação social através do consumo. Tanto para Douglas e Isherwood quanto para Bourdieu, trata-se de tomar o consumo como uma lógica que sinaliza para formas socialmente estruturadas pelas quais as mercadorias e os gostos são usados para demarcar as relações sociais.

Bourdieu examina os laços entre classe social e práticas de consumo de forma detalhada e, importante para o nosso argumento, levando em conta o embasamento empírico. No nível teórico, uma das contribuições mais importantes de *La distinction* é a diferenciação feita por ele entre dois tipos de capital. Até então, a teoria pautava-se pelo entendimento do capital pelo viés econômico. Porém, Bourdieu argumenta em favor da existência de outro tipo de capital, que pode por vezes ser convertido em capital econômico e, às vezes, age em oposição a este. Este segundo tipo de capital é chamado por Bourdieu de capital cultural: a idéia de que não basta meramente consumir, mas sim consumir de uma forma que reflita todo o investimento em tempo e dinheiro necessários para alcançar essa forma distintiva de consumo. Nesse sentido, um conceito-chave que mobiliza tais investimentos é, para Bourdieu, a educação. Quanto mais tempo um indivíduo frequentou instituições de ensino e quanto mais prestígio tiverem essas instituições, maior será seu capital cultural. Os diferentes grupos sociais podem ter diferentes combinações de capital econômico e de capital cultural. Metodologicamente, o que Bourdieu faz é justapor dois diferentes mapas: o do espaço das posições sociais e aquele do espaço dos estilos de vida. Desta forma, é possível observar como determinados estilos de vida caracterizam determinados grupos sociais. Trata-se, para Bourdieu, de assinalar que cada posição social possui toda uma combinação própria de práticas culturais específicas que com ela estão associadas. Assim, cada ato de consumo reproduz as diferenças sociais. É por isso que o consumo de certos bens é considerado sinal de distinção social, enquanto que o consumo de outros é considerado sinal de falta de distinção social.

É relativamente rara a presença de capital cultural alto, sendo que essa raridade merece ser protegida. O argumento, nesse ponto, é o seguinte: no momento em que os objetos, qualificações e práticas culturais de um grupo começam a se tornar acessíveis a outros grupos (o que pode acontecer, por exemplo, através de maior acesso aos meios educacionais, ao dinheiro e, mesmo, devido à queda nos preços de produtos anteriormente caros) estes precisam ser trocados para que uma distância “distintiva” possa ser mantida⁴. Existe, também, a luta em torno de qual seria o melhor critério para a distinção social: o capital cultural ou o capital econômico? Para Bourdieu, esse embate caracteriza

⁴ Como vimos, embora não citado por Bourdieu, a mesma idéia de distinção entre grupos sociais através do consumo – neste caso, da moda – já era apontada por Simmel no início do século vinte em seu *Filosofia da Moda* (Simmel, 2002,[1904]).

conflitos dentro da própria sociedade dominante. Artistas, intelectuais e acadêmicos, por exemplo, podem desprezar o gosto daqueles que meramente possuem dinheiro, como forma de legitimar sua própria forma de distinção social.

Portanto, Bourdieu afirma que o consumo, mais do que meramente expressar, estabelece variações entre grupos sociais: os indivíduos são motivados pela necessidade de reproduzir um padrão coletivo de preferências baseado em demarcações de classe. Sua discussão contribui o entendimento do significado social do consumo na medida em que assinala que este não pode ser analisado em termos da satisfação de necessidades biológicas; na verdade, envolve signos, idéias e valores que são usados como meios de diferenciar um grupo social do outro. As diferenças de classe estão inscritas no indivíduo como distinções de gosto – para Bourdieu, o gosto classifica o classificador. Em suma, o argumento central de Bourdieu é o de que o consumo é capaz de comunicar significado social, e é o *locus* de lutas em torno de distinção social. . A perspectiva de que os bens servem para estabelecer e manter tanto relações quanto distinções sociais também está presente em Douglas e Isherwood (2004).

Lançado alguns anos antes de *La Distinction*, em *Cultura e Razão Prática* (2003, original em língua inglesa 1976), Sahlins toma a própria sociedade ocidental como cultura e a torna objeto de sua análise, para dar conta de que o “pensamento burguês” (*la pensée bourgeoise*) torna possível pensar na existência de uma razão cultural, e não apenas de uma razão prática, nos hábitos de consumo. Sahlins faz a crítica antropológica da idéia de que as culturas humanas são formuladas a partir da atividade prática e, mais ainda, a partir do interesse utilitário, que maximiza as relações meios-fins: a razão utilitária é em muito transcendida pelo poder do simbólico. Trata-se de criticar o materialismo histórico de Marx que, como sabemos, afirma que os modos de produção da vida material condicionam o conjunto de todos os processos da vida social, política e espiritual. Trata-se, igualmente, de evitar a separação marxista entre estrutura e superestrutura – na verdade, na argumentação desenvolvida por Sahlins, ambas são a mesma coisa, já que na sociedade ocidental capitalista a produção material de bens visando ao lucro move-se junto com a produção de símbolos (SAHLINS, 2003).

Sahlins busca, fundamentalmente, fornecer uma explicação cultural para a produção de bens, e centra seu enfoque nos casos etnográficos dos tabus alimentares e nas posições de gênero presentes no vestuário nos Estados Unidos. Mas, aqui, poderíamos perguntar:

como o modo de produção da sociedade capitalista incorpora o simbólico? A partir do momento em que surge um movimento de mercado onde a oferta supera a demanda por bens, e onde os produtos se tornam cada vez mais iguais, a manipulação de símbolos pelos sistemas de marketing e de publicidade parece ser a resposta mais evidente no sentido da criação de distinções sociais baseadas no simbólico. Para Sahlins, os profissionais de mercado, sejam publicitários ou estilistas de moda (que são qualificados pelo autor como “mercenários do símbolo”), na verdade nada criam de novo. Sua função é, primordialmente, “[...] ser sensível às correspondências na ordem cultural cuja conjunção em um produto-símbolo possa significar sucesso mercantil.” (2003, p. 215). Ou seja, tais profissionais atuam à maneira do *bricoleur* no sentido levi-straussiano. Nas palavras do autor (2003, p. 212), “A produção visando o lucro é a produção de uma diferença simbolicamente significativa. No caso do mercado de consumo, é a produção de uma distinção social apropriada através de um contraste concreto no objeto.”

É justamente esse ponto que Sahlins irá desenvolver em *Cultura e Razão Prática*, a partir da trilha aberta por Lévi-Strauss. É nessa argumentação que Sahlins torna evidente seu tributo ao pensamento selvagem e à ciência do concreto de Lévi-Strauss. Sahlins advoga que o pensamento selvagem também está entre nós; porém, reatualizado:

Não invocaria o “chamado totemismo” simplesmente em analogia casual com o *pensée sauvage*. É verdade que Lévi-Strauss escreve como se o totemismo se tivesse limitado, em nossa sociedade, a uns poucos locais ou práticas ocasionais [...]. E com razão – na medida em que o “operador totêmico”, articulando diferenças na série cultural com diferenças na espécie natural, não é mais um elemento principal do sistema cultural. *Mas deve-se questionar se não foi substituído por espécies e variedades de objetos manufaturados, os quais como categorias totêmicas têm o poder de fazer mesmo da demarcação de seus proprietários individuais um procedimento de classificação social.* (SAHLINS, 2003, p. 176, ênfase minha).

Nesse sentido, torna-se possível articular a argumentação de Sahlins em torno da racionalidade totêmica de um pensamento burguês com as idéias de Douglas e Isherwood (2004) para uma abordagem

simbólica dos bens e das atividades de consumo. Assim, os autores ressaltam o fato de que os bens são portadores de significados, sim, mas que tais significados não jazem nos bens mesmos, mas sim na rede de relações sociais e culturais nas quais estes estão imbricados. É justamente essa assertiva que implica na valorização de uma abordagem etnográfica e que a diferencia, por exemplo, a da visão dos bens na ótica da semiologia de Baudrillard. O entrelaçamento entre bens e imaginário humano torna-se claro nas palavras de Sahlins (2003, p. 170): “Nenhum objeto, nenhuma coisa é ou tem movimento na sociedade humana, exceto pela significação que os homens lhe atribuem.”

A sociedade capitalista ocidental, para Sahlins, possui como característica distintiva justamente esse modo de produção calcado no simbólico e não apenas em uma razão prática. Mergulhado em um mundo cada vez mais imagético, o homem moderno, enquanto ser significante, leitor e atribuidor de significados, confronta-se com um grande desafio: dar conta de digerir criticamente a enorme quantidade de imagens que o bombardeia continuamente, principalmente através dos meios de comunicação de massa. Para Sahlins (2003), trata-se fundamentalmente de advogar em favor da materialidade presente nas categorias e nas relações culturais. De acordo com Sahlins, o aparente pragmatismo da produção e do comércio esconde uma mistificação. Para Sahlins (2003), trata-se de um caso de fetichismo clássico, própria de uma economia de mercado que associa uma idéia absoluta de racionalidade a uma lógica relativa de signos.

Uma possível crítica, feita por Barbosa (2004) e com a qual concordo, à abordagem da sociedade de consumo em Sahlins é a de que faltaria refinamento metodológico no estudo das relações significativas do consumo nas sociedades complexas. Em sociedades altamente povoadas e culturalmente variáveis, como apreender ou definir, por exemplo, o conceito de “classe social”? Tal argumento se justifica na medida em que falar genericamente de entidades muito genéricas – caso da própria categoria “Ocidente” – poderia imputar a Sahlins a mesma crítica feita, no Brasil, à Roberto DaMatta, em cuja obra por vezes o “modo carioca de vida” é extrapolado como modelo de entendimento válido para toda a cultura brasileira.

Como vimos, o campo de estudos sobre o consumo nas Ciências Sociais é mobilizado por duas grandes correntes teóricas, que diferem no valor que conferem ao embasamento empírico. Argumentamos que toda a corrente de pensamento “pós-moderna” tem seu valor como reflexão teórica, e contribuiu grandemente para colocar o consumo mais ao centro da reflexão nas Ciências Sociais – caso da obra de

Baudrillard⁵. Entretanto, ao não submeter suas premissas ao crivo do embasamento empírico, essa perspectiva assume um registro universalizante que não atenta para as nuances e, mesmo, as contradições presentes nas práticas de consumo. Argumentamos que as abordagens de cunho sociológico e etnográfico, ao apostarem na análise das práticas concretas dos agentes sociais, mostram-se mais adequadas para captar as complexidades das dinâmicas de consumo.

Nessa perspectiva, evidencia-se a contribuição da Antropologia em superar uma visão racionalista ou utilitarista do consumo, na qual o natural oblitera e explica o cultural. Rocha (2004) afirma que o discurso sobre o consumo que subestima os fatores culturais dá-se a partir de alguns enquadramentos preferenciais:

O consumo pode ser *explicado* como essencial para felicidade e realização pessoal, em um enquadramento *hedonista*. Pode ser *explicado* a partir do enquadramento *moralista*, no qual o tom é denunciatório e o consumo é responsabilizado por diversas mazelas da sociedade. Pode ser ainda *explicado* num enquadramento *naturalista*, ora atendendo a necessidades físicas, ora respondendo a desejos psicológicos. (ROCHA, 2004, p. 10, grifos do autor).

A perspectiva antropológica do consumo vai além, assumindo o consumo como fenômeno cultural e arena privilegiada para a compreensão da vida contemporânea. Nesse registro, são vários os autores que contribuíram na reivindicação da antropologia pelo estudo do consumo, seja no âmbito lingüístico, através do estudo das mitologias que atravessam e sustentam o consumo (BARTHES, 2003) seja no estudo da vida social dos objetos e do impacto do consumo na concepção de tempo na atualidade (APPADURAI, 1998). Ao interrogar-se sobre a vida social dos objetos, Appadurai (1986, 1998), acredita que se trata de uma ilusão de ótica pensar o consumo como mera conclusão do ciclo material, o término da vida social dos bens e serviços.

Na teoria social que pensa o consumo sob um viés negativo, o consumo é considerado um processo alienante. Lembremos que o estudo

⁵ Embora amplamente reconhecido como um dos principais representantes/inspiradores do “pós-moderno”, Baudrillard em sua obra não utilizou o termo “pós-moderno”, na medida em que acreditava que o debate sobre as transformações capitalistas não podia ser travado nestes termos – Baudrillard não aderiu, por exemplo, à idéia da existência de uma ruptura com a Modernidade.

do consumo iniciou sua trajetória a partir de uma matriz utilitarista, que defende que o uso que os sujeitos fazem dos bens baseia-se em sua utilidade: trata-se de advogar em favor de argumentos puramente racionais. É preciso lembrar, também, que o consumo e a mídia, que teoricamente o estimula, são apontados como os vilões que concorrem para o crescimento desenfreado do capitalismo e o esgotamento dos recursos naturais.

Entretanto, não é essa a visão do consumo à qual esta proposta de pesquisa se filia, mas sim a do consumo como prática cultural (Miller, 1987, 1995; Slater, 2002, McCracken, 2003). Ao contrário da idéia de fetichismo da mercadoria de Marx (na qual os indivíduos são alienados da consciência do valor de seu trabalho pelas relações de produção) para Miller (1987) a atividade de consumo contemporânea possui um grande potencial desalienante. Para Miller, o consumo deve ser visto como um processo no qual um objeto genérico – melhor dizendo, uma mercadoria – é apropriado de forma culturalmente significativa. Nas palavras do autor, “como atividade, o consumo pode ser definido como aquela que transfere o objeto de uma condição alienável, ou seja, a de ser um símbolo de estranhamento e valor monetário, para a de ser um artefato investido de conotações particulares e inseparáveis” (1987, p. 190).

Nesse sentido, é com satisfação que se observa uma espécie de “segunda onda” nas pesquisas em consumo que, tanto no exterior quanto no meio acadêmico brasileiro, tem apostado em uma abordagem etnográfica. Nesse sentido, a academia brasileira beneficiou-se com as recentes publicações, em português, de obras fundamentais para o campo.⁶ Para Barbosa (2006) a mudança que ora se observa representa uma mudança de perspectiva teórica, que agora se abre à exploração das efetivas práticas e representações dos sujeitos em sua relação com o consumo:

Assim, diante das tradições teóricas vigentes e do moralismo que permeia as discussões sobre o tema, o incipiente e recente interesse da academia brasileira pelo consumo, a partir de novas

⁶ Barbosa (2004) lembra que *O Mundo do Bens*, de Mary Douglas e Baron Isherwood, foi publicado no Brasil apenas em 2004, embora tenha sido publicado originalmente em inglês em 1978. O *gap* de 25 anos, entretanto, não diminui a importância dessa edição brasileira, significativa para o momento em que os estudos de consumo se consolidam e se aprofundam no Brasil. Na mesma época, foram publicados em português outras obras de referência para o campo: *Teoria das Compras*, de Daniel Miller (2004); *Cultura de Consumo e Modernidade*, de Don Slater (2003); e *Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*, de Grant McCracken (2003).

perspectivas teóricas e temáticas, é algo a ser estimulado. Ele aponta para um vasto e novo campo de pesquisa e para o surgimento de uma abordagem mais sociológica e etnográfica desse objeto (o que espero que se torne uma tradição), na qual as experiências, as representações e as práticas dos “consumidores” fundamentam e ancoram todo o esforço analítico. (BARBOSA, 2006, p. 13).

Nesse registro, torna-se lícito argumentar em favor de uma abordagem etnográfica que, ao sensibilizar-se em relação às perspectivas das populações pesquisadas, tem-se mostrado mais eficaz em traduzir as práticas dos sujeitos em avanços na teoria antropológica. Desta forma, avança-se em uma teorização sobre o consumo que contemple um aparato teórico capaz de analisar o imaginário da sociedade contemporânea, a fim de compreender as lógicas culturais do consumo.

1.4 Cultura de consumo e telefones celulares

Nesta seção, busco analisar algumas das implicações trazidas pela centralidade que os telefones celulares adquiriram na vida cotidiana. Reflito sobre o tema a partir da constatação da crescente relação entre cultura e consumo na contemporaneidade, privilegiando uma abordagem teórica do consumo como comunicação, que busca levar em conta a visão dos agentes sociais a respeito de suas próprias práticas. Nesse sentido, partindo da relação entre celulares e cultura de consumo, trago os resultados de pesquisas de caráter etnográfico desenvolvidas recentemente, em vários países, sobre o assunto. A literatura aponta, entre outras mudanças, para o importante papel do celular na inclusão simbólica dos indivíduos – especialmente dos jovens - na lógica cultural própria da contemporaneidade: instantânea, móvel e virtual.

Ao longo das duas últimas décadas, tendo início primeiramente nos Estados Unidos e no Japão, o mundo globalizado assistiu ao surgimento de um fenômeno social e cultural que atravessa a cultura contemporânea de forma inapelável: a disseminação do uso dos telefones celulares, que passaram a constituir parte importante do cotidiano de um número crescente de indivíduos, em todas as partes do planeta. No contexto da sociedade de consumo globalizada, o telefone celular consolida-se como um dos artefatos símbolo da

contemporaneidade. Bauman (2001) o considera a tecnologia emblemática da compressão espaço-tempo, demarcando sua importância no contexto por ele denominado “modernidade líquida”: “Corpo esguio e adequação ao movimento, roupa leve e tênis, telefones celulares (inventados para o uso dos nômades que têm de estar ‘constantemente em contato’), pertences portáteis ou descartáveis – são os principais objetos culturais da era da instantaneidade.” (BAUMAN, 2001, p. 149)

A afirmação do celular como artefato-símbolo da contemporaneidade implica em refletir mais detidamente sobre o caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Nesse sentido, os estudos no campo da antropologia do consumo constataam que, muito além da mera função utilitária, os bens carregam significados e atuam como sistemas de comunicação. Os indivíduos utilizam os bens para constituir a si mesmos e ao mundo, criando desta forma um universo compreensível (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004). Os autores lançam as bases para o entendimento do consumo como uma dimensão da vida social fundamental nas chamadas sociedades urbanas e pós-industriais contemporâneas. Importante frisar que embora vejam o consumo como um sistema de comunicação - como o apocalíptico Baudrillard de *A Sociedade de Consumo* (1981) - Douglas e Isherwood (2004) argumentam em *O Mundo dos Bens* que os consumidores, ao consumirem determinado produto, também estão comprando toda uma gama de significados simbólicos que expressam pertencimento ao mundo social. Assim, os bens de consumo articulam ativamente estruturas e divisões sociais existentes. É nesse sentido que as proposições de Douglas e Isherwood funcionam como antídoto ao modelo de estruturas impostas de cima para baixo presente na obra de Baudrillard. No ponto de vista dos autores, os consumidores não são vistos como mero produto de forças estruturais como a publicidade, o marketing e a mídia. Os consumidores, embora sempre sujeitos a determinados padrões de consumo e convenções sociais pré-estabelecidos, possuem capacidade de agência sobre os bens simbólicos dentro de regras e códigos culturais elaborados por eles mesmos.

Assim como Douglas e Isherwood, autores como Slater (2003) tomam uma via alternativa em relação à discussão teórica sobre consumo que opta pelo viés pós-moderno. Para Barbosa (2004) Slater relaciona a sociedade e a cultura do consumidor com a modernidade, optando por utilizar o termo “cultura do consumo”, que subsume também a cultura do consumidor (*consumer culture*), em vez de “sociedade de consumo”. A cultura do consumo, para o autor, é o modo dominante de reprodução social desenvolvido no Ocidente no âmbito da

modernidade, embora não seja o único. A cultura do consumo está relacionada com valores, práticas e instituições tais como escolha, individualismo e relações de mercado.

Em linhas gerais, o autor caracteriza a cultura do consumo pelas seguintes premissas: primeiro, a “cultura do consumo” é uma cultura *de consumo* – com isso, Slater quer dizer que “a noção de uma ‘cultura do consumo’ implica que, no mundo moderno, as práticas sociais e os valores culturais, idéias, aspirações e identidades básicas são definitivos e orientados em relação ao consumo, e não a outras dimensões sociais como trabalho ou cidadania, cosmologia religiosa ou desempenho militar” (SLATER, 2003, p. 32) - segundo, a cultura do consumo é a cultura de uma sociedade de mercado; terceiro, a cultura do consumo é, em princípio, universal e impessoal; quarto, a cultura do consumo identifica liberdade com a escolha privada e a vida privada; quinto, as necessidades do consumidor são, em princípio, ilimitadas e insaciáveis; sexto, a cultura do consumo representa a importância crescente da cultura no moderno exercício de poder; e, finalmente, a cultura do consumo é um meio privilegiado para negociar a identidade e o status em uma sociedade pós-tradicional (SLATER, 2003). Nesse registro, vale enfatizar que, ao contrário de autores como Baudrillard ou Bauman, que acreditam que o consumo aprofunda uma crise de identidade, para autores como Slater, McCracken e Campbell, o consumo atua justamente para solucioná-la (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Um exemplo etnográfico vem de pesquisa sobre o uso de telefones celulares realizada na Jamaica: para os indivíduos religiosos daquele país, que consideram os *ringtones* (toques de celular) seculares ofensivos, a escolha de *ringtones* com música religiosa funcionou como reafirmação de suas identidades e elemento de coesão social entre os membros do grupo (HORST; MILLER, 2006).

Ao despir-se de disposições utilitaristas e moralistas, a perspectiva antropológica busca reinsserir o consumo no processo social levando em conta seus significados simbólicos. Trata-se de proposta teórica diametralmente oposta ao pensamento econômico, que encerra o consumidor no âmbito individual. A proposta antropológica leva em conta não o indivíduo ou o objeto separadamente, mas a relação entre eles e sua inserção nas redes sociais. Um exemplo empírico dessa premissa teórica pode ser encontrado, novamente, em Miller e Horst (2006). Em seu estudo sobre celulares na Jamaica, os autores deixam claro que não se trata de estudar a adoção de objetos por sujeitos, pois não há uma coisa fixa chamada “telefone” ou um grupo fixo chamado “jamaicanos”. Ao invés disso, a proposta da pesquisa é analisar o que os

jamaicanos se tornaram à luz de seu uso do telefone celular , e também o que o celular se tornou à luz de seu uso pelos jamaicanos. Assim, o que se estuda não são pessoas ou objetos, mas sim processos, tomados dialeticamente.

Se o estudo do caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo é relativamente recente – datando, em linhas gerais, de meados dos anos 1980 - o estudo do caráter simbólico do consumo de novas mídias o é ainda mais, tendo sido iniciado com os estudos relativos à Internet em meados da década de noventa do século passado. O consumo e o papel das novas tecnologias, e inclusive o dos telefones celulares, têm atraído a atenção do campo científico, no sentido de que constituem um foro privilegiado para a compreensão das relações entre cultura e consumo na contemporaneidade. Questões como a estetização da vida cotidiana, a busca pela distinção, o individualismo, o surgimento de novas sociabilidades⁷, a construção de identidades⁸, o fortalecimento de laços sociais⁹ e até a mobilização política estão entre os problemas de pesquisa que envolvem uma leitura cultural do fenômeno da difusão do uso de telefones celulares. A respeito da mobilização política, Rheingold (2003) afirma que as novas tecnologias de comunicação e informação conduzem à amplificação dos talentos humanos para a cooperação, possibilitando o surgimento do que o autor chama de “multidões inteligentes”. No caso dos telefones celulares, Rheingold constata que seu impacto pode ser tanto benéfico quanto destrutivo, tendo sido usado recentemente tanto para coordenar ataques terroristas na Espanha quanto para coordenar os esforços de mais de um milhão de filipinos que, utilizando mensagens de texto, conseguiram derrubar o presidente do país – esse último evento é analisado também em Pertierra et al (2002). Para Rheingold, tecnologias móveis como o telefone celular tornam possível aos indivíduos cooperar de novas maneiras porque tais artefatos possuem tanto tecnologias de comunicação quanto de computação. Nesse sentido, Lasen (2004) lembra que realizou seu trabalho de campo em Madri em 2004, apenas uma semana após os ataques terroristas no metrô madrileno. Nesses dias, inúmeras mensagens de voz e texto emitidas pelos feridos foram transmitidas na TV. O som de celulares tocando tornou-se símbolo dos desaparecidos. A descoberta de que os celulares haviam sido usados como detonadores das bombas trouxe a percepção do perigo potencial associado os aparelhos. Desde então,

⁷ Horst; Miller (2005); Ito (2005); Ling (2004); Katz (2002), Lasen; Hamill (2005).

⁸ McCracken (2003); Katz; Sugiyama (2002); Nafus; Tracey (2002); Pertierra (2005).

⁹ Horst; Miller (2006).

autoridades perguntam aos passageiros nos aeroportos espanhóis se estes carregam telefones celulares. Além disso, o componente político relacionado às “multidões inteligentes” manifestou-se na Espanha: apenas dois dias após o ataque, e um dia antes das eleições gerais espanholas, manifestantes protestaram contra a forma pela qual o governo divulgava informações sobre os ataques. Essas manifestações, organizadas primeiro em Madri, e depois em cidades como Barcelona, Bilbao e Sevilha, foram organizadas através do uso intenso de mensagens de texto trocadas via celular (LASSEN, 2004).

1.5 Apropriações locais de uma tecnologia global: o impacto dos telefones celulares nas culturas urbanas

Mesmo no exterior, a investigação a respeito dos telefones celulares é muito recente, e ainda são poucos os artigos e livros publicados a respeito. Pesquisas de caráter etnográfico a respeito dos telefones celulares foram realizadas pela antropóloga Mizuko Ito (2003) na Ásia, pelos antropólogos Daniel Miller e Heather Horst (2006) na Jamaica e pela socióloga Amparo Lasen (2004) em três países europeus: Espanha, Inglaterra e França. Além desses trabalhos, destacam-se os livros *Mobile connection: the cell phone's impact on society*, do sociólogo Rich Ling, publicado em 2004, e *Personal, Portable, Pedestrian*, da antropóloga Mizuko Ito, publicado em 2005, nenhum dos dois ainda traduzido para o português. Um dos pouquíssimos trabalhos de caráter etnográfico a respeito do assunto no contexto brasileiro é a dissertação de Francisca Silva do Nascimento, desenvolvida no mestrado em Sociologia da Universidade Federal do Ceará.¹⁰ De uma forma geral, as conclusões preliminares dessas pesquisas apontam para o fato de que as modalidades do uso de celulares é determinado pelo ambiente social e cultural – ocorrem apropriações e reapropriações dessa tecnologia global a partir de especificidades locais, o que demonstra que as práticas de consumo, muito além da posse de bens, estabelecem modos de ser e viver que interagem com a construção de subjetividades. Foram justamente tais conclusões preliminares que motivaram meu interesse em buscar as possíveis similaridades e especificidades da cultura brasileira na apropriação de uma tecnologia

¹⁰ Agradeço à profa. Dra. Lea Carvalho Perez, da Universidade Federal do Ceará, a informação sobre a existência desse trabalho, transmitida a mim durante a XXV Reunião Brasileira de Antropologia, evento no qual apresentei artigo no Grupo de Trabalho coordenado por ela (junho de 2006). Igualmente, à pesquisadora pelo gentil envio, por correio eletrônico, do texto completo de sua dissertação.

global, expressas em termos de suas práticas sociais e culturais.

Appadurai (1998) é um teórico fundamental para a reflexão acerca das discussões em torno do que se convencionou chamar “oposição” ou “tensão” entre o local e o global, isto é, os tensionamentos entre a homogeneidade e a diferença, os quais dão conta de uma preocupação com a globalização e sua influência no dia-a-dia dos indivíduos. Tais reflexões teóricas constataam a intensificação dos processos de globalização, ocorridas ao final do século vinte, quando o neoliberalismo torna-se o paradigma político e econômico por excelência. É nesse contexto de mudanças sociais, econômicas e culturais aceleradas que Appadurai procura evidenciar que a globalização da cultura¹¹ não é o mesmo que sua homogeneidade. Na visão de Appadurai, o temor de uma “americanização do mundo” é uma forma simplista de se considerar as complexas forças que envolvem as novas práticas culturais que se articulam em nível global. O autor chama a atenção para o fato de que as forças provenientes da metrópole transformam-se pela associação com o local, criando formas indigenizadas. Caso, por exemplo, da música ou do estilo das habitações. Nesse sentido, a globalização envolve o uso de uma variedade de instrumentos de homogeneização (armamentos, técnicas de propaganda, hegemonia da linguagem, estilos de vestuário, etc) que são repatriados como diferença, em forma de mercadorias, sinais, slogans, estilos.

Para Appadurai, entender a complexidade da atual economia global envolve pensá-la em termos de disjunções entre a economia, a cultura e a política. Trata-se de uma ordem superposta e complexa. Nesse sentido, o autor propõe uma estrutura para a análise de tais disjunções através do estudo do relacionamento entre cinco dimensões do fluxo da cultura global. Appadurai designa esses fluxos como sendo os (a) etnopanoramas – o fluxo de pessoas no mundo, tais como os de imigrantes ou os turistas; (b) tecnopanoramas – a veloz e fluida movimentação e influência da tecnologia, com especial atenção para as tecnologias de comunicação e informação; (c) finançopanoramas – a

¹¹ Vale lembrar a terminologia usada por Ortiz (2003, **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense) – que faz a distinção entre “globalização das sociedades” e “mundialização da cultura” – em oposição aos teóricos de língua inglesa, como Featherstone que utilizam o termo globalização para se referir tanto à intensificação de fluxos econômicos quanto culturais. No entanto, da mesma forma que autores como García Canclini (2003:43, **A Globalização Imaginada**. São Paulo: Iluminuras), reconhecemos a polêmica em torno do uso dos dois termos – mundialização cultural e globalização cultural – assim como o pressuposto de que referem-se ao mesmo fenômeno.

livre e por muitas vezes predatória movimentação do capital em busca do maior retorno sobre o investimento com o menor risco; (d) mídiapanoramas – a intensificação da produção e distribuição eletrônica de imagens e informação; (e) ideopanoramas – relacionados aos mídiapanoramas, porém de cunho político e ideológico. Aqui, os ideais do Iluminismo, tais como “democracia”, “liberalismo” ou “soberania” são reapropriados da grande narrativa euro-americana pelas diásporas atuais, criando sentidos fragmentários. Appadurai defende que os fluxos culturais globais ocorrem *nas* e *através* dessas disjunções, o que caracteriza a complexidade das sociedades moderno-contemporâneas. A idéia de *desterritorialização*, por exemplo – uma das forças básicas do mundo moderno – pode ser aplicada aos cinco fluxos mencionados pelo autor: o das pessoas, das tecnologias, do dinheiro, das imagens midiáticas e das ideologias. Appadurai também destaca a questão da velocidade desses fluxos. Fundamentalmente, Appadurai alerta para a complexidade inerente à qualquer tentativa de se analisar as imbricações entre a política e a cultura no âmbito da globalização. Não se trata, para o autor, de considerar uma influência de mão única mas sim, de atentar para as incertezas e controvérsias geradas pelas complexas e múltiplas interações entre as diferentes forças que compõem os fluxos culturais globais.

Penso ser interessante apontar, nesse registro, para os desafios que a globalização tem trazido para a produção de conhecimento no campo da Antropologia, tema do qual tratarei em maior profundidade no terceiro capítulo desta tese. Por ora, basta dizer que as discussões sobre os temas do local versus global e da homogeneidade versus heterogeneidade tem permeado os estudos que tratam das apropriações locais de tecnologias (ou fluxos, ou objetos, ou práticas sociais) globais. Rial (1997) por exemplo, a partir de uma etnografia multissituada do consumo de fast-food, já argumentava em meados dos anos 1990 que uma análise antropológica da alimentação mostra que a propalada homogeneização cultural tida, como certa por alguns intelectuais das Ciências Sociais, de fato não se realizou na prática concentra dos agentes sociais. Outro exemplo significativo é a discussão proposta por Miller (1997) a respeito da apropriação local de um dos ícones máximos da globalização – a Coca-Cola – no contexto cultural da ilha caribenha de Trinidad. Para Miller, a análise etnográfica revela a relevância dos contextos culturais locais na apropriação de formas globais e, nesse sentido, o fascínio pela Coca-Cola pode ser tão intenso em Londres quanto em Trinidad – mas os processos de consumo podem ser bastante distintos.

Embora, como demarcamos, o campo de pesquisas a respeito dos telefones celulares seja bastante recente, trabalhos empíricos como o de Lasen (2004) já apontam para o fato de que o uso de telefones celulares é freqüentemente determinado por fatores sociais, econômicos e culturais¹². Em que pese o interesse da comparação de diferentes contextos culturais em sua análise, discordo da caracterização algo culturalista empregada pela autora. Entretanto, são produtivas suas conclusões, que apontam para o fato de que, apesar de ser um artefato globalizado – representativos do fluxo de tecnologias em nível global que Appadurai (1999) chamou de “tecnopanoramas” - os usos e significados atrelados ao celular freqüentemente são perpassados pelas culturas locais. Um exemplo está no fato de que os ingleses (referidos desta maneira genérica pela autora) mais reservados, usam o modo silencioso do celular bem mais do que os espanhóis. Em Paris, motociclistas usam o telefone celular encostado ao rosto, dentro do capacete. Em todas as cidades pesquisadas, Lasen observou que os indivíduos freqüentemente estão segurando o celular, mesmo sem usá-lo: por exemplo, ao andarem pela rua ou mesmo durante corridas em parques.

O estudo da antropóloga Mizuko Ito (2003) sobre a utilização dos celulares no Japão fornece exemplos do papel simbólico do consumo como instância de negociação de identidades e experiência social. Embora os telefones celulares tenham sido desenvolvidos e comercializados primariamente para homens de negócios, foram apropriados pelas adolescentes japonesas como tecnologia de comunicação pessoal, criando uma cultura juvenil que subseqüentemente influenciou o design e o desenvolvimento dos novos aparelhos. O estudo do uso de telefones celulares por adolescentes japoneses mostra, de acordo com Ito, que tal uso não necessariamente significa um desafio às normas e instituições sociais. A preferência dos adolescentes japoneses pelas mensagens de texto indica, assim, não uma ruptura, mas uma maneira de ter privacidade em uma vida altamente regulada pelas instituições da família e da escola, onde os adolescentes estão sob vigilância constante e, portanto, têm poucas oportunidades para conversas privadas com amigos e namorados. Ainda que limitada enquanto forma de comunicação, as mensagens de texto, som e vídeo enviadas por telefone celular cumprem uma função semelhante àquela

¹² Durante três anos (2002 – 2004), e com fundos de uma das maiores empresas de telefonia do Reino Unido, Lasen realizou um estudo comparativo dos usos sociais e culturais dos telefones celulares em três grandes capitais européias: Madri, Londres e Paris.

da co-presença (Ito, 2003).

Em *From Kinship to Link-up: cell phones and social networking in Jamaica*, os pesquisadores Daniel Miller e Heather Horst (2005) dão conta de pesquisa concluída em campo etnográfico localizado na Jamaica. Tomando como base a lista de números de telefone salvos nos aparelhos celulares de seus interlocutores, argumentam que os jamaicanos de camadas populares utilizam o telefone celular para estabelecer redes de relacionamentos. Essa prática é chamada de *link-up* (numa tradução livre, “ligar-se”). A prática do *link-up* guarda muitas das características atribuídas em estudos anteriores aos sistemas de parentesco e genealogias jamaicanos. Entretanto, os novos achados de pesquisa sugerem que o parentesco meramente exemplifica um padrão que pode ser encontrado em grande número de estratégias de formação de redes de relacionamento jamaicanas. Tais estratégias incluem a criação de comunidades religiosas e espirituais, a busca por parceiros sexuais, e a elaboração de estratégias de sobrevivência adotadas por famílias de baixa renda – estas últimas consistem, principalmente, em solicitar ajuda financeira de parentes ou amigos em melhores condições financeiras, muitos dos quais vivendo no Exterior. O *link-up* também possui grande peso na rápida adoção do uso de telefones celulares na Jamaica, influenciando diretamente os padrões de uso adotados pelas camadas populares. Assim, argumentam os autores, fica evidenciada a importância de os pesquisadores compreenderem os padrões locais de incorporação dos telefones celulares, assim como as formas locais de formação de redes de relacionamento tornadas possíveis pelo advento das novas tecnologias de informação e comunicação (HORST; MILLER, 2005).

O trabalho da antropóloga Genevieve Bell também contribui para a discussão sobre as maneiras pelas quais o celular interage com processos culturais. A autora (BELL, 2005) constata que os celulares parecem ter se inserido de maneira definitiva no tecido cultural das sociedades ao redor do mundo. Bell é responsável por um projeto etnográfico comparativo com duração de dois anos, financiado pela Intel, cujo objetivo é compreender melhor a relação das camadas urbanas médias da Ásia com a tecnologia: como estas a utilizam e a percebem no seu dia-a-dia. Tomando como base seu trabalho etnográfico na Ásia, Bell argumenta que, muito mais do que mera tecnologia de comunicação, os celulares também tornaram-se marcadores simbólicos das identidades na contemporaneidade. Trago aqui duas evidências etnográficas apontadas por Bell: em junho de 2002, as bancas de revista na Malásia vendiam a última edição da revista

Mobile Stuff, destinada à crescente população malaia assinante de telefonia celular. Na capa, dois jovens homens malaio vestidos com roupas que mais lembram os bairros de Los Angeles do que os subúrbios da Malásia seguram seus celulares agressivamente para a câmera. Acima da imagem, a inscrição: “Homens de verdade usam SMS¹³”. Seis meses mais tarde, outdoors em Shangai mostravam a imagem de uma jovem vestida com tiras de couro preto; posicionado embaixo de uma das tiras estava seu telefone celular. Outra reflexão, que estabelece pontos de contato com minha pesquisa, é a da apropriação de tecnologias globais pela realidade local, ou seja, como se estabelecem similaridades e diferenças em relação ao caso brasileiro e mais especificamente, o uso dos celulares entre camadas subalternas no país, tema de pesquisa pouco desenvolvido no Brasil, como vimos na introdução desta tese. No registro da discussão sobre o global versus local, aqui citar novamente o trabalho de Bell (2005). Entre seus achados de pesquisa, a autora descobriu que os celulares estavam sendo usados para devoção religiosa: aparelhos equipados com GPS são utilizados para localizar Meca, auxiliando assim no ritual obrigatório das orações diárias do islamismo. Na China, a secular tradição de enterrar junto com os mortos representações em papel de objetos materiais, que irão acompanhar o morto na outra vida, agora incluem também representações em papel de telefones celulares. Revela-se, desta forma, a tensão entre fluxos homogeneizantes e heterogeneizantes, onde o global é reapropriado pelo local.

Uma questão interessante na temática da relação entre a cultura do consumo e a construção de identidades, especialmente no caso de jovens, é a que diz respeito aos ritos de passagem. Como sabemos, tal tema sempre foi explorado pela Antropologia clássica em seus estudos das sociedades ágrafas. Appadurai (1998) esclarece que existe uma grande relação entre consumo e ritos de passagem, que por sua vez são marcados pela passagem do tempo. Não creio ser necessário fazer aqui uma revisão teórica do conceito de ritos em geral ou mesmo de ritos de passagem; porém desejo encontrar pontos de conexão para elaborar uma breve aproximação inicial sobre a relação entre telefones celulares e ritos. As pesquisas de mercado e a mídia têm dado conta do impacto dos telefones celulares na vida dos indivíduos em geral. Além disso, nas Ciências Sociais, estudos como os de Ling (2004); Caron e Caronia (2007) e Castells et al. (2007) argumentam que o celular é o principal

¹³ Iniciais de *Short Message Service*, serviço de telefonia móvel que no Brasil também é conhecido por “torpedo”.

objeto de desejo dos pré-adolescentes em diversos contextos culturais – o reconhecimento pelo grupo parece passar pela questão de quem está conectado e quem não está. Nesse caso, a compra do celular torna-se rito de passagem para a adolescência na cultura contemporânea. Ao mesmo tempo, não podemos esquecer dos pequenos ritos cotidianos que repetem-se na relação entre o indivíduo e o telefone celular: é preciso recarregar as baterias, checar as mensagens e os compromissos, comprar créditos pré-pagos ou pagar a conta... Em adição a esses atos repetidos, como ocorre em rituais, há que mencionar um outro exemplo da relação entre consumo e ritos de passagem: recente pesquisa feita na Inglaterra, por exemplo, dá conta de que possuir um telefone celular passa a marcar a passagem para a vida adulta, da mesma forma que ocorria, no passado, com o ato de começar a fumar cigarros (MARKMAN, 2006). Nesse registro, Caron e Caronia (2007), em seu estudo sobre o papel dos telefones celulares na cultura adolescente no Canadá, argumentam que a posse de telefones celulares, entre outros atos de consumo, funciona como rito de passagem do adolescente para a vida adulta, na medida em que os telefones celulares tendem a libertar o corpo juvenil da vigilância dos pais, marcando assim o fim da infância, que tem como característica o controle parental do corpo infantil.

1.6 O estudo dos telefones celulares nas ciências sociais: dos países desenvolvidos ao Global South

Embora o Brasil já tenha ultrapassado no ano de 2009 a marca de 170 milhões de assinantes de telefonia celular (TELECO, 2009) o tema da apropriação do telefone celular e seus desdobramentos nas relações sociais é objeto de estudo recente na academia brasileira. Como vimos na seção anterior, em especial no universo acadêmico anglo-saxão, as interseções desta tecnologia móvel com o mundo social a partir de uma perspectiva sociológica, antropológica ou mesmo filosófica têm se consolidado como objeto fecundo de pesquisa, como mostram, entre outros, os livros de Manuel Castells et al. (2007), um estudo comparativo global sobre os impactos socioculturais e econômicos do celular em países desenvolvidos e em desenvolvimento; a coletânea de Ito, Okabe e Matsuda (2005), sobre a tecnocultura japonesa; ou a coletânea pioneira de Katz e Aakhus (2002) que se dedica a examinar os usos dos telefones celulares a partir de uma perspectiva comparativa entre diferentes países.

Como vimos nas duas últimas seções deste capítulo, uma primeira onda de pesquisa sobre os impactos sociais dos telefones

celulares, cujos dados de pesquisa foram obtidos principalmente em países desenvolvidos, tendeu a caracterizá-los como tecnologias de uso individual que possibilitam uma conectividade permanente (*perpetual contact*) com os estudos concentrando-se no uso dos telefones celulares feito por adolescentes e jovens adultos (LING, 2004; KATZ; AAKHUS, 2002, CARON; CARONIA, 2007). Com a crescente adoção das tecnologias móveis pela população dos países em desenvolvimento, o padrão de uso dos telefones celulares em outros contextos culturais passou igualmente a atrair a atenção dos pesquisadores, que identificaram similaridades, mas também diferenças importantes em relação aos padrões de uso anteriormente observados nos países do chamado Primeiro Mundo. Principalmente a partir de 2004, começaram a ser publicados mais estudos que investigaram como os grupos economicamente desfavorecidos se apropriam das tecnologias móveis, tais como a etnografia de Horst e Miller (2006) sobre o uso de telefones celulares entre grupos populares na Jamaica, ou os estudos de Donner (2005, 2008) que investiga a apropriação de telefones celulares na África.

De uma forma geral, ainda permanecem raros os estudos que se dedicam a analisar a apropriação dos telefones celulares por grupos populares em países em desenvolvimento, seja na África, seja no Brasil (DONNER, 2008; BARROS, 2009). No âmbito da pesquisa acadêmica brasileira em Ciências Sociais, um dos poucos trabalhos existentes sobre telefones celulares, que considero digno de nota por incluir a reflexão sobre o consumo de tecnologia em camadas populares, é o de Francisca Silva do Nascimento (2004), intitulado *Os Últimos Serão dos Primeiros*. Trata-se de uma análise sociológica dos telefones celulares, na qual a autora realiza uma análise comparativa entre dois grupos distintos de adolescentes: estudantes de classe média alta de um colégio particular e jovens de camadas populares: os “pagodeiros”. Para ambos os grupos, o telefone celular atua claramente como mecanismo de diferenciação social. Ambos os grupos o valorizam em seu aspecto simbólico, já que ter um celular é requisito para integrar o grupo; além disso, ambos o percebem como mecanismo que não só integra os membros do grupo entre si mas também os conecta ao estilo de consumo tecnológico característico da modernidade. Entretanto, as diferenças entre os dois grupos são, obviamente, pautadas pelo poder aquisitivo: enquanto os “pagodeiros” compram aparelhos celulares de segunda mão, pré-pagos, e economizam para poder recarregar os créditos de três em três meses, os adolescentes abastados falam o quanto quiserem pois a conta é paga por seus pais. Em contraste, os celulares dos “pagodeiros” são muitas

vezes velhos, com teclas que não funcionam ou mesmo funções não mais disponíveis. Entretanto, para eles, ainda que com um aparelho ultrapassado, ter um celular significa estar integrado à dinâmica da vida moderna (NASCIMENTO, 2004). Já os adolescentes do colégio particular utilizam igualmente a função instrumental do celular para fazer e receber ligações; porém, suas formas de consumo transcendem em muito o valor utilitário na medida em que procuram trocar de celular constantemente, a cada novo lançamento. Ter um “celular de pagodeiro”, para os adolescentes pesquisados por Nascimento em Fortaleza, é sinônimo de ter um “celular ultrapassado”. A função instrumental não é o mais importante no ato da compra, mas sim elementos como o design. Para Nascimento, tais constatações confirmam a hipótese de que o telefone celular, na medida em que faz parte de uma categoria de objetos que servem para distinguir, atua como marca de diferenciação dos grupos estudados.

Apesar de relativamente recente – os primeiros artigos publicados datam do final da década de noventa do século passado, e os primeiros livros, dos primeiros anos do século XX, como mostramos na introdução da tese - o campo de estudos sobre as dimensões socioculturais do consumo de telefones celulares cresce cada vez mais, despertando não somente o interesse de pesquisadores, como institucionalizando-se em congressos, sejam acadêmicos, de interesse comercial ou de natureza mista¹⁴. Embora uma revisão exaustiva de tais publicações pareça-nos além do escopo deste trabalho, gostaria de destacar nessa seção os estudos cujo foco recai no uso de telefones celulares em países em desenvolvimento, os quais foram inventariados de forma crítica por Donner (2008b). Não cabe aqui uma revisão exaustiva de tais estudos, mas sim apontar que constituem evidência do crescimento de tal campo de pesquisa, bem como situar nossa proposta em relação ao conhecimento já acumulado. O autor revela que os aproximadamente duzentos estudos por ele analisados dividem-se em duas vertentes. Os estudos variam entre diferentes disciplinas: comunicação, ciência da informação, ciência da computação, sociologia,

¹⁴ No Brasil, destacam-se a realização do grupo de trabalho “Mobilidade, Redes e Espaço Urbano” - coordenado pelo pesquisador André Lemos, da UFBA - no âmbito do Simpósio Nacional da ABCiber (Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura) e o Mobilefest (Festival Internacional de Arte e Criatividade Móvel) cuja primeira edição ocorreu em 2006 e tem se repetido anualmente. O Mobilefest é um evento internacional que congrega artistas, acadêmicos, profissionais do mercado e pensadores em geral em torno da seguinte questão-chave: como os telefones celulares podem contribuir para a paz, a cultura, a saúde, a arte, o terceiro setor, a educação, dentre outras possibilidades? (www.mobilefest.com).

antropologia, design, economia e políticas públicas.

A primeira vertente inclui estudos sobre as razões determinantes para adoção dos celulares; sobre a avaliação dos impactos de seu uso; e sobre as interrelações entre as tecnologias móveis e, na falta de palavra mais adequada, como defende Livingstone (2007), seus “usuários”. Ou deveríamos dizer consumidores? Donner (2008) afirma que a existência dessa terceira perspectiva analítica, em seu interesse pelas interrelações entre humanos e tecnologias móveis, logra produzir uma análise mais matizada das complexidades e nuances existentes no consumo tecnológico; complexidade esta que os estudos que privilegiam as perspectivas da “adoção” e do “impacto” (que por vezes tende ao determinismo tecnológico) dos telefones celulares nos países em desenvolvimento não conseguem capturar. Como imaginará o leitor, é nessa terceira perspectiva que situam-se os estudos que atentam para o nível micro das relações sociais, caso dos estudos antropológicos. Nesse processo de interrelacionamento entre tecnologia e consumidores, trata-se de reconhecer que o uso é contextual e *ativo* – ou seja, os “usuários” exercem escolhas, investindo significados em seus processos cotidianos de consumo de telefones celulares; em oposição à perspectiva do “impacto” em usuários que seriam, antes de tudo, passivos (DONNER, 2008b). Entre alguns dos estudos que adotam essa perspectiva, podemos citar os que atentam para a construção dos telefones celulares como um símbolo de modernidade globalizada, como o de Kavoori e Chanda (2006) sobre as formas pelas quais a publicidade na Índia constrói a imagem pública dos celulares. Como assinala Donner (2008b), os autores questionam uma suposta popularidade de tais construções, observando, ao invés disso, seu poder enquanto uma “tecnologia cultural” (KAVOORI; CHANDA, 2006) que representa o poder capitalista, masculino e corporativista. Também no registro do global/local, Pertierra (2005) argumenta que os telefones celulares, nas Filipinas, funcionam como instância de participação e resistência à globalização ao mediar a criação de espaços híbridos entre o local e o global. A outra importante dimensão dos estudos que adotam a perspectiva das interrelações entre consumidores e tecnologias móveis, como mostra Donner (2008b) é aquela que atenta para os usos cotidianos dos celulares. Dentre estes estudos, podemos destacar a etnografia de Horst e Miller (2005; 2006) entre camadas populares urbanas e rurais na Jamaica, que já comentamos anteriormente, e os estudos do próprio Donner (2005; 2008a) sobre a prática conhecida como *beeping* – que consiste em fazer uma chamada, mas desligar o telefone antes de a ligação ser completada, para que não seja tarifada.

Segundo o autor, tal prática “é um exemplo de como os processos de apropriação tecnológica nos países em desenvolvimento conduzem à criação de ‘novos’ usos para o telefone celular, mas ao mesmo tempo reforçam hierarquias, normas e relações sociais já existentes” (DONNER, 2008b, p. 17). Outros exemplos incluem o uso do telefone celular nas relações amorosas e sexuais (PERTIERRA, 2005; ELLWOOD-CLAYTON, 2006) e a imbricação entre práticas e crenças religiosas e o consumo de telefones celulares (CAMPBELL, 2006; HORST; MILLER, 2006).

Uma segunda vertente identifica os estudos voltados para a perspectiva do uso de celulares para o desenvolvimento econômico. De acordo com Donner (2008b) nesses estudos os pesquisadores estão interessados em verificar como os telefones celulares podem “acelerar, complicar ou de outro modo, interagir com o processo de desenvolvimento econômico” (DONNER, 2008b, p. 4). Tais estudos tem sido reunidos, como destaca o autor, sob a rubrica conhecida pela sigla inglesa ICTD – *Information and Communication Technologies for Development* (Tecnologias de Comunicação e Informação para o Desenvolvimento)¹⁵ e, mais recentemente, sob a rubrica M4D (*Mobiles For Development* ou “Celulares para o Desenvolvimento”), como mostram Donner, Verclas e Toyama (2008). Dos projetos que utilizam celulares para desenvolvimento social e econômico, um dos mais festejados têm sido o *Grameen Village Phone*, que combina celulares compartilhados e microempreendedorismo no meio rural (DONNER, 2008b). Sob o modelo Grameen, um microempreendedor (ou empreendedora – as mulheres são as maiores participantes) empresta dinheiro para a compra de um celular especialmente configurado para ser usado por várias pessoas; o acesso no meio rural é assegurado por meio de antenas potentes. O empreendedor compra minutos de crédito pré-pago por atacado, que pode revender no varejo em seu vilarejo de

¹⁵ Penso ser interessante apontar, na linha de argumento de Donner (2008) o interesse de tais estudos para as políticas públicas e para o indústria dos telefones celulares. Nesse registro, a GSM Association (GSM é a tecnologia dominante nas redes de telefonia celular no mundo), com sede em Londres, promove anualmente em Barcelona o “GSM Global Awards”, uma espécie de “Oscar” da indústria de telefones celulares, com prêmios que vão de “melhor celular do ano” a “melhor game para celular” e “melhor operadora”, entre vários outros, e disputado por fabricantes e empresas de todo o mundo. Nos últimos anos, foi incluída a categoria “Mobile Use for Social and Economic Development” que avalia e premia os melhores projetos já implementados que empregam telefones celulares em projetos sociais ou que visem o desenvolvimento econômico. Existe também a categoria “Best Government Prize” que destaca as políticas públicas em relação aos telefones celulares. O Governo do Brasil foi o ganhador da edição 2005 – mas, nesse caso, mais propriamente pela larga adoção do padrão GSM em nosso país. (Fonte: www.gsmawards.com).

origem – dessa forma, o empreendedor pode auferir renda, e o vilarejo consegue conectividade. Donner aponta que o modelo começou na Ásia – e já serve mais de cem mil vilarejos - e está sendo expandido para países como Bangladesh e, na África, Ruanda e Uganda. Em termos acadêmicos, Donner ressalta que o foco das pesquisas não tem recaído apenas em aspectos econômicos: “acadêmicos têm avaliado essa abordagem não apenas em termos de sustentabilidade, escalabilidade ou eficiência gerencial, mas também em termos de empoderamento das mulheres e transformação social” (DONNER, 2008b, p. 21). Outra iniciativa que dá conta do potencial para politização das tecnologias móveis é um aplicativo para mensagens de texto, chamado *Frontline SMS*, que permite o envio de grandes quantidades de mensagens de texto a custo reduzido (BANKS, 2007). O sistema é direcionado a organizações não-governamentais (ONGs) tendo sido utilizado para incentivar cidadãos comuns a trabalharem como voluntários, monitorando as eleições na Nigéria através do envio de mensagens de texto para uma central.

Ao esforço de investigação e teorização na academia, somou-se assim o interesse de pesquisadores e agências governamentais em pensar e promover os telefones celulares como propulsores de desenvolvimento econômico de populações de baixa renda, em especial no incentivo a pequenos empreendedores. Entretanto, como nos mostram Horst e Miller (2006) os telefones celulares são apropriados de maneiras muitas vezes imprevisíveis por aqueles que desenharam a tecnologia ou, mesmo, não correspondem aos anseios das agências de desenvolvimento. No caso jamaicano, os celulares não se tornaram portas de acesso para geração de renda via empregos formais porque esses empregos, simplesmente, não existiam. Ao invés disso, foram apropriados seguindo uma lógica cultural na qual a formação e manutenção de redes de relacionamento é fundamental para a sobrevivência econômica: os parentes e amigos em melhores condições financeiras (em especial os emigrados para os Estados Unidos) são chamados a auxiliar aqueles menos favorecidos pela sorte. O que a etnografia de Horst e Miller nos mostra é que, para entender os modos de apropriação dos telefones celulares, é preciso antes de tudo compreender os padrões culturais, políticos e econômicos da sociedade em questão.

O estudo mais abrangente sobre os telefones celulares em países em desenvolvimento combina essas duas vertentes, e é parte de uma pesquisa mais ampla sobre as implicações sociais da difusão e adoção de telefones celulares ao redor do globo, conduzida pela equipe de pesquisa de Manuel Castells e intitulada *Mobile Communication and Society*

(CASTELLS ET AL, 2007). O próprio interesse de Manuel Castells, autor de uma obra de fôlego, sociólogo influente por suas reflexões sobre globalização e novas tecnologias, e responsável por cunhar o termo “sociedade em rede” (CASTELLS, 2002) pelo tema dos telefones celulares dá conta do crescimento desse campo de pesquisa e aponta para sua consolidação. Na obra, os autores ressaltam os poderosos efeitos sociais da tecnologia na contemporaneidade, a qual reflete “a lógica de redes (*networking logic*) que define a experiência humana de nosso tempo” (CASTELLS ET AL, 2007, p. 258). Entretanto, como aponta Horst (2008) em sua resenha da obra, os autores também reconhecem que as práticas sociais e as instituições têm um papel importante na definição das texturas e possibilidades da comunicação móvel na sociedade. De acordo com Donner (2008b) o estudo de Castells aborda os celulares em relação ao mundo desenvolvido de duas formas: primeiro, oferece uma revisão de estudos conduzidos em países em desenvolvimento (há referências à Índia e à China, entre outros) para dar suporte a afirmações mais amplas sobre como as tecnologias móveis estão relacionadas à vida cotidiana dos agentes sociais. Dessa forma, Castells et. al (2007) buscam apontar similaridades entre o uso de telefones celulares nos países desenvolvidos e em desenvolvimento. Para apontar diferenças, pondera Donner (2008b) Castells e sua equipe recorrem a um capítulo no qual é oferecida uma análise econômica dos impactos dos telefones celulares em países em desenvolvimento – e, nesse sentido, constitui um exemplo da abordagem dos celulares como ICTD, como mencionamos acima. O estudo de Castells et al., ao combinar essas duas abordagens, vai além de estudos de caráter meramente econômico e logra êxito em construir uma abordagem que cruza distintos contextos socioculturais na análise de seu objeto, desafiando assim o primado dos constrangimentos econômicos como lugar central na análise da difusão dos celulares no chamado “Terceiro Mundo”. Por exemplo, os autores revelam, ao contrário de estudos que atribuem à ampla adoção das mensagens de texto (SMS) nas Filipinas a fatores econômicos, que muitos de seus usuários são executivos bem sucedidos para quem o custo não é fator central. Outro exemplo trazido pela riqueza dessa abordagem – que desafia pressupostos totalizantes sobre a influência da tecnologia na vida social - refere-se ao uso e imaginários associados ao binômio telefones celulares/adolescentes: enquanto nos Estados Unidos, por exemplo, os telefones celulares são vistos como símbolo de mobilidade, autonomia e independência juvenil do controle parental, Castells et al (2007) recorrem a estudos realizados na Coreia do Sul para mostrar que, nesse país, “a adoção de telefones

celulares reforça estruturas hierárquicas tradicionais existentes na família, escola e grupos de sociabilidade juvenil” (CASTELLS ET AL, 2007, p. 148). Da mesma forma – e retornando ao exemplo dos países em desenvolvimento – estudo conduzido entre famílias de camadas populares no Chile sugere que constrangimentos econômicos são insuficientes para explicar o uso compartilhado do telefone celular entre membros de uma mesma família.

Na última parte desta seção gostaria de chamar a atenção do leitor para alguns projetos, iniciativas e reflexões que, no Brasil, têm se preocupado em pensar ou utilizar as tecnologias móveis para o desenvolvimento econômico e social. Na falta de estudos acadêmicos, com exceção das considerações de Schwartz (2009) e Sorj (2003) recorreremos também à fontes jornalísticas.

Em um registro sociológico, o estudo de Sorj (2003) sobre a desigualdade na chamada “Sociedade da Informação” foi um dos poucos trabalhos que encontramos a tratar da questão dos telefones celulares nessa temática, destacando-se por pensar a questão no bojo da rápida disseminação dos celulares entre as camadas populares, ocorrida no Brasil nos primeiros anos do século XXI. Contra argumentos que sugeriam que as camadas populares, no final dos anos noventa, estavam sendo induzidas pela publicidade a comprar um produto “desnecessário” (os celulares pré-pagos), cujas tarifas eram bem mais altas que a telefonia fixa, Sorj lembra que as camadas populares não são tão



Figura 1.2 Torpedo enviado pela operadora Vivo informa sobre a gripe A

facilmente manipuláveis pela ideologia dominante. O autor ressalta a apropriação criativa do celular feita pelas camadas populares, para fazer frente aos altos custos da telefonia no Brasil: o celular pré-pago é utilizado mais para receber chamadas e mensagens; para fazer chamadas, usa-se um telefone público. Para Sorj, em uma cidade como, por exemplo, o Rio de Janeiro, onde mais da metade da população – e nos setores de baixa renda, a maioria – se encontra no setor informal, poder ser localizado através de um telefone que se carrega consigo aumenta as possibilidades de encontrar trabalho: “com o telefone celular, carpinteiros, pintores, bombeiros, faxineiras, pedreiros [...] aumentaram enormemente as possibilidades de serem localizados para realizarem um serviço” (SORJ,

2003, p. 21).

Mais recentemente, operadoras de telefonia no Brasil e o governo têm se preocupado em patrocinar projetos de inclusão social e digital que contemplem as tecnologias móveis. As Secretarias de Saúde e de Gestão Pública do Estado de São Paulo, em parceria com a operadora Vivo, enviaram mais de 4 milhões de mensagens de texto com conteúdo social em 2009 – é o chamado “torpedo social” (TORPEDOS MOBILIZAM...). O torpedo social pode ser direcionado às ações de saúde, segurança pública e defesa civil (as figuras 1.2 e 1.3 mostram exemplos).

Em São Paulo, entre janeiro e março de 2009, mais de dois milhões de paulistanos receberam um torpedo educativo contra a dengue, cuja mensagem dizia: “evite água parada em pneus, garrafas e vasos”. A mesma estratégia foi utilizada para incentivar doações de sangue no maior hemocentro do capital paulista; e em 2008, o envio de mais de três milhões de “torpedos sociais” contribuiu para a arrecadação de fundos para a Defesa Civil de Santa Catarina durante a tragédia das chuvas e desabamentos de novembro daquele ano. Já a operadora Oi, através do instituto Oi Futuro, patrocina um projeto que também opera com foco no envio de mensagens de texto: é o “Alô Cidadão”, que funciona na cidade de Belo Horizonte¹⁶ (PROJETO DE INCLUSÃO...).



Figura 1.3 “Torpedo social” angaria fundos para as vítimas das chuvas de janeiro de 2010 nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro.

Por fim, penso ser importante ressaltar o trabalho desenvolvido

¹⁶ O projeto foi criado pelo Instituto Hartmann Regueira, que em 2005 foi premiado pelo projeto Novos Brasis, do antigo Instituto Telemar, atual Instituto Oi Futuro. O projeto também é patrocinado pela Okto, empresa que desenvolveu a ferramenta que permite o envio das mensagens SMS para celulares de qualquer operadora. Agentes comunitárias do Projeto Alô Cidadão o divulgam para as pessoas de uma comunidade de camadas populares de Belo Horizonte. Os cidadãos se cadastram para receberem os torpedos. Os moradores cadastrados recebem em média duas mensagens por dia, de segunda a sexta-feira. São mensagens relativas a oportunidades de emprego, saúde, cidadania, educação, dicas de eventos culturais, entre outros. Para se cadastrar o morador lê e assina uma autorização, além de preencher uma ficha de cadastro. Um vídeo do projeto está disponível no site YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=ZNRcCj8pAM&feature=related>

na Universidade de São Paulo (USP) através do projeto Cidade do Conhecimento (www.cidade.usp.br). Trata-se de um projeto de pesquisa-ação, ligado à Escola de Comunicação e Artes da USP e que, desde 2001, têm sido pioneiro em projetos de desenvolvimento local (SCHWARTZ, 2009). Com foco específico na utilização de tecnologias móveis para ações de cidadania e responsabilidade social, o *Cidade Móvel* é o braço do projeto Cidade do Conhecimento que desenvolveu dois projetos de geração de renda que combinam celulares e conhecimentos tradicionais. O primeiro deles, *Pipa Móvel*, produz toques para celular e papéis de parede a partir de cantos e imagens da região litorânea do Rio Grande do Norte; o segundo liga tribos indígenas do norte e centro-oeste do Brasil a operadoras de telefonia celular – a proposta é gerar renda através da venda de cantos indígenas tradicionais, que podem ser baixados do site das operadoras e utilizados como toque de celular¹⁷. Outro projeto, que começou como uma proposta artística exterior à proposta da Cidade do Conhecimento, passou a ser por ela encampado há dois anos. Trata-se do *CANAL MOTOBOY, que iniciou sua trajetória em maio de 2007 como um projeto de arte pública de autoria de Antoni Abad, artista espanhol; a proposta de Abad foi a de persuadir doze motoboys da cidade de São Paulo a documentarem seu cotidiano através do uso de celulares equipados com câmeras, dessa forma propondo uma recriação da identidade e “cultura dos motoboys” (SCHWARTZ, 2009).

¹⁷ Entre as tribos participantes, estão os xavantes do Mato Grosso do Sul. Em 2005, o antropólogo francês Claude Levi-Strauss, que na década de trinta desenvolveu pesquisas entre os índios dessa etnia, recebeu como homenagem um aparelho celular que tinha como toque um cântico dos xavantes, entregue pelo reitor da USP e pelo idealizador da Cidade do Conhecimento, o pesquisador Gilson Schwartz (CRUZ, 2005). Agradeço ao prof. Rafael Bastos a indicação desta notícia.

CAPÍTULO II

CULTURA MATERIAL, TECNOLOGIA E A RELAÇÃO PESSOA-OBJETO



Figura 2.1 Celular de chocolate à venda em loja de produtos artesanais em Florianópolis.
O que essa imagem pode nos dizer a respeito das relações das pessoas com seus telefones celulares?

CAPÍTULO II

CULTURA MATERIAL, TECNOLOGIA E A RELAÇÃO PESSOA-OBJETO

2.1 A relação pessoa-objeto na ótica da Antropologia do Consumo

Na visão de senso comum a respeito da relação entre as pessoas e os objetos nas sociedades moderno-contemporâneas, as pessoas estão inegavelmente separadas dos objetos. Igualmente, no pensamento contemporâneo ocidental, é dado por certo que as coisas – tomadas como objetos físicos – representam o universo natural das mercadorias. Em oposição, existiriam as pessoas – seres individuais e singularizados (KOPYTOFF, 1986). Por outro lado, pensando em termos de sociedade de consumo, o discurso do senso comum também entende essa relação em termos de uma opressão advinda do materialismo: as pessoas são oprimidas pelos objetos, no sentido de que a sociedade de consumo valoriza muito mais o “ter” do que o “ser”. Na teoria social sobre o consumo, uma visão moralizante ainda persiste, e tal “materialismo desenfreado” é responsabilizado pela perda de valores, pela dissolução de identidades e pela desagregação social (Slater, 2002; Miller, 1987; 1995; 2004).

Entretanto, para a teoria antropológica, desde Mauss e seu *Ensaio sobre a Dádiva*, delineou-se a idéia de que os objetos não são simplesmente coisas mortas e inanimadas, tal como são considerados nas sociedades capitalistas. Portanto, a noção de uma polaridade entre pessoas individualizadas e coisas mercantilizadas é não somente recente em termos culturais, como também excepcional (Kopytoff, 1986). Mauss (2003) duvidava da separação entre os aspectos físico (material) e simbólico da vida social. Mostra-nos que, ao contrário, os objetos, assim como as pessoas, podem ser dotados de alma e de espiritualidade e não são, portanto, simplesmente objetos. Para Mauss, não somente os objetos, mas também as pessoas podem ser trocadas no sistema de dádivas. A troca de objetos entre duas pessoas estabelece obrigações recíprocas – dar, receber, e retribuir. Assim, os objetos podem ter qualidades também atribuídas às pessoas.

Em termos econômicos, no sentido da economia clássica, a

relação entre as pessoas e os objetos, no que se refere ao consumo, termina no momento da compra. Essa visão do consumo é criticada por autores como Appadurai (1986; 1998), que defende que as mercadorias, assim como as pessoas, têm vidas sociais. Nesse sentido, Appadurai (1986), apoiando-se em Simmel (1971), busca considerar a dimensão política como constituinte da construção do valor.

Appadurai argumenta em favor da dimensão cultural da demanda e do desejo. Estes não são vistos pelo prisma utilitarista da teoria econômica (na qual a demanda está relacionada por um lado com o desejo – infinito e transcultural – e, de outro, com a necessidade (“natural” e fixa). Filiando-se ao pensamento de Baudrillard em *Por uma crítica da economia política do signo*, o autor sugere que a demanda, e portanto o consumo, devem ser tratados como um aspecto da economia política das sociedades. A demanda não é, como para a teoria econômica, uma emanção misteriosa das necessidades humanas, e assim uma resposta mecânica à manipulação social – da qual a publicidade e seus efeitos são frequentemente citados como exemplo paradigmático.

Assim, é a *política* (no seu sentido mais amplo: de relações, assunções, e competição relacionadas ao poder) que, para Appadurai, estabelece uma ligação entre a troca e o valor no que tange à vida social das mercadorias. Fazendo uma revisão da teoria do valor de Marx, mas a partir de Simmel, destaca que, para este último, a fonte do valor está na troca. Se a troca é a fonte do valor, as coisas possuem valor porque são trocadas, e não vice-versa, como parecia acreditar Marx, que acreditava que a fonte do valor está no trabalho investido nas mercadorias (embora reconhecesse a importância da dimensão social da troca – para apostar no fetichismo da mercadoria, ou seja a opressão das pessoas pelos objetos). Para Simmel, o valor nunca é uma propriedade inerente dos objetos. O valor dos objetos está, sim, no julgamento feito a seu respeito pelos indivíduos. E mais valiosos serão, para Simmel (1971), quanto mais difícil for para os indivíduos obtê-los. Esses indivíduos exercem escolhas que são políticas e é nesse sentido que Appadurai argumenta que as mercadorias, tal como as pessoas, têm vidas sociais.

Nesse sentido, McCracken (2003) afirma que os bens são objetos que nos contam não quem nós somos, mas sim quem nós gostaríamos de ser, e que o consumo de bens serve para criar definições de si e do mundo, cultivar ideais e sustentar estilos de vida, através de ações rituais de consumo. Nesse registro, a idéia de que as identidades estruturam-se fortemente em torno do consumo encontra eco nas idéias de vários autores das Ciências Sociais. Bauman (2001) acredita que o indivíduo

expressa a si mesmo através de suas posses. McCracken (2003) afirma que a cultura contemporânea é profundamente dependente do consumo, demarcando sua influência sobre a construção de noções de si na modernidade:

Sem os bens de consumo, as sociedades modernas desenvolvidas perderiam instrumentos-chave para a reprodução, representação e manipulação de suas culturas. Os mundos do *design*, do desenvolvimento de produto, da publicidade e da moda que criam esses bens são eles próprios importantes autores de nosso universo cultural. Eles trabalham continuamente para moldar, transformar e dar vida a esse universo. Sem eles o mundo moderno quase que certamente se desmancharia. O significado dos bens de consumo e a criação de significado levada a efeito pelos processos de consumo são partes importantes da estruturação de nossa realidade atual. Sem os bens de consumo, certos atos de definição do *self* e de definição coletiva seriam impossíveis nessa cultura. (MCCRACKEN, 2003, p. 11).

Tais construções de si, além disso, são caracterizadas pela fluidez e pela valorização do efêmero. Essa valorização do efêmero que, acredita Appadurai (2001) encontra expressão em uma variedade de níveis sociais e culturais: a curta vida dos produtos nas prateleiras dos supermercados, as rápidas mudanças dos ciclos da moda, a velocidade das imagens da mídia. A categoria velocidade nos remete agora à noção de tempo. Como o consumo o influencia? O tempo atual, para Appadurai, é um tempo comodificado, cujos ritmos de trabalho e lazer são ditados em função do consumo. Logo, o consumo passa a criar o tempo, e não o contrário. O tempo torna-se uma mercadoria. A globalização traz para o consumo, portanto, a intensificação de uma profunda mudança na percepção de tempo e de espaço.

Conforme já notou Mauss (2003) no *Ensaio sobre a dádiva*, há uma separação entre as palavras e as coisas. O mundo das coisas é considerado inanimado, e colocado em movimento apenas pelas pessoas e suas palavras. A meu ver, o mérito de Appadurai está em enfatizar que, em muitas sociedades, as coisas não estão facilmente separadas da capacidade de agir das pessoas e do poder das palavras de comunicar. Para Appadurai (1986), mesmo que se acredite que de um ponto de vista

teórico são os atores humanos que codificam as coisas com significado, de um ponto de vista *metodológico* são as coisas em movimento que iluminam seu contexto humano e social¹⁸. As coisas em geral são de interesse independente para vários ramos, em especial a arqueologia, através do estudo da cultura material. Considerar as coisas a partir da perspectiva das mercadorias representa, para Appadurai um valioso ponto de entrada para um renovado interesse na cultura material, o qual procura relacionar, de forma dialética, as perspectivas material e simbólica dos objetos¹⁹.

Nos estudos em antropologia do consumo, tem se destacado as formulações de Miller (1987; 1995). Evocando a intuição maussiana da não separação entre as dimensões simbólica e material da vida social, Miller (1987) afirma que, em comparação com a lingüística, por exemplo, nosso conhecimento dos significados da cultura material é absurdamente pequeno. Miller argumenta que a cultura material atua como veículo de expressão de sistemas simbólicos e, nesse sentido,

¹⁸ Na publicidade as coisas e as pessoas muitas vezes não estão separadas. Nesse sentido, o argumento do seguinte comercial expressa a que ponto pode chegar o desejo de posse, por exemplo, de aparelhos celulares – que pode ser mais desejado do que outro ser humano, mesmo sendo um objeto “inanimado”. Penso ser possível, também, uma analogia entre sociedades simples e complexas no que se refere à percepção maussiana de que não só os objetos, mas também as pessoas podem ser trocadas, e isso não apenas em redes tradicionais de troca de mulheres ou nas atuais de tráfico de pessoas:

Duas amigas estão em um barzinho, mexendo em seus celulares, quando chega uma terceira, acompanhada do ator Marcello Anthony – com um grande laço vermelho em volta do tórax. “Gente, o que é isso?” pergunta uma delas, ao que a terceira responde, em tom irritado: “Minha mãe. Me deu o Marcello Anthony.” O ator sorri e acena, simpático. “Ué, você não pediu um Claro?” retruca a outra amiga. “Pedi. Eu disse que a Claro tem três promoções... [*explica os detalhes*].” “Muito melhor, retruca uma das amigas [*referindo-se ao celular e, olhando para o ator, com cara de quem quer ajudar*]: se você quiser, eu posso ficar com ele”. “Só se você me der o seu Claro” responde a moça prontamente. “Aí já é demais, né...” diz a amiga, virando-se para a outra com quem está sentada à mesa, que a apóia dizendo: “A gente aqui, querendo ajudar...”

¹⁹ Igualmente, assinalo a importante contribuição de Gell no campo da antropologia da arte, a qual também é útil para pensar o consumo (1998). Este considera a arte não como “significado” ou como “comunicação”, mas sim como um *fazer*. Para Gell, é o fazer que dota os objetos de arte de agência – e é nesse sentido que torna-se possível pensar os objetos como pessoas, ou seja, humanizá-los. Para Gell, os objetos devem sempre ser pensados como estando inseridos no contexto da vida. Por isso é que a antropologia de Gell é uma antropologia que enfoca os agentes sociais. Assim, não considera a arte como uma linguagem, não interpreta os objetos de arte como se fossem textos – a maneira de uma Semiótica – mas sim coloca os objetos de arte como mediadores do processo social.

propõe um estudo da cultura material que supere o dualismo entre objetos e pessoas, compreendendo estes como parte de uma relação dialética, na qual objetos e sujeitos constituem-se mutuamente. O significado do objeto é importante, mas não separado de sua dimensão material: esta deve ser levada em consideração para o entendimento dos motivos que tornam os objetos significativos para as pessoas.

É nesse sentido que Miller propõe o conceito de *objetificação* como chave explicativa para o entendimento do consumo, tanto nas sociedades simples mas, em especial, nas sociedades moderno-contemporâneas. Para Miller (1987), que desenvolve seu conceito de objetificação a partir de Hegel, um entendimento mais profundo do lugar das mercadorias na sociedade requer necessariamente uma perspectiva do relacionamento entre pessoas e coisas. 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” (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.

Entender as sociedades modernas através da cultura material pode parecer fetichista, reconhece Miller (1987), desde que se entenda o fetichismo no sentido de Marx: como a ignorância ou o mascaramento das verdadeiras relações sociais através de uma preocupação exclusiva com os objetos em si. Entretanto, o esforço intelectual de Miller consiste em desenvolver um modelo não-dualista das relações entre as pessoas e as coisas. Os processos de objetificação, portanto, são vistos como processos de desenvolvimento nos quais nem a sociedade nem as formas culturais são privilegiadas em separado. São, sim, vistas como mutualmente constitutivas.

Se, a partir do Iluminismo, houve um distanciamento cada vez maior entre as pessoas e as coisas (estas passaram a ser vistas como algo radicalmente diferente das pessoas) esse distanciamento passou a implicar a noção de que o consumo de objetos pode diminuir nossa humanidade em vez de realçá-la. Nesse sentido, Miller (1995; 2004) critica uma visão maniqueísta, de viés pós-modernista, a respeito de uma superficialidade exacerbada causada por um materialismo excessivo na sociedade de consumo. Na visão pós-modernista, somos

fantoches do mundo dos objetos tal como produzidos pelo capitalismo; quanto mais as pessoas se manifestam através dos objetos, mais parecem ter se perdido de uma “verdadeira” noção de pessoa (MILLER, 1995). Segundo o autor, não se trata de pensar que essa perspectiva seja impossível, mas sim de, no mínimo, “considerar a possibilidade de que o volume excessivo da cultura material contemporânea pode, entre certas pessoas e em certas circunstâncias, realçar sua humanidade e desenvolver sua sociabilidade” (2004, p. 29).

Filiando-se também a uma abordagem processual, e advogando que os objetos são mediadores da relação dos indivíduos com a modernidade global, Slater (2002) assim como Miller (1995; 2004) foge às visões maniqueístas do consumo e afirma que este não é sempre bom ou sempre mau. Assim, o consumo não é nem monstruosidade geradora de materialismo nem “final feliz” da História. Para Slater, “o que é muito mais interessante estudar é como os processos, objetos e ideologias consumistas podem atuar como mediações, áreas de trabalho cultural através dos quais as pessoas procuram entender e controlar sua vida num mundo ‘moderno’ e cada vez mais globalizado.” (2002, p. 2).

Em termos da relação das pessoas com os meios de comunicação, um importante teórico a pensá-los como mediadores do processo social, em que pesem críticas ao caráter tecnológico-determinista de suas reflexões, é McLuhan (1995). Baseando-me em sua teoria, e pensando no caráter de presença ubíqua dos celulares, penso que estes igualmente podem ser considerados extensões do corpo humano – o celular torna-se parte do indivíduo. Para McLuhan, todos os meios de comunicação são extensões de alguma faculdades humana, física ou psíquica. Assim, McLuhan dá alguns exemplos: a roda é uma extensão do pé; o livro, da visão; as roupas, da pele; e o circuito elétrico, uma extensão do sistema nervoso central. Nesse sentido, ao considerar os meios enquanto extensões humanas – e, com isso, perceber um traço profundo da cultura contemporânea – McLuhan identifica a evolução das comunicações com o próprio processo civilizatório, através de sua célebre fórmula: “o meio é a mensagem”. A mensagem do meio é toda a mudança na relação entre os homens e entre os homens e a tecnologia. Para McLuhan, trata-se de pensar o meio ou processo de comunicação de nossa época como um fator que está reformando e reestruturando os padrões de interdependência social e também todos os aspectos de nossa vida privada. Em desenvolvimento mais recente, Lasen (2004) argumenta que os celulares, na medida em que constituem uma combinação entre o humano e o não-humano, constituem “tecnologias afetivas” e funcionam como instâncias mediadoras das emoções e mantenedoras dos laços

sociais. Para Lasen, “os usuários possuem um relacionamento emocional com seus telefones e sentem-se ligados à eles.” (2004, p. 1).

Na cultura de consumo, a maior parte dos objetos através dos quais as pessoas se expressam, e com os quais se relacionam, toma a forma de mercadoria. Nesse sentido, penso ser importante uma definição do que possa ser entendido por mercadoria e, novamente, recorro a Appadurai (1986). Ao discorrer sobre o espírito da mercadoria, Appadurai coloca como premissa principal que qualquer tentativa de definição de mercadorias deve ser processual – levando em conta sua circulação e, assim, sua inserção nas redes sociais. Trata-se de uma tentativa de definição que procura transcender e criticar a definição de Marx da mercadoria como um objeto destinado a trocas econômicas, que possui valor de uso por satisfazer necessidades e ter utilidade. Outras definições, menos puristas, consideram mercadoria como bens destinados a trocas de qualquer tipo. Outras equivalem mercadoria à dádiva. Há, ainda, a abordagem de Baudrillard (1973; 1995) dos “objetos”. A sociedade de consumo de Baudrillard pauta-se por um tipo específico de consumo, o consumo do signo ou *commodity sign*. Um “objeto”, para Baudrillard, é uma coisa (no sentido de Appadurai) que transformou-se de produto ou mercadoria em *signo*: um signo em um sistema de signos de status. Appadurai (1986) entretanto, argumenta que as mercadorias se distinguem de outros tipos de coisas – como “produtos”, “objetos”, “bens”, “artefatos” – mas apenas em certos aspectos e de certos pontos de vista.

O que é uma mercadoria, então? Appadurai valoriza a convergência de idéias entre Marx (mercadoria como produção de valor-de-uso para outros) e Simmel (a troca como fonte do valor econômico). Trata-se de apostar em uma *definição processual*: não se trata de perguntar o que é mercadoria, mas sim “Que tipo de troca é uma troca de mercadorias?” Nesse sentido, Appadurai defende leituras mais sofisticadas de Mauss e Marx. O autor chama a atenção para uma importante qualidade que a troca de dádivas e a circulação de mercadorias compartilham: essa qualidade é a dimensão calculativa, ou calculista (aqui no sentido de Simmel) das trocas. Essa dimensão, defende Appadurai (apoiado em Bourdieu e em Simmel) não está presente somente nas trocas econômicas, mas deve ser tomada por uma perspectiva filosófica e cultural. A dimensão calculativa está presente tanto nas sociedades “primitivas” – normalmente tomadas apenas por solidárias – quanto nas sociedades moderno-contemporâneas. Portanto, como Simmel (1971) acreditava, há uma dimensão de socialidade nessa dimensão calculista. Aqui, Appadurai reconhece os esforços de vários

autores para restaurar a dimensão cultural às sociedades complexas, cada um dos quais com seu ponto de vista.²⁰

Da mesma forma que Miller (1987) Appadurai valoriza uma abordagem dialética aos estudos do consumo. Para ele, a antropologia dificulta uma definição de mercadoria pois é excessivamente dualista: sempre estão presentes oposições como “nós” e “eles”, “materialista” e “religioso”, “objetificação de pessoas” versus “personificação das coisas”, “trocas de mercado” versus “reciprocidade” e assim por diante. A mercadoria pode até ser um tipo de coisa, mas o importante, para Appadurai (1986) e para Miller (1987) é perguntar que tipo de coisa ela é: em que consiste sua *socialidade*? Definições essencialistas não fazem sentido; é importante caracterizar a troca de mercadorias de uma maneira *comparativa e processual*, mais do que buscar definições mágicas para diferenciar a mercadoria de outros tipos de coisa. Outro ponto importante: trata-se de apostar em uma ruptura com a visão marxista da mercadoria – a qual é dominada pela produção – e focar na *trajetória total* da mercadoria: *da produção para a troca/distribuição*, e então para *o consumo*. Assim, Appadurai conclui essa seção afirmando que sua definição de mercadoria é esta: refere-se a coisas que, em uma certa *fase* de suas carreiras e em um *contexto* particular, satisfazem os requerimentos – sociais e culturais - à sua candidatura em mercadoria.

Portanto, o mérito de Appadurai está em mostrar que a mercadoria não é um tipo de coisa, mas sim uma fase na vida de algumas coisas. É assim que conchas viram braceletes, no *kula*, e entram em um circuito de trocas rituais, estabelecendo laços complexos entre as pessoas e as coisas, sublinhando o caráter dinâmico e processual da circulação de mercadorias e de suas relações com as pessoas.

Para Douglas e Isherwood (2004) os bens de consumo, na medida em que carregam princípios culturais, servem para “tornar estáveis as categorias da cultura” ou, em outras palavras, são portadores de uma cosmologia dotada de valores que são compartilhados pelos atores. Pensando na relação entre os pessoas e os objetos a partir de uma perspectiva da apropriação de seus significados no universo do consumo, McCracken (2003) desenvolve a reflexão pioneira de Douglas e Isherwood (2004) de que todo consumo é um processo ritual. McCracken, que toma como base as teorias antropológicas clássicas de ritual e performance de Van Gennep e Victor Turner, argumenta que os

²⁰ Sahlins em *Cultura e Razão Prática*; Baudrillard em *A Sociedade de Consumo, O Sistema dos Objetos e Por uma crítica da Economia Política do Signo*; e Douglas e Isherwood em *O Mundo dos Bens*.

rituais de consumo funcionam como instâncias de ação simbólica ou “ritual” (como prefere o autor), definindo ação ritual como

[...] um tipo de ação social dedicada à manipulação do significado cultural, para propósitos de comunicação e categorização coletiva e individual. O ritual é uma oportunidade para afirmar, evocar, assinalar ou revisar os símbolos e significados convencionais da ordem cultural. O ritual é, nesta medida, uma poderosa e versátil ferramenta para a manipulação do significado cultural. Sob a forma do clássico “rito de passagem”, é usado para mover um indivíduo de uma categoria cultural de pessoa para outra, e deste modo um conjunto de propriedades simbólicas pode ser abandonado (por exemplo, as de uma “criança”) e um outro pode ser apropriado (por exemplo, as de um “adulto”). (MCCRACKEN, 2003, p. 114).

Fundamentalmente, o que o autor propõe é desvelar o funcionamento dos movimentos de significado que constroem valores em torno da experiência do consumo. McCracken (2003) localiza a produção e circulação de significados em três instâncias: no mundo culturalmente constituído, nos bens de consumo e no consumidor individual. McCracken procura representar graficamente a característica fluida e móvel dos significados na contemporaneidade, os quais são fixados através de práticas rituais de consumo. A publicidade e o sistema de moda movem o significado do mundo culturalmente constituído para os bens de consumo, enquanto os rituais de consumo, enquanto ação simbólica, o transferem destes para o consumidor. São quatro os rituais de consumo apresentados por McCracken. Primeiro, os rituais de troca consistem basicamente na troca de presentes, principalmente em ocasiões festivas, e constituem um potente meio de influência interpessoal. Os rituais de posse estão ligados na personalização dos bens possuídos pelos atores, o que resulta na demarcação de categorias culturais de classe, status, gênero, idade, ocupação e estilo de vida. A seguir, temos os rituais de arrumação: os atores se utilizam de meios tais como maquiagem ou vestuário adequado para causarem a melhor impressão possível em dada ocasião. Por fim, os rituais de despojamento consistem no apagamento de significados relacionados ao dono anterior do bem para evitar um “contágio” de significados; por exemplo, a

limpeza e redescorção de um apartamento que pertenceu à outra pessoa. Entretanto, há uma crítica feita por Miller (1995) às idéias de McCracken. Para o autor, “o consumo é mais do que meramente uma transferência ou apropriação de significado. É um processo de objetificação” (MILLER, 1995, p. 37). Assim, embora concorde com a noção de que os bens são objetos nos quais são investidos significados por parte de produtores culturais, com essa crítica Miller manifesta seu desconforto ante a pouca significância conferida por McCracken ao fato de que as relações sociais podem ser igualmente construídas criativamente através de processos de consumo.

Há que se pensar, assim – e é a essa proposta que à que essa tese se filia – em um diálogo teórico-metodológico frutífero entre os sistemas classificatórios significativos – nos quais os objetos são tratados como linguagem – e a materialidade dos objetos e seu valor intrínseco. Desta forma, busca-se preencher as lacunas constantes nas abordagens que tratam o consumo como apropriação de significados. Trata-se, fundamentalmente, de apostar em estudos sobre as relações entre as pessoas e os objetos que sejam baseadas no encontro etnográfico, para um melhor entendimento da cultura como práticas sociais que envolvem dimensões tanto simbólicas quanto materiais, nas quais os sujeitos consumidores são dotados de agência. Desta forma, é possível escapar à crítica moralista do consumo “que desumaniza o consumidor, transforma-o em fetiche e, portanto, serve à causa do mesmo capitalismo que alega criticar” (MILLER, 2004, p. 32).

2.2 Telefones celulares e a noção de pessoa, ou sobre o papel da técnica na constituição do indivíduo na contemporaneidade

O discurso da modernidade encontra na centralidade do conceito de “indivíduo” uma de suas premissas centrais. Outro ponto nodal da modernidade capitalista está na tríade consumo – tecnologia – globalização e sua crescente influência na vida dos indivíduos. Nesse sentido, o objetivo do texto é refletir sobre o estatuto do indivíduo, e especialmente de seu corpo, na modernidade tardia, articulando essas duas posições. Primeiro, à guisa de introdução, busco recuperar uma breve genealogia da discussão sobre o conceito de pessoa para, a seguir, desenvolver o argumento de que a forma contemporânea do indivíduo – ou pós-moderna, como preferem alguns autores – é profundamente atravessada pelo consumo de tecnologia.

A gênese das discussões antropológicas sobre o conceito de indivíduo encontra nas idéias de Marcel Mauss o precursor seminal.

Para Mauss (1974 [1938]) o indivíduo é a forma mais acabada, a forma especificamente moderna e ocidental de pessoa. Mauss procura desnaturalizar a noção de “pessoa”, alertando que esta categoria não é universal mas, sim, um produto do pensamento ocidental. A essência do que veio a se tornar o indivíduo moderno, para Mauss, reside em um processo de individuação que destaca a pessoa do conjunto do social, através da utilização de nomes e máscaras rituais. É através do nome que a pessoa – antes apenas um “personagem” que existia apenas como encarnação de um ancestral - torna-se um indivíduo que descobre/percebe sua individualidade como uma consciência de si, uma vida moral interior, como estrutura de sentimentos, como moralidade. Tomando como base, mas, porém, modificando a noção de *Homo duplex* de Durkheim, Mauss credita o desenvolvimento do conceito de indivíduo à tradição histórica social e legal da *personne*, que toma o indivíduo em relação à sociedade, em contraposição a tradição do “eu” (noção do “eu”, *moi*) que se preocupa com a relação do indivíduo com o cosmo natural e espiritual (Lukes, 1985). Com Mauss, a concepção do homem como parte de um todo mais amplo, responsável pela formação de sua identidade desde fora, em vigor há mais de três milênios, começa a ser abandonada. Desenvolve-se a consciência da posse de um eu separado e distinto, formado desde dentro, a partir do confronto com o Outro. Perante a categoria relacional de pessoa, emerge pouco a pouco a visão do homem como sujeito portador de uma identidade individual. Desta forma, no pensamento de Mauss, chega-se à forma moderna de pessoa como uma entidade existente em si mesma, como uma unidade, ou seja, pessoas como seres individuais – em contraponto, por exemplo, à noção de pessoa nas sociedades primitivas. Nesse sentido, de acordo com Lévy-Bruhl, o indivíduo não seria mais do que um “lugar de participações”: o indivíduo não existe como corpo separado; não se distingue do que o cerca, sejam objetos, roupas, antepassados reais ou míticos (Goldman, 1996).

Embora relativista, a perspectiva de Mauss ontologiza a noção de pessoa na medida em que o indivíduo é visto como sujeito que se apresenta, ou se presentifica, constituindo-se a partir de uma essência que conteria desde o início formas de individualidade como potência. Mauss, mesmo ao reconhecer que as representações sociais em torno da noção de pessoa variam de sociedade para sociedade, parece assinalar que o processo de emergência da pessoa corresponde ao desenvolvimento dessas formas elementares de individualidade. Nesse sentido, é preciso notar uma diferença com o pensamento de Louis Dumont (1985) que denuncia o caráter universal do indivíduo,

sublinhando que o individualismo é a ideologia por excelência do discurso da modernidade, ou mesmo de Foucault, para quem o indivíduo é resultado de relações de poder – nesse sentido, a concepção moderna de indivíduo não passa de uma unidade construída artificialmente (Lukes, 1985). Nesse sentido, Foucault desconstrói o sujeito moderno ao investigar as diferentes instituições e normas que o formaram, pois entende que são as diferentes “formas de subjetivação” efetuadas pelos discursos de poder de caráter coercitivo que circulam na sociedade, que produzem os sujeitos, ou, podemos dizer, a pessoa.

Em que pese o seu caráter por vezes evolucionista, a *Noção de Pessoa*, de acordo com Goldman (1996) catalisa toda a tradição antropológica em torno da definição da noção de pessoa, na medida em que estabelece o plano do fato social total. Ao contrário da tradição antropológica britânica, que separa “indivíduo” – como fato biológico – de “pessoa” – como fato social, Mauss privilegia o fato social total, onde “físico, psíquico e social não mais podem ser distinguidos, e onde representações e processos empíricos não constituem mais que dimensões ou expressões sempre articuladas das práticas humanas que pretendemos investigar” (Goldman, 1996, p. 105). Como veremos mais adiante, essa proposta que, à sua maneira, desafia dualismos será preciosa para se pensar sobre o estatuto do indivíduo na modernidade, dentro do campo de estudos que se ocupa do fenômeno que se convencionou chamar cibercultura²¹.

Essa breve genealogia nos mostra que, embora tenham sido

²¹ A cibercultura é um fenômeno cultural diretamente relacionado à emergência da *ciberspaço*, ou seja, o espaço virtual propiciado pela rede mundial de computadores (Internet), o qual, como afirma Castells (2002) integra o mundo contemporâneo na forma de uma “sociedade em rede” globalizada. Os estudos sobre cibercultura, enquanto estudos acadêmicos mais frequentemente ligados ao campo da Comunicação, analisam as dimensões socioculturais da comunicação mediada por computador, bem como dos textos que circulam na Internet. Como fenômeno cultural, a cibercultura pode ser compreendida, de acordo com Lévy (1999) como alternativa às produções midiáticas que circulam nas mídias de massa, tendo o mérito de propiciar a comunicação de um com muitos, desta forma questionando, por exemplo, o poder político centralizador do Estado. Mais recentemente, também a Antropologia passou a interessar-se pela comunicação mediada por computador, propondo uma “antropologia do ciberespaço” (RIFIOTIS, 2002). O ciberespaço, inicialmente pensado como aquele passível de ser acessado por computadores pessoais, passa mais recentemente a incluir os telefones celulares como alternativa, já que o acesso móvel à Internet começa a tornar-se mais frequente com o desenvolvimento de redes e tecnologia de telefonia celular de terceira geração (3G). Com isso, pesquisadores da cibercultura, como Lemos (2007; 2008) passam a refletir sobre os telefones celulares enquanto objeto de pesquisa, não somente pelas possibilidades de acesso ao ciberespaço, mas também por sua relevância como tecnologia de comunicação e informação no universo offline. Lemos, por exemplo, interessa-se pelos telefones celulares a partir de suas interações com o tecido urbano (LEMONS, 2008).

muitas as contribuições, ainda é bastante inicial a teoria do sujeito na Antropologia. Goldman (1996) sublinha que, se a noção de pessoa varia de sociedade para sociedade, parece variar mais ainda de antropólogo para antropólogo: as categorias de pessoa, sujeito, indivíduo, personalidade, máscara, papel, individualismo, etc., podem ser empregadas como sinônimos ou mesmo em oposição umas às outras, indicando uma certa confusão terminológica ainda a ser resolvida. Nesse sentido, é possível perceber o quanto a “noção de pessoa” enquanto unidade foi e ainda é desafiada pelos condicionamentos da história, da sociedade e da cultura.

Nesse registro, é preciso sublinhar a contribuição pioneira de Georg Simmel. Embora não chegue a elaborar o conceito de cultura tecnológica, foi um dos primeiros a perceber como o princípio da máquina começou a suplantando o projeto humanista e a se tornar um valor universal. Para ele, a modernidade tende a ser um palco, no futuro, de uma espécie de tragédia, cuja raiz é o crescente predomínio dos meios sobre os fins, das técnicas sobre os valores transcendentais (RÜDIGER, 2002). A metrópole torna-se, assim, o laboratório ideal onde “o indivíduo se tornou um mero elo em uma enorme organização de coisas e poderes, que arrancam de suas mãos todo o progresso, espiritualidade e valores, para transformá-los de sua forma subjetiva na forma de uma vida puramente objetiva”. (SIMMEL, 1979, p. 23).

Nosso argumento, desde ponto em diante, será centrado, portanto, no recorte de um destes desafios à noção de pessoa enquanto pretensa unidade social e biológica. Como veremos, o deslocamento da noção de pessoa – ou de indivíduo – pelo consumo de tecnologia começa pela busca da simbiose e, mesmo, por vezes, da rejeição do que se convencionou chamar na modernidade de seu substrato biológico: o próprio corpo humano.

2.3 A simbiose corpo-máquina

Foucault, para quem o sujeito é resultado de relações de poder, assinala que a concepção moderna de indivíduo não passa de uma unidade construída artificialmente. Nesse registro, Foucault descobriu o sujeito moderno ao investigar as diferentes instituições e normas que o formaram, pois entende o que produz os sujeitos são as diferentes “formas de subjetivação” efetuadas pelos discursos de poder de caráter coercitivo que circulam na sociedade. Mais ainda, para Foucault o homem não passa de uma “brecha na ordem das coisas”, já que “... não passa de uma invenção recente, uma figura que não tem dois séculos,

uma simples dobra de nosso saber, e que desaparecerá desde que este houver encontrado uma forma nova.” (FOUCAULT, 1995, p. 13). Embora o desaparecimento propriamente dito da figura do homem ainda pareça uma possibilidade remota, certamente sua forma contemporânea é cada vez mais atravessada por reconfigurações extremas, marcadas pela tecnologia do humano, as quais tem sido mobilizadas no discurso acadêmico sob a rubrica denominada “pós-humano” ou “após-homem” (RABINOW, 1999). Nesse sentido, Turkle (1997) afirma que usamos as nossas relações com a tecnologia para refletir acerca do humano, pois, em um ambiente no qual “os seres humanos se confundem cada vez mais com a tecnologia e uns com os outros através da tecnologia, as velhas distinções entre o que é especificamente humano e o que é especificamente tecnológico tornam-se mais complexas²².” (p. 30).

O desenvolvimento das chamadas “novas” tecnologias de comunicação e informação possibilita ao corpo o aumento de suas capacidades – e isso é inegável. As novas tecnologias – e outras não tão novas assim – são desta forma vistas como extensões do corpo humano (MCLUHAN, 1995). Desta forma, a roda torna-se uma extensão do pé, aumentando a capacidade de deslocamento; o microfone uma extensão do aparelho fonador; o telefone uma tecnologia que possibilita o deslocamento instantâneo da voz no espaço; o computador é uma extensão da mente humana que aumenta a capacidade de armazenamento de nossa memória. Nesse registro, o próprio advento da Internet parece apontar para o surgimento da maior extensão que o ser humano poderia imaginar, onde sua mente se integra ao imaginário coletivo de toda a humanidade.

Para alguns teóricos da cibercultura, o corpo é visto como um fardo que deve desaparecer em breve, ou mesmo como um obstáculo à emergência de uma humanidade própria da pós-modernidade (a chamada pós-humanidade). Vale apontar, entretanto, que o desejo de transcendência do corpo capitaliza o sonho ancestral do ser humano pela imortalidade. Nesse sentido, Deleuze e Guattari (1996) apontam a “declaração de guerra” de Artaud aos órgãos, em 1947, como marco precursor de uma guerra ao corpo, no desejo por um “corpo sem

²² E, poderíamos acrescentar, a tecnologia pode ser pensada enquanto organismo vivo. Uma evidência empírica interessante está no site Mobile Zoo (www.mobilezoo.com). Trata-se de um projeto que tem por objetivo catalogar uma “espécie” que não pára de evoluir: o telefone celular; os internautas são convidados a visitar a galeria que cataloga todos os modelos - “espécies”, no discurso do site - de celulares conhecidos, e contribuir para a “descoberta” de novos exemplares.

órgãos”, como forma de escapar do juízo divino, assim como das imposições e limitações do orgânico: “o organismo já é isto, o juízo de Deus, do qual os médicos se aproveitam e tiram seu poder” (1996, p. 21). A noção de pós-humanidade advoga uma concepção informacional da humanidade, em cujo centro está o homem pós-orgânico, que desafia as fronteiras entre o natural, biológico, e a técnica:

A definição do ser humano se apóia em seu lado incorpóreo, a mente, desdenhando o corpo como um empecilho para a sua expansão ilimitada no tempo e no espaço. Para todos eles, contudo, a tecnologia informática logo irá superar tal limitação, concedendo imortalidade à mente na sua hibridização com o *software*. (SIBILIA, 2002, p. 93).

Em *Adeus ao Corpo*, Le Breton (2003) aponta instâncias desse discurso pós-moderno que coloca a interação e o acoplamento homem-máquina como forma ideal de emergência de um sujeito plenamente integral:

O corpo eletrônico atinge a perfeição, imune à doença, à morte, à deficiência física. Ele representa o paraíso na Terra, um mundo sem a espessura da carne, dando viravoltas no espaço e no tempo de maneira angelical, sem que o peso da matéria impeça o seu avanço. Como água que se mistura à água, a carne eletrônica se dissolve em um universo de dados que nada pode deter. A net [*Internet*] tornou-se a carne e o sistema nervoso *dos que não podem mais passar sem ela* e que sentem apenas desdém por seu antigo corpo, ao qual, no entanto, sua pele permanece colada. (LE BRETON, 2003, p. 124, grifo meu).

Se o corpo permanece ligado à pele, se permanecemos carne, é a tecnologia que passa a se ligar à essa pele (ou mesmo penetra corpo adentro) na busca por uma simbiose perfeita entre o humano e a tecnologia. Próteses dos mais variados tipos, marca-passos cardíacos, silicone, lentes de contato, uso de *microchips* sob a pele, modificação do corpo, além do uso de tecnologias de comunicação móveis – principalmente o telefone celular – atestam o quanto o indivíduo

moderno e seu corpo são cada vez mais dependentes da tecnologia. No caso dos celulares, um passo em direção ao ideal da simbiose corpo-máquina foi apresentado em Nova York no começo de 2008: trata-se de um celular-conceito em forma de tatuagem (Figura 2.2) que, implantado no braço, funcionaria à base de energia humana.²³

Em que pese, acredito, a necessidade de relativizar o discurso de



Le Breton da “rejeição ao corpo”, há que se considerar a experiência concreta e os imaginários que circulam acerca dos que “não podem mais passar” sem a tecnologia²⁴. Nesse registro, da mesma forma que outros tecno-objetos (a televisão, os computadores e a Internet) anteriormente, estudos como os de Caron e Caronia (2007), sobre o consumo de celulares entre adolescentes no Canadá, dão conta do fenômeno da “dependência” e do “vício” em tecnologias móveis, muito embora a urgência e a ansiedade por permanecer disponível para contato nas 24 horas do dia

Figura 2.2 Representação do conceito de “celular-tatuagem”

não seja por muitos percebida de uma maneira negativa. Estar com o

²³ O conceito, intitulado “Digital Tattoo Interface”, foi destaque na *Greener Gadgets Design Competition*, uma competição de design de aparelhos ecologicamente corretos. Envolve uma tela tatuada na pele com tinta eletrônica, equipada com tecnologia Bluetooth. O dispositivo fica aparente ou não, e se transforma dependendo do que o usuário precisa fazer. Ao receber uma chamada, por exemplo, o usuário responde pressionando um pequeno botão tatuado na pele. Durante a chamada, a tela “ganha vida” e mostra a pessoa com quem se fala, como um vídeo digital. Ao encerrar a chamada, a tela desaparece. Fonte: < <http://tinyurl.com/2rbkeh> > Agradeço à doutoranda Rosa Maria Blanca, do Doutorando Interdisciplinar em Ciências Humanas da UFSC, por compartilhar essa informação.

²⁴ No ciberespaço, a existência de comunidades sobre telefones celulares em sites sociais como o Orkut dão conta do imaginário que circula na Internet em torno da relação simbiótica entre tecnologias móveis e corpos humanos. No Orkut, por exemplo, existem comunidades como “Sem celular, sinto-me nu” ou “Celular – membro de meu corpo”.

celular ligado, preocupar-se em manter a bateria carregada e manter o aparelho próximo do corpo são, para os autores, índices de tal vício, que leva à simbiose do corpo com a máquina. Autores como Fortunati (2002) que define os celulares como “tecnologias da intimidade” - por estarem sempre próximos ao corpo - assim como Caron e Caronia, nesse registro, argumentam que muitas vezes tornamo-nos um só com a tecnologia; na medida em carregamos, por exemplo, tecno-objetos como os celulares conosco para todos os lugares, estes tornam-se “parte de nossas vidas de uma maneira relativamente íntima” (CARON; CARONIA, 2007, p. 76).

Nesse contexto, o corpo humano enquanto carne não somente é rejeitado, como é temido enquanto foco de contaminação. Douglas (1976) já apontava, em *Pureza e Perigo*, o quanto as atividades fisiológicas do corpo podem ser ritualmente ligadas à estados de contaminação ou impureza, em oposição à uma pureza superior. Entre os homens adultos da tribo Chagga, por exemplo, o ritual de iniciação incluía o bloqueio ritual do ânus por toda a vida, o que supostamente os livraria da necessidade de defecar. Com isso, os homens seriam hierarquicamente superiores às mulheres e crianças, que permaneciam sujeitas à exigência de seus corpos (DOUGLAS, 1976). Saliva, sangue, fezes, leite, urina, lágrimas são materiais marginais que saem do corpo por seus orifícios, o que indica a vulnerabilidade de suas margens. Da mesma forma, segundo Douglas, “a vida ritual dos Coorgs (Srinivas) dá a impressão de um povo obcecado pelo medo de que impurezas perigosas penetrem em seu sistema. Tratam o corpo como se fosse uma cidade cercada, cada entrada e saída cercada por espiões e traidores” (1976, p. 151).

O mesmo tipo de discurso que relaciona o que é próprio do corpo com impurezas e contaminações é encontrado nas relações dos internautas com a Rede, o que parece indicar um anseio coletivo por corpos que se tornem, cada vez menos, limitados ao seu invólucro orgânico. O “mundo biológico” é representado como impuro, do qual o espírito deve se libertar. Entre outras causas, a AIDS reforça o desprezo pelo corpo, que se torna um lugar perigoso ou pelo menos suspeito. No discurso contemporâneo nos EUA, como aponta Le Breton (2003) parece haver uma volta a um discurso puritano que se manifesta, por vezes abertamente, em uma aversão ou incômodo profundo diante da sexualidade, que chega a ser vista como um comportamento bestial. O cibersexo, nesse registro, tem o poder de abolir todo risco de contaminação, mantendo os confortos da vida pessoal. O acoplamento homem-máquina, ou mesmo a absorção deste pela técnica, é expresso

pela possibilidade de se pensar, em um futuro não muito distante, na possibilidade de se transferir o espírito humano para a máquina, desta forma atingindo a imortalidade. O imaginário milenarista de abandonar o corpo graças ao computador é amplamente compartilhado (LE BRETON, 2003). O que já acontece no que diz respeito ao cibersexo: “Daqui para a frente, o corpo do Outro será um disquete, um arquivo de disco rígido, um site na Internet ou um CD-ROM interativo” (LE BRETON, 2003, p. 135). Ainda no registro do cibersexo, autores como Pertierra (2005), Ellwood-Clayton (2006) e Ito (2005b) apontam para a crescente adoção dos telefones celulares para a formação e manutenção de relacionamentos virtuais. No Japão, onde a Internet móvel está disponível desde 1999, o ciberespaço é acessado mais frequentemente através de dispositivos móveis do que através de computadores pessoais (ITO, 2005b). Assim, é através dos celulares que os adolescentes, no contexto da tecnocultura japonesa, valem-se sites na Internet, mas também de tecnologias móveis como pagers e celulares, para encontrar parceiros para relacionamentos amorosos/sexuais, como mostra Tomita (2005). A autora argumenta que na “cultura *keitai*”²⁵ as chamadas práticas de relacionamento conhecidas como *deai-kei* (buscar parceiros através de sites de encontro na Internet), *bell-tomo* (relacionamentos através de pagers) e *meru-tomo* (relacionamentos através de e-mails nos celulares) embora representem parcela minoritária dos jovens japoneses, constituem uma tendência cultural significativa entre os jovens que buscam relacionamentos fora de redes de sociabilidade tradicionais; além disso, em muitos casos, os parceiros nunca se encontram face-a-face.

Nesse registro, o entusiasmo de Le Breton em dizer logo adeus ao corpo pode ser posto em cheque nas idéias, mais pessimistas em relação ao assunto, de Paul Virilio. O autor reconhece a colonização do corpo pela tecnologia e propõe uma nova categoria: “Depois da *superestrutura*, e da *infra-estrutura* de ontem, pode-se prever a partir de então um terceiro termo, a *intra-estrutura*, já que a recente miniaturização nano-tecnológica favorece agora a intrusão fisiológica, ou mesmo a inseminação do ser vivo pelas biotecnologias” (1996, p. 91). Entretanto, o abandono do corpo é visto por Virilio (2000) de maneira pessimista e mesmo como uma ameaça. Por quê? Virilio denuncia que não há ganhos sem perdas e, nesse sentido, traz uma visão crítica das novas tecnologias, que já teriam atingido um limite na

²⁵ *Keitai* é como os celulares são chamados no Japão. Uma tradução próxima seria “o que sempre se carrega consigo” ou “objeto que se leva na mão” (ITO, 2005b).

interação com o corpo. Perder indefinidamente a relação com o corpo, com a corporeidade física e mesmo fisiológica por causa da teletransmissão torna-se inaceitável. A última ameaça, nesse sentido, é a “redução do ser vivo a menos que nada” (p. 59) sua redução à homem-prótese pela colonização do corpo vivo pela biotecnologia. Virilio alarga o conceito de “corpo”, considerando não somente os corpos dos indivíduos, mas também o corpo do Planeta Terra, como “vítimas” dessa colonização. Nesse registro é que ocorre a ameaça de perda de contato tanto do corpo próprio quanto do mundo próprio, o que, no decorrer século XXI, pode tornar-se insuportável, trazendo o sentimento de encarceramento:

O grande encerramento de Foucault não data do século XVIII, mas do século XXI. Quando tivermos todas as interatividades que quisermos, quando formos a Tóquio em duas horas graças aos aviões supersônicos, é evidente que o estreitamento do mundo tornar-se-á rapidamente insuportável. Nós teremos perdido a grandeza da natureza. Assim como há uma poluição da natureza, há uma poluição da grandeza natural. É um acontecimento INSUPORTÁVEL. Perder o corpo no autismo ou na esquizofrenia é igualmente insuportável. (VIRILIO, 2000, p. 52-53, ênfase do autor).

Para qual sociedade e qual noção de indivíduo estamos nos encaminhando? Para Mary Douglas, o corpo é receptáculo privilegiado do simbolismo, e, portanto, um “símbolo da sociedade”. Através de ritos, o que se grava no corpo é uma imagem da sociedade (Douglas, 1976). Assim, poderíamos nos perguntar: qual o impacto do consumo de tecnologia na concepção pós-moderna de indivíduo? Qual o estatuto da relação pessoa-corpo nessa nova configuração trazida pelo advento do uso em massa de novas tecnologias de comunicação e informação? Uma resposta parece estar se delineando através de um conceito que contempla as interações homem-máquina, a transição do humano ao pós-humano: o conceito de ciborgue.

2.4 “Somos todos ciborgues”

Os robôs, ciborgues ou homens-máquina tem freqüentado o imaginário ocidental de forma mais intensa desde o final do século XIX

e ao longo do século XX, principalmente através da literatura de ficção científica: de Frankenstein à Galatéia, dos robôs do filme *Metrópolis*, de Fritz Lang, ao Homem de Seis Milhões de Dólares, a imagem da tecnologia interagindo com o humano tem fascinado, mas também atemorizado o ser humano ao longo de gerações. A expressão *homem-máquina* é cunhada pelo médico Julien Offray de La Mettrie em sua obra publicada em 1748, *O Homem-Máquina* (Rouanet, 2003). Desde aquela época, o sonho do ciborgue ou homem-máquina como possibilidade de adaptação do homem a ambientes inóspitos, ampliação e/ou aprimoramento de capacidades humanas e substituição de “peças” tem sido a característica mais marcante das estórias de ficção (Regis, 2002). Ao deslocar o lugar do natural e do artificial na cultura contemporânea, o ciborgue torna-se um dos mitos extremos da cibercultura.

O que é um ciborgue? A palavra ciborgue – do inglês *cyborg* – é a abreviatura de organismo cibernético (*cyb-ernetical org-anism*). De acordo com Haraway (1991), que introduz a questão dentro dos estudos da cultura a partir do seu “Manifesto Ciborgue”, estes são definidos como “um híbrido de máquina e organismo, uma criatura da realidade social tanto quanto uma criatura de ficção. A realidade social são as relações sociais vividas, nossa construção política mais importante, uma ficção de mundo em mudança” (p. 149). Nesse registro, Haraway sublinha um apagamento de fronteiras: as fronteiras entre realidade social e ficção científica tornam-se ilusão de ótica. Nesse sentido, de acordo com Hayles, (1995 apud REGIS)²⁶, os ciborgues já estão andando nas ruas:

Ciborgues realmente existem; estima-se que cerca de dez por cento da população atual dos EUA são ciborgues no sentido técnico, incluindo pessoas com marca-passos eletrônicos, juntas artificiais, sistema automático de administração de medicamentos, lentes implantadas na córnea, e pele artificial. Um percentual muito maior participa em ocupações que os torna ciborgues metafóricos, incluindo o tecladista de computador unido a um circuito cibernético com a tela, o neurocirurgião guiado por um microscópio de

²⁶ HAYLES, Katherine. The Life Cycle of Cyborgs: Writing the Posthuman. In: GRAY, Chris Hables; MENTOR, Steven; FIGUEROA-SARRIERA, Heidi J. (orgs.). **The Cyborg Handbook**. New York/London: Routledge, 1995, p. 322. Apud REGIS, 2002, p. 74.

fibra ótica durante uma operação e o adolescente que brinca com videogames no salão de diversões eletrônicas de seu bairro. (HAYLES, 1995, p. 322).

O uso que Haraway faz do termo ciborgue é, ao longo de seu texto, de caráter metafórico; por isso, segundo ela, somos todos ciborgues²⁷. O apagamento ou abalo de fronteiras constitui, para Haraway (1991), o meio-ambiente cultural propício ao surgimento dos ciborgues no âmbito da cultura contemporânea. Nesse registro, a autora enumera três deslocamentos fundamentais: primeiro, a fronteira entre os animais e os seres humanos; segundo, a fronteira entre o orgânico e o inorgânico; e, terceiro (como decorrência do segundo), a fronteira entre o físico e o não-físico. O primeiro deslocamento assinala a ruptura entre a natureza e a cultura no plano biológico e evolutivo da biosfera. Nesse sentido, a imbricação do humano com o animal encontra um exemplo no movimento de defesa dos animais e na criação de novos organismos em laboratório (por exemplo, os animais transgênicos ou híbridos). Na contra-corrente da ideologia biológico-determinista, o ciborgue não pretende separar o homem de outras espécies vivas – muito pelo contrário, busca o acoplamento mais extremo. A tese da continuidade entre o homem e o animal é cada vez mais confirmada pela moderna biologia. Nesse sentido, deve-se levar em conta o avanço nas pesquisas genéticas que demonstraram o quanto o homem é biologicamente próximo dos animais: os macacos tem noventa e oito por cento dos genes em comum com o ser humano. Matematicamente, isso nos torna apenas dois por cento humanos (INGOLD, 1998). Esse primeiro deslocamento, proposto por Haraway, foi sinalizado de forma pioneira por La Mettrie, que nega grandes diferenças entre homens e animais:

²⁷ Um pequeno teste, proposto por Chislenko (1995) pode ajudar a dirimir quaisquer dúvidas, embora, criticamente, devamos assinalar que o conceito de ciborgue empregado aqui é bastante ampliado. A resposta positiva à maioria das questões abaixo indica a existência de um “estado ciborgue”: “Você é dependente de tecnologia a tal ponto que não poderia sobreviver sem ela? Rejeitaria um estilo de vida completamente livre de qualquer aparato tecnológico? Você se sentiria constrangido e ‘des-humanizado’ caso alguém removesse suas coberturas artificiais (roupas) e expusesse seu corpo biológico natural em público? Considera seus depósitos bancários um recurso pessoal de estocagem mais importante do que seus depósitos de gordura? Você gasta mais tempo pensando sobre – e discutindo – suas ‘posses’ externas e ‘acessórios’ do que suas ‘peças’ internas? Você se identifica e julga outras pessoas mais por suas posses, habilidade de manipular ferramentas e posições nos sistemas social e tecnológico do que por suas características biológicas?” Se você respondeu “sim” à maioria das perguntas, parabéns: você é um ciborgue!

La Mettrie foi precursor do antiantropocentrismo moderno, saudado por Freud quando disse que o homem havia experimentado três grandes feridas narcísicas em sua história: a primeira quando Copérnico demonstrou que a Terra não ocupava o centro do universo, a segunda, quando Darwin afirmou que o homem não tinha nenhum lugar privilegiado no mundo animal, e a terceira, quando a psicanálise provou que o ego não era soberano no psiquismo humano. (ROUANET, 2003, p.55).

O segundo deslocamento, ou ruptura, para Haraway, refere-se à separação entre os animais, incluindo aí o ser humano) e as máquinas. Desta forma, o ciborgue surge como ser dotado, ao mesmo tempo, de partes orgânicas e inorgânicas. Como indicamos acima, essa ruptura se intensifica com as novas tecnologias, as quais conduzem ao apagamento das fronteiras entre natureza e cultura. A terceira ruptura dá conta do nível de imprecisão daquilo que agora pertence ao passado: uma nítida separação entre o físico e o não-físico. O maior exemplo, aqui, é o da crescente virtualização do mundo: “as máquinas modernas são essencialmente aparelhos microeletrônicos: estão em todo lugar e são invisíveis... imitando a ubiqüidade e espiritualidade do Pai criador” (1991, p. 153). A miniaturização e a portabilidade – características típicas das tecnologias móveis, como os telefones celulares - mudam, portanto, nossa experiência sensória do mundo e mesmo nossa inserção nas redes virtuais. Para Haraway, os indivíduos tornaram-se fluidos, ao mesmo tempo materiais e opacos: “Ciborgues são éter, quintessência” (p. 153). O ciborgue problematiza não apenas o hibridismo de carne e metal, mas também onde termina o humano e começa a tecnologia. Ou, em outras palavras, onde começa o pós-humano.

Portanto, na contemporaneidade, as fronteiras perdem sua clareza e, mais do que isso, sua função. O ciborgue torna-se realidade justamente a partir da ruptura de fronteiras ontológicas – culturais, sociais e históricas - que não são mais tão sólidas. O texto de Haraway ganha ainda mais fôlego ao assinalar a necessidade de se desafiar os dualismos tão presentes no pensamento ocidental: eu/outro, mente/corpo, cultura/natureza, masculino/feminino, civilizado/primitivo, ativo/passivo, certo/errado, verdade/ilusão, total/parcial, Deus/homem (p. 177). O ciborgue, nesse enquadre, surge como mito que serve para quebrar fronteiras e abalar a hegemonia totalizante de discursos (sejam

eles feministas, marxistas, etc.), deslocando o dualismo hierárquico de identidades por tanto tempo naturalizadas. O ciborgue capitaliza uma política que privilegia a contemplação do parcial, do contraditório e de construções abertas, pessoais e coletivas.

A partir de Haraway e seu conceito de ciborgue, queremos a partir deste ponto apresentar exemplos da incidência tecnológica sobre os limites do corpo, tanto externos quanto internos. Como vimos, duas formas ou práticas de intervenção são possíveis: a primeira é a intrusão da tecnologia *dentro* do corpo humano, através de manipulação genética e construção de artefatos miniaturizados e biocompatíveis, que nele são introduzidos. A segunda permite a ramificação do corpo no espaço externo: são os dispositivos tecnológicos situados fora ou na superfície dos corpos, os quais multiplicam as suas capacidades de expressão, de afecção e de conexão, muito além da pele e dos limites de espaço e mesmo, de tempo (BRUNO, 2001).

Um primeiro exemplo, que dá conta da manipulação dos limites internos, está na arte contemporânea do *performer* australiano Stelarc. Em *Escultura do estômago*, o espaço interno do corpo abriga técnica e arte, desta forma subvertendo a condição estritamente orgânica e rompendo com a fronteira entre o natural e o artificial (Bruno, 2001). O artista ingere uma escultura que se é movimentada no interior de seu corpo por movimentos voluntários e involuntários deste; toda a performance é filmada com equipamento de endoscopia. Um segundo exemplo de intervenção no corpo, agora ciborgue, é propiciado pela combinação do humano com a ecologia dos *media*. A combinação do humano com o não-humano, no que tange aos telefones celulares, encontra nos imaginários a respeito da tecnologia que circulam na publicidade e na Internet uma instância significativa que dá conta de sua potência. Embora não seja real, mas uma brincadeira que circulou na Internet, um falso anúncio publicitário anunciando o “novo chip de implante cerebral Motorola” (Figura 2.3) parece ser uma boa evidência empírica dos anseios em torno do que seria um celular “ideal”, que acoplasse em definitivo o humano e o não-humano. No texto do “anúncio”, lê-se: “Novo chip de implante cerebral Motorola: o menor telefone de todos os tempos. Ocupa apenas 3 milímetros do seu cérebro. Agenda com números ilimitados. Comunicação por telepatia. Sem antena. Bateria cardíaca (não precisa trocar)”. Outro exemplo é o de uma campanha publicitária de uma cadeia nacional de lojas de móveis e eletrodomésticos (Casas Bahia) veiculada em rede nacional de TV, a qual parece atestar o fato de que tal combinação humano-não humano já transcendeu o imaginário da ficção científica *cyberpunk* para chegar ao

imaginário popular. No filme, uma professora ensina aos alunos durante uma aula de Ciências que o corpo humano é dividido em “cabeça, tronco, membros e telefone celular”. Nesse registro, Caron e Caronia (2007) apontam para o papel da publicidade na circulação de narrativas acerca do imaginário tecnológico: “ao simplesmente mostrar um celular tocando nas mãos de um consumidor, a publicidade sugere um quadro de *normalidade*: esperar uma chamada torna-se lugar comum. O telefone celular surge como extensão natural do corpo, uma prótese perfeitamente integrada” (CARON; CARONIA, 2007, p. 79).

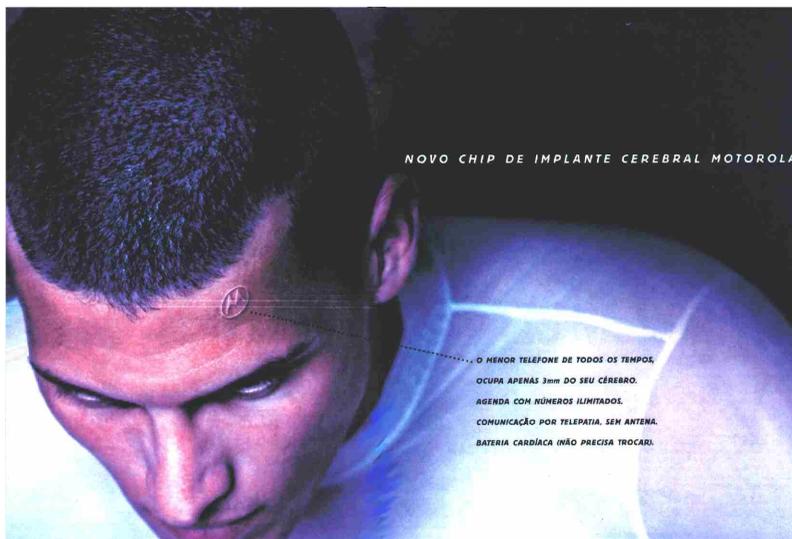


Figura 2.3 “Novo chip de implante cerebral Motorola”.

Um outro exemplo do que se poderia chamar de “ritualização” das práticas do corpo ciborgue ocorreu no show do grupo de rock irlandês U2 em São Paulo. Como houve revista na entrada e era proibido o uso de câmeras fotográficas pelo público, todas as imagens foram capturadas por celulares equipados com câmeras. A imagem extraordinária veiculada pela mídia no dia seguinte mostrava um mar composto por milhares de celulares apontados para o cantor Bono Vox e iluminando o estádio do Morumbi. Faço um paralelo aqui não só com o instrumento tecnológico usado para capturar a experiência e compartilhar coletivamente a emoção do momento. Creio ser

interessante perceber também a questão da tecnologia como uma extensão do corpo, como elaborou Marshall McLuhan (1995), ou, em outras palavras, como acoplamento humano-máquina. Nessa perspectiva, a constituição do indivíduo na contemporaneidade pode ser pensada, no caso específico, como uma identidade física onde o celular torna-se extensão do corpo ou, de acordo com Haraway, os usuários de celular também são enquadrados na condição de ciborgues.

Em sua formulação do ciborgue, Haraway (1991) reconhece que os *insights* pioneiros de Mary Douglas sobre as relações entre fronteiras corporais e ordem social em muito auxiliaram a tomar consciência da importância das imagens corporais para a formulação de visões de mundo e, em consequência, de linguagem política. Embora o objetivo desta seção não tenha sido o de explorar desdobramentos políticos em torno do deslocamento da noção de “indivíduo” na contemporaneidade, mas meramente mostrar o quanto esse indivíduo moderno é atravessado pelo consumo de tecnologia, acreditamos ser importante avançar o questionamento: o advento do ciborgue pode significar a passagem para um novo estágio da cultura, onde inclusive a antropologia superaria os dualismos tão presentes na disciplina até hoje?

Segundo a perspectiva dos defensores do “homem pós-humano”, ou “pós-orgânico”, a resposta é sim, na medida em que a ilusão de unidade presente na noção maussiana de pessoa é cada vez mais desafiada pelo maquínico. Conforme nota Haraway, o corpo humano vem se tornando cada vez mais um organismo cibernético, misto de carne, máquina e linguagem. Se, antes, a fragmentação da identidade dos sujeitos já foi demonstrada (entre outros) por Foucault através dos discursos que articulam diferentes posições de sujeito, agora surge uma diferença: não são somente discursos que se inscrevem no corpo, mas também artefatos inorgânicos que o colonizam desde dentro e desde fora.

Se o futuro guarda mesmo a possibilidade de transferência do espírito para o virtual, não seria possível voltar a Lévy-Bruhl e, levando em conta a crescente presença da tecnologia na vida de todos nós, pensar no indivíduo, em seu corpo físico, como lugar de participações? Se, como afirma Douglas, o corpo é símbolo da sociedade, e “o que está gravado na carne humana é uma imagem de sociedade” (1976, p. 143) ou ainda, como revela Haraway, os corpos são mapas de poder, investigar que tipo de cultura e que tipo de sociedade revelam-se nesses novos corpos torna-se objeto de investigação da maior relevância para a antropologia. De qualquer forma, o conceito de ciborgue parece atualizar o processo de deslocamento do conceito de indivíduo em sua

relação com a sociedade. Se teremos ou não corpos no futuro, ainda é incerto; o que já não temos mais são os mesmos corpos de outrora. Nesse sentido, entre o que vínhamos sendo e o que estamos nos tornando, a tecnologia surge como uma das condições de possibilidade dessa passagem.

CAPÍTULO III

CONSTRUINDO UM CAMPO DE PESQUISA



Figura 3.1 Cartaz utilizado nas aulas de alfabetização para adultos no Morro São Jorge inclui referência à operadora de telefonia celular

CAPÍTULO III

CONSTRUINDO UM CAMPO DE PESQUISA

3.1 A globalização como desafio para o trabalho de campo e a produção etnográfica

Como agir, no entanto, quando não há pesquisas anteriores como guias para fixar repères (marcos) seguros quanto ao objeto de estudo? Como agir com relação a objetos contemporâneos que se rebelam contra fronteiras precisas – que, se é que tiveram algum sentido há 30 ou 40 anos, já não tinham mais diante da instantaneidade do diálogo que eu via se instaurar entre os fast-foods em escala planetária? Mas como captar os efeitos dessa “disseminação global” senão redefinindo o campo, para adaptá-lo à mobilidade única da época em que vivemos?
Carmen Rial, “Pesquisando em uma grande metrópole”

Nos últimos vinte anos, a antropologia e, em especial, o método distintivo que lhe confere sua identidade disciplinar – a etnografia – vêm sendo não somente fortemente questionados por toda uma literatura de cunho pós-moderno, como vêm sendo seguidamente desafiados pelas mudanças provocadas, no seio da modernidade, pela intensificação dos processos conceituados como “mundialização”, “transnacionalização” e “globalização” dos fluxos culturais²⁸. A partir de uma reflexão sobre os questionamentos e as transformações do trabalho de campo e do método etnográfico ao longo da existência da antropologia como disciplina acadêmica, proponho nesta primeira parte do capítulo apontar as novas estratégias etnográficas que se estão delineando como resposta aos desafios que a globalização enseja para a prática antropológica. Gostaria de argumentar que tal reflexão se justifica dadas as características do objeto de estudo proposto nesta tese e de meu problema de pesquisa – o qual preocupa-se em articular as dimensões do global e do local na análise das dimensões culturais do consumo de uma tecnologia global, no caso os telefones celulares, em um grupo de camadas populares. O texto a seguir, nesse sentido, reflete as inquietações ocorridas na formulação das estratégias metodológicas da presente pesquisa. Vale

²⁸ Para uma discussão abrangente dos desdobramentos contemporâneos da prática e da teoria antropológicas, vide especialmente Geertz (2001) e Moore et al (1999).

ressaltar, como veremos adiante, que com a crescente circulação transnacional dos fluxos midiáticos, decorrente da globalização cultural, o campo dos *media studies* teve importante papel no sentido de trazer para a antropologia pertinentes discussões que buscavam relativizar concepções mais clássicas de campo. Dentre os objetos de estudo que ensejaram tais inquietações, Marcus (1998) cita o estudo antropológico das, na época, “novas” formas de interação mediada por computador na comunicação eletrônica, como a Internet.

Uma reflexão sobre tais mudanças e desafios pressupõe, portanto, apontar diferenças surgidas no trabalho de campo e na etnografia tanto em termos de práticas metodológicas quanto de posições teóricas. Assim, na primeira metade do ensaio, apóio-me primordialmente em Evans-Pritchard (1978) e suas considerações sobre a tradição empírica do trabalho de campo em antropologia para situar o estatuto da etnografia dita clássica, cujo maior expoente foi Malinowski, de quem Evans-Pritchard foi aluno. Acompanho as implicações para a etnografia do crescente desaparecimento de seu primevo objeto de estudo: as sociedades “primitivas”, e pontuo o movimento que leva a pesquisa antropológica para o contexto das sociedades complexas, com atenção às dimensões metodológicas da pesquisa em antropologia urbana no Brasil. Ao final da primeira parte do ensaio, apresento em linhas gerais os argumentos dos antropólogos pós-modernos em torno da chamada “crise de representação” na etnografia, bem como algumas das críticas às posições por eles assumidas, as quais têm atualizado o debate até o presente: tanto contra mas, principalmente, a favor da etnografia – corrente de pensamento à qual filio-me. Nesse sentido, aponto a crescente valorização da abordagem etnográfica no que tange à pesquisa em antropologia do consumo, área específica na qual se insere meu objeto de estudo.

A constatação de que é no bojo das transformações e impactos da globalização que o debate em torno da escrita sobre a cultura tem lugar guarda uma íntima associação com o segundo movimento que proponho neste ensaio: uma análise de novas estratégias etnográficas que surgem como proposta metodológica frente aos impasses trazidos pela globalização para o trabalho de campo e a etnografia, principalmente em termos daquilo que David Harvey (2003) denominou “compressão espaço-tempo”. Além disso, chamo a atenção para a emergência das novas tecnologias de informação e comunicação como objeto de estudo e argumento que uma antropologia do consumo e da mídia, na medida em que tem seus objetos inseridos em redes globais de circulação de significados (Appadurai, 1986; 1999), tem como importante desafio

teórico-metodológico a discussão do conceito etnográfico tradicional de “campo”. Nesse sentido, apoiando-me em Gupta e Ferguson (1997), trago a discussão que questiona uma ligação naturalizada do campo com o *local*.

3.2 Da ilha distante ao final do corredor: e quando os nativos somos nós?

Como sabemos, o surgimento da antropologia como disciplina acadêmica está indissoluvelmente ligada à expansão colonialista que se consolidou a partir de meados do século dezenove. A curiosidade do Ocidente sobre os povos “primitivos” foi alimentada, principalmente a partir do século XVII, pelos relatos de viajantes²⁹ e funcionários administrativos das Colônias (Evans-Pritchard, 1978). É no final do século dezenove que aquilo que, lembra Rivers (1991, original 1910), era uma “ciência amadora” baseada em dados coletados “por pessoas que normalmente não possuem treinamento científico” começa a institucionalizar-se e a profissionalizar-se. Inicialmente praticada à maneira do que se convencionou chamar “antropologia de gabinete”, fruto de “etnografias de varanda” – na qual os dados eram coletados através de questionários³⁰ com os nativos ou com funcionários coloniais e a observação, quando existia³¹, era feita do conforto da varanda (Peirano, 1995) - é a partir do final do século dezenove, com consolidação a partir dos anos vinte do século passado, que o paradigma do trabalho de campo baseado, entre outras características, em uma convivência intensa do antropólogo com o grupo estudado torna-se central na preparação dos estudantes e na pesquisa em Antropologia. Nesse sentido, até hoje ele é considerado um rito de passagem indispensável para o antropólogo; uma “experiência educativa completa” (Geertz, 2001, p. 43) que, além disso, confere identidade à antropologia como disciplina (DaMatta, 1984; Peirano, 1995; Brumana, 2003; Geertz 2001, Giumbelli, 2002).

Como conceituar, então, o trabalho de campo? Quais suas

²⁹ Evans-Pritchard, embora apontando limitações, reconhece o valor dessas primeiras narrativas na “construção de uma disciplina completa dedicada especialmente a estudar as sociedades primitivas” por Morgan, McLennan, Tylor, Frazer e outros (1978, p. 112).

³⁰ Evans-Pritchard fornece como exemplos de obras escritas com base nas respostas de questionários: *Systems of Consanguinity and Affinity of the Human Family* (1871), de Morgan; e *Questions on the Manners, Customs, Religion, Superstitions, etc., of the Semi-Civilized People*, de Frazer, incluído em *The Golden Bough*. Esse primeiro momento da produção antropológica também é discutido por DaMatta (1984).

³¹ Frazer, por exemplo, quando questionado se já tinha visto algum “selvagem” de perto, costumava dizer: “Deus me livre!” (Evans-Pritchard, 1978).

características fundantes? Tem sido consenso geral na Antropologia que Malinowski, embora um teórico pouco inspirado, é o exemplo mais acabado de excelência na prática do trabalho de campo e da escrita de etnografias³² (Peirano, 1995, Durham, 2004, Evans-Pritchard, 1978; Geertz, 2001, 2005; Giumbelli, 2002). O valor de sua etnografia reside na valorização única dos dados empíricos, além de um estilo envolvente na escrita etnográfica. O antropólogo, lembra-nos Geertz (2005) deveria deixar claro para o leitor através da escrita que ele “esteve lá”. Nesse sentido, é paradigmática a retórica de escrita “visual” de Malinowski nos *Argonautas do Pacífico Ocidental*, que continuamente convida o leitor a “imaginar-se” no campo, como na famosa passagem inicial na qual Malinowski convida o leitor a imaginar-se “sozinho, rodeado apenas de seu equipamento, numa praia tropical próxima a uma aldeia nativa [...]”.³³

Aluno e discípulo de Malinowski, Evans-Pritchard defendia, como aquele, que o avanço da antropologia como ciência não podia prescindir da observação e coleta dos dados pelos próprios antropólogos³⁴. Além disso, outro ponto fundamental diz respeito à relação entre teoria, trabalho de campo e etnografia, já que “a simples recolha do que se denominam fatos é de pouco valor, se não se possui um guia teórico para os observar e selecionar” (p. 108). Apoiado nos

³² Embora seja inegável, como sabemos, o valor de Malinowski para o estabelecimento do paradigma do trabalho de campo e da observação participante, através de suas pesquisas conduzidas em Trobriand entre 1914 e 1918, ele não foi o primeiro a buscar coletar pessoalmente seus dados: Rivers e Hocart fizeram visitas curtas às Ilhas Salomão (Rivers, 1991, original 1910) – algumas de apenas três dias (Brumana, 2003); Radcliffe-Brown, discípulo de Rivers, realizou pesquisas em Andaman entre 1906 e 1908, sendo este um primeiro trabalho de campo propriamente dito considerado precursor ao de Malinowski (Evans-Pritchard, 1978). Igualmente paradigmática é a expedição ao estreito de Torres, realizada em 1898 e da qual tomaram parte Rivers, Seligman e Haddon e a expedição de Boas ao Ártico em 1883. Para uma avaliação crítica dessas duas últimas experiências, vide Stocking Jr. (1982). Para uma discussão específica sobre trabalho de campo e a relação observador-observado, vide Stocking Jr. (1983).

³³ Em *Obras e Vidas – o antropólogo como autor*, Geertz (2005), além de realizar uma reflexão sobre o estatuto da etnografia, examina os estilos e estratégias de construção de texto não somente de Malinowski, mas também de Lévi-Strauss, Evans-Pritchard e Ruth Benedict. Para uma crítica à algumas das posições assumidas por Geertz nesta obra, vide Peirano (1992).

³⁴ Recorrer a fontes de segunda mão freqüentemente resultava em incorreções: caso de McLennan, que supôs, a partir de suas fontes, que entre os povos primitivos as instituições da família e do casamento não existiam. Erro no qual não incorreria se soubesse a língua nativa (Evans-Pritchard, 1978). Entretanto, vale lembrar que a ausência de trabalho de campo não é sinônimo de má teoria. Durkheim e Mauss (que escreveu seu *Ensaio sobre a Dádiva* a partir da etnografia do *kula* feita por Malinowski), nesse sentido, são exemplos de excelentes teóricos que trabalharam a partir de dados obtidos por outros pesquisadores.

ensinamentos de Malinowski³⁵, Evans-Pritchard afirma que existem condições essenciais para realizar uma boa investigação etnográfica: primeiro, o antropólogo deve dedicar um tempo suficientemente amplo ao estudo de uma sociedade (que podia variar de um a três anos); segundo, deve estar em contato estreito com o grupo estudado, estabelecendo laços de intimidade, cumplicidade e amizade³⁶ – e não se trata apenas de uma proximidade física, mas principalmente psicológica, na qual o antropólogo buscará colocar-se sob o ponto de vista do nativo, vivendo com eles. É neste ponto que torna-se possível a observação participante, já que, ao participar da vida do grupo estudado, o antropólogo não interrompe nem altera as atividades a serem observadas – ao contrário dos que viviam fora da comunidade nativa. Pode ter acesso à vida cotidiana e observar os acontecimentos menos habituais, captando “pela ação tanto como pelo ouvido e a vista o que sucede à sua volta” (p. 127).³⁷ Terceiro, deve aprender a língua nativa e somente comunicar-se com o grupo através dela; e, por último, deve estudar a totalidade de sua cultura e da vida social (Evans-Pritchard, 1978). Para Evans-Pritchard, o antropólogo é, antes de tudo, aquele que busca traduzir uma cultura em termos de outra. Nesse sentido, “tende a interpretar mais do que explicar” (1978, p. 103).³⁸ Geertz (1989), ao

³⁵ Para uma visão mais aprofundada de Malinowski a respeito de sua própria experiência de campo nas Ilhas Trobriand, assim como do objeto e do método da antropologia, veja-se a introdução, plena de discussões de ordem metodológica, de *Argonautas do Pacífico Ocidental* (1976). Para uma reflexão sobre as relações entre antropologia e trabalho de campo a partir de uma releitura do capítulo de abertura de *Argonautas...*, vide Giumbelli (2002).

³⁶ Para Evans-Pritchard, o antropólogo podia considerar seu empreendimento fracassado se, ao despedir-se do grupo estudado, “não existisse em ambas as partes uma profunda pena na partida” (1978, p. 128). Entretanto, a premissa da simpatia pelo grupo estudado, embora regra geral até hoje, possui exceções. Vide Peirano (1992) para a discussão de uma delas – o estudo de Vincent Crapanzano (*Waiting. The Whites of South África*, 1985) sobre os brancos da África do Sul na era pré-apartheid.

³⁷ Cardoso de Oliveira (2000) problematiza a medida em que o *olhar* e o *ouvir* do antropólogo são conformados pela teoria enquanto um sistema de idéias e valores. O autor, assim como Peirano (1995) chamam a atenção para a necessidade de o antropólogo exercer uma contínua reflexão sobre seu olhar e seu ouvir para que a última etapa da etnografia, o *escrever*, possa buscar entender a outra cultura a partir de sua verdadeira interioridade. Peirano (1995) enumera argumentos a favor da etnografia, mas contra os manuais: a etnografia deve sempre ser pensada de maneira relacional.

³⁸ Consciente dos problemas metodológicos por resolver na Antropologia, Evans-Pritchard não se iludia quanto à controvérsia que sua descrição do trabalho de um antropólogo poderia provocar. Aliás, ao assumir que a antropologia é mais “arte do que ciência” causou seu rompimento definitivo com Radcliffe-Brown, para quem a antropologia social era “uma ciência natural da humanidade” (1975 [1940]) que regia-se pelos métodos das Ciências Naturais e cujo objetivo era “descobrir o caráter universal, essencial, que pertence à todas as sociedades humanas, do passado, presente e futuro” (p. xi).

propor uma teoria interpretativa da cultura, parece claramente inspirar-se em Evans-Pritchard para sua formulação do conceito de etnografia como “descrição densa”. Entretanto, avança ao chamar a atenção para o fato de que os antropólogos trabalham com interpretações de interpretações; portanto, torna-se fundamental a sensibilidade etnográfica para se distinguir, no célebre exemplo geertziano, uma piscada de uma piscadela.

A partir de meados da década de cinquenta do século vinte, com a independência de várias nações que se achavam sob a influência do colonialismo, consolida-se um processo que já se iniciava no final do século dezenove: a crescente “desaparição” do objeto de estudo da antropologia. Rivers já observa, em 1910, que “é quase impossível, hoje em dia, encontrarmos povos cujas culturas, crenças e práticas não estejam sofrendo os efeitos da influência européia” (1991 [1910], p. 66). É no ponto culminante desse processo que Geertz anuncia, na década de oitenta: “somos todos nativos” (1983, p. 151). Assim, a reflexão antropológica consiste, agora, em desvendar como os outros organizam seus universos significativos, estejam eles além-mar ou no final do corredor. Entretanto, ainda que sublinhando a importância do *rapport* entre observador e observado para o sucesso do empreendimento etnográfico, Geertz alerta – evocando Malinowski – que estudar a cultura “do ponto de vista do nativo” não implica em tornar-se um deles (Geertz, 1983, p. 57)³⁹. Não há etnografia sem teoria; nesse sentido, as teorias antropológicas, embora devam evidentemente estar ancoradas nas particularidades do vivido, não podem guardar com este uma relação de isomorfismo (Moore, 1999). Como sublinha Geertz em *A Interpretação das Culturas*, é o arsenal de conceitos da disciplina que torna possível produzir conhecimento antropológico a partir de conceitos nativos. É nesse sentido que o trabalho de campo e o relato etnográfico tornam-se muito mais do que simples métodos.

Os objetos de estudo, a partir principalmente dos anos 1930, começam a migrar das sociedades ágrafas e isoladas para o contexto das cidades⁴⁰. No caso brasileiro, Velho (2003) mostra que a partir dos anos

³⁹ Para uma discussão crítica das idéias de Geertz (em especial as expostas no clássico ensaio *Deep Play: Notes on Balinese Cockfight*, que permanece o exemplo mais citado de aplicação do conceito de descrição densa) à luz do conceito geertziano de *rapport* e da importância dos relacionamentos entre pesquisador e pesquisado para o conhecimento antropológico, veja-se Marcus (1999). Para uma discussão sobre as dinâmicas do “ponto de vista nativo” a partir da perspectiva de uma etnografia histórica, vide Sahlins (2006).

⁴⁰ Nos Estados Unidos, a Escola de Chicago, inspirada fortemente pela obra de Georg Simmel, é representativa dos primeiros estudos em antropologia urbana, os quais envolviam principalmente imigrantes e populações pobres e marginalizadas, caso de *Street Corner Society*,

setenta a antropologia brasileira voltada para o meio urbano passa por uma mudança de perspectiva: os antropólogos brasileiros passam a voltar seu interesse para a investigação de sistemas e redes de relações. Processos sociais mais amplos são tomados como objeto e, portanto, os antropólogos brasileiros foram travando contato com situações mais próximas e familiares. O uso crescente de histórias de vida, biografias e trajetórias individuais revela, segundo Velho, a medida em que os indivíduos, em sua singularidade, tornaram-se objeto da antropologia à medida que “eram percebidos como sujeitos de uma ação social constituída a partir de redes de significados” (2003, p. 18).⁴¹ Essa visão dinâmica e processual das relações entre sociedade e indivíduos, que procura estabelecer pontos de conexão entre os níveis micro e macro da análise cultural, apontada por Velho, é também enfatizada por Ortner (1994) que, em sua revisão das teorias antropológicas a partir dos anos sessenta, sublinha a valorização teórica de uma abordagem centrada na prática, nas “pessoas reais fazendo coisas reais” (p. 388) como central na antropologia a partir dos anos 1980. Nesse sentido, Ortner (1994) e Cardoso (1986) observam que a antropologia anglo-saxã e a brasileira efetuam um movimento de retorno à etnografia. Cardoso, em particular, sublinha a contribuição do trabalho de campo na crítica do economicismo e dos vários estruturalismos.

Evidentemente que não somente, mas em especial quando “os nativos somos nós”, as conseqüências metodológicas implicadas para o trabalho de campo e a etnografia são inúmeras. A mais importante delas, a perda do isolamento do antropólogo que pesquisa em sociedades complexas. Como nos lembra Geertz (2001), o antropólogo era um *solitário*. Assim, é fundante a necessidade de observar o familiar a partir de um processo de estranhamento, que era automático no caso do contato do antropólogo com as culturas ágrafas. Tal processo de “estranhar o familiar” não pressupõe a indiferença, mas sim, a

de William Foote-Whyte, obra seminal do campo e fruto de etnografia conduzida entre 1937 e 1940. No Brasil, como nos mostra Eunice Durham (1986) a tradição da antropologia de estudar os grupos marginalizados urbanos inicia com Nina Rodrigues e seu interesse pelo negro e pelo mestiço, avançando pelos chamados estudos de comunidade e das religiões afro-brasileiras. Entretanto, a antropologia permanece até a década de cinquenta definida, em linhas gerais, como uma disciplina que estuda as sociedades “primitivas”. É somente a partir dos anos sessenta que tem início o processo de inclusão das chamadas “sociedades complexas” como objeto de estudo legítimo da antropologia (Peirano, 1992).

⁴¹ Para uma discussão aprofundada e abrangente de experiências contemporâneas de antropólogos brasileiros no trabalho de campo envolvendo pesquisas urbanas, bem como das técnicas e métodos empregados no trabalho antropológico, veja-se a coletânea organizada por Velho e Kuschnir (2003).

imparcialidade, relativizando o que seja o “familiar” e o “exótico” (Velho, 1984) e jamais prescinde de um firme compromisso com a teoria (Velho, 1980) – ou, como prefere DaMatta (1984), o ofício do etnógrafo envolve necessariamente experimentar um estado de *anthropological blues*. Outro cuidado importante a ser tomado pelo etnógrafo que pesquisa na cidade é o de não tomar as unidades de análise como autocontidas e isoladas – caso das etnografias da escola funcional-estruturalista britânica, criticadas por assumirem a sociedade enquanto modelo isolado e estático da organização social e política.⁴² Nesse sentido, Velho (2004) enfatiza que, em oposição às sociedades tradicionais, de pequena escala ou ágrafas, as sociedades complexas moderno-contemporâneas são definidas por uma divisão do trabalho altamente complexa, grande número de papéis sociais, maior instabilidade social, heterogeneidade, diferenciação e desigualdade socioculturais.

Outro ponto que merece destaque é a relação entre pesquisador e pesquisado. Nesse sentido, Lévi-Strauss (2003), na *Introdução à obra de Marcel Mauss*, já entendia a etnografia como uma experiência que combina objetivação e subjetividade. Para Geertz (2001) uma das características mais marcantes do trabalho de campo é que este não permite qualquer separação entre as esferas pessoal e profissional; um processo muitas vezes paradoxal e multifacetado no qual o pesquisador deve “ver a sociedade como um objeto e experimentá-la como sujeito” (p. 45).

As implicações da dependência completa da etnografia da interpretação do antropólogo tem sido objeto de acalorado debate a partir dos anos oitenta, capitalizados sob a rubrica pós-moderna da “crise da representação”, a qual chama a atenção para uma crítica das linguagens de representação – as quais são impregnadas das relações de poder assimétricas entre o Ocidente e o Outro - o papel do antropólogo na construção do conhecimento, a fragmentação das culturas, e a parcialidade das interpretações e representações antropológicas produzidas a partir de uma “autoridade etnográfica” que torna homogêneas e exotiza as diferenças culturais, sublinhando as diferenças entre “nós” e “eles” (Marcus; Fischer, 1986; Clifford, 1986; 1988). Assumindo a posição de uma “anti-teoria” (Moore, 1999) de caráter

⁴² É o estudo de Leach, *Sistemas Políticos da Alta Birmânia*, de 1954, sobre os Kachin da Birmânia que irá mostrar que as sociedades têm características dinâmicas – tanto em termos temporais quanto, principalmente, espaciais - e que a política, desse modo, deve ser tomada como *processo*: no caso dos Kachin, a sociedade oscila entre um modelo democrático e um modelo hierárquico.

desconstrucionista, os pós-modernos, nesse sentido, valorizam “etnografias” de caráter experimental nas quais a presença da subjetividade do antropólogo é tensionada ao seu limite⁴³. Entre as inúmeras críticas⁴⁴ aos posicionamentos pós-modernos, destaco aqui duas que dizem respeito ao estatuto da etnografia e à sua relação com a teoria. Cardoso de Oliveira (2000), nesse sentido, guarda reservas ao que qualifica como o “desprezo que seus autores demonstram em relação à necessidade de controle dos dados etnográficos” (p. 29).⁴⁵ Entretanto, certamente a crítica mais conhecida contra os pós-modernos, no cenário da academia brasileira, é a de Peirano (1995). Nela, a autora elenca argumentos contra os pós-modernos que, como o antropólogo australiano Nicholas Thomas, posicionam-se contra a etnografia. Fundamentalmente, Peirano destaca o valor das etnografias para o refinamento teórico da disciplina. A consistência dos dados etnográficos que ensejam reanálises, assim, reafirma a fecundidade do trabalho etnográfico como demonstração da força da antropologia. Embora prenhe de controvérsias, autores como Moore (1999) e Ortner, Eley e Dirks (1994) reconhecem a contribuição dos pós-modernos no sentido de uma maior conscientização dos antropólogos em relação às suas práticas. Os segundos, embora enfatizando o choque trazido para o campo pelos pós-modernos, argumentam que a antropologia continuou a escrever como sempre fez, porém agora com uma autoconsciência muito

⁴³ *Tuhami – Portrait of a Moroccan*, de Crapanzano, com suas imbricações entre psicanálise e antropologia, é um bom exemplo de escrita pós-moderna. Vide, também, a discussão de Clifford (1986) a respeito da escrita experimental na obra de Michel Leiris, *L’Afrique Fantôme*, originalmente publicada em 1934, e de Giobellina Brumana (2005) a respeito do diário de campo de Leiris e da participação deste e de Marcel Griaule na missão Dacar-Djibouti.

⁴⁴ Explorar mais a fundo o debate pós-moderno e as críticas a ele dirigidas exigiria, a meu ver, todo um outro ensaio. Para uma visão mais abrangente da polêmica, vide, entre outros críticos e comentaristas, Geertz (2001, 2005); Eckert e Rocha (2005); Giumbelli (2002); Peirano (1995); Sahlins (1997a; 1997b; 2006); e a introdução de Dirks, Eley e Sherry Ortner (1994) em *Culture/Power/History – a reader in contemporary social theory*.

⁴⁵ Embora simpático à perspectiva de uma antropologia polifônica, que aposte na polifonia e na multivocalidade, incluindo as vozes dos atores do cenário etnográfico (Clifford, 1986) Cardoso de Oliveira ressalva que tal proposta remete, sobretudo, “para a responsabilidade específica da voz do antropólogo, autor do discurso próprio da disciplina, que não pode ficar obscurecido ou substituído pelas transcrições das falas dos entrevistados” (2000, p. 30). Para Cardoso de Oliveira, o trabalho do antropólogo envolve uma transformação na relação entre pesquisadores e pesquisados, na qual o “informante” passa a ser um “interlocutor”. Trata-se, na proposta do autor, de passar de um “discurso sobre” para o “diálogo com”. Em uma crítica mais irônica a Clifford, Sahlins acredita que a “autoridade etnográfica” foi censurada de maneira prematura e tem de ser trazida “de volta da Sibéria epistemológica para a qual foi banida” (2006, p. 12).

maior, o que terminou por beneficiar a etnografia.

Como já vimos no capítulo um, gostaria de demarcar aqui, novamente, a valorização que a abordagem etnográfica tem obtido no campo de estudos em antropologia do consumo. O campo de estudos foi marcado, desde a década de sessenta e setenta (principalmente em obras de Baudrillard, como *A Sociedade de Consumo*) por uma abordagem metodológica que não leva em conta a visão dos agentes sociais a respeito de suas próprias práticas. Ao não submeter suas premissas ao crivo do embasamento empírico, segundo Barbosa (2006) essa perspectiva assume um registro universalizante que não atenta para as nuances e, mesmo, as contradições presentes nas práticas de consumo. As abordagens de cunho sociológico e etnográfico, ao apostarem em um processo analítico que privilegia a experiência vivida, mostram-se mais adequadas para captar as complexidades das dinâmicas de consumo. Nesse sentido, é com satisfação que se observa uma espécie de “segunda onda” nas pesquisas em consumo que, tanto no exterior quanto no meio acadêmico brasileiro, tem apostado em uma abordagem etnográfica (BARBOSA, 2006).

3.3 Novas configurações do trabalho de campo como estratégia etnográfica

A globalização, embora possa ser entendida como um processo que se intensifica em termos políticos a partir da queda do muro de Berlim, em 1989, na verdade pode também ser entendida como um processo que se inicia a partir das Grandes Navegações do século XVI (García-Canclini, 2003) ou até antes, pois desde a Antiguidade há intensas trocas entre lugares distantes. Nesse sentido, a globalização sempre esteve intimamente ligada à antropologia e às transformações pelas quais a disciplina tem passado ao longo de sua existência: de um lado, a expansão colonial do século XIX e o interesse pelos povos primitivos que marca o surgimento da disciplina; de outro, o movimento de crescente influência do Ocidente nas culturas de povos que eram até então isolados. Nesse processo ligado à globalização, como vimos, a antropologia constitui, mas também perde seu primeiro objeto de estudo: os povos “primitivos” e isolados das sociedades ágrafas.

A partir das duas últimas décadas do século vinte, o que já havia se iniciado desde o século XVI intensifica-se de maneira até então inédita, o que é proporcionado, em grande medida, pelo grande desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação, das quais a Internet guarda lugar central (CASTELLS, 2002). Para a

antropologia, segundo Geertz (2002), são “tempos interessantes”, nos quais objetos que antes não eram legitimados passam a fazer parte das preocupações teóricas da disciplina.⁴⁶ Para Geertz (2002) ao lado do fim da guerra fria, a emergência de um sistema mundial que combina a interdependência global (dos fluxos de capital, multinacionais, zonas de comércio, e a Internet) com provincialismos de caráter étnico e religioso constitui um enorme impacto na agenda antropológica.

Na medida em que o mundo se torna crescentemente globalizado, mas também localizado, assim também se tornam tanto a disciplina quanto a prática da antropologia (Moore, 1999). Nesse contexto, no qual um conceito estático de cultura, se é que um dia o fez, não dá mais conta da dinâmicas processuais da cultura (Sahlins, 1997; 2004) surge um forte questionamento quanto ao binômio etnografia/local. Para Moore (1999) trata-se da necessidade de se elaborar etnografias processuais, que levem em conta as dinâmicas de mobilidade da contemporaneidade que continuamente desafiam os conceitos e práticas tradicionais da antropologia. Para Gupta e Ferguson (1997) a crescente intensificação da circulação dos fluxos culturais – aquilo que Appadurai (1998) tão brilhantemente apreendeu através do conceito de *scapes* - traz a etnografia para o “fim de uma era”. Nesse sentido, provoca na prática antropológica a necessidade de se repensar o “local” como conceito fundante da prática etnográfica. Nesse sentido, os autores propõem que a etnografia, enquanto metodologia distintiva da antropologia, tem um compromisso muito maior com questões epistemológicas e políticas relacionadas com a *localização* do que com o *local*. Para Clifford (1997) trata-se de pensar no campo mais como um *habitus* do que como um lugar.

Gupta e Ferguson, embora reconhecendo o valor do estabelecimento do paradigma boasiano da cultura como “pessoas e culturas”, ou seja, “a idéia de que um mundo de diferenças humanas deve ser conceituado como uma diversidade de sociedades separadas, cada qual com sua própria cultura” (1997, p. 1) como fundamental como base teórica para o método de comparação cultural, afirmam que tal paradigma torna-se atualmente cada vez mais difícil de ser

⁴⁶ Como exemplos, Geertz aponta o que na sua opinião são excelentes trabalhos antropológicos que têm como objeto, por exemplo, o comércio mundial de sushi, os negócios publicitários no Sri Lanka, a televisão na Índia e estudos sobre migração e identidades transnacionais, dos quais os dois últimos estiveram desde o início no centro do que tem sido chamado “antropologia transnacional”, ou uma “antropologia da ecumene global” (Hannerz, 2003) cuja preocupação antropológica gira em torno de conceitos teóricos como os de fluxos, fronteiras e híbridos (Hannerz, 1997).

operacionalizado em uma sociedade e uma cultura marcadas por fluxos transnacionais. Nesse sentido, tanto as linhas de crítica antropológica baseadas na economia política – que apelam e conseguiram trazer o olhar antropológico para a direção de processos econômicos e sociais que conectam os locais mais isolados com o mundo – quando a crítica das políticas de representação – que desafiaram a assim chamada “autoridade etnográfica” – ajudaram a levar a teoria antropológica a um distanciamento, hoje bem estabelecido, da idéia de “culturas” como entidades totalizantes e separadas.

Assim, o argumento inicial de Gupta e Ferguson (1997) vai no sentido de pensar nas interrelações entre cultura, poder e lugar como resultado da íntima ligação entre duas diferentes linhas de pensamento crítico sobre o conceito de “cultura”: a linha que o pensa através do *espaço* – na qual observa-se uma crescente desterritorialização das práticas e diferenças culturais, das quais a mídia⁴⁷ é um exemplo interessante, segundo os autores - e a linha que o pensa através do *poder*. A respeito da primeira – fundamental para a redefinição do conceito de “campo” - enfatizam Ferguson e Gupta que, mais do que simplesmente afirmar que as culturas não estão mais fixas em um local (se é que um dia estiveram) trata-se acima de tudo de desnaturalizar⁴⁸ as associações entre lugar, pessoas e culturas, *pensando-as como criações históricas e sociais, e não fatos naturais*. São os processos constituintes dessas relações que irão requerer a atenção da Antropologia. Como resultado dessas duas linhas de pensamento, surgem segundo Gupta e Ferguson três temáticas cruciais que dão conta dessas interrelações: a da identidade, a da resistência e a do *place making* (penso que uma tradução livre poderia ser a “constituição do lugar”, mas escolho usar o termo original). Tendo em mente, mais uma vez, o elo indissolúvel entre etnografia e teoria, o objetivo principal é pensar como todas essas mudanças na teoria antropológica podem se constituir efetivamente úteis na prática etnográfica. Todas essas novas questões (por exemplo,

⁴⁷ Para Gupta e Ferguson, não surpreende que haja tão pouco trabalho etnográfico sobre a mídia, porque esta desafia as concepções de local. Nesse sentido, as práticas sociais e culturais ligadas à mídia estão apenas começando a ser mapeadas na medida em que o estudo da mídia foi, por muito tempo, tabu na antropologia (Ginsburg; Abu-Lughod; Larkin, 2002). Para os autores, a centralidade da mídia de massa na contemporaneidade expressa uma oportunidade e um compromisso da antropologia em explorar sua significância analítica e prática. Nesse sentido, vale registrar aqui o recente estudo de caráter etnográfico sobre as práticas sociais e culturais envolvendo o uso de telefones celulares entre classes populares na Jamaica, realizado pelos antropólogos Horst e Miller (2006).

⁴⁸ Para uma problematização do naturalização do “local” na etnografia, das transformações nas práticas espaciais e seu impacto na etnografia e no trabalho de campo, veja-se Clifford (1997).

processos e instituições transnacionais, fenômenos “desterritorializados” como a mídia de massa, questões envolvendo migrações e refugiados, novas configurações identitárias trazidas pela globalização) desafiam a prática etnográfica clássica centrada na observação participante, face-a-face⁴⁹. Qual o caminho a tomar então? Para Gupta e Ferguson, a antropologia continuará fazendo o que sempre fez: tentar “tomar pé” em um estranho mundo novo, embora ciente de que, em termos metodológicos, as novas possibilidades de etnografia ainda estão em processo.

Para objetos globalizados, estratégias e práticas etnográficas globalizadas. Nesse registro, Marcus (1998 [1995]) advoga em favor de uma etnografia “multi-situada”, que reflita sua dinâmica de movimento em relação ao sistema mundial. Assim, Marcus sublinha o caráter móvel e assinala a etnografia “multi-situada” como uma modalidade emergente de prática etnográfica. Em linhas gerais, a etnografia “multi-situada” consiste na coleta de dados em diferentes localizações etnográficas, que dêem conta dos processos de circulação intensos, muitas vezes globais, dos fluxos culturais⁵⁰ de objetos que “não se circunscrevem dentro de fronteiras geográficas precisas” obrigando o antropólogo a realizar pesquisa não apenas em uma cidade, mas em várias (Rial, 2003, p. 74). Desta forma, a construção dos objetos de estudo nas etnografias multi-situadas ocorre, segundo Marcus, através de diferentes modos ou técnicas, as quais são baseadas em seguir a circulação desses fluxos. Nesse sentido, os estudos de migração e os estudos de mídia são dois campos férteis para o seu emprego. Ginsburg, Abu-Lughod e Larkin (2002) sublinham a necessidade do emprego de estratégias de pesquisa “multi-situadas” para dar conta dos complexos domínios que envolvem os circuitos do consumo e da mídia em tempos de globalização. Respostas metodológicas vindas diretamente das inquietações do trabalho de campo são proporcionadas pelas etnografias de Rial (2003)

⁴⁹ Nesse sentido, vale mencionar a discussão que ocorre nos estudos de cibercultura, no qual se tem discutido a possibilidade de “etnografias virtuais” – na qual o pesquisador pode, por exemplo, interagir com seus “nativos” em uma sala de bate-papo ou em uma comunidade virtual. Para uma discussão das dimensões metodológicas da etnografia virtual, vide Hine (1998; 2000). Clifford (1997), entretanto, assinala a ainda existente dificuldade da antropologia em aceitar como legítima essa estratégia metodológica.

⁵⁰ Vale lembrar que, embora a etnografia multi-situada esteja ganhando corpo como método etnográfico na atualidade – principalmente devido à intensificação dos fluxos de circulação da mídia e de pessoas ao redor do globo - a etnografia do *kula* trobriandês de Malinowski, na medida em que seguia os indivíduos através dos circuitos de circulação de objetos, já poderia ser considerada, também, uma etnografia multi-situada (Marcus, 1998 [1995]); Hannerz, 2003).

sobre os *fast-foods* e a de Hannerz (2003) sobre os correspondentes estrangeiros das cadeias transnacionais de televisão. Rial (2003) advoga em favor de uma explosão do *terrain* tradicional, instada pelas características de seu objeto de pesquisa⁵¹.

Gostaria de encerrar esta primeira parte do presente capítulo retornando a Evans-Pritchard e ao estatuto da etnografia clássica. Nesse registro, Hannerz (2003) faz um paralelo entre esta, tal como vista por Evans-Pritchard, e as condições para o exercício de uma etnografia multi-situada. Assim, se para Pritchard o antropólogo deveria passar um longo período com os “nativos”, estabelecendo uma prática de co-residência, as condições contemporâneas instigam a relativização dessa prática. Desta forma, tanto Hannerz quanto Rial (2003) utilizaram-se da prática da “co-visita” em contraposição à da “co-residência”. Na etnografia clássica, o antropólogo deveria comunicar-se com o “nativo” em sua própria língua. Entretanto, Marcus (1995) observa que o inglês é a língua preferencial nas etnografias multi-situadas das sociedades complexas.⁵² Por fim, aos “laços de cumplicidade e intimidade” estabelecidos com os informantes na etnografia clássica, Hannerz propõe uma personalização que ocorre mais pela referência a redes transnacionais de relações em comum do que propriedade por uma interação pessoal mais continuada, ou aprofundada. Por fim, ao estudo da “totalidade da vida social e cultural” tal como preconizada por Evans-Pritchard - e tornada possível em um campo tomado metodologicamente como isolado e independente - Hannerz propõe a seleção, baseada em critérios metodológicos próprios do desenho de cada investigação, dos campos a serem privilegiados.

⁵¹ Assim, pergunta-se a autora: “Seria conveniente, em nome da sacralidade das fronteiras do campo, fechar os olhos aos títulos de jornais que anunciavam a abertura de um fast-food em Moscou ou em outras cidades situadas fora dos limites geográficos de meu campo? [...] E o que dizer das cascatas de anedotas que os amigos me traziam de visitas a fast-foods localizados em outros países?” (2003, p. 73). Rial utilizou procedimentos clássicos da etnografia, como entrevistas e observação participante. Utilizou também fontes documentais como jornais, literatura e cinema, além de spots publicitários - que lhe permitiram elaborar hipóteses sobre o imaginário social relativo aos fast-foods no Brasil e na França. Além do trabalho nesses dois países - seu campo preferencial - a autora realizou entrevistas com clientes e trabalhadores de fast-food em outras cidades de países da Europa, América do Norte e América do Sul. Em termos de técnica predominante, tanto Hannerz quanto Rial reconhecem a centralidade das entrevistas em suas etnografias. A observação pura e simples, ou mesmo a observação participante, possuem um papel mais limitado nas etnografias multi-situadas, assinala Hannerz (2003). Para uma posição atualizada do próprio Marcus, dez anos após suas primeiras teorizações sobre a etnografia multi-situada, vide Marcus (2005).

⁵² O inglês também foi utilizado largamente por Hannerz (2003) no contato com seus informantes; Rial utilizou-se do francês e também do inglês.

Certamente a proposta de uma etnografia “multi-situada”, aqui apenas exposta em linhas gerais enquanto possibilidade de estratégia etnográfica, pode não ser a única resposta possível aos desafios que as consequências da globalização continuamente colocam para a teoria e a prática antropológicas. O que parece certo é que, na contemporaneidade, as concepções antropológicas tradicionais sobre o “estar lá”, bem como suas dimensões metodológicas, já não são mais as mesmas. Entretanto, filio-me a Geertz (2002) quando este afirma que são “tempos interessantes” para o trabalho do antropólogo. Assim, parece-me que o importante é enfatizar a diversidade de oportunidades e desafios etnográficos que, em termos teóricos e metodológicos, fazem-se presentes na contemporaneidade. Sem descuidar do compromisso com a teoria, como nos lembra Roberto Cardoso de Oliveira, e atentando para as especificidades do objeto de estudo, penso que é Rial (2003, p. 75) quem formula a melhor direção a tomar: “para compreender as sociedades moderno-contemporâneas [...] é conveniente colocar-se nas auto-estradas, seguir seu movimento, ampliando, se necessário, o campo e os instrumentos de pesquisa”.

Nesse sentido, em termos metodológicos, embora esta pesquisa aborde um objeto que poderia ser perfeitamente estudado através de uma etnografia multi-situada, optamos (tanto devido aos constrangimentos temporais e financeiros próprios das regras atualmente estipuladas pelas agências de financiamento, quanto por compreender que a metodologia aqui adotada revela-se analiticamente produtiva), pela inserção em um local determinado, usando largamente outras pesquisas, pertinentes a diversos contextos socioculturais, como sinalizadores de outras significações do objeto abordado neste trabalho. Gostaria de sugerir, seguindo Marcus (1998) que o campo de pesquisa nesta tese é local apenas circunstancialmente, e que esta etnografia busca situar-se estrategicamente (*a strategically situated single-site ethnography*). Como afirma o autor, algumas etnografias podem inserir-se em um contexto multi-situado, ao invés de circularem fisicamente em diferentes campos: são etnografias de um único campo (*single-site*) mas que constituem etnografias estrategicamente situadas; como resultado, ao apostarem no que poderia ser definido também como uma “etnografia de inspiração multi-situada” identificam de forma icônica fenômenos culturais de um dado campo, mas que são reproduzidos em outros locais. Nas palavras de Marcus,

Esta etnografia estrategicamente situada pode ser pensada como uma forma imediatamente anterior

a um projeto multi-situado mas que deve, porém, ser distinguido de uma etnografia *single-site* que examina as articulações de seus sujeitos locais primordialmente em termos de sua subalternidade em relação a um sistema colonial ou capitalista dominante. A etnografia estrategicamente situada busca compreender tanto o sistema quanto os sujeitos locais de forma ampla em termos etnográficos. É local apenas circunstancialmente, situando-se assim em um contexto ou campo de forma bastante diversa em relação a outras etnografias de um único campo. (MARCUS, 1998, p. 95)⁵³.

3.4 Da inserção em campo de uma antropóloga aprendiz: o medo

Como para mim a atividade de pesquisa não era mera técnica de obtenção de dados, vivemos uma relação social em que ambas as partes aprenderam a se conhecer.
Alba Zaluar, *O antropólogo e os pobres: introdução metodológica e afetiva*,
in “A Máquina e a Revolta”

Meu objetivo aqui é refletir sobre os três primeiros meses da segunda fase de meu trabalho de campo (julho - setembro de 2008) após meu retorno do doutorado-sanduíche, lembrando um dilema de meus primeiros tempos como pesquisadora. Embora não fosse um problema central de minha pesquisa, a questão do tráfico de drogas e do papel do telefone celular nesse contexto surgiu transversalmente no relato de meus interlocutores. Levando em conta a ética da pesquisa e a segurança da pesquisadora, pensei em como abordar essa questão ou mesmo se deveria abordá-la. Além do dilema vivido, compartilho aqui os contextos de inserção no campo – em especial os primeiros meses – e processo do estabelecimento do vínculo de confiança com os interlocutores, bem como a importância do diário de campo para a prática da etnografia.

Em janeiro de 2007, iniciei uma primeira fase de meu trabalho de campo na comunidade que aqui chamo de Morro São Jorge, um bairro

⁵³ No original em inglês: “This strategic situated ethnography might be thought of as a fore-shortened multi-sited project and should be distinguished from the single-site ethnography that examines its local subjects’ articulations primarily as subalterns to a dominating capitalist or colonial system. The strategically situated ethnography attempts to understand something broadly about the system in ethnographic terms as much as it does its local subjects. It is only local circumstantially, thus situating itself in a context or field quite differently than does other single-site ethnography”. (MARCUS, 1998, p. 95).

de camadas populares da cidade de Florianópolis. Tendo iniciado o doutorado em 2006 e já concluído a maior parte das disciplinas, pensava em delimitar qual seria meu campo definitivo. Essa inserção em campo foi propiciada por uma amiga de longa data, assistente social da Prefeitura de Florianópolis e que trabalhava no Morro São Jorge já há mais de seis anos. Na época, entrevistei membros das camadas populares, e também alguns de camadas médias, acerca de seus usos e percepções dos significados simbólicos dos telefones celulares com o objetivo de escrever um artigo cujo resumo havia sido aceito para um congresso na área de Comunicação, o INTERCOM⁵⁴. Uma dessas pessoas foi Marisa, que se tornou uma interlocutora privilegiada, como vimos no capítulo introdutório da tese.

Já nessa entrevista, pude perceber como os tanto os “de fora” , quanto os moradores, vivem em uma espécie de equilíbrio delicado, um acordo negociado com o poder paralelo exercido pelos membros do tráfico. No caso de Marisa, as várias formas de tornar seu lar aconchegante, como o enfeite de Natal na porta da casa, feito pelo filho Everson – para mim uma imagem que transbordava poesia (Figura 3.2) - contrastavam com as estórias que Marisa contou do Morro: quem havia sido preso ultimamente, quem foi solto, quem morreu. Nesse instante, ouço foguetes e as sirenes – a polícia estava no Morro. E assim fui apresentada a uma experiência que vivi muitas outras vezes: os fogueteiros avisando da chegada das autoridades policiais.



Figura 3.2 Enfeite de Natal feito pelo filho adolescente de Marisa

Em um determinado momento da entrevista, Marisa, que posteriormente autorizou aqui a reprodução desse diálogo, diz “Celular, tu sabes, a rapaziada aí toda tem...” Imediatamente, Cláudia me pede que desligue o gravador, “Não grava isso aí, não...” Com o pedido de Cláudia, a conversa sobre o uso que “a rapaziada” faz dos celulares também não foi muito longe. “Nem fala que é aqui, diz que é lá no subúrbio”, recomenda Marisa. Como membro de classe

⁵⁴ Em setembro de 2008, uma versão ampliada foi publicada em uma coletânea organizada pela antropóloga Silvia Borelli e por João Freire Filho, *Culturas Juvenis no Século XXI* (SILVA, 2008).

média, e pesquisadora que pela primeira vez “andava no morro” eu mesma estava tendo de lidar com essa nova experiência e meus próprios medos, além do temor de alguns familiares (“tu vais fazer pesquisa na *favela*, o que é que tu queres por lá...? Não dá para ser em outro lugar não?”). Andando no Morro com Cláudia, naquele escaldante janeiro de 2007, e tirando fotos para o trabalho final de uma disciplina, acompanhei também relatos de violência policial na comunidade.

Dessas imagens, a que mais me impressionou foi a da parede atingida por uma bala de fuzil. Embora a maioria das imagens tenha sido fruto da minha observação, essa imagem em particular foi fruto do comentário de duas moradoras. Revendo hoje essas imagens, agora sei que essas duas mulheres se tornaram minhas interlocutoras no ano seguinte: Fernanda, que todos chamam de Neca, mora com o marido e quatro filhos em uma pequenina casa de madeira atrás da que foi atingida pela bala; Ana Beatriz, sua melhor amiga, um pouco mais abaixo. E foi o acaso que possibilitou a inclusão desse instantâneo da rotina do Morro São Jorge no meu “filme” (ou, melhor dizer, uma animação de imagens fixas?), já que minha caminhada e a de Cláudia pelo Morro São Jorge topou justamente com uma família que examinava um barranco coberto de lixo. Ao avistarem Cláudia, cientes da condição dela como assistente social da Prefeitura, imediatamente a chamaram para reclamar e desabafar. Ficamos por mais de meia hora conversando com essas pessoas (na verdade, os ânimos se exaltaram em relação à conduta dos órgãos públicos, sendo que minha amiga anotava laboriosamente todas as reclamações) e, como um relato leva a outro, o descaso com o barranco ensejou outros relatos de descaso em relação aos moradores. Esses episódios de descaso eram motivo de profunda humilhação, como ficou claro em suas palavras. Igualmente humilhantes eram as subidas da polícia ao Morro, e a indistinção que esta faz, nas palavras dos moradores, entre os “trabalhadores” e os “bandidos”. Foi nesse momento que esses moradores comentaram sobre da bala de fuzil que havia atingido a parede da casa onde moram.

Outra preocupação veio com a questão da ética na captação das imagens, no sentido de manter a integridade da comunidade pesquisada. Nesse sentido, gostaria de lembrar aqui um trecho de meu diário de campo, que descreve bem como me orientei não apenas nesta, mas também na segunda fase do trabalho de campo:

Expliquei a natureza do trabalho e pedi autorização para utilizar as imagens em todos os casos em que pessoas poderiam ser identificadas. Algumas imagens que captei – principalmente de crianças - não foram utilizadas porque as mães

ou responsáveis não estavam por perto para que eu pudesse pedir autorização. Os nomes dos interlocutores citados foram alterados. Há algumas imagens em que aparecem pessoas, porém bastante ao longe e não é possível identificá-las. Há outra imagem em que aparece uma mulher de costas, dando um passo largo sobre um esgoto que corria a céu aberto. Essa imagem foi captada com conhecimento dessa senhora, com quem conversamos minutos antes. É ela quem presta os serviços de manicure e pedicure que aparecem em outro momento do filme. Gostaria de esclarecer que a captação das imagens, suspeito, só foi possível – ou teria sido bem mais difícil – porque estava acompanhada de Cláudia, que conhecia pelo nome, e me apresentou a todos que aparecem nas imagens. Mesmo assim, procurei ser bastante cuidadosa e o menos invasiva possível na hora de obter as imagens. Aliás, esse é o motivo pelo qual há mais imagens em que não aparecem pessoas de perto, aliado ao fato de que essas primeiras incursões ao campo ainda não foram suficientes para divulgar minha pesquisa para um número maior de pessoas, gerando um laço de confiança mais forte. Percebi a necessidade de criar esse laço, pois observei que muitas pessoas são bastante desconfiadas dos que não são da comunidade, e não gostam muito de falar com quem não conhecem e muito menos ser fotografados – certamente algo a ver com o problema da criminalidade no morro. Um exemplo é o da foto de uma das escadarias do moro, tirada de um ângulo baixo. Havia uma moça em uma casa no alto, mas que não apareceria na foto. Ainda assim, olhou desconfiada para nós. Cláudia foi rápida em avisá-la de que não se preocupasse, seria apenas uma foto da escadaria... Outro exemplo: gostaria muito de ter conseguido uma certa imagem, mas não foi possível... Refiro-me a uma imagem da subida do Morro. Em uma das vezes, entramos diretamente pela “boca braba”⁵⁵, a boca de fumo, vigiada constantemente por garotos e homens mais velhos a serviço do tráfico. Tentei umas três vezes e, mesmo de longe, sem os rostos das pessoas claramente identificáveis, fui expressamente desaconselhada a sequer tentar obter a imagem.⁵⁶ Poderia ser tomada por uma “delatora” ou “intrometida” e “ficar marcada”. Enfim, parece que realmente há limites para o trabalho de campo...(Diário de Campo, 10 jan. 2007).

Em vários momentos me peguei pensando: “será que não estou exotizando essa pessoa, ou a comunidade, através dessa imagem”? Ao todo, foram quatro visitas na comunidade, todas em companhia de minha amiga. Acabei conhecida como a “amiga da Claudia que é da Universidade e que vai fazer uma pesquisa aqui.”

⁵⁵ Na terminologia nativa.

⁵⁶ Na verdade, observei um visível “pacto de silêncio” dos membros da comunidade em relação às atividades criminosas, que se materializava no discurso. “Se você não mexe com eles, eles não mexem com você” e outras variantes. Notei mesmo uma espécie de simpatia, ambigüidade ou dissociação entre o caráter dos moradores e a atividade do tráfico, como no exemplo: “eu conheço esse menino, é um menino de ouro. Ele é do tráfico, mas sempre me ajuda tanto quanto eu peço, é tão bonzinho...”

O ano de 2007 prosseguiu com mais disciplinas, Estágio-Docência e qualificação do projeto de tese, deixando tempo apenas para algumas visitas esparsas ao Morro São Jorge. Comecei a acompanhar reuniões para a criação de um projeto de geração de renda, buscando com isso me tornar mais conhecida pelas lideranças da comunidade.

Entretanto, o trabalho de campo foi interrompido no primeiro semestre de 2008, devido ao meu estágio de doutorado-sanduíche. Passei quatro meses em Londres, no University College London, sob a supervisão de Daniel Miller, um antropólogo bastante conhecido no campo de estudos de antropologia da mídia e antropologia do consumo, que havia escrito em co-autoria com uma de suas orientandas um livro sobre uma etnografia dos telefones celulares realizada na Jamaica. Durante meu período no University College, pude discutir com Daniel e os colegas do grupo de pesquisa meus dados iniciais de campo; aprofundi a pesquisa bibliográfica; e participei de outro “mini-grupo” de pesquisa com dois colegas, uma canadense e um romeno, que estavam fazendo etnografias de celulares em Moçambique e na Romênia, respectivamente. Na verdade, minha principal preocupação e curiosidade era sobre a prática do trabalho de campo; tendo vindo de uma formação em Comunicação Social (graduação, especialização e mestrado) as pesquisas que eu havia feito até o momento tinham base documental (eu trabalhara com a representação de imagens da brasilidade em sites da Internet). Foi justamente a vontade de me envolver com a etnografia e fazer trabalho de campo que me motivou a cursar o doutorado em Antropologia Social.

O fato de vir de outra área (embora afim) assim como a questão de nunca ter feito trabalho de campo gerou de minha parte alguma insegurança quando cursei as disciplinas obrigatórias. Insegurança essa gentil e rapidamente aplacada por colegas e professores, que mais de uma vez asseguraram que a falta de formação em Ciências Sociais não era empecilho para que eu me tornasse antropóloga. Lembro-me especialmente do comentário gentil mas firme que ouvi de uma professora ao final do semestre: “Você já é antropóloga!” Mas o fato é que eu me considerava uma antropóloga “em gestação”, “em processo de”, enfim, uma antropóloga aprendiz. E que estava justamente vivendo o trabalho de campo também como batismo de fogo (seria muito dramático?) e como rito de passagem – o processo tão comentado e valorizado por vários mestres de nossa disciplina.

Por isso, sempre perguntei e ouvi com muita curiosidade os relatos de experiência de campo de meus colegas. Durante o estágio-sanduíche em Londres não foi diferente. Julie Archambault, da School

of African and Oriental Studies da Universidade de Londres, e eu conversamos bastante sobre seu trabalho de campo em Moçambique, o qual durou dezessete meses. De como demorou três meses apenas para que sua presença deixasse de ser notada tão flagrantemente; de como ela e seu assistente de pesquisa foram em certa altura mantidos reféns por algumas horas; de como, em outra ocasião, foram atacados com machetes. Evidente que aqui estou explorando mais a questão da segurança do pesquisador em campo; muitas outras questões se apresentaram como, por exemplo, a importância do assistente de pesquisa local para a inserção de Julie em alguns contextos sociais. Importante comentar que minha preocupação com a segurança foi também motivada por notícias vindas do Brasil sobre o Morro São Jorge. Entre o final de março e o começo de maio de 2008, a polícia ocupou a comunidade e revistava os moradores que subiam para o Morro. Tudo motivado, como é de conhecimento público através da imprensa, pela atuação de criminosos ligados ao tráfico de drogas, e que também residem na comunidade.

Sem dúvida os telefones celulares podem servir como auxiliares para o crime organizado. Já em Londres, eu pensava: como escrever minha etnografia dos telefones celulares no Morro São Jorge sem abordar essa questão? Como abordar essa questão? Não abordar, e retratar o Morro São Jorge em minha etnografia como uma comunidade de baixa renda, de camadas populares, mas como uma espécie de País das Maravilhas no qual o tráfico de drogas na comunidade é sequer mencionado? Se quero escrever sobre os usos do celular nessa comunidade, devo ignorar que esse tipo de uso também existe? Devo investigá-lo mais a fundo, e ir atrás de interlocutores envolvidos com o tráfico? Como não romantizar o meu campo? A essas questões se aliava outra, sobre a operacionalidade do campo. Claudia me havia avisado que eu evitasse expressamente circular sozinha pelo morro. As pessoas de lá ficam desconfiadas de “gente de fora” circulando por lá, me disse ela. Não te conhecem. Mas então como eu iria realizar as entrevistas, se a proposta era conversar com os interlocutores em seu ambiente doméstico? Não poderia contar sempre com Cláudia para me acompanhar e esperar durante quarenta minutos ou uma hora, que era a média esperada de duração das entrevistas. Além disso, a metodologia proposta incluía a observação participante. Enfim, como seria esse campo quando eu voltasse para o Brasil?

Em busca de algumas respostas, decidi conversar com o prof. Miller sobre minhas preocupações. Sobre seu trabalho na Jamaica, contou-me que, no início, a primeira coisa que muitos diziam quando

perguntados para que usavam o celular era: “para matar as pessoas” – informação que também está publicada no livro resultante da etnografia (HORST; MILLER, 2006). Kingston, onde foi realizado o estudo, é uma das áreas com maior índice de assassinatos no mundo. Mas aos poucos os pesquisadores foram estabelecendo vínculos com esses informantes e verificaram que a frase acima era mais uma forma de intimidação do que uma ameaça real. O que não quer dizer que os celulares não fossem usados para o crime porque, de fato, eram. Quando Daniel e Heather Horst, co-autora do livro em questão (*The Cell Phone – An anthropology of communication*) se depararam com situações que poderiam por em risco sua integridade física, optaram por não explorá-las. Foi o caso da conexão entre celulares e crimes. Como mencionam no livro os autores, há limites – até para a prática da etnografia.

E se, enquanto eu estivesse fazendo trabalho de campo no Morro São Jorge, chegasse aos ouvidos dos traficantes que uma pessoa estava indo nas casas e conversando sobre os celulares? Para que eram usados? Para quem mais se liga e por quê, entre outras questões? E se eles achassem que eu estava trabalhando para a polícia? Difícil saber o limite entre excesso de zelo e puro drama. Na dúvida, melhor ser cautelosa, aconselhou-me Daniel. Avaliar como está a situação do campo seria um bom passo, e isso seria possível através de um contato maior com pessoas-chave da comunidade. Tornar-se conhecida e protegida de tais pessoas ajudaria a evitar quaisquer problemas ou constrangimentos. Ele também concordou que se eu realmente tivesse que ficar completamente dependente de outra pessoa para circular no morro, o trabalho de campo ficaria bastante prejudicado. Além da questão da segurança, Daniel, um defensor ferrenho da importância da etnografia para o conhecimento antropológico, deu outros preciosos conselhos, baseadas na sua experiência como etnógrafo: apenas relaxe nos dois primeiros meses de campo, procure viver o dia-a-dia dos interlocutores; não chegue ao campo procurando impor modelos teóricos, mas sim deixe o campo “falar”, pois aí pode estar a originalidade da tua tese. Evite ficar só nas entrevistas e observe; veja o que dizem entre eles. E pare de ler – *reading is bad for you*. Volte a ler depois do campo. Disse também, que em vários de seus trabalhos os dados etnográficos usados nos livros vieram na parte final do campo – um deles, nos três últimos meses. Nada muito diferente de tudo o que eu já havia lido sobre trabalho de campo, exceto o “pare de ler”: mas como diz o ditado popular, treino é treino, jogo é jogo.

Abastecida com todas essas informações, volto ao Brasil e retomo o trabalho de campo em 15 de julho de 2008. Em princípio, duas vezes

por semana, depois três; depois de dois meses, estou indo a campo quase todos os dias. O principal contexto de inserção são as reuniões do projeto de geração de renda, que acontecem todas as segundas e quartas à noite. Evito, como já havia feito na parte inicial do campo, usar o termo “informante” na comunidade devido aos óbvios significados deste termo: informante é quem trabalha para a polícia. Prefiro o termo “interlocutor” também na escrita etnográfica e, aos poucos – conforme vai se estabelecendo o vínculo de confiança – confiei que os participantes da pesquisa seriam interlocutores também na prática etnográfica.

Outro ponto importante foi a disciplina das anotações e do diário de campo. Comecei no computador, mas passei para um caderno. Pude aproveitar qualquer momento livre para escrever e atualizar o diário, inclusive nas folgas do trabalho de campo. Olhando para trás, lembro as muitas páginas escritas... Preferi seguir os conselhos de Claudia Fonseca e outros mestres, e ser fiel à tradição do diário de campo. Embora pudesse parecer, como escreve Fonseca (1999) que a escrita de tantos detalhes fosse “perda de tempo”, eu sinceramente esperava que essas entradas do diário fossem úteis quando da redação final da tese, como de fato ocorreu.

Além das reuniões do projeto de geração de renda (doravante denominado apenas “Projeto”), busquei oportunidades de conhecer futuros interlocutores e fazer observações também na escola pública do bairro, no grupo de alfabetização de adultos, nos plantões de atendimento da prefeitura na comunidade, e nas visitas técnicas com a equipe de engenheiro e assistentes sociais da prefeitura (que incluiu minha amiga Claudia mas também a Rejane, estagiária que me acompanhou em muitas reuniões do Projeto). Essas visitas técnicas, nas quais se vistoriavam casas em situação de risco, eram uma ótima oportunidade de circular pelo morro, ver e ser vista, conhecer pessoas e onde elas moravam. Sempre que possível, me apresentava ou era apresentada pela Claudia; falava da proposta da pesquisa e perguntava se a pessoa gostaria de participar dando uma entrevista. Comecei a anotar os nomes desses futuros interlocutores em um pequeno caderno e já ao final de dois meses já tinha em torno de setenta ou oitenta possíveis participantes. Deixei para pensar mais tarde como é que iria fazer para visitar essas pessoas em casa (principalmente os que moravam no meio do morro). Apenas um ou outro não tinha telefone celular; vários tinham mais de um aparelho, e muitos mantinham

também o telefone fixo⁵⁷. Uma garota, no segundo ano do ensino médio noturno na escola, me disse: “Eu tenho três celulares: um para a família, outro para os amigos e outro para *umas paradas* que eu faço aí.” Concordou em me dar uma entrevista mais adiante, e também não se incomoda que eu tire uma foto dela; seu celular V3 rosa firmemente alojado na presilha da cintura da calça jeans. Algum tempo depois, fico sabendo que sua família é envolvida com o tráfico – seriam essas as *paradas*?

Sei que como antropólogos não estamos aqui para julgar. Minha preocupação primeira foi a de como abordar essa questão sem colocar em risco minha segurança, ou me submeter a constrangimentos. Pois a lei do tráfico é clara. D. Eva, pessoa-chave do Projeto, teve de sair fugida do morro com o filho, que foi acusado pelos traficantes de ficar devendo dinheiro. Ele quase foi assassinado; D. Eva nos contou que ela o salvou por um triz. Mesmo depois de terem fugido, D. Eva voltou uma noite para participar da reunião do Projeto e visitar suas filhas, que moram no Morro São Jorge. Foi seguida e a casa para onde tinham ido foi alvo de tiros. Mas o filho conseguiu fugir; e novamente tiveram de se mudar. Mesmo com os nomes trocados, pedi sua autorização para reproduzir aqui esse episódio, ocorrido no início da segunda fase do trabalho de campo.

Ao longo da fase de campo, permanecia com minha câmera digital a tiracolo; e não era difícil aparecer um grupo de crianças pedindo para que eu tirasse fotos delas. Não resistia a tantos pedidos e dizia que sim, iria dar de presente uma foto para cada uma. Em outros contextos de observação, também captei algumas imagens de pessoas da comunidade em cenas do cotidiano; o pai que sorria ao lado do filho; uma senhora brincando com um grilo; uma criança que brincava com o celular da mãe; amigos transferindo arquivos de música de celular para celular usando o recurso do *bluetooth*... Presenteei vários dos retratados com as imagens que achei mais interessantes. Indiretamente, isso se tornou uma forma de aproximação com futuros interlocutores.

Um mês e meio após meu retorno de Londres, comecei a fazer algumas entrevistas. Primeiro, com interlocutores que moravam no conjunto habitacional. Não tinha receio de ir lá sozinha; deixava meu carro estacionado em frente ao galpão do Projeto. Várias pessoas já me reconheciam. Além disso, o Projeto promoveu um bingo no dia 6 de setembro, e eu me ofereci para ajudar. Fiquei no morro até quase duas

⁵⁷ No capítulo cinco da tese, analiso os imperativos de ordem econômica que influenciam o consumo de telefonia – fixa e móvel – na comunidade.

da manhã. E passei a tarde tomando café, conversando e enrolando brigadeiros para vender, tudo na casa de uma das integrantes do Projeto. O celular sempre acabava aparecendo nesses contextos de observação, fosse em sua materialidade ou através de alguma estória que surgia na conversa de alguém. Com isso, conheci ainda mais pessoas e fui ficando mais confiante nas minhas movimentações pelo conjunto habitacional. Uma das primeiras entrevistas foi com outro líder comunitário, que escolheu ser chamado de Roberto Carlos na pesquisa: “porque eu sou fã do cantor”. Digo “escolheu” porque adotei esse procedimento com meus interlocutores: explicava que no tipo de pesquisa que eu faço é oferecido o anonimato e perguntava: “Vamos fazer uma brincadeira. Se você não se chamasse fulano, que nome gostaria de ter? Existe algum nome que você sempre sonhou em ter?” A proposta provocava sorrisos de cumplicidade.

Penso que o antropólogo também deve atentar, como outros autores já observaram (ZALUAR, 1985) que antes de nós outros pesquisadores, acadêmicos ou não, já adentraram o campo de pesquisa que agora tomamos como “nosso”, lá deixando suas marcas. Ao contrário de Zaluvar em sua pesquisa na Cidade de Deus, não tive que provar que não era jornalista; mas, como ela, logo aprendi que era importante deixar claro a razão de minha presença na comunidade, bem como os propósitos de minha pesquisa. O diálogo com uma de minhas primeiras entrevistadas, D. Íris, uma senhora de seus sessenta e poucos anos, dá conta de tais dinâmicas de aceitação na comunidade, bem como de meu continuado esforço em mostrar o caráter acadêmico da pesquisa que eu propunha:

Sandra: Então agora a gente já tá gravando, vou deixar ele aqui... Então a gente vai falando, vai falando, batendo papo, né ... Porque não é questionário assim, nem nada, é uma conversa, é um bate-papo...

D. Íris: Sei.

Sandra: E a senhora sabe, D. Íris, foi tão boa essa primeira parte da pesquisa, que eu tava aqui em janeiro e fevereiro de 2007, e eu entrevistei algumas pessoas...

D. Íris: Eu lembro de ti faz tempo no morro.

Sandra: É, só que eu tive que parar, que eu fui viajar, fui estudar uma parte fora, e aí eu voltei agora, e faz dois meses já que eu estou aqui frequentando o morro, né. Mas eu vim aqui em janeiro, fevereiro do ano passado, e também voltei em outubro e novembro e fui à algumas reuniões lá em cima, do Projeto. Aí já tou bem contente porque até já escrevi uma parte da pesquisa e ela até vai sair publicada agora, num livro.

D. Íris: Olha que bom.

Sandra: É um capítulo só né, umas vinte páginas, nesse livro várias outras pessoas escreveram. Mas daí quando eu terminar a pesquisa toda, assim, como eu quero terminar, quem sabe até dá para publicar um livro.

D. Íris: Olha só, tu já pensasse que coisa boa? E é tudo de periferia, essas pesquisas que vocês fazem de morro.

Sandra: É, e tem de vários tipos diferentes, assim. Essa aqui – o livro mesmo é mais focado nos jovens, mas o texto que eu escrevi não é só sobre os jovens, porque eu acho que [celular] não é só coisa pra jovem. Aí quem sabe mais pra frente... Mas acho que vai ser bem interessante, aqui.

D. Íris: Mas é interessante, pra todo mundo. Tu sabe, uns vão te aceitar, outros não... Mas aqui no morro acho que bem poucas casas não vão te aceitar.

Sandra: Eu acho que sim, e a pessoa pode participar se quiser, e depois a pessoa pode mudar de idéia também. Pode dizer, olha, eu te dei entrevista, mas agora não quero que tu uses nada do que eu falei. Isso pode acontecer, e, a gente tem que respeitar...

D. Íris: Não, mas acho que a maioria que vai fazer isso vai tá ciente de que... Não dá pra chegar lá e vai, vai, fazer a pesquisa como chegam muitos aí na porta. De vez em quando, tem que ter paciência, tem muitas pesquisas aí. Aí eu já descarto, digo não tenho tempo. Pronto. E contigo já é diferente. Porque tu marca, tu já sabe o horário que tu vem, tu já explica tudo...

Sandra: E também porque é uma pesquisa da Universidade, né. (DIÁRIO DE CAMPO, 9 set. 2008).

Como explicamos nosso objeto de pesquisa para aqueles com quem convivemos, observamos e pesquisamos ao longo de meses de trabalho de campo? Como justificamos nosso interesse em uma temática de interesse antropológico, que, para muitos, como escreveu Zaluar (1985) não parece ter “utilidade prática” à primeira vista? Fui recebida com extrema generosidade no São Jorge, e preocupava-me em deixar claro para aqueles que me concediam a graça de seu tempo e atenção os propósitos de meu trabalho. Abaixo, transcrevo um trecho do diário de campo, escrito no dia em que gravei uma entrevista com seu Roberto Carlos:

Então a idéia da pesquisa é a seguinte: falar da história das pessoas aqui na comunidade, e da história dos celulares na vida das pessoas. Porque tem muita coisa já escrita em outros países, sobre como o celular mudou a vida das pessoas desde que o celular veio. [*E como mudou*, concorda ele]. Porque todo mundo concorda que mudou muito, mas é que aqui no Brasil ainda não tem muita coisa escrita sobre como mudou, aí a minha pesquisa é isso. E aí como é uma pesquisa que eu

não tenho muito recurso para ficar viajando o Brasil inteiro, a gente escolhe um local para trabalhar, e a Claudia me disse que aqui seria interessante. É uma pesquisa longa, diferente daquelas pesquisas de político em que só precisa marcar um x. É um tipo de pesquisa em que precisa vir, conhecer as pessoas, conviver na comunidade... E aí a gente conversa mesmo com as pessoas, bate papo. Não tem resposta certa e errada não, é a opinião do senhor. (DIÁRIO DE CAMPO, 12 set. 2008).

Mas, em meio a entrevista, desligo o gravador. Logo depois que Roberto Carlos mencionou “uns certos problemas” que aconteciam no Morro São Jorge: “por que aqui é um morro muito polêmico, tem muita droga...” ao que respondi: “pois é, seu Roberto, isso também me preocupa...” E falo abertamente sobre minhas preocupações e receios – tal como descrevi neste texto. Afinal já conhecia Roberto Carlos desde a primeira fase do trabalho de campo. Ele procurou me tranquilizar: “o morro hoje está bem melhor; se fosse antigamente tu ia ouvir tiro toda hora... E eu não tenho medo deles não, se precisar eu falo com eles mesmo.” E sobre a minha mobilidade no campo: “Ninguém vai mexer contigo não se tu andares aqui. Só se tu tiveres medo, mas mexer contigo ninguém vai não, ainda mais que tu vens de dia. E qualquer coisa tu podes falar no meu nome.”

Outra pessoa que entrevistei e que residia em outra parte do Morro São Jorge, na parte de baixo, perto da avenida, é a D. Iris. Simpaticíssima, preparou um farto café para mim depois da entrevista. Claudia já havia me dito que a D. Iris era uma “tia” para “os meninos” (os olheiros que ficam guardando a entrada do morro), sempre com café pronto e um abraço. Cheguei às nove da manhã para entrevistar a D. Iris, e não deu outra. Olhei para dentro do beco, meio perdida. O rapaz me interpelou sem demora: “Aonde vai, senhora?” “Eu vou na D. Iris”. “Ah, é entrando dobra a direita, primeira casa.” Agradei e fui em frente. Depois da entrevista, conversamos um pouco sobre o papel dos “meninos”, e eu disse: “pois D. Iris, se a senhora quiser falar de mim para eles, é até bom, que eles saibam que eu sou da Universidade e não da Polícia, ou jornalista...” D. Iris me tranquiliza, “Ninguém vai te perguntar nada não. Eles todos me adoram, e se sabem onde tu estás e quem tu conheces aqui, não tem problema.” E me acompanhou até a saída, onde nos despedimos com um abraço. Virei as costas e descii a ladeira, mas escutei a voz do rapaz: “Quem é ela, tia?”

Na semana seguinte, marquei uma entrevista com Fernanda, conhecida como Neca, que morava no meio do morro. Confiei no conselho de Roberto Carlos e fui em frente. Claudia estaria de folga até o início de outubro e nem conversamos sobre minha decisão. Fazia uma bela tarde de sol e, como eu já havia passado na frente da casa de Neca na semana anterior (acompanhando uma visita técnica) acertei o caminho sem maiores problemas. Só tinha medo que algum pitbull fugisse de alguma casa, porque havia vários pelo Morro São Jorge... Mas não havia pitbull nesse caminho ao que eu soubesse. Fui e voltei sem problemas. Na semana seguinte entrevistei uma amiga de Fernanda, que morava ainda um pouquinho mais longe... Mas foi só ir perguntando que os moradores informaram o caminho, já que praticamente todos se conhecem. E eu ia conhecendo cada vez mais gente.

Eu mesma sentia-me cada vez mais à vontade para circular no Morro, e meu desconforto, de forma similar aos moradores, direcionava-se aos que vinham de fora – em especial, à polícia. O relato abaixo, transcrito de meu Diário de Campo, demonstra o quanto os moradores parecem acostumados com a convivência com a polícia. Para mim, foi uma espécie de “batismo de fogo”:

Encontramos algumas pessoas do Projeto: Allison, Patrick, Nicole (a quem todos chamam Nique), Norma e Seu Gonçalves, que estavam chegando para a reunião. Pouca gente, nenhum dos convocados veio. Antes, uma cena meio assustadora, meio surreal: um helicóptero da polícia militar voando bem baixo, um pouco atrás das casinhas. Mas estão atrás de alguém logo no meio do morro. E é um helicóptero preto (será do BOPE?) não aquele branco e cáqui da Polícia Militar que já vi várias vezes, até sobrevoando a Beira-Mar Norte. Penso que já fui aceita como parte do grupo, porque até brincadeira comigo fazem, quando demonstro estar um pouco assustada com a presença do helicóptero. Sempre a Norma, muito gaiata, que grita na direção dos policiais: “É ela aqui, a bandidona, pega, pega!” e dá gostosas gargalhadas, apontado para o helicóptero e depois para mim. Ainda estou meio assustada com a cena, mas entro no espírito da brincadeira: “Que é isso, amiiiiiga, amiiiiiga...” Mas era assustador mesmo, ainda mais que dois

dos policiais estavam com quase meio corpo para fora do helicóptero e com um fuzil, metralhadora ou coisa que o valha apontando para fora. Era muito perto, o barulho estava bem alto e com um pouco mais de esforço daria até para ver o rosto dos policiais (DIÁRIO DE CAMPO, 20.09.2008).

Ao final de dois meses e meio de trabalho de campo, sentia já haver passado pela fase de aceitação e que já havia estabelecido laços de confiança com as pessoas do Projeto. Às vezes eu trabalhava com eles. Tomava por vezes anotações de campo na frente deles sem que houvesse constrangimentos; perguntavam-me como isso ajudava na pesquisa e eu explicava o processo da etnografia... Uma integrante do Projeto, com quem me dava muito bem, chegou a comentar durante uma dessas tardes de trabalho, falando de suas dificuldades financeiras: “quando eu preciso, pego o celular e ligo para os meus cunhados, eles sempre me ajudam.”

Comentei que meu orientador na Inglaterra escreveu um livro sobre celulares na Jamaica e que esse era um uso dos celulares naquele país, já que é muito difícil conseguir emprego: os parentes que trabalham em outros países enviam dinheiro para quem ficou. Essa não foi a única vez em que fiz comentários assim; quando saiu publicado o meu artigo, anteriormente mencionado, como capítulo de livro, mostrei o resultado para vários interlocutores e interlocutoras. Uma delas foi Vânia, uma mulher de quarenta e um anos, mãe de quatro filhos, que conheceremos melhor nos próximos capítulos, e que entrevistei pela primeira vez em janeiro de 2007. Ao me ver com o livro (*Culturas Juvenis no Século XXI*) sobre o qual me havia ouvido comentar tantas vezes: imediatamente demandou: “Cadê o livro?” Encontra seu nome, satisfeita: “Olha eu aqui”. Ao ler a transcrição de sua entrevista no livro, Vânia riu bastante: “Ai que tanto ‘nunca tive, nunca tive’ que eu falei!” Outra interlocutora, Larissa, não somente leu o artigo quase inteiro (Figura 3.3), como fez comentários, conforme relembro abaixo através do diário de campo:



Figura 3.3 Larissa, uma de minhas interlocutoras, lê um capítulo de livro com os resultados iniciais da pesquisa no São Jorge.

Larissa está mesmo lendo todo o artigo. Faz comentários sobre a parte dos celulares e emoções – amor e ódio. “Gostei do jeito que tu usou a fala das pessoas... Isso da emoção é muito verdade... De amor, porque dá para o tímido contar o que sente quando tem vergonha de dizer pela frente; já o ódio é porque pode se expressado pela frente, por trás...” Eu digo: “E conta os segredos, pode dar briga” ao que Larissa responde, rindo: “Ih... Se pode!” (Diário de Campo, 16 dez. 2008).

Durante as entrevistas e no contato com meus interlocutores, muitas vezes falei de mim, me expus. Penso que o processo de tornar o informante de fato um interlocutor é complexo, mas esperava que atitudes como essa pudessem enriquecer, como de fato aconteceu, tanto a jornada quanto o resultado final aqui apresentado, sem que se perdesse o necessário distanciamento.

3.5 Etnografando camadas populares: da teoria ao encontro etnográfico

A esses três primeiros meses do trabalho de campo, que foram marcados pelo processo de inserção e pela relativização de meus preconceitos, seguiram-se meses em que o trabalho correu sem maiores imprevistos no que tange ao meu medo inicial de sofrer alguma violência em campo. De fato, assim como relembra, quase trinta anos depois, Zaluar (2009) em relação ao seu primeiro trabalho de campo na Cidade de Deus, eu comecei a me sentir mais segura no Morro São Jorge do que, muitas vezes, fora dele. O que não significa que o restante do trabalho de campo tenha ocorrido sem sobressaltos ou, como preferem Bonetti e Fleischer (2007), passei por algumas “saías justas” e outras vezes tive de mostrar algum “jogo de cintura” – exatamente como nos relatos das antropólogas iniciantes da coletânea por elas organizada. Assim, minha proposta nesta seção é prosseguir apresentando o Morro São Jorge e alguns daqueles que se tornaram meus interlocutores, aprofundando a reflexão sobre minhas experiências no campo de pesquisa; ao mesmo tempo, porém, incluo uma breve revisão teórica da literatura antropológica sobre grupos populares, procurando relacioná-la com a experiência social e o universo simbólico que observei no Morro São Jorge. O argumento subjacente é o de que o estudo das dinâmicas culturais nas classes populares é complexo, pleno de nuances e

contradições. O “morro”, “comunidade”, ou “favela”, está, obviamente, longe de ser uma atualização romanceada da “tribo distante” das etnografias clássicas, nas quais esta surgia enquanto todo culturalmente homogêneo. Esse trajeto teórico apóia-se principalmente nas reflexões sobre o significado da pobreza e o trabalho de pesquisa com camadas populares (ZALUAR, 1985; 2009), na crítica à construção de um “silêncio discursivo” em torno do tema do “popular” (FONSECA; 2000) e na crítica de Valladares (2005) àquilo que a autora considera certos “dogmas” que persistem nos estudos *nas favelas* e *sobre favelas* nas ciências sociais brasileiras.

No Morro São Jorge, embora o governo venha investindo em políticas públicas de saneamento e moradia, como em tantas outras áreas pobres e degradadas do Brasil há a convivência diária com a precariedade das casas, a falta de água, a influência dos chefes do tráfico de drogas e os baixos salários: a média salarial, para os que estão empregados (a grande maioria como vigilantes, pedreiros, ou faxineiros e, no caso das mulheres, empregadas domésticas ou diaristas) é de pouco mais de um salário mínimo, em torno de 600 a 800 reais. São vários os que conseguiram se aposentar por problemas de saúde, ou mesmo por tempo de serviço, mas optam por continuar a trabalhar – é o caso de Marisa, que está sempre à procura de algum trabalho temporário. Entre meus interlocutores, a melhoria de suas casas, assim como a família, a saúde e o trabalho, estavam entre as preocupações principais. Entretanto, como veremos ao longo dos próximos capítulos, a precariedade das condições materiais no São Jorge não constitui, obviamente, empecilho para a existência de uma complexa e rica vida cultural. Fundamentalmente, como escrevem Zaluvar e Alvito (1998), trata-se de desafiar certo senso comum, bem como certo pensamento acadêmico, que apreende apenas parcialmente as imagens, idéias e práticas correntes nos espaços urbanos da favela. Para tanto, a premissa a considerar é a de que “a favela não é o mundo da desordem [...] a idéia de carência (“comunidades carentes”), de falta, é insuficiente para entendê-la” (ZALUAR; ALVITO, 1998, p. 21).

Sem querer negar ingenuamente os constrangimentos econômicos presentes na experiência cotidiana das camadas populares, a proposta desta tese filia-se teoricamente a toda uma corrente de pensamento que, como lembra Fonseca (2000), começou a desenvolver-se no pensamento social brasileiro no final da década de oitenta do século passado, defendendo a necessidade de superar a idéia, tão presente na intelectualidade brasileira em décadas anteriores, de que a classe trabalhadora era oprimida demais pela pobreza para pensar em

outra coisa além da sobrevivência. Tal noção, de inspiração marxista, se teve valor enquanto denúncia de desigualdades políticas e econômicas, enfatizava a subordinação dos pobres à cultura dominante (FONSECA, 2000). Anteriormente, nas décadas de sessenta e setenta, foi a abordagem culturalista e funcionalista da “cultura da pobreza” que, como lembra Fonseca (2000), conseguiu mobilizar uma parcela da intelectualidade brasileira, embora tenha sido rejeitada pelos marxistas. O caráter psicologista dessa corrente de pensamento – os indivíduos, criados em famílias “desestruturadas”, estariam fadados a repetir comportamentos “disfuncionais” aprendidos na família – tende a escamotear as relações de poder vigentes no social, como explica Zaluar (1985):

Na corrente da chamada “cultura da pobreza” afirma-se que, devido à situação dos pobres numa sociedade estratificada e altamente individualista, como a capitalista, esses desenvolvem uma cultura exclusiva que se caracterizaria pelo mínimo de organização acima da família e pela falta de integração às instituições da sociedade mais ampla. Isto se manifestaria numa propensão à apatia, à falta de interesse na política, na ausência de cultura de classe, e se explicaria por uma pobreza cultural devido ao desconhecimento do estoque simbólico da sociedade abrangente. Implícita nesta postura está a impossibilidade de que produzam um estoque simbólico próprio. [...] Além do mais, a pobreza é um conceito comparativo, e sua qualidade relativa aos outros gira em torno da desigualdade social. Esta não é uma consequência de sua cultura, mas o resultado de políticas públicas que provocam uma real privação material e uma real exclusão dos pobres nos campos ocupacional, educacional e político. O que os exclui, portanto, não é o seu propalado fatalismo, desmotivação para o trabalho, apatia e resignação, nem a sua exclusão do campo educacional é consequência de uma suposta restrição no seu estoque simbólico. Sublinhar a cultura da pobreza neste caso termina por desviar a atenção das próprias relações de poder e por alimentar as políticas públicas que perpetuam a desigualdade. Por outro lado, na cultura dos pobres concebida como o negativo ou o

desconhecimento do estoque simbólico erudito, não há lugar para as manifestações culturais desenvolvidas fora dos aparatos educacionais oficiais. (ZALUAR, 1985, p. 41-42).

Por outro lado, e concentrando-se na análise dos fenômenos urbanos, Fonseca (2000) sublinha o surgimento na década de oitenta uma série de trabalhos⁵⁸ sobre as camadas populares cujo foco recaiu justamente sobre as dinâmicas culturais dos bairros da periferia, com temáticas tais como música, circos, clubes de futebol, organização familiar, ou formas de participação política. Esses trabalhos reverberam, segundo a autora, as mudanças trazidas pelos debates sobre “os pobres” nas ciências sociais: “de uma ‘massa anônima’, ‘amorfa’ ou simplesmente ‘aqueles que servem de antinorma’ dos anos 60, eles tornaram-se protagonistas de classes (trabalhadoras ou populares) nos anos 80, para voltar ao *status* de ‘pobres’ nos anos 90” (FONSECA, 2000, p. 218). A esses trabalhos pioneiros, o interesse, por exemplo, pela religiosidade dos grupos populares, seja a respeito das religiões afro-brasileiras (SILVA, 1995; PRANDI, 2005) ou analisando o crescimento das religiões neopentecostais entre as camadas populares (MARIANO, 1999) ou mesmo as análises da própria Fonseca (2000) sobre as relações de gênero em um bairro popular de Porto Alegre, são exemplos da valorização da idéia de que as dinâmicas culturais dos grupos urbanos devem ser compreendidas a partir de sua lógica interna. Nesse registro, gostaríamos de apontar aqui o recente aparecimento de trabalhos que, na academia brasileira, dedicaram-se a pensar as dinâmicas de consumo entre camadas populares, tais como a análise de Barros (2007) sobre os códigos culturais e a hierarquia de valores que orientam as escolhas de consumo entre empregadas domésticas, ou o estudo de Pinto e Pacheco (2009) sobre a moralidade e as lógicas classificatórias envolvidas nas formas como famílias de “baixa renda” gastam o dinheiro recebido do Bolsa-Família. É para esse debate – qual seja, o das dinâmicas culturais do consumo em grupos populares – que este trabalho espera poder dar uma contribuição.

Entretanto, se o conceito de “classe”, na sociedade globalizada

⁵⁸ Dentre estes, Fonseca (2000, p. 217) destaca: Alba Zaluar (1985), *A Máquina e a Revolta: as organizações populares e o significado da pobreza*, São Paulo: Brasiliense; J. Guilherme Cantor Magnani (1984), *Festa no pedaço: cultura popular e lazer na cidade*, São Paulo, Brasiliense; Luiz Fernando Dias Duarte (1986) *Da vida nervosa nas classes trabalhadoras urbanas*, Rio de Janeiro: Zahar; Tereza Caldeira (1984), *A política dos outros: o cotidiano dos moradores da periferia e o que pensam do poder e dos poderosos*, Rio de Janeiro: Brasiliense.

pós-derrocada dos regimes marxistas – e com as transformações capitalistas neo-liberais - tende a tornar-se cada vez mais escorregadio enquanto categoria analítica, como então pensar a questão das desigualdades na contemporaneidade? Nomenclaturas tais como “camadas populares”, ou “grupos populares”, podem revelar-se operacionais analiticamente, mas seu uso não é desprovido de críticas, como aponta Fonseca (2000, p. 217) em relação à substituição do termo “proletariado”. É nesse registro que a autora levanta a questão - importante para o nosso argumento de que a etnografia de grupos populares é plena de complexidades, nuances e contradições – de que há um “silêncio discursivo” em torno da temática do popular no atual momento da academia brasileira, após a explosão do termo “popular” nos anos oitenta. Fonseca (2000) sugere que o tema do “popular” segue um caminho inverso ao dos estudos étnicos. Embora reconhecendo como acertadas as críticas da noção de “classe” dos anos 70 e do “popular” dos anos 80, pondera que tais críticas não significam o desaparecimento do objeto – pelo contrário, a desigualdade social está longe de ser questão superada no Brasil:

Que fazemos daqueles que, remexidas as classificações, ficam no lote comum dos “pobres”? [...] Onde estão os debates capazes de aprofundar nossa compreensão das *alteridades inscritas no jogo da estratificação social*? Onde estão os novos termos que levam em conta a negociação das fronteiras simbólicas na sociedade de classes? (FONSECA, 2000, p. 221).

O chamamento que Fonseca (2000) faz no início do século XXI à necessidade de a academia repensar o debate sobre a alteridade na sociedade de classes atualiza críticas anteriores que já haviam contribuído para a discussão, como a de Zaluar (1985). Esta ressalta a tensão existente entre duas perspectivas, ambas misticadoras: de um lado, a “marginalidade”, de outro, a “incorporação”. A primeira preserva em si ecos da teoria da “cultura da pobreza” – erguem-se as fronteiras simbólicas que transformam os pobres em eternos “outros” de nossa sociedade; na tradução para a dinâmica cultural brasileira, é como se o paternalismo fosse uma “opção” cultural denotadora de hábitos arraigados da população, e não uma estratégia utilizada no em dado contexto histórico e institucional (ZALUAR, 1985). Na segunda, segue-

se uma direção integracionista que ficou conhecida pela crítica da pesquisadora Janice Perlman ao que esta chamou de “mito da marginalidade”: os pobres não estão isolados; não são apáticos ou desorganizados socialmente; possuem aspirações burguesas e são ótimos consumidores - integram-se, enfim, completamente a todos os níveis da sociedade. É como se, de uma certa forma, o “mito da marginalidade” constituísse a escrita em negativo da teoria da “cultura da pobreza”. É essa visão coerente e harmoniosa, isenta de tensões e conflitos, que Zaluar critica:

Assim posta a questão, a intenção de desmanchar as fronteiras arbitrárias entre as classes prósperas e os pobres urbanos “marginais” acaba por criar, nessa tentativa de destruir o que Perlman chamou de “mito da marginalidade”, uma idéia talvez falsa da integração positiva dos pobres com a sociedade nacional na sua versão da classe dominante. E a idéia de que existe uma cultura brasileira una, indivisa e disseminada em todas as manifestações da vida social de todas as classes e categorias de pessoas na sociedade brasileira é, no mínimo, discutível. [...] Ao apresentar um modelo uno e coerente de sua ideologia, destrói-se a diversidade e tensões internas que marcam qualquer sistema cultural de qualquer sociedade e de qualquer classe social, tornando-nos cegos para as divisões, conflitos e tensões a esta categoria especialmente heterogênea dos pobres urbanos. (ZALUAR, 1985, p. 43).

Postos os principais termos do debate que tem marcado, nas ciências sociais, o estudo daqueles que não participam da cultura dominante – e tendo reconhecido que nomenclaturas como “camadas” ou “grupos” “populares”, “subalternos”, “pobres” ou “pessoas de baixa renda” (como preferem os economistas) abarcam apenas de forma incompleta um complexo objeto de estudo, desejamos passar agora a algumas considerações críticas sobre os espaços urbanos que tem sido identificados com essas populações, mobilizados estes que são pela palavra “favela”.

Nesse sentido, são instigantes os questionamentos de Valladares (2005) a respeito do que considera certos dogmas que já deveriam ter sido superados na literatura sobre a favela produzida pela universidade e

demais instituições. Embora a literatura analisada seja sobre favelas no Rio de Janeiro, acreditamos que a discussão proposta pela autora também se aplica ao que observamos no Morro São Jorge. Assim, o primeiro dogma a ser questionado – ou, no mínimo, relativizado – é o que trata da favela como um espaço absolutamente específico e singular, um espaço marcado por uma forte identidade, ou seja, por uma “cultura da favela”: outrora berço do samba, agora é o lugar do *funk* e do *rap*; se ontem a contravenção era o jogo-do-bicho, hoje o crime organizado traz a violência e o tráfico de drogas (VALLADARES, 2005). Como exemplo de trabalhos antropológicos e sociológicos que, em sua visão, aderem a tal dogma, a autora cita o livro *Um Século de Favela* (ZALUAR; ALVITO, 1998), afirmando que, “entre doze contribuições, quatro tratam da cultura popular – samba, carnaval, capoeira, bailes e grupos *funk*; cinco abordam crime, medo, droga e delinquência, ou seja, a violência na favela; e apenas três tratam de mudanças políticas e estrutura social” (VALLADARES, 2005, p. 150).

O segundo “dogma” é o de que a favela é o *locus* da pobreza, o território urbano dos pobres. Assim, a favela é eleita o território privilegiado para o estudo da pobreza e das desigualdades sociais. Valladares alerta para uma associação mecânica entre espaço físico e tecido social: ou seja, entre os binômios favela/território da pobreza e favela/território dos problemas sociais. Para a autora, ao estudarem na favela os fenômenos associados à pobreza e ao universo popular – violência, religião, saúde, política, música, relações de gênero, jovens, evasão escolar, etc. – os pesquisadores não somente mostram sua adesão a este dogma, como também contribuem para o círculo vicioso da estigmatização. Nesse sentido, lembra que

[...] o termo favelado, originalmente o habitante da favela, ou seja, de um lugar determinado, passou a designar de maneira pejorativa quem quer que ocupe qualquer lugar social marcado pela pobreza ou pela ilegalidade. Nesta representação, o morador de uma favela não só pertence ao mundo popular como também ao mundo dos problemas sociais. (VALLADARES, 2005, p. 151).

O terceiro dogma presente na literatura e que merece ser questionado é o da unidade da favela, presente tanto na análise científica quanto no plano político. Trata-se aqui de evitar considerar a “favela” assim, no singular, obliterando dessa forma sua diversidade, pluralidade

de formas, de situações e relações sociais (VALLADARES, 2005) e, nesse sentido, dados estatísticos vêm confirmar que as favelas estão mudando. A quem interesse a manutenção desses dogmas? Para a autora, dura em sua crítica, a suposta “especificidade” da favela é conveniente para responsáveis pelas políticas, associações de moradores e ONGs, além de facilitar aos próprios pesquisadores a formulação de projetos e a obtenção de recursos para suas pesquisas. Por fim, Valladares urge para que se deixe de confundir favela e pobreza, lembrando o fato óbvio que é muitas vezes esquecido: nem todos os pobres moram em favelas. Ao mesmo tempo, pode-se morar na favela acreditando na possibilidade de ascensão social: “se deixarmos de confundir os processos sociais observados na favela com os processos sociais causados pela favela, será possível compreender fenômenos que, apesar de se manifestarem de fato nas favelas, também se manifestam em outros lugares” (VALLADARES, 2005, p. 163).

A fim de realizar o encontro etnográfico entre representações da favela e o universo simbólico do Morro São Jorge, articulando ambos através das falas de meus interlocutores, recorro ao estudo de Oliveira e Marcier (1998), que elegeu a música popular brasileira de diferentes décadas como forma de acessar o imaginário que ativa e faz circular tais representações. Estas, por sua vez, aproximam-se diretamente do segundo dogma apontado por Valladares como estando presente nas pesquisas acadêmicas (2005): o da operação simbólica que faz equivaler favela e pobreza, tendo como resultado a estigmatização de seus moradores. Assim, da análise que os autores fazem das canções emergem quatro categorias: “a favela como problema social”, “a favela como a não-cidade”, “a favela como o espaço do pobre” e “a favela como o *locus* da marginalidade urbana” (OLIVEIRA; MARCIER, 1998). Não é surpresa que a circulação desse imaginário sobre as favelas, que além da música encontra na mídia televisiva outro aliado, tenha efeitos práticos no cotidiano dos moradores do Morro São Jorge, especialmente em suas interações com aqueles que são “de fora”.

Um primeiro aspecto a considerar é a rejeição dos moradores do Morro São Jorge à palavra “favela” em si enquanto descritor preferencial de seu local de moradia. Para isso preferem usar a palavra “morro”, como em “eu moro no morro”, “nasci e me criei aqui no morro” ou “não saio daqui do morro por nada”. Essa última asserção denota também a forte identificação de muitos dos moradores com o São Jorge. Porém, se há os que “não saem por anda”, há também aqueles que mostraram preocupação com as influências que seus filhos poderiam sofrer por parte daqueles envolvidos com o tráfico: “Isso aqui não é

lugar pra se educar uma criança”, me disse um senhor. Entretanto, os relatos mais freqüentes expressavam identificação, como no caso de Sebastiana, uma umbandista que trabalha como merendeira na escola próxima ao São Jorge: “Eu não troco aqui por nada, isso aqui é minha vida. Mesmo se eu tivesse condições de fazer uma mansão, eu desmanchava a minha casa aqui e fazia a mansão aqui”. Para D. Cema, uma das mães-de-santo do morro, o sonho é ganhar na loteria para melhorar a casa, eterna preocupação:

Sempre tiveram carnês da Casa Feliz e do Prêmio do Rei [loterias locais] Mas sempre nessas condições. Se a gente tiver a sorte de ganhar, ser sorteado num apartamento lá no Centro da cidade, na na ni na não. Ou vende e continua aqui, melhora a casa. Minha casa tá ruim, ela rachou toda por baixo. Chove em cima da minha cama, em cima da cama da minha neta, na sala... Mas eu ia reformar minha casa, fazer uma boa duma casa, que aqui eu tou num ar que é o melhor ar condicionado, puro.

Das pouquíssimas vezes em que ouvi a palavra “favela” da boca de um morador do São Jorge, foi para contrapor representações pejorativas. Foi o caso do comentário de D. Iza, devidamente anotado em meu caderno de campo da época em que procurava um local para morar na comunidade – o que acabou não se concretizando. D. Iza era uma próspera dona de um grande imóvel (conhecido como “o casarão”) do qual alugava vários quartos: “Olha em volta, vê quanta casa *de material* (alvenaria), casas bonitas. Não dá pra chamar aqui de favela. Isso aqui não é favela, não”. Entretanto, foram vários interlocutores a me relatar estórias de preconceito sofridas devido ao local em que moravam. Nas aulas do Ensino Médio que acompanhei na escola próxima do São Jorge, vários dos alunos que reencontrei mais adiante no trabalho de campo se apresentaram citando como local de moradia o bairro próximo, e não o próprio São Jorge. Outro ponto é a auto-referência à palavra “pobre”. Da mesma forma que “favela”, “pobre” foi uma palavra que poucas vezes ouvi durante minhas entrevistas no São Jorge. A auto-denominação como “pobre” apresentou-se raras vezes quando meus interlocutores falavam de seus padrões de consumo de telefones celulares. Uma das exceções foi seu Josevaldo, um dirigente local da Assembléia de Deus, cujo depoimento expressa uma visão moralizadora do consumo: “Nós somos pobres... Não temos condições

de comprar muita coisa aí. Só que eu vejo que tem muito pobre por aqui querendo *se aparecer*".

As representações dos moradores do São Jorge sobre a condição de pobre, que ouvi e observei em contextos outros que não o das entrevistas formais, oscilavam entre a positividade e a negatividade. A palavra "pobre", seguida da conjunção "mas" em uma frase, buscava atenuar-lhe o peso. Como na visita que fiz à casa, muito humilde, de D. Natalina, uma senhora de mais de sessenta anos, que cuida do neto de oito anos, que nasceu com o vírus HIV: "a gente é pobre, mas limpo... Eu aqui na minha casinha gosto de tudo no lugar. Pobre não precisa ser relaxado". Ou então na forma como Helena, de quarenta e três anos, compara sua vida e a da patroa para quem trabalha como doméstica há anos: "às vezes o rico tem tudo do bom e do melhor, mas não é feliz... Minha patroa, eles às vezes tomam vinho de três mil reais a garrafa. Viajam todo ano pra fora do Brasil. A gente aqui é pobre mas tem tudo que precisa. A gente é pobre mas é feliz". É como se, como escreve Almeida (1995, p. 57) a status de pobre conferisse uma aura de honra e respeitabilidade a seu portador, em antítese à ambição dos ricos.

O que observei com mais frequência foi que "pobre" era utilizado como uma categoria para expressar a mediação com o universo da autoridade policial, ou as relações assimétricas entre patrões e empregados, como também mostrou Zaluar (1985) em sua etnografia da Cidade de Deus. Aqui "pobre" equivalia à impotência de ser tratado com "falta de respeito", de não ser "tratado como gente", "gente de verdade". A maioria de minhas interlocutoras trabalhava ou já havia trabalhado como faxineira ou empregada doméstica. No grupo de alfabetização para adultos que eu acompanhava – na qual se utilizava o método de Paulo Freire - uma das aulas foi dedicada à reflexão sobre a condição de "ser pobre". No grupo havia senhoras que haviam trabalhado como empregadas desde os dez anos de idade, e entre elas foi consenso a noção de que viveram uma situação de exploração. Uma delas foi Helena, que acabou deixando a casa onde trabalhava fazia anos, depois de conseguir passar em um concurso público para auxiliar de limpeza na Prefeitura de Florianópolis. O depoimento de Nena, uma das filhas de seu Gonçalves (um senhor que conheci no Projeto de geração de renda) é significativo:

Eu gosto de firma, em casa de família não quero trabalhar não. Eu sou muito arisca, e essas patroas... Se elas me falam um ai eu já não gosto, aí não dá certo. Se elas me incomodam eu vou

querer dar na cara delas [risos]. Elas querem fazer a gente de capacho. Eu só tive uma patroa que, se ela voltasse pra cá, eu voltava a trabalhar com ela. Ela é francesa. A menina dela me adorava. Trabalhei dois anos com ela.

No caso das relações com a autoridade policial, em nenhum momento do trabalho de campo o significado da autodenominação como “pobre” ficou tão claro para mim quanto no episódio da prisão do irmão de Larissa, que, como vimos na seção anterior, conheci no Projeto de geração de renda e tornou-se uma de minhas principais interlocutoras. A prisão causou indignação no São Jorge, como me explicou Silvia, irmã de Larissa: “Ele não é drogado, só bebe, mas droga ele não usa. E aí passou alguém lá e jogou essa droga dentro do porão que ele tá morando”. Ato contínuo, circulou na comunidade um abaixo-assinado e fui chamada a participar. Assinei. Não esqueço do comentário de Seu Gonçalves, e de seu olhar triste: “eles só fazem isso com a gente porque a gente é pobre...”.

A visão que os “de fora” tem da favela causa ressentimentos nos moradores do São Jorge. Tal visão está relacionada a uma das principais representações da favela na contemporaneidade, bastante estimulada pela grande mídia, na qual esta é vista como o *locus* da marginalidade (OLIVEIRA; MARCIER, 1998). Os moradores não ignoram ingenuamente a existência do tráfico na comunidade, mas rejeitam a idéia de que todos devam “ser postos no mesmo saco” ou que “o São Jorge é só isso”. Alguns, como a mãe de Patrick, outro de meus interlocutores, demarcam a diferença entre o São Jorge de hoje e o de sua infância: “antigamente a gente entrava aí direto nesses matos pra pegar fruta, que tinha muita jaca. Hoje em dia...” Já Sebastiana explica que “também é assim, se tu vai em outros lugares, e diz que tu vai no Morro São Jorge, vão pensar que tu tá no meio da favela, que vão te matar, que vão te estuprar...” Eu mesma tive oportunidade de fazer parte de uma equipe que filmou um documentário no São Jorge, cuja proposta era retratar a história da comunidade através de relatos de antigos moradores. Um dos pontos altos do documentário é um almoço na casa de seu Joaquim (um senhor de quase oitenta anos), esposo de D. Cema, no qual os convidados dançavam ao som da incrível coleção de antigos LPs de samba de seu Joaquim – alguns exemplares, com mais de quarenta anos. A filmagem acabou atraindo o interesse da mídia local, que enviou uma equipe de reportagem. O São Jorge, que várias vezes está presente nas páginas policiais dos jornais da cidade, nessa semana

fez as manchetes dos cadernos de cultura e variedades. De várias pessoas, ouvi comentários como “isso é bom pra mostrar que aqui no São Jorge a maioria não é bandido...” O depoimento de Sebastiana, porém, mostra que as atividades ilícitas têm sua influência no momento atual do São Jorge:

Porque eu estou com 54 anos e me criei aqui. Resumindo, voltei depois que eu casei, estou aqui há 28 anos. A maioria lá em cima eu conheço. Lá na fonte a gente lavava roupa. Ali era só mato, só coqueiro. Na fonte a gente lavava roupa. A gente não tinha água. Ia lá de madrugada buscar para encher os latões, porque não tinha caixa d’água. Hoje em dia, ali onde era a nossa fonte, onde a gente viveu a nossa infância, hoje em dia é tudo casa. A criminalidade é mais os de fora. Hoje em dia as crianças já estão sendo criadas mais na *malinagem*. Esse negócio de drogas não tinha, como tem aqui tem em todo lugar. Vão achar que tu tá no meio da criminalidade se tu falar que tá aqui no Morro. Eu que me criei ali, não posso chegar, e ir lá em cima no morro... Tem que saber entrar. Porque tu sabe o morro tem os olheiros. E também depois assim, que eles te conhecem... Eles também te ajudam. Se acontecer alguma coisa contigo lá fora, que for com alguém aqui do morro, eles não vão te deixar cair, eles vão te ajudar. Então tu tem que ter os amigos.

A representação da favela como o *locus* da marginalidade conduz a uma outra, a da “favela como questão social”. Tal representação ecoa também nas produções musicais do movimento hip-hop, do qual o rap é o principal representante. Conforme ressalta Souza (2009), o rap enquanto prática musical é fortemente marcado pelas condições sócio-raciais e, se o aciono nesta reflexão, é para indicar sua importância na vida de outro de meus interlocutores. Carlos Alberto, de 24 anos, é uma jovem liderança do movimento hip-hop no Morro São Jorge. Sua ambição de mobilidade social é capitalizada pelo seu projeto de cursar o ensino superior, começando pelos cursos de Direito e Design. Durante a entrevista que me concedeu, Carlos Alberto tocou várias vezes em questões de exclusão social – “o rap é o resgate do oprimido... Quando tu escutar a nossa música tu vai ver o nosso estilo, a forma como a gente

trabalha a questão da comunidade” . Coincidentemente, no meio da entrevista, começa a tocar uma música em uma das casas vizinhas. Um rap. Carlos Alberto pede que a escutemos, e depois comenta a música e a característica, no seu entender, significativa da banda, já que “todos os integrantes fazem faculdade”:

Essa música se chama “Inquérito”. Essa música é muito legal, é de um grupo de São Paulo. Fala de uma criança dentro do útero da mãe, é bem interessante. Fala do feto dentro da barriga da mãe, e ele se indigna com alguns atos, coisa e tal, e causa o próprio aborto. Porque ele não quer crescer e ser vítima da exclusão social, não quer ser mais um marginal. Ele não queria correr o risco. Escuta, ó... “me enforquei com o cordão umbilical”. Essa música trabalha muito as questões da exclusão social. Esse grupo foi uma coisa nova dentro do Brasil, todos os integrantes fazem faculdade.

Merecem comentários, igualmente, as representações que tratam da favela com o “espaço do pobre”, e como a “não-cidade” – local onde faltam arruamento, água e luz, e os terrenos são invadidos (OLIVEIRA, MARCIER, 1998). Nesse registro, o confronto dessas representações com o encontro etnográfico mostra que a “favela” é um espaço social complexo e pleno de nuances. A favela pode, sim, ser o lugar da pobreza; porém, como defende Valladares (2005) é possível não ser pobre e morar na favela, ou ser pobre e não morar em uma favela. No mesmo São Jorge, por exemplo, moram Mércia e Cássia – duas situações completamente diversas. Meu caderno de campo guarda as primeiras impressões de minha visita à casa de Mércia:

Depois do almoço, sigo para o São Jorge e encontro a Mércia às 14 horas para a entrevista. Pleno sábado à tarde. Subo para sua casa, lá no alto do morro. Lá estão os “últimos sobreviventes”, como ela mesma diz. Mércia diz que mora “em um gruta”, referindo-se à entrada da casa. Sobe-se por uma escada de cimento para a parte de cima do terreno. A casa é um cômodo de no máximo uns vinte e poucos metros quadrados; apenas uma das paredes é de tijolos, sem reboco, e as outras de madeira. Tudo coberto

com telhado de Brasilit. Quanto ao forro, Mércia improvisa com papelão. Mas mesmo assim deve entrar vento no inverno, com certeza. O cachorro parece feliz ao me ver; depois Mércia diz que ele gostou de mim, porque “não deixa ninguém entrar no terreiro”. Mas ela me avisa que está abrigando um amigo que “está meio pirado – acho que ele *tá na pedra*” [usando drogas, mais especificamente o *crack*]. Mércia de vez em quando abriga pessoas na sua casa, uma das quais até a roubou – levou seus dois celulares. Mas o “louco”, como Mércia diz, me parece razoavelmente bem e fica lá fora conversando com o Darlei. Enquanto isso, ela me dá a entrevista. [...] Desço com a Mércia no meu carro, deixo-a no Angeloni [*supermercado*] do Centro, onde ela irá comprar carne. Mas não vai comprar muito e nem sabe onde vai guardar. Tem luz na casa (não chega a ser um barraco, mas é bastante precária) mas a geladeira está estragada. Falta água com muita frequência e o banho é gelado (Tem chuveiro? Acho que é de canequinha.) Mas Mércia me oferece café da térmica e um presente – um par de alfinetes de segurança, bem grandes, que podem ser usados como brincos – já a vi usando um desses (Diário de Campo, 20 set. 2008).

Em outra parte do morro, mais abaixo, mora Cássia. Seu primeiro marido era o filho mais velho de Seu Gonçalves; ao morrer num acidente, deixou-a viúva aos 24 anos, com uma filha de um ano para criar. Casada novamente, lembra que pode ser difícil falar dessa morte com pessoas “de fora”: “meu marido morreu de morte morrida, mas sempre tem o preconceito de achar que ele podia estar envolvido com alguma coisa errada, só porque ele morreu novo”. Com o segundo grau completo, Cássia trabalha em uma empresa de telemarketing, o que a diferencia da maioria das mulheres do São Jorge, que ocupam vagas sem exigência de maior qualificação. Cássia e o marido desfrutaram de um padrão de consumo diverso da maior parte dos moradores da comunidade: possuem um carro e uma moto; moram em uma casa que, se não é grande, foi erguida em alvenaria e não tem goteiras (reclamação de muitos de meus interlocutores). Além disso, Cássia tem computador com acesso à Internet em casa – o que a inclui na minoria dos 40

milhões de brasileiros que têm acesso à Internet no ambiente doméstico, de uma população de mais de 190 milhões (TELECO, 2009). Sua filha de seis anos, Mirella, usa telefone celular desde os cinco; estuda em escola pública e é lá, à tarde, que tem aulas de balé. Como vemos, a visão da “favela” como o “lugar do pobre” por excelência, de um “pobre” tomado monoliticamente, não resiste ao encontro etnográfico.

Na última parte desta seção e do capítulo, gostaria de revisitar algumas experiências vividas nos meses finais do trabalho de campo, entre dezembro de 2008 e o final de abril de 2009. Estas falam de momentos de estranhamento, de dúvidas, dilemas e algumas “saías justas”; mas, também, da satisfação de ter alcançado aquilo que, acredito, constituiu uma inserção bem sucedida em campo, e uma interlocução produtiva com os moradores do São Jorge.

Após vários meses circulando diariamente no São Jorge, tanto no alto, como no meio e na parte mais baixa do morro – só não ia a campo nos finais de semana – tornei-me bastante conhecida na comunidade. Geralmente eu reservava o horário da manhã para escrever o diário de campo, organizar minhas notas e fazer telefonemas para marcar entrevistas. À tarde, acompanhava os trabalhos do projeto de geração de renda, e circulava fazendo observações e entrevistas. À noite, entre julho de 2008 e abril de 2009, acompanhei as reuniões do projeto de geração de renda, todas as segundas e quartas; às terças e quintas, acompanhava as aulas do grupo de alfabetização para adultos; e às sextas, nos dois últimos meses do campo, comecei a frequentar um terreiro de umbanda para fazer observações. Estava interessada nas relações entre telefones celulares e a vivência da religiosidade. Por dois meses, também acompanhei as aulas de filosofia de duas turmas de alunos do Ensino Médio na escola próxima do São Jorge. Através desses contextos de inserção conheci vários moradores que se tornaram interlocutores importantes, e fui apresentada a amigos e familiares. Não perdia oportunidade de estar em campo; e comparecia sempre que era informada de alguma festa de igreja, bingo ou outro evento. Às vezes, fazia também entrevistas à noite e nos finais de semana.

Ao estacionar meu carro perto das “casinhas” do pequeno conjunto habitacional, não era incomum ser abordada por várias crianças, muitas das quais já tinha presenteado com fotos. Uma menina de uns seis anos, amiguinha de uma destas e que via sempre por ali, me perguntou uma vez: “Tu mora aqui no morro?”. Ao que a outra, que me conhecia melhor, respondeu: “Não, ela gosta de ir na casa das pessoas

conversar e bater foto”. Minha circulação por todas as partes do São Jorge chegou até a surpreender algumas pessoas, como D. Catarina, uma senhora de sessenta e poucos anos, que acompanhei por vários meses em suas aulas noturnas no grupo de alfabetização para adultos. D. Catarina é mãe de Vânia e Helena, duas de minhas melhores interlocutoras. Esta última freqüenta as aulas junto com a mãe e, ao final de uma delas, antes de nos despedirmos, comentei com Helena sobre minha satisfação com o material etnográfico que estava conseguindo no São Jorge. D. Catarina, ao lado dela, exclamou para a filha: “Mas ela sobe e desce o morro todo?” Helena respondeu: “Mãe, essa aí já conhece todo mundo”.

Uma das pessoas com quem mais tive contato durante o campo foi Nicole, conhecida por todos no São Jorge como Nique, uma mulher de trinta e seis anos, mesma idade que a minha na época. Nique era mãe de três filhos, de treze, dez e seis anos de idade. Mas tive que esconder meu choque quando os moradores comentavam quantos anos tinham: como Nique, a maioria aparentava ser mais velha – resultado que tinha a ver, acredito, com a vida cheia de preocupações e o acesso restrito a serviços de saúde. O sonho de Nique e sua irmã Janaína, por exemplo, era poder “consertar os dentes” ou arrancar todos e colocar dentadura – como sua mãe, D. Eva, já havia feito. Corpulenta, Nique sempre se queixava de dores nos rins e só ao final de minha estada no São Jorge conseguiu a tão sonhada cirurgia, pela qual esperava há mais de dois anos. Janaína era a atual presidente do projeto de geração de renda; mas foi sua mãe, D. Eva, a pioneira em incentivar as mulheres do São Jorge a se engajarem no Projeto. Foi a primeira presidente, mas não pode continuar o trabalho devido ao incidente que comentei anteriormente, que causou sua mudança para outro bairro. A melhor amiga de Nique – amiga de infância – era Norma, vice-presidente do projeto. Ambas de riso fácil, humor desbragado e língua afiada, especialmente Norma. Era na casa das duas, e também no mercadinho no alto do Morro, que eu lanchava com mais freqüência nos finais de tarde, já que muitas e muitas vezes, especialmente nos últimos quatro meses de campo, permanecia na comunidade por períodos de oito horas seguidas; das duas às dez da noite, horário em que terminavam as aulas de alfabetização e as reuniões do Projeto. Nos primeiros tempos, entretanto, temi não ser bem aceita no grupo por causa da reação de Norma, que se mostrava reservada em relação à minha presença nas reuniões. Ao contrário de outros integrantes do Projeto, como relembro abaixo através de uma passagem do Diário de Campo:

Apresentei-me, seguindo orientação da Claudia; falei da minha pesquisa, do propósito de estar ali. Disse que estava pedindo licença para frequentar as reuniões do Projeto como uma forma de conhecer melhor e me inteirar dos assuntos da comunidade. Que havia feito uma primeira parte da pesquisa de campo no São Jorge, em 2007, e que esta havia sido bem produtiva, resultando na publicação de um capítulo de livro. Isso havia me motivado a continuar a pesquisa no São Jorge, cujas pessoas eu havia achado bem interessantes. Fui bem recebida, me deram as boas-vindas. D. Eva sorriu bastante para mim; é realmente uma pessoa-chave nesse campo. Nique, filha de D. Eva, diz que “é até bom alguém de fora frequentar, pode dar alguma idéia nova”. Um senhor de muletas [mais tarde saberia que seu nome é Darlei, e é amigo de Mércia, outra integrante do Projeto] faz um gracejo quando falo da minha pesquisa: “Quem não tem celular tem celulite”. (Diário de campo, 21 jul. 2008).

Mas Norma, às vezes, me encarava de cenho franzido, e respondeu da seguinte forma ao meu primeiro pedido tímido para tirar uma foto de seu celular: “Tira foto minha que eu vou te processar, odeio aparecer em foto”. Mas o laço de confiança foi se firmando, com a passagem do tempo e minha frequência fiel às reuniões. Evitava dar palpites nas questões internas, mas apoiava as iniciativas e passei a ser considerada uma espécie de mascote do grupo. Era requisitada a assinar as pautas de reunião como se integrante fosse, pedido ao qual não me furtava. Comecei a colaborar documentando as reuniões com minha câmera – as imagens eram úteis para os relatórios da Prefeitura e do órgão financiador do projeto, e algumas delas foram incluídas nesses relatórios sempre que a assistente social não podia comparecer. Como Zaluar (1985) relata em relação ao seu uso da máquina fotográfica, meus interlocutores do Projeto estavam satisfeitos pois eu estava disposta a ajudá-los fazendo algo considerado prático e útil. E Norma, após uma semana em agosto em que não pude ir a reuniões por conta de ocupações acadêmicas (realizei um estágio-docência em 2008, junto com o trabalho de campo) recebeu meu retorno comentando: “A gente sentiu tua falta, você é como se fosse do projeto mesmo”. E nunca mais me olhou desconfiada, até porque sempre fui cuidadosa quanto ao seu pânico de fotografia: “Norma, tou cuidando, é só foto do celular que tá

na tua mão. Olha aqui para você ver que é verdade”. Embora talvez, de início, fosse difícil para meus interlocutores entender o que era “Antropologia”, compreenderam rapidamente que eu estava interessada em fazer uma pesquisa que poderia resultar em um livro sobre “os moradores do São Jorge e suas histórias com os telefones celulares”, como lhes explicava. E histórias não faltaram. Mais de uma vez, quando explicava o tema de pesquisa, ouvia comentários, entre risadas: “Celular, tem muita história...” ou mesmo “Um livro só não vai dar!”

Embora sempre tenha sido, de forma geral, muito bem recebida no São Jorge, deparei-me ao longo da pesquisa com alguns dilemas e experiências de estranhamento, que me desafiavam a relativizar posicionamentos. Nique, por exemplo, que me deliciava com seu humor irreverente e sempre me tratou com o maior carinho, causava-me desconforto com o tratamento violento que freqüentemente dispensava aos filhos. Não foram poucas as vezes em que a vi ameaçar e mesmo bater nos filhos, já que trazia as crianças quando estava no Projeto. Sua postura com as crianças também incomodava outras pessoas do Projeto, como Larissa, que tinha um filho de doze anos: “Eu não bato no meu filho”. Mas Nique não admitia interferências: “Já me disseram que iam chamar o Conselho Tutelar, eu disse – pois deixa o conselho vir! São meus filhos! Quem educa sou eu!” O sub-texto da violência estava presente com freqüência nas falas de Nique, que era capaz de destilar carinho e raiva com igual intensidade – e ninguém que a conhecesse duvidava que ela amava imensamente suas três crianças. A história que relato a seguir me foi contada pela própria Nique; mostra como a mãe que era violenta com os filhos podia ter um acesso de fúria contra alguém que ousasse encostar em um fio de cabelo de um filho seu. Para mim, Nique era a própria encarnação da “mulher valente” das camadas populares, de que fala Fonseca (2000) – não somente não levava desaforo para casa, como tinha orgulho em compartilhar suas narrativas de confronto e vitória:

Sandra, um dia me ligaram ali da escola. Disseram que era para eu buscar o Gustavo [seu filho mais velho, que tem transtorno de hiperatividade e faz tratamento psiquiátrico], que ele tinha batido num coleguinha na aula de Educação Física e o professor não conseguiu segurar e acabou dando um tapa no rosto dele. Que ele tava suspenso. Pra que foram me falar isso... Eu não vi mais nada na minha frente, eu via tudo vermelho de tanta raiva. Peguei a primeira coisa que eu vi na frente – um

espeto – e desci o Morro correndo. Cheguei lá embaixo voando, cinco minutos. Já entrei berrando: “Cadê o professor que bateu no meu filho?” Que é um absurdo um professor bater numa criança dentro de uma escola. Tentaram me segurar mas não conseguiram. Fui pro pátio e ele ainda tava lá. Nessa altura a diretora já tinha chamado a polícia. Eu queria espetar ele todo, mas o desgraçado era alto e eu de tanta raiva só conseguia mirar nas pernas.[Nessa altura Nique e Norma davam risadas; e, quanto a mim, estava chorando de rir dada a forma jocosa com que Nique fazia o relato]. Mas vieram os seguranças e enfim conseguiram me acalmar. O professor escapou. Nessa altura o camburão da polícia já tava na porta. Dois policiais, um homem e uma mulher. Disseram que iam ter que me algemar pra levar pra delegacia. “Pois me algema que eu quebro esse camburão todinho aí!”, eu berrava. Tiveram que chamar reforço e eu fui parar na frente do delegado lá na primeira DP. Ele batia com o meu espeto na mesa: “Então a senhora que é a mulher do espeto? Toda nervosa lá na escola?” Mas ele viu que eu não era marginal nem bandida e acabou me liberando, mas falou: “Eu tou vendo que a senhora é uma mãe preocupada, mas não quero mais saber de espeto na minha delegacia, tá certo?”

Algum tempo depois, enfrentei uma “saia justa” com as irmãs Nicole e Janaína. Em uma das reuniões do Projeto, a assistente social da Prefeitura divulgou que a proposta havia sido premiada em âmbito nacional e uma representante deveria ir a Brasília para comparecer a uma cerimônia oficial. Ocorre que o prêmio referia-se a uma gestão anterior, quando Elisabete, com quem eu havia marcado entrevista para dali a alguns dias, era presidente. Seria ela a viajar. As irmãs e Elisabete haviam se desentendido sobre assuntos internos do Projeto, e Elisabete preferiu desligar-se. Eu só soube da briga quando ouvi Nique exclamar: “Vão ter que chamar o SAMU [serviço de ambulâncias] então, porque eu quebro ela todinha antes dela pegar esse avião. É hoje que o SAMU sobe o morro!”. Os apelos de calma da assistente social não surtiram efeito; aquela reunião terminou em meio a grande confusão. Mas Elisabete acabou viajando – sem se ferir, obviamente. Mas eu precisava

resolver a questão; não queria me indispor com Janaína e Nique. Na reunião da semana seguinte, coloquei meu receio claramente para Janaína, que respondeu: “Uma coisa é uma coisa, outra coisa é outra coisa. Sandra, a briga é nossa com ela, tu não tem nada a ver com isso. Se tu quiser ir na casa dela fazer o teu trabalho tudo bem. Mas que bom que tu falou”.

Outra situação que experimentei que resultou em uma “saía justa” - bem mais justa que a relatada acima, já que fui pega completamente de surpresa – ocorreu quando comecei a frequentar alguns cultos evangélicos. Na última fase de campo, como mencionei anteriormente, quis aprofundar a pesquisa sobre o papel da tecnologia na vivência da religiosidade, e iniciei entrevistas e observações entre evangélicos e umbandistas. Sabedora das restrições com que determinadas congregações neopentecostais encaram os cultos afro-brasileiros – como, por exemplo, a Igreja Universal do Reino de Deus (MARIANO, 1999; PRANDI, 2005), preocupei-me em deixar claro para meus interlocutores evangélicos, que eram da Assembléia de Deus, que meu papel era o de pesquisadora e não de crente, e que também estava conversando com umbandistas, o que foi recebido sem maiores problemas. Minha experiência de campo confirma o que diz Zaluar (2009): deixar sempre claros os propósitos da pesquisa e nosso papel enquanto pesquisadores pode nos poupar de situações de violência e constrangimento; e, eu acrescentaria, facilita imensamente nossa relação com os interlocutores ao longo do trabalho de campo.

Reiterar meu papel como pesquisadora, entretanto, não significa dizer que meus interlocutores evangélicos não tenham tentado me “converter”, o que aconteceu mais de uma vez. O casal Saulo e Edinéia, que conheceremos melhor no capítulo oito, foram dois interlocutores privilegiados ao longo de vários meses. Em fevereiro de 2009, Saulo, que trabalhava como vigilante, tornou-se pastor de um dos dois templos da Assembléia de Deus localizados no São Jorge. Já conhecia o casal há vários meses, e aceitei o convite para o culto que o consagraria como pastor. Às dezenove horas, cheguei ao pequeno templo, que deveria ter, talvez, uns sessenta metros quadrados. Os vidros da porta haviam sido quebrados, segundo Saulo, pelos “maconheiros”; nas paredes, cartolinas com versículos bíblicos cuidadosamente escritos à mão livre. Outros evangélicos que me conheciam também estavam presentes, entre eles seu Josevaldo, dirigente desse mesmo templo e cunhado de Saulo. Sentei-me discretamente na última fila e sou cumprimentada por várias pessoas com a saudação evangélica: “A paz do Senhor”. A ocasião era festiva e observei duas pessoas tirando fotos durante o culto. Chega a

hora – Saulo é chamado à frente, pega o microfone e começa a falar do poder de Jesus na vida das pessoas. Todos acompanham com atenção. De repente, ouço Saulo dizer algo como: “E eu quero dizer que Jesus tem um plano para a vida de cada um de vocês... Que Jesus está chamando por cada um de vocês agora. Todos são especiais para Jesus – como aquela moça que está lá, na última fila. Sim, você. Venha, venha aqui à frente, por favor, Jesus quer falar contigo”. Todas as cabeças se viraram em minha direção. Senti um frio na boca do estômago e as mãos geladas, mas levantei-me e fui. Vários pensamentos sobre a ética no campo me passaram pela cabeça nos menos de vinte segundos que demorei para chegar ao altar. Mas, de alguma forma, compreendi que fazia parte de uma performance. Eu já imaginava o que viria a seguir. Saulo disse algumas frases, que o nervosismo me impediu sequer de lembrar para registrar depois no diário de campo; depois, colocou outro microfone em minhas mãos: “Você acredita que Jesus é o único salvador para sua vida? Você aceita Jesus em sua vida?” Seguiu-se um trêmulo “sim” de minha parte. “Então repita comigo...” Repeti com a firmeza que pude as duas ou três frases que Saulo disse. Depois, Saulo exclamou algo sobre o poder de Jesus e foi ovacionado. Percebi que podia voltar para o meu lugar. Por fora eu tentava sorrir; por dentro, minha cabeça rodava. Compreendia que era importante para Saulo que eu tivesse aceito o convite para ir ao altar, já que, como já bem observou Zaluvar (1985), a associação com a figura do pesquisador pode conferir uma espécie de capital social ao interlocutor, o que resulta em prestígio. Esquivar-me ao convite de Saulo resultaria em uma situação insustável que lhe traria vergonha pública ante seus pares, e para ele significaria, com certeza, uma traição da confiança que me depositava. Será que agia agido da melhor forma? Meu receio podia ser traduzido na seguinte questão: será que Saulo, e os demais presentes, acreditavam que eu havia me “convertido”?

Os dias seguintes trouxeram a resposta. Não fui ao culto seguinte. Circulando no São Jorge, depois de alguns dias reencontrei alguns dos evangélicos que estiveram naquele culto, e fui cumprimentada normalmente. No caso de alguns, como a esposa do pastor que havia sido “promovido”, e a quem Saulo substituíra, com mais ênfase até: “A paz do senhor... Olha, foi um prazer te conhecer. Quando você quiser aparece lá em casa, está bem?” No dia seguinte reencontrei Saulo e Edinéia, e perguntei se o que fizera significava conversão. Fui imediatamente tranqüilizada: “Sandra, isso significa que você é uma pessoa que acredita em Jesus. Você acredita em Jesus, não acredita?” Eu disse que sim, que havia sido criada em família católica, tinha uma irmã

adventista do sétimo dia, sentia-me uma pessoa “com fé”, mas fui franca: era católica não-praticante. Ato contínuo, Edinéia explicou: “você é bem-vinda para ir ao culto quando quiser”. E deu a entender que a conversão é um processo, e não apenas um evento. Nosso relacionamento não sofreu qualquer abalo, ao contrário de meus temores iniciais. Após o encerramento do trabalho de campo, e com o aprofundamento de minhas leituras em sociologia e antropologia da religião, percebi que não é incomum que pesquisadores trabalhando com religiosidade recebam reiterados convites para conversão por parte de seus interlocutores. Mariano (1999), pesquisando sobre neopentecostalismo, relata ter passado por uma situação bastante similar à que experimentei no São Jorge; e Silva (2006), ao analisar as relações observador-observado entre antropólogos em campo e sacerdotes de religiões afro-brasileiras, observa o contínuo esforço dos segundos de trazerem os primeiros para sua esfera de influência. No meu caso, não se tratava de uma pesquisa cujo foco recaía totalmente sobre religião, mas sim do esforço de uma pesquisadora em captar as complexas nuances e possibilidades que o trabalho de campo projetava sobre seu objeto de estudo.

Como já observaram outros pesquisadores, que se dedicaram a refletir sobre as peculiaridades do trabalho de campo por uma perspectiva de gênero (BONETTI; FLEISCHER, 2007; GROSSI, 1992; ALMEIDA, 1995) o gênero do pesquisador possui influência sobre a relação com os interlocutores. Embora sabedora de que a “antropóloga neutra e assexuada” não passa de um mito (GROSSI, 1992) busquei a máxima discrição no vestir e no comportamento. A maioria das entrevistas que fiz com interlocutores do sexo masculino foi em suas casas, mas na presença de mulheres: suas mães, esposas ou irmãs. Sentia-me desconfortável em ficar sozinha com um interlocutor em sua casa, muito mais por questões pessoais do que por qualquer comportamento inadequado por parte de algum interlocutor – sempre fui tratada com consideração e respeito no São Jorge. A entrevista com seu Jurandir, um dos líderes comunitários do São Jorge, foi em sua casa; mas sua esposa, Maria Rita, chegou do trabalho logo em seguida, para meu alívio. Eu temia fofocas e maledicências. Nena, por exemplo, já havia me alertado para essa questão: “Antes eu andava muito no morro, mas aí eu parei. É muita fofoca. Agora só digo oi e bom-dia bem de longe. Bom dia, boa tarde, vocês lá e eu aqui. Eu conheço o Morro inteiro, cabo a rabo”. Se eu tinha alguma dúvida, isso ficou claro em uma das entrevistas que fiz com Saulo, em seu local de trabalho. Na época, Saulo trabalhava como vigilante do salão comunitário do São

Jorge, que é vizinho às “casinhas” do conjunto habitacional. Assim que chego para a entrevista, ele me pede educadamente: “Por favor, a senhorita [Saulo sempre me tratou por “senhora”, e depois que soube que eu era solteira, por “senhorita”] puxa a sua cadeira, vamos ficar aqui mais para fora, bem na vista de todos. Aqui tem que ter cuidado com a fofoca”. O fato de eu ser mulher me impediu de ter maior acesso às observações em ambientes sociais mais freqüentados por homens; e de ter feito mais entrevistas com interlocutores do sexo masculino. Por exemplo, Lila, uma de minhas interlocutoras, comentou mais de uma vez do interesse de seu marido por celulares e que seria muito interessante para a pesquisa que eu o entrevistasse. Chegou mesmo a marcar para que eu fosse à sua casa em determinado dia, que pediria para que seu marido falasse comigo. No dia combinado, porém, ele acabou preferindo não conceder a entrevista.

Saindo do campo das “saias justas” para o dos dilemas metodológicos, mas sem perder de vista o tema da relação observador-observado, defrontei-me por algum tempo com o dilema de usar ou não o nome verdadeiro da comunidade pesquisada. A comunidade que nesta tese chamo de “Morro São Jorge” é bastante conhecida em Florianópolis, e caracterizá-la em detalhes não demoraria a denunciar sua verdadeira localização. Acabei optando por manter o anonimato, mas não sem antes envolver alguns interlocutores-chave, como Marisa, nessa discussão. Comecei a explicitar a característica etnográfica da manutenção do anonimato da comunidade pesquisada, declarando que ali seria o “Morro São Jorge”; de uma forma geral, a idéia era rapidamente compreendida e apoiada. Apenas em um caso um interlocutor me disse que “devia ser o nome verdadeiro, para levar o nome do Morro adiante”. Na maior parte dos casos, as reações foram positivas, como em “ah, legal. São Jorge é o santo guerreiro” ou “bom também que não tem nenhum morro aqui em Florianópolis com esse nome, nem parecido”.

Em sua reflexão sobre o trabalho do antropólogo, Cardoso de Oliveira (2006) sublinha com especial ênfase o esforço que o antropólogo deve fazer para treinar sua capacidade de olhar, mas também de ouvir. Trata-se de pensar em uma escuta delicada e atenta que, disciplinada pela teoria antropológica, possibilita o pleno encontro etnográfico no sentido da superação da “diferença entre ‘idiomas culturais’, a saber, entre o mundo do pesquisador e o do nativo, esse mundo estranho no qual desejamos penetrar” (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2006, p. 23). No caso de meu trabalho de campo, penso que a busca do exercício desse *ouvir* encontrou seu ponto culminante nas

entrevistas e observações relacionadas à questão do papel das tecnologias na vivência da religiosidade, tema do último capítulo da tese. Para mim, essas foram as entrevistas e observações mais desafiadoras, mas também as mais fascinantes. Penso serem especialmente significativos os achados etnográficos relacionados às religiões afro-brasileiras. Devo à uma interlocutora em particular, Nena, uma umbandista, o agradecimento pela concessão de uma entrevista que considere fascinante, e constitui a porta de entrada para o universo da umbanda. Frequentei terreiros, conheci pais e mães-de-santo, participei do ritual do “amassi” – o banho ritual de folhas maceradas (PRANDI, 2005) e de uma festa de Cosme e Damião na casa de D. Catarina, onde pude ver alguns interlocutores, como Helena, em transe ritual. Nesse processo, fui superando várias experiências de estranhamento. Como em uma das últimas *giras* (sessões de umbanda) a que compareci, no terreiro de D. Cema. Era uma festa de Exu e pomba-gira. D. Cema, que estava incorporada com sua cigana, dançava com um taça de champagne na mão. Em dado momento, sua entidade, a cigana, veio até onde eu me encontrava: “Puxa comigo, moleca!” E me ofereceu um gole de bebida, que aceitei.

Outra importante reflexão de Roberto Cardoso de Oliveira sobre o trabalho antropológico – e é com ela que me encaminho para o final deste capítulo – consiste na importância de atentar para as relações de poder entre observador-observado que podem se fazer presentes no momento da entrevista e durante o trabalho de campo. Nesse sentido, urge que se transforme o “informante” em “interlocutor” – só assim é possível uma relação dialógica, condição para a interlocução que conduz ao encontro etnográfico. Este ocorre, para Cardoso de Oliveira,

[...] desde que o pesquisador tenha a habilidade de ouvir o nativo e por ele ser igualmente ouvido, encetando formalmente um diálogo entre “iguais”, sem receio de estar, assim, contaminando o discurso do nativo com elementos de seu próprio discurso [...] Ao trocarem informações entre si, etnólogo e nativo, ambos igualmente guiados a interlocutores, abrem-se a um diálogo em tudo e por tudo superior, metodologicamente falando, à antiga relação pesquisador/informante. O ouvir ganha em qualidade e altera uma relação, qual estrada de mão única, em uma outra de mão dupla, portanto, uma verdadeira interação. (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2006, p. 24).

Durante todo o período de trabalho de campo no São Jorge, busquei seguir a recomendação do grande mestre. Em maior ou menor grau, com maior ou menor intensidade ao nível das relações pessoais, acredito que tenha conseguido travar um diálogo com interlocutores, ao invés de apenas obter dados de informantes. D. Anita, professora do grupo de alfabetização de adultos, trabalhava no São Jorge já há doze anos quando a conheci. Não a entrevistei formalmente para a pesquisa, mas D. Anita, por se profunda conhecedora da realidade e dos moradores do São Jorge, foi uma pessoa com quem troquei muitas idéias e busquei conselhos em momentos de dúvida. Se aciono a lembrança dessas conversas aqui, é para falar do retorno que me deu da última vez em que nos encontramos, antes de minha despedida. Como a respeitava muito, suas palavras me encheram de alegria: “Sandra, acho que se você conseguiu conversar com tanta gente aqui, é porque você nunca chegou ‘de salto alto’”.

Nos diálogos com os interlocutores, tive oportunidade de conversar, em muitos casos, sobre minhas hipóteses em relação aos meus achados etnográficos. Penso que a interlocução foi especialmente produtiva em relação a dois momentos de análise. Primeiro, no capítulo sete, onde reflito sobre a importância da prática de ouvir música na construção de um modelo de masculinidade hegemônica juvenil, quando pude conversar a respeito com uma liderança do movimento hip-hop no São Jorge, Carlos Alberto. Segundo, no capítulo oito, quando percebo o papel da função bluetooth dos celulares no aumento do capital cultural de jovens *ogãs* do São Jorge. Devido à questão da influência do gênero do pesquisador no trabalho de campo, conforme comentei acima, tornou-se difícil meu acesso para conseguir entrevistas com os *ogãs* mais jovens, que se mostraram bastante arredios. Consegui conversar sobre minhas observações com dois *ogãs* mais velhos, Rael e Vasco, ambos na faixa etária dos trinta anos, que comigo compartilharam considerações e validaram minha hipótese.

Vasco, aliás, é um bom exemplo para refletir sobre as relações entre pesquisador-pesquisado. Normalmente, como coloca Zaluar (1985) o antropólogo tem dificuldade em tornar clara para seus interlocutores uma “utilidade prática” de sua pesquisa. Difícil explicar para que serve a Antropologia. Era minha primeira visita a um terreiro de umbanda. No intervalo da sessão, resolvi fazer minhas anotações, discretamente, em um canto. De repente, ouço uma voz por cima dos ombros: “Você trabalha com Antropologia?” Era Vasco, com quem começo um animado diálogo sobre trabalho de campo. “Antropologia, eu sei o que

é... Estuda o comportamento dos povos, não é isso?” Explica-me que tinha conhecido outra moça – bem mais jovem do que eu, e até onde consegui perceber, possivelmente uma estudante de graduação – que já havia feito pesquisa sobre os umbandistas do São Jorge. O que o relato de Vasco sublinha, assim, é o óbvio lembrete de que quem observa também é observado. Não foi o único relato que ouvi a respeito de outros pesquisadores que imprimiram suas marcas no Morro São Jorge – alguns deixaram boas recordações; a um ou outro, havia uma censura guardada, como mostra um comentário de D. Anita: “Muita gente que já esteve aqui, conseguiu o que queria, e nunca mais voltou prá dar notícia.... Teve uma que veio fazer pesquisa e nunca mais, nem para avisar quando o trabalho ficou pronto”.

É freqüente o relato, em etnografias, de que jornalistas deixam marcas negativas em um campo de pesquisa que o antropólogo espera explorar, fazendo com que este tenha que se esforçar para superar desconfianças iniciais (ZALUAR, 1985). D. Cema, como liderança comunitária do São Jorge, por exemplo, é uma pessoa que já esteve na mídia de Florianópolis mais de uma vez. Uma tarde, ouvi o seguinte diálogo entre ela e um dos netos: “Vó, eu vi a senhora no jornal”. “Ah, foi? Eu vou acabar com isso aí [rindo] Eu vou processar. Eu sou estrela, tou no jornal, na televisão e nem sei de nada? Vou acabar com isso”. O “nem sei de nada” é o fio condutor que quero puxar aqui para ilustrar o argumento de que, se falta aos jornalistas tal preocupação, os antropólogos – sei que muito já foi escrito sobre isso – devem se preocupar com as marcas que deixam no campo, bem como sobre o retorno de suas pesquisas para as populações envolvidas.

Na semana que reservei para me despedir de meus interlocutores (“olha como ela se lembra da gente” surpreenderam-se alguns), visitei D. Cema novamente. Encontro-a entretida trabalhando com uma neta – estão curtindo uma pele de animal para consertar um atabaque. “Só que é couro de cabra. Como diz o ditado, quem não tem cão caça com gato. Couro de boi é caro, e nem tinha. Couro de búfalo é mais caro ainda. É só deixar molhado, esticar, que dá certo”. Despeço-me agradecendo toda a paciência e gentileza que me dispensou ao longo de tantos encontros. D. Cema pede que eu não me esqueça dela: “É sempre assim, a gente acaba se apegando, aí a pessoa tem que ir embora... Já tinha outra moça outro ano fazendo pesquisa aqui, bem simpática... Depois eu nunca mais soube dela”. Em seguida, lembra de outro caso: “eu conhecia o fulano, ele era professor da Universidade, se formou em Teologia... Eles vieram fazer um trabalho aqui no São Jorge. Sobre a luta do pessoal de favela”. Mas, em seguida, D. Cema pára, pondera... “O problema... O que eu

sinto é que vocês que vem lá do meio da fatura pra fazer uma universidade quando chega aqui é totalmente diferente. Aqui tu trabalha de manhã pra comer de noite. E vocês tão no meio da fatura”. Atrevo-me a dizer que, com outras palavras, D. Cema expressa a mesma preocupação que Roberto Cardoso de Oliveira, quando escreveu sobre o esforço necessário para superar a barreira dos diferentes “idiomas culturais” de pesquisador e pesquisado. Esforço, entretanto, fundamental no trajeto para o encontro etnográfico.

E é assim que encerro esse capítulo, onde reflito sobre o trabalho de campo e minha jornada no São Jorge como antropóloga aprendiz. Ao longo dos próximos capítulos, convido o leitor a compartilhar o resultado do que, espero, tenha sido um encontro etnográfico significativo. Se pudesse usar uma metáfora cinematográfica, diria que a introdução da tese é o *trailer*, este capítulo metodológico, o *making of*. A seguir, veremos o filme. Para justificar a metáfora de cinema, inspiro-me em Fonseca (2000) – que, por sua vez, lembra que o método narrativo é a pedra angular de nossa disciplina – para dizer que os capítulos a seguir contam, antes de tudo, estórias. Estórias que interpretam os telefones celulares como objetos com uma vida social (APPADURAI, 1986). Ou, como explicava o tema desta pesquisa para meus interlocutores, “são as estórias dos celulares na vida dos moradores do São Jorge”.

PARTE II

**UMA ETNOGRAFIA DO CONSUMO DE TELEFONES
CELULARES EM UM GRUPO POPULAR**

CAPÍTULO IV

A DOMESTICAÇÃO DOS TELEFONES CELULARES

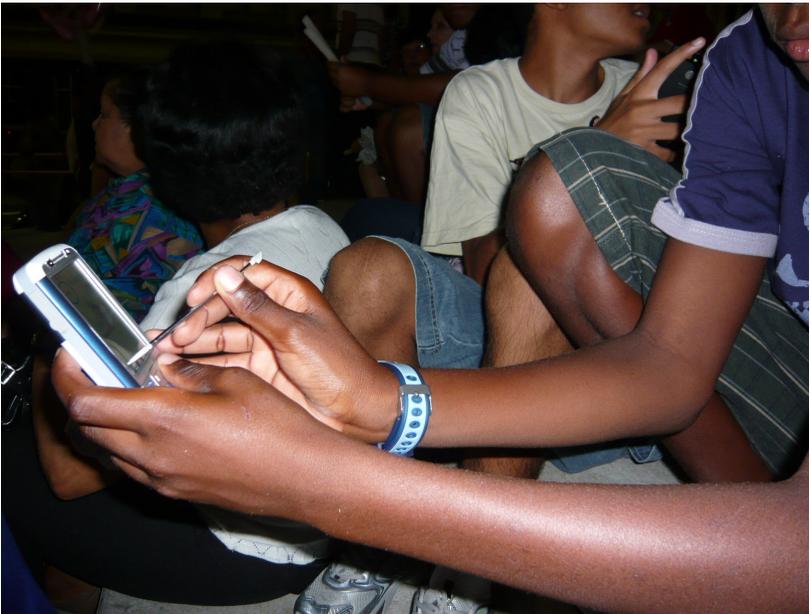


Figura 4.2 No São Jorge, amigos se entretêm com um celular chinês de tela sensível ao toque.

CAPÍTULO IV

A DOMESTICAÇÃO DOS TELEFONES CELULARES

4.1 Principais enquadres teóricos sobre as relações entre tecnologia e sociedade

A rápida disseminação dos celulares entre as classes subalternas, embora seja fenômeno relativamente recente, influencia fortemente sua vida social. Para muitos, os telefones celulares deixaram de ser simples aparelhos para fazer e receber chamadas: tornaram-se “Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes” (Lemos, 2007) representando o primeiro contato com o universo da cultura digital na medida em que atuam como plataforma de convergência de múltiplas funções: câmera digital, SMS, *bluetooth*, MP3, etc. Busco neste capítulo analisar as dinâmicas de apropriação e as estratégias de domesticação dos celulares empregadas por jovens e idosos do Morro São Jorge, as quais exigem criatividade para superar limites como os impostos, por exemplo, pela baixa escolaridade de muitos dos membros da comunidade pesquisada. Neste capítulo, inicio este percurso da domesticação dos celulares - que se estenderá pelos demais capítulos da tese - através da biografia cultural (KOPYTOFF, 1986) desses objetos. Como o celular entrou na vida dos habitantes do Morro São Jorge? Quais suas motivações para adquirir o aparelho em primeiro lugar? Quais são os imaginários associados? Por que ter ou não ter um celular?

O processo de domesticação, que basicamente consiste na aquisição do 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 pertencem à ecologia doméstica (SILVERSTONE, HIRSCH E MORLEY; 1992 apud CARON; CARONIA, 2007). Nesta seção, 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. Antes, porém, penso ser importante revisar a história do surgimento e mudanças sofridas pelo conceito de domesticação, tal como originalmente concebido por Roger Silverstone e sua equipe de pesquisa (2006), começando por situá-lo no

quadro de referência de outras abordagens teórico-metodológicas ao estudo das relações entre tecnologia e sociedade.

Em primeiro lugar, é preciso sublinhar que o termo “tecnologia” pode ser definido em termos amplos, que podem abranger domínios tão diversos quanto os da arquitetura, do vestuário, da arte, ou mesmo do corpo no senso foucaultiano de “tecnologias de si”; entretanto, mesmo no seu sentido mais restrito de “máquinas”, a tecnologia permanece como um poderoso ator cultural (EGLASH, 2006). Como ressalta Eglash, a análise social da tecnologia guarda intensas relações de proximidade com a modernidade, sendo que, para muitos dos autores que abraçaram tais reflexões teóricas, “a própria modernidade parece profundamente imersa em uma consciência da significância social da tecnologia” (EGLASH, 2006, p. 330).

Ao longo do século e vinte, foram vários os autores⁵⁹ que se preocuparam em compreender o impacto social das tecnologias que cada vez mais, a partir da Revolução Industrial, passaram a fazer parte do cotidiano dos atores sociais: desde teares e máquinas a vapor, passando pela eletricidade e o telégrafo, até a televisão e o telefone. No que tange aos estudos que envolvem a tecnologia enquanto meios de comunicação, porém, são duas as principais abordagens teóricas que dominaram o cenário acadêmico: de um lado, a chamada corrente teórica do “determinismo tecnológico” e, de outro, a corrente teórica do “determinismo social”. Como se percebe, as concepções teóricas são diametralmente opostas: para os primeiros, é a tecnologia que molda a sociedade; para os segundos, pelo contrário, é a sociedade que molda a tecnologia. O determinismo tecnológico é a abordagem teórica que se estabeleceu primeiro, dominando o pensamento teórico, especialmente nas disciplinas da história e da sociologia (SILVERSTONE, 2006) e, como observa Ling (2004) encontra em Karl Marx seu precursor. A Marx é atribuída uma frase que encapsula, de acordo com Ling (2004, p. 23), a concepção-chave do determinismo tecnológico de que os aparatos técnicos são a base das formações sociais: “Dê-me um moinho manual e lhe darei o feudalismo, dê-me um moinho a vapor e lhe darei o capitalismo”. No campo dos estudos dos meios de comunicação, a

⁵⁹ Para uma revisão abrangente do trajeto teórico sobre a análise social da tecnologia, vide Eglash (2006). Para uma análise pioneira dos meios de comunicação como extensões do corpo humano, vide McLuhan (1995). Para uma análise instigante dos impactos sociais de tecnologias como a eletricidade, o telégrafo e o telefone na virada do século dezanove para o século vinte, quando estas eram “novas tecnologias”, vide Marvin (1988). Para uma das poucas reflexões que se dedicam exclusivamente à análise social do telefone fixo, nesse caso no contexto cultural norte-americano das primeiras décadas do século vinte, vide Fischer (1992).

perspectiva que Marshall McLuhan (1995) desenvolveu nas décadas de sessenta e setenta - a abordagem dos meios de comunicação como extensões do corpo humano e a proposição de que “o meio é a mensagem” - é freqüentemente citada como exemplo de determinismo tecnológico, embora sua obra esteja sendo reinterpretada, especialmente em alguns segmentos da academia brasileira, com o argumento de que pode se revelar frutífera no estudo das dimensões materiais dos meios de comunicação contemporâneos, especialmente os de caráter multifuncional, como os telefones celulares (PEREIRA, 2006b).

De outro lado, especialmente a partir da década de oitenta do século vinte, surgem diversas perspectivas que, sob a rubrica do “determinismo” ou “construtivismo” social, argumentam em favor da influência do social na construção da tecnologia. Desenvolvida especialmente por historiadores, cientistas políticos, filósofos e sociólogos, como nos lembra Eglash (2006), uma das mais influentes tornou-se conhecida pela sigla inglesa SCOT (Social Construction of Technology). A tese do construtivismo social, de acordo com Eglash (2006) é a de rejeitar o determinismo tecnológico e, nesse registro, o texto clássico da SCOT é a antologia de 1987 organizada por Bijker et al, *The Social Construction of Technological Systems*. De uma forma geral, a rejeição ao determinismo tecnológico apóia-se na premissa de que “poderia ter sido de outra forma” – isto é, o construtivismo social aposta no argumento de que “as formas tecnológicas e as histórias de inovação são muito mais dependentes de fatores sociais do que o determinismo sociológico indica” (EGLASH, 2006, p. 332). Assim, de acordo com essa abordagem, ocorre que as tecnologias, embora tenham um “autor” (um designer de produto, por exemplo) que nelas imprime suas intenções, são reinterpretadas pelos atores sociais como se fossem um texto a ser lido; aqui – ao contrário do consumidor passivo da abordagem determinista – os “usuários” da tecnologia são intérpretes ativos que podem lhe dar novos e inesperados usos (LING, 2004).

Bastante influente na academia brasileira, merece consideração nesse cenário teórico a ANT – Teoria Ator-Rede (ou *Actor-Network Theory*, na sigla em inglês), desenvolvida por Bruno Latour a partir do final da década de 80. Para Eglash (2006) seu mérito está em ter ido além do construtivismo na medida em que Latour desloca o debate para o campo das ditas “ciências duras”, e é nos termos de seus cientistas que o coloca: trata-se aqui, então, de desafiar teoricamente divisões acadêmicas tradicionais, nas quais os cientistas falam da Natureza – tomada como o mundo das coisas – e os humanistas tratam da humanidade – o mundo dos atores sociais. Na Teoria Ator-Rede,

obviamente aqui descrita de forma esquemática, Latour (2000) advoga em favor de uma antropologia simétrica, na qual humanos e não-humanos (os “actantes”), ou seja, Sociedade e Natureza, guardam uma relação de equivalência. Os não humanos também são considerados “actantes” ou atores sociais; a ANT pauta-se, assim, pela celebração da agência das coisas – assim, os actantes “devem ser recrutados como aliados, refutados como inimigos, ou de qualquer maneira levados em conta na rede de relações que constitui o desenvolvimento científico e tecnológico” (EGLASH, 2006, p.335). Se os cientistas já há muito construíram a divisão Natureza/Sociedade, a ambição da ANT é explodir a pretensa “naturalidade” de tal divisão, desafiando o poder ontológico por ela ensejado – se os atores sociais, ou humanos, tem agência, não é diferente com as coisas (o não-humano): “Mais exatamente, os mesmos argumentos usados com respeito à Natureza precisam ser *simetricamente* usados em relação à sociedade. Como poderíamos tomar tantas precauções, *não* acreditando *diretamente* no que os cientistas e engenheiros dizem sobre objetividade e subjetividade, e acreditar de pronto no que outros cientistas (sociais desta vez) dizem sobre sociedade, cultura e economia?” (LATOURE, 2000, p. 237). Em que pese a originalidade de seu enfoque, a ANT de Latour causa controvérsia e é, por vezes, contestada, muito embora sua importância para o debate acadêmico não possa ser menosprezada. Eglash (2006) acredita que a ANT não é geralmente percebida enquanto sucessora produtiva teoricamente da abordagem construcionista; já para Silverstone (2006) a ANT continua a mobilizar um desafio teórico em sua ambição de erodir os limites entre humano e não-humano, embora esse autor pondere que haja uma dose de realismo mágico em uma perspectiva teórica onde “tecnologias e corpos são oferecidos como equivalentes, onde máquinas falam com o humano e o humano com a máquina, e onde as conseqüências tecnológicas são sociais e as conseqüências sociais, tecnológicas” (SILVERSTONE, 2006, p. 231).

Desta forma, as duas perspectivas – técnico-determinista e social construtivista – são passíveis de crítica na medida em que, como sublinha Ling (2004) ambas operam em um alto nível de abstração que não encontra a tradução de suas proposições na experiência concreta dos atores sociais; assim, ambas as proposições podem ser interpretadas principalmente enquanto posições ideológicas que guiam questionamentos teóricos. No caso do determinismo social, como observa Ling (2004) é como se a tecnologia não tivesse quaisquer qualidades intrínsecas e sempre pudesse ser reinterpretada, não importando o caso em tela fosse o de um travesseiro, uma chave-de-

fenda ou um foguete. Já Eglash (2006) chama a atenção para a falta de posicionamento político da SCOT (crítica que estende à teoria ator-rede de Latour), a qual não revelaria as relações de poder inseridas nos artefatos por ela investigados. Para Silverstone (2006, p. 231), o poder na Teoria Ator-Rede de Latour se expressa em sua descrição como difuso: “Na ANT o poder é difuso, rizomático, sub-foucaultiano, intangível”.

Já no caso do determinismo tecnológico, de acordo com Ling (2004), a crítica segue para a falta de peso dada à especificidade dos contextos sociais nos quais a tecnologia é criada; é como se a tecnologia fosse criada *per se* e, nesse sentido, a distinção entre o que é social e o que é técnico fica prejudicada. Para Silverstone (2006), o determinismo tecnológico, ao traçar uma narrativa linear que alia de forma mecânica inovações tecnológicas e mudanças sociais, traduz em uma análise monolítica o que na verdade são fenômenos sociais repletos de nuances, nos quais os interesses institucionais e o poder de um lado, e as necessidades humanas e o desejo de outro, devem necessariamente ser levados em conta.

No registro das perspectivas teóricas que fizeram os estudos de comunicação e mídia derivarem para longe do determinismo tecnológico, Silverstone (2006) sublinha a contribuição de Raymond Williams. Como na obra de Latour, Silverstone vê em Williams a preocupação com a criação tecnológica, sua mobilização e distribuição: em outras palavras, sua aparência. Entretanto, em contraste com Latour, Silverstone ressalta que a expressão das relações de poder na obra de Williams é bem mais intensa – trata-se de uma análise pós-marxista que revela interesses sub-reptícios e necessidades globais. Em Williams, que se debruçou no estudo das tecnologias de comunicação e informação no alvorecer da era da interatividade, Silverstone observa o vislumbre esperançoso de tais tecnologias como possíveis mobilizadoras de grandes mudanças sociais.

É no cenário de debates e embates que, no início dos anos noventa do século vinte, mobilizava as perspectivas do determinismo social e determinismo teórico no campo dos estudos de ciência, tecnologia e sociedade que surge o conceito analítico que nos interessa descrever em maior detalhe neste início de capítulo: o da domesticação da tecnologia. É importante ressaltar que não se trata de pensar a domesticação como uma teoria, mas sim como um conceito, um método ou uma abordagem de pesquisa (LING, 2004; HADDON, 2003; SILVERSTONE, 2006). O conceito, desenvolvido no âmbito da escola britânica dos *media studies* por Roger Silverstone e sua equipe de

pesquisa, começou sua jornada teórica preocupando-se com a domesticação de tecnologias de comunicação – mais conhecidas, como a televisão, ou que na época se disseminavam, como o computador pessoal – no ambiente doméstico.

4.2 O conceito de domesticação e as tecnologias móveis

Nos primeiros anos do século XXI, conceito de domesticação passa a transcender a reflexão sobre as tecnologias no ambiente doméstico e expande-se, na argumentação formulada também 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 também por ele discutidos, já que fez parte da segunda etapa do projeto de pesquisa da equipe de Silverstone, em meados dos anos 90. 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 são: (1) A domesticação coloca a ênfase no consumo das tecnologias, para além da mera adoção e uso; trata-se de pensar no que as TICs (Tecnologias de Comunicação e Infomação) 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) de um estilo de vida conectada 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 (2008) observa que na sub-cultura rocker e punk da Suécia, é prática corrente a adoção de celulares antigos e fora-de-moda (os famosos “tijolões”).

(2) 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.. (3) 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 da tecnologia – Haddon lembra os que preferem usar o telefone fixo ao invés do celular. (4) O consumo individual deve ser colocado em perspectiva e necessariamente contextualizado e, nesse caso, Haddon sublinha que, embora o celular seja uma tecnologia pessoal, outros influenciam o seu uso (familiares ou amigos, que podem atuar como *gatekeepers*, influenciando o 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. Por fim, (5) 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 (2007).

Em um artigo publicado postumamente, no qual reflete sobre 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 DeCerteau 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 idéia de que as mercadorias tem 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 nele por nós mesmos e pelos outros. Em segundo lugar, a obra de DeCerteau (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 DeCerteau (1994) o consumidor não somente não é passivo, como é altamente criativo na apropriação da produção sócio-cultural, desenvolvendo 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 originalmente em 1987, *Material Culture and Mass Consumption*. Nela, como vimos no capítulo dois desta tese, 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 tanto em conta quanto a dimensão lingüística, 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 no conceito de domesticação com um significado diverso, como veremos adiante.

Em relação às abordagens de viés determinista ou social construtivista da tecnologia, que vimos anteriormente, 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.

Nos parágrafos anteriores, mencionei teorias e autores que inspiraram Silverstone na formulação do conceito de domesticação e

delinee suas vantagens em oferecer uma ferramenta analítica mais matizada em relação às duas outras correntes que, de forma mais monolítica, lideraram a análise social da tecnologia por muito tempo. 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 ao consumidor neutra, 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 Silverstone 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 conseqüências públicas sem a exibição simbólica e material dos artefatos consumidos, pois, como observa Ling (2004) é através dos mesmos 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 DeCerteau, 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). Além do conceito de fachada, Ling acredita que as noções goffmanianas de *frontstage* e *backstage* também se revelam produtivas para analisar o consumo de celulares.

Retornando a 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 lingüística” 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. Como vimos, o

celular é um aparelho multi-funcional ou, como prefere Lemos (2007) um DHMCM – dispositivo híbrido móvel de conexão multirredes. 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). Nesse registro, Hartmann (2006) propõe uma atualização do conceito de dupla articulação de Silverstone sugerindo a pertinência de uma terceira dimensão – assim, sugere que os *media* devem ser estudados a partir de uma tripla articulação: os *media* como mensagem, como objeto e como contexto. A esse respeito, Livingstone (2007) concorda com Hartmann que o estudo dos *media* enquanto texto deve continuar em foco; mas questiona se a separação entre objeto e contexto é produtiva analiticamente, ponderado que ambas as dimensões tem sido consideradas nas tradições da etnografia e da sociologia mais clássica.

4.3 Dinâmicas de apropriação

Desde minhas primeiras observações e entrevistas no campo de pesquisa, chamou-me a atenção o fato de que, para os moradores do Morro São Jorge, possuir um telefone celular significava sentir-se incluído na lógica da modernidade globalizada. Ter um celular significa, assim, “estar no tempo, estar no mundo” diziam-me meus interlocutores, atestando desta forma a associação entre a posse de telefones celulares e um sentido daquilo que para eles significa “ser moderno” ou, mesmo, “ser alguém”. Assim, um primeiro ponto a ser considerado é o do papel dos telefones celulares na inclusão simbólica dos agentes sociais em uma lógica de modernidade marcada pela conectividade e pela interatividade. Nesse sentido, Plant (2006) afirma que apenas possuir um telefone celular, mesmo que não esteja em uso, mostra que aquele ator social faz parte do “mundo dos telefones celulares” (p. 48). Não estar inserido nesta lógica pode ser motivo de constrangimento e, mesmo, de vergonha. Assim, não possuir um celular, ou possuir um modelo mais antigo, é percebido como um risco de “passar vergonha” e portanto de desmerecimento nas redes sociais, o que também ocorre em

outros contextos culturais, especialmente de países em desenvolvimento, como nos mostra a etnografia de Horst e Miller (2006) sobre o uso de celulares na Jamaica.

Representativo nesse sentido de inclusão pelo consumo dos telefones celulares foi o depoimento de Vânia, que na ocasião lembrou a estória de como ganhou seu primeiro celular (usado) de uma antiga patroa, nos idos de 2006.

Celular, nunca tive celular, nunca tive, nunca tive, e eu doída pra ter, porque eu achava que todo mundo tinha, e aí porque que eu não posso ter, por que que eu não posso ter. Mas Deus como é tão bom, tão bom, como é justo, aí eu trabalhei numa casa. Trabalhei numa casa, fiz faxina, a mulher me adorou, porque enfim... Mas sabe que ela tinha muito celular, muito assim, muito, que ficava lá jogado. Mas ela sempre tinha novo assim, as crianças tinham, e aí eu sempre ficava assim, ah meu Deus, *será que um dia eu vou ter um celularzinho?* Quem sabe né, pra Deus nada é impossível. Fiquei trabalhando, trabalhei com ela um mês. Aí foi um dia ela “d. Vânia, agora eu vou-me embora, vou-me embora pra Bahia”, que eu fazia faxina na casa dela, três vezes na semana. Aí eu fui lá terça-feira, trabalhar e ela disse assim “d. Vânia, eu tenho um presente pra senhora”, eu disse “um presente? Que é que tu vai dar pra mim?” “Eu tenho um celular pra dar pra senhora, a senhora quer?” Aí eu disse: “Ô, meu Deus do céu, que maravilha... *Agora eu sou gente fina!* Meu Deus, e eu toda boba, toda boba com o celular. Aí ela me deu, com o carregador, tudo, ô, mas olha, me serviu bastante. Mas só que eu assim, ô: eu não sei usar o celular. A única coisa que eu só sei: abrir ele, ou apertar aqui e ali.

O depoimento de Vânia é precioso para que comecemos a pensar em um tema que irá permear a maior parte dos capítulos etnográficos desta tese: a potência simbólica do celular e seu papel como instância de objetificação, no sentido de Miller (1987) de valores importantes na vida social do Morro São Jorge. Quando Vânia diz ser “doída para ter um celular, porque todo mundo tinha” e pensar “será que um dia eu vou ter um celularzinho?” na verdade revela que o presente significou a

aquisição de um sentimento de inclusão: “agora eu sou gente fina!” Nesse sentido, ter a possibilidade de sentir-se conectado vinte e quatro horas por dia – ainda que o alto custo da telefonia no Brasil previna o uso constante dos aparelhos, ao menos para fazer ligações tarifadas – termina por constituir-se em uma maneira de “estar e existir no mundo” que possibilita uma instância de inclusão simbólica dos indivíduos na sociedade de consumo globalizada.

O depoimento de Vânia também nos mostra que a apropriação dos celulares é marcada pelas contingências econômicas: a possibilidade de fazer ligações a cobrar faz parte do projeto de comprar o aparelho. Entretanto, o pouco uso instrumental que faz do celular absolutamente não interfere no valor-signo (BAUDRILLARD, 1973) do celular enquanto objeto de consumo: mesmo sendo usado apenas para receber chamadas ou ligar a cobrar, para Vânia o celular continua significando ingresso no circuito das “gentes finas”. O celular, assim, empodera seus usuários pois faz com que percebam e sejam percebidos em um lugar superior da hierarquia social. A patroa de Vânia, ao lhe dar um celular, sabe que está lhe dando mais do que um objeto utilitário. Ainda que usado, o celular faz com que Vânia sinta que ascendeu na hierarquia social simbólica e, nesse sentido, para Vânia, naquele momento específico, a posse do celular atuou como objeto de distinção (BOURDIEU, 1979).

Entre os membros da comunidade do Morro São Jorge, os amigos e conhecidos jogam um papel importante não apenas na domesticação da tecnologia, mas também no estímulo ao desejo pela compra de aparelhos mais avançados tecnologicamente – ou, no dizer de meus interlocutores, mais “modernos”. Quando perguntados sobre a primeira vez em que viram um celular, a grande maioria de meus interlocutores declarou que foi nas mãos de amigos ou parentes. Os homens, geralmente, foram os primeiros na família a ter celular. Lila diz que “tem celular há cinco ou seis anos, mas o pai foi quem teve primeiro”. Nena lembra da primeira vez em que viu um celular: “foi o do meu ex-marido, quando ele comprou um”. Outra forma de apresentação ao universo da tecnologia móvel é a que acontece pela televisão. No caso desta, há uma predominância das telenovelas, como me conta Ana Beatriz, uma jovem mãe de família que aos 21 anos já tem três filhos: “a primeira vez que eu vi um celular foi numa novela. Lá tem mais gente rica”. A publicidade em televisão foi citada, mas em grau muito menor. Odila, de trinta e seis anos, por exemplo, foi apresentada ao celular em um comercial de televisão estrelado por Pelé nos anos noventa. É através da televisão que se fica sabendo das últimas novidades

tecnológicas sobre os celulares. Lila, por exemplo, explica como descobriu os celulares de terceira geração (3G): “Tava até vendo uma entrevista, tem celular que quando liga aparece a imagem da pessoa na tela. Não passa mais só o número dele, aparece ele”. Ana Beatriz fala do celular do futuro: “Lá já tem um relógio que é um celular, no Japão. Eu vi a reportagem no Fantástico. E ali tu telefona, tu vê televisão, tudo no celular”.

Seu Roberto Carlos, aos sessenta e quatro anos, é um dos líderes comunitários do Morro São Jorge. Além disso, exerce atividades como “dono” de bloco carnavalesco e membro da diretoria de uma das escolas de samba de Florianópolis. Já tinha telefone fixo em casa, mas devido à sua constante circulação nessas variadas redes sociais, começou a observar o uso desses novos telefones e a pensar: “Eu via todo mundo ter celular, será que eu não vou ter?” Foi um dos primeiros no morro a ter telefone celular – comprou seu primeiro aparelho há doze anos, em 1997, antes da privatização e do lançamento dos pré-pagos:

Quando cheguei em casa com aquele celular até a mulher estranhou: que que é isso, tu de celular? Que todo mundo achava assim que ninguém podia ter, que ninguém ia ter. A minha filha disse assim: olha o pai de celular! Porque assim que chegou era ruim mesmo, complicado, muito caro. Esses feios [“tijolões”] que eu acabei de te falar eram um dinheirão, pra ti comprar um daquele ali era um trabalho. Eu cuidava para não perder, até que me roubaram ele. Hoje não, é bem mais fácil, paga a prestação. Mas quando chegou não, era à vista, era de linha.

O depoimento de Roberto Carlos remete a um tempo em que os telefones celulares estavam se disseminando nas classes médias, mas ainda eram um luxo nas classes subalternas. Mesmo pessoas bem mais jovens, como Ana Beatriz, reconhecem que “antigamente celular era coisa de rico; hoje em dia qualquer pobre tem celular. Mas antigamente não”. O que absolutamente não significa dizer que o consumo de celulares mais “modernos” nas camadas subalternas não possa causar algum tipo de estranheza quando, por exemplo, os moradores do Morro São Jorge “descem” para a cidade e passam a circular em circuitos de camadas médias. Se, como afirmaram meus interlocutores “celular hoje em dia todo mundo tem” é o modelo de celular que pode suscitar veladas críticas moralistas a um padrão de consumo Na introdução desta

tese, vimos como, no caso de Marisa, a posse de um celular com câmera causou surpresa aos assistentes sociais que a atenderam no Morro São Jorge.

Embora só use o telefone para “ligar e desligar”, o celular atual de seu Roberto Carlos é um Motorola V3 preto, com bluetooth e MP3. Ele descreve algumas situações, no seu entender 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. Dalí 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?*

Lila, a filha de seu Roberto Carlos, era uma jovem de vinte e cinco anos na época em que o pai comprou o primeiro aparelho. Lembra que “era louca pra ter um celular, mas realmente eu não ganhava o suficiente para ter o meu próprio.” Mas acabou ganhando o primeiro celular – usado - de seu primeiro marido. Aliás, entre mulheres foi freqüente o relato de terem ganho o primeiro celular dos homens da família, especialmente dos maridos e dos pais. Ana Beatriz, aos vinte e um anos, já teve cinco celulares: “Meus celulares foi tudo depois que eu

casei. [Casou-se aos dezessete anos]. Foi meu marido que foi me dando”. A exceção são os homens mais idosos, que ganharam os primeiros celulares dos filhos e das esposas. Na média, meus interlocutores começaram a usar celular entre 2001 e 2004; um número menor entre 1998 e 2000. Uma exceção notável foi o caso de Afonso, que afirmou ter começado a usar o celular há dezesseis anos atrás, em 1994.

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 (há nove ou dez anos atrás, pois agora são mulheres casadas) 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 posso 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.”

Em termos simbólicos, pessoas como Vânia, seu Ciro e seu Roberto Carlos passaram a se sentir incluídos na rede de atores sociais que já haviam aderido à lógica conectada da modernidade. No caso de Vânia, mesmo precisando às vezes da ajuda dos filhos para usar o aparelho – para acessar o menu de mensagens, por exemplo - Vânia incentivou seu pai, de sessenta e dois anos de idade, a comprar um celular, embora com resistências iniciais:

O ano passado eu disse pai, compra um celular, pai. Celularzinho é bom, é útil, pra tudo quanto é coisa, pai. Até em caso de doença... O pai quer pedir comida pela mãe, não precisava o pai subir na secretaria pra pedir pras telefonistas telefonar. O pai já chega e liga a cobrar, fica pronto, pai.

(Imitando o pai): que, não quero celular, não quero celular. Olha, quando chegou no Natal agora, isso foi ano passado [2005], a gente fala a primeira vez, não quer escutar, então a gente larga de mão. Então quando chegou esse ano, foi ano passado agora [2006], no Natal, a mãe pegou e “olha minha filha, o que eu comprei pro teu pai de presente”. E eu não imaginava que era um celular. Eu disse: “olhe só que tá criando vergonha na cara!”

Ao lado desse desejo de inclusão que é atendido pela potência simbólica da posse do celular, surgem nas falas dos interlocutores justificativas bastante instrumentais e pragmáticas para a posse e o uso de um aparelho de telefonia móvel. Na literatura, autores como Ling (2004) já assinalam que, ao longo da história dos celulares, a posse para chamada em casos de emergência tem sido a razão mais constante apontada como motivo para seu uso. Esta é secundada pela questão dos relacionamentos familiares – o celular é precioso para manter contato com cônjuges, para localizar os filhos, para poder contatar um pai ou uma mãe idosa que não more por perto. Ling (2004) chama especialmente a atenção para a importância do celular na coordenação das tarefas do dia-a-dia, que foi por ele teorizada através do conceito de micro-coordenação. Helena, por exemplo, fala de um aspecto do uso do celular que facilitou sua relação com as filhas: “Porque eu odeio, mas odeio atraso mesmo. Se tu marcou comigo e atrasar quinze minutos eu já fico doida. Isso é uma coisa que o celular ajuda muito: as minhas filhas me dão um toque para avisar que estão chegando, e eu fico menos ansiosa”. No entanto, quando antes perguntei qual o melhor motivo para ter um celular, sua pronta resposta me deu algo intrigada: “Para achar os maridos. Porque a gente pode nem usar, mas eles precisam ter⁶⁰”.

Entre os habitantes do Morro São Jorge, mais do que fazer ligações⁶¹, é importante ter um celular para poder ser localizado. A conectividade, no São Jorge, é na maior parte das vezes mais importante do que a mobilidade. Isso não significa que a mobilidade não seja importante; apenas, gostaria de argumentar aqui que no Morro São Jorge

⁶⁰ A discussão sobre a apropriação dos celulares nas relações entre gêneros e gerações, bem como das tensões e conflitos advindos de seu uso como instrumento de vigilância, serão abordadas no capítulo sete.

⁶¹ A dinâmica de apropriação quanto à realização e ao recebimento de chamadas será tratada especificamente no capítulo cinco.

a conectividade vem em primeiro lugar, já que para muitos, como em tantos outros países em desenvolvimento, o telefone celular é o primeiro telefone de suas vidas (HORST, 2009). Assim, “para me acharem”, e para “poderem me localizar” foram expressões constantes nos achados etnográficos. Entretanto, é significativo ressaltar a disponibilidade para ser localizado por amigos ou familiares está longe de ser a única razão de uso do celular. Para quem não tem nem telefone fixo, é importante ter ao menos um número de contato para que se possa obter crédito em uma loja para comprar a prestação. Helena, nesse registro, usa o seguinte exemplo para falar da importância da conectividade: “Se celular não fosse importante as lojas não pediam, né?”

Entre meus interlocutores, surgiu de forma bastante significativa a questão do celular como mediador entre desempregados e possíveis oportunidades de trabalho. Isso contrasta fortemente, por exemplo, com os achados etnográficos de Horst e Miller (2006) na Jamaica. Seu Jurandir, um líder comunitário, afirma que “hoje o celular nas comunidades é fundamental, porque tanto serve para comunicação como pra trabalho”. A entrada ou a permanência no mundo do trabalho, para muitos, é a justificativa para o uso do celular. Seu Gonçalves, um senhor analfabeto que vive da aposentadoria de um salário mínimo, ocupa seu tempo entre a cancha de bocha que arrenda para complementar a aposentadoria e o auxílio no projeto de geração de renda da comunidade, do qual faz parte da diretoria. Esquiva-se de meu convite para uma entrevista dizendo: “eu nem uso mais muito o celular porque não trabalho mais”. Entretanto, observo que sempre carrega o celular junto a si. De nada adiantaram minhas explicações de que meus interesses de pesquisa iam muito além de meras ligações telefônicas; para seu Gonçalo, usar o celular equivalia a ligar do aparelho. Para as mulheres que são mães, como Elisabete, uma auxiliar de serviços gerais de trinta e oito anos, casada e mãe de três meninas, e que entram no mercado de trabalho, o celular passa a ser a ponte com os filhos e as obrigações domésticas. Ela diz que antes não se interessava pelo celular porque “só o marido trabalhava, mas agora esse ano que eu arranjei esse emprego eu tou com o celular, por causa das minhas filhas”.

Vânia explica como a posse de um telefone celular pode ser útil quando se preenche uma ficha para conseguir um emprego, podendo ser uma informação tão relevante quanto o nome ou o endereço:

Aí já diz aí, telefone eu não tenho. “Ah, a senhora não tem nem um celular?” “Ah, não tenho.” Vê. Já foi... “Ah, como é que eu vou entrar em contato

com a senhora?” “Ah, aí tem que ser pelo endereço.” “Pelo endereço nós não entramos, né. Só botamos aqui [na ficha]. Aí, vê: já perde o serviço, já perde uma boca. Se já tivesse um celularzinho, já ligava, “d. Vânia, a senhora já tá empregada”, já vem assim, pronto, certinho, no horário.

Nena, mãe de dois filhos adolescentes, preocupava-se em não perder o celular de vista quando a entrevistei. Ansiosa, olhava para o celular a toda hora: “Porque eu tou esperando uma proposta de emprego, eu tou com ele bem ali”. Ela explica que “fez uma ficha” em uma conhecida empresa de serviços terceirizados de limpeza de Florianópolis. Desejo-lhe sorte: “Quem sabe hoje o celular te traz o teu emprego... [“Tomara”, suspira ela].” Nena acaba revelando que “foi obrigada” a comprar um celular. Quando era mais jovem sempre dava o número de telefone fixo da casa de seu pai – ela é filha de seu Gonçalves - quando preenchia fichas de emprego. Mas depois o pai se casou novamente; e o relacionamento de Nena com a madrasta é péssimo:

Tu vai fazer uma ficha já tem que dar um telefone diferente, porque “a pessoa ali” [refere-se à madrasta] não dá o recado. Se eu tiver a sorte do meu pai ou a minha irmã atender, aí tudo bem. Ainda bem que hoje em dia ligam para celular. Antigamente não ligavam para o celular, só para o telefone fixo.

Para os trabalhadores autônomos, como o casal Jurandir e Maria Rita – ele, um senhor aposentado que atua como líder comunitário, mas que faz “bicos” para complementar a renda; ela, empregada doméstica – a posse de um celular significa uma oportunidade de potencializar a disponibilidade para novos trabalhos, sem os custos de uma linha de telefone fixo. Ter o celular perdido ou furtado pode ser um grande inconveniente, e é uma preocupação também no São Jorge. Na tarde de nosso primeiro encontro, o casal estava desconsolado – Maria Rita tinha “perdido” o celular alguns dias antes, enquanto esperava o ônibus para ir para o trabalho. Alguns minutos depois, seu Jurandir complementou dizendo que desconfiava que o aparelho não seria mais devolvido, e que o aparelho havia na verdade sido furtado. O problema é que Maria Rita, antes de perder o celular, havia distribuído anúncios em três

condomínios diferentes da cidade, no qual oferecia seus serviços como diarista – fornecendo aquele único número como contato. “Uma manhã inteira de trabalho perdida. Quem ligar não vai me achar”, lamentou ela. Seu Jurandir ligou para o número do celular da esposa, mas não foi atendido; chegou mesmo a passar um torpedo oferecendo dinheiro para ter o aparelho de volta (Figura 4.1) mas o aparelho não foi devolvido⁶².



Figura 4.1: Torpedo oferecendo recompensa pela devolução de um celular roubado

Sua filha Lila justifica assim seu uso da tecnologia móvel:

Para os interlocutores, de um modo geral, é importante justificar que ter um celular, nos dias de hoje, não é um luxo, mas sim uma necessidade. Seu Roberto Carlos tem telefone fixo, mas diz que “o celular tu carrega para onde tu quiser”.

Sem a gente falar que não é assim por palhaçada, pra ter um celular. É necessidade mesmo. Quantas vezes eu fui pro hospital com os meus pequenos. Não tinha como entrar em contato com o pai. E lá ia a gente procurar um orelhão pra poder ter contato. Hoje em dia não, hoje em dia é tão fácil, dá um toque e a pessoa já retorna. Aí a gente não gasta tanto⁶³.

Aliás, a mediação propiciada pelo celular com os serviços públicos e as redes de proteção e assistência social foram outro motivo relevante apontado pelos moradores do Morro São Jorge para uso do aparelho. Dessa forma, além da solidariedade familiar, no Morro São Jorge órgãos de assistência social e, principalmente, a Prefeitura fazem

⁶² O relato de seu Jurandir faz lembrar uma prática que acontecia nas grandes metrópoles brasileiras antes do advento da tecnologia GSM, que facilita o armazenamento dos dados do celular em um chip que pode ser removido, ou dos serviços das operadoras que oferecem backup de dados importantes do celular – como os contatos da agenda, por exemplo. Refiro-me aos “seqüestros de celulares”, nos quais bandidos furtavam aparelhos para posteriormente solicitar uma “recompensa” para a devolução dos preciosos dados aos donos.

⁶³ No capítulo cinco, analisaremos em mais detalhes como as estratégias para fazer frente ao custo dos serviços de telefonia – tais como o “dar um toque” à que a Lila se refere, bem como as ligações a cobrar – tornam-se foco de conflitos, mas também dão conta da criatividade na apropriação da tecnologia.

parte de tais redes de segurança social que asseguram proteção material aos habitantes do morro. Seja o problema da casa que está em péssimas condições, como ouvi em tantos relatos; ou o filho que está doente; ou para verificar com a assistente social porque a mensalidade do Bolsa-Família está atrasada, lá está o telefone celular para atuar como uma instância mediadora já que a maioria dos moradores não possui telefone fixo em casa ou, devido aos custos de assinatura, resolveu trocar o telefone fixo pelo celular pré-pago. D. Natalina, por exemplo, uma avó de sessenta e três anos que mora com uma das filhas e cuida do neto de oito anos, HIV positivo. Preocupa-se em ter o celular sempre carregado para poder ser contatada pela Prefeitura, já que está inscrita em um programa de desenvolvimento habitacional e irá ganhar nova casa. Como D. Natalina, seu Roberto Carlos também deixa o celular ligado vinte e quatro horas por dia. Como líder comunitário, ele também faz parte das redes que intermediam a proteção social e precisa estar disponível: “O meu fica ligado direto. Me ligam de madrugada, quatro, três da manhã. Só um tempo atrás que o carregador estragou. Eu sentia falta porque no outro dia de manhã sempre tinha chamada”.

Ao lado do discurso que justifica o uso dos celulares e os percebe como necessários, é importante reconhecer também a existência da rejeição ao telefone celular. Ao contrário que se poderia inicialmente supor, a resistência existe entre os mais idosos – não muitos dentre os quais tive contato - mas não está de forma alguma restrita ao seu universo.

Há os casais de idosos, como D. Iracema, de sessenta e seis anos, e seu Joaquim, de setenta e oito, nos quais os sentimentos em relação a celular são quase opostos. D. Iracema – ou D. Cema, como é mais conhecida no São Jorge – tem celular há vários anos, ganhou do marido, embora ele mesmo não goste de telefone. Não apenas não gosta e não tem celular, como “tem pavor” de atender qualquer telefone, como me explica D. Cema, rindo:

O telefone toca, toca, ele tá ali escutando, e ele não vai atender. Nem celular nem telefone. Até eu disse que ia comprar outro celularzinho pra mim e disse que ia dar o meu pra ele, e ele disse “pra quê?”. Fiz uma extensão do meu telefone da sala e coloquei no quarto, ficava do lado da cabeceira dele. Nem assim ele atende, que era só esticar o braço. Eu tinha que passar o braço por cima dele. Aí agora botei do meu lado da cama.

D. Catarina, que é a mãe de minhas interlocutores Vânia e Helena, é a matriarca de uma família de nove filhos. Aos sessenta anos de idade, diz que não gosta de telefone celular: “eu não quero ter celular porque conta os segredos da gente”. Entre os jovens, especialmente os do sexo masculino, é justamente o tentar esconder os segredos que motiva a rejeição do celular; da mesma forma, a busca por liberdade e a tentativa de escapar da vigilância dos pais. Titta, uma mãe de cinco filhos, diz que seu filho mais velho, de dezesseis anos, se recusa a ter telefone celular apesar de suas várias ofertas para presenteá-lo com um aparelho: “O meu mais velho não tem celular porque não gosta de ser encontrado”.

Além da sanção ao celular por opção própria, por assim dizer, há os casos de sanção institucional – a existência de espaços em que o telefone celular é interdito. O espaço do emprego é um deles. Ou, pelo menos, é o que as empresas nas quais a maioria dos moradores do São Jorge trabalha (empresas de vigilância e de serviços gerais de limpeza) tenta institucionalizar como política. Política essa que tende a ser respeitada, como pude observar em mais de um caso. Nena, por exemplo, acabou conseguindo seu almejado emprego de auxiliar de limpeza em uma dessas firmas. Certa vez, ao ligar para seu celular para tentar marcar outra conversa em sua casa, recebo uma resposta sussurrada: “Agora tou trabalhando, hoje tou na escala até as sete da noite, me liga depois”. A irmã mais jovem de Nena me conta que o namorado, me trabalha na mesma empresa, sempre deixa o celular desligado no trabalho porque “lá o chefe fica em cima”. Ao contrário da maior parte de meus interlocutores, Cássia, de trinta anos, tem o Ensino Médio completo e por isso trabalha em uma ocupação “melhor” como assistente de telemarketing. Mas lá o celular também é proibido. O que não impede uma certa dose de subversão trabalhista, possibilitada pelo advento dos celulares com múltiplas funções: “uma das minhas colegas tem um desses celulares novos que dá para ver TV. Aí quando dá a gente fica vendo a nossa novelinha no celular...”

No caso de adolescentes mais jovens e crianças em idade escolar, há todo um discurso e uma prática que se tensiona entre a percepção do celular como um elemento que propicia segurança e um discurso moral do pânico⁶⁴. Os celulares interferiram na dinâmica de momentos ritualizados como, por exemplo, a aula, como me conta Flávia, que aos vinte anos está concluindo o Ensino Médio:

⁶⁴ A questão do celular entre gerações é analisada no capítulo sete.

E acontece muito assim, uma coisa já por todo mundo ter celular, acontece de muita gente atender celular dentro de sala, de ficar tocando aquelas músicas espalhafatosas dentro da sala, parece uma rave às vezes. [risos] Que a pessoa sai correndo assim pra atender o celular, assim uma coisa como se fosse muito emergencial mas às vezes não é, não é nada, ficam interrompendo as aulas. Na verdade, tem professor que atende. Tem professor inclusive que atende.

No caso das crianças e adolescentes mais jovens, é mais freqüente a sanção e a vigilância ao uso de celulares dentro da sala de aula. No caso das escolas estaduais do estado de Santa Catarina, a proibição é oficial⁶⁵: o governo aprovou uma lei em 2008 proibindo o uso do telefone celular nas escolas. Os estudantes não devem nem mesmo trazer os aparelhos para o ambiente escolar.

Cássia tem uma filha de apenas seis anos, Mirella, que usa celular com sua aprovação. Na escola estadual onde a menina estuda, no centro de Florianópolis, o celular passou a ser proibido com a promulgação da lei no início de 2008. Cássia explica que é o celular é proibido no Instituto Estadual de Educação, “eles não querem que leve o celular para a sala”. Mirella sussura: “Só que alguém já me ligou quando eu tava na sala de aula.” A proibição exigiu que Cássia negociasse com a professora de sua filha, conseguindo uma permissão especial: “Só que aí eu já conversei com a professora e falei prá ela que a gente precisa que ela leve o celular. Ela não vai ficar mexendo ou brincando com o celular, ela sabe que não pode. Aí a professora entendeu, só que eles não se responsabilizam. Se sumir o celular, o problema é nosso.” O que pode explicar a resposta da pequena Mirella, que põe a mão no queixo e hesita antes de responder, quando lhe pergunto se os colegas de classe tem celular: “Eu acho que não. Eu não vejo ninguém com o celular...” Além da distração em sala de aula, a preocupação com furtos de celulares nas escolas também fez a lei ser apoiada por muitos pais. A própria Cássia instrui Mirella para que a menina evite mostrar para os colegas que tem celular. No caso de Mirella, o celular não parece atuar como símbolo de status social – ao menos no ambiente escolar – e nesse sentido se contrapõe a outros achados etnográficos presentes na literatura (Ling, 2004).

⁶⁵ Lei Estadual 14.363/2008, publicada no Diário Oficial do Estado de Santa Catarina número 18. 289, de 25 de janeiro de 2008.

Os casos de rejeição ao celular, ao menos por vontade própria, entretanto, são menos freqüentes do que o uso disseminado do aparelho que testemunhei no Morro São Jorge. “Não ter celular por opção? Não conheço ninguém”, me diz Ricardo, um jovem de dezoito anos. Quando lembram da vida antes do advento dos telefones celulares, a percepção das mudanças trazidas pelo celular é bastante nítida. Seu Roberto Carlos, por exemplo, espantou-se quando recebeu uma ligação internacional:

Com o celular tu fala até com os Estados Unidos, né. Eu recebi uma ligação na semana passada, dos Estados Unidos, da sobrinha da minha esposa. Ela ligou dos Estados Unidos, no meu celular. Eu fiquei admirado. Também me ligam de São Paulo. E fica bem visível, parece que está assim na rua falando com a pessoa, muito interessante. O celular deu um banho mesmo, mexeu muito com a vida das pessoas.

Outra mudança percebida foi o maior acesso à compra de aparelhos, seja pela oferta de celulares mais baratos, seja pela oferta de crédito para parcelamento dos celulares mais “modernos” – como maior número de funções e, portanto, mais caros. Vânia, por exemplo, percebe que “o celular foi uma coisa muito útil para as pessoas. Coisa boa mesmo. E hoje em dia quem não tem celular é quem não quer”. Na analogia feita por Vânia, nos dias de hoje “celular é que nem carro”. Ela esclarece melhor: “tu não vê, antigamente pobre Deus me livre se tinha carro. Hoje em dia o que mais tem é carro!” D. Cema afirma que o celular “foi uma coisa muito bem feita e que vale a pena” e o situa no universo dos objetos “de serventia”, ao lado da geladeira e do carro:

O celular, a geladeira e o carro, pra mim não é luxo, é serventia. No meu modo de pensar, o celular foi a melhor coisa que foi feita porque você tá aqui e pode se comunicar com uma pessoa de São Paulo, do Rio, dar notícia, receber notícia. [D. Cema é mãe-de-santo e constatemente estabelece contatos com outras redes de religiosidade]. Antes era por carta ou por telegrama.

Se existe uma percepção do celular como algo útil, que facilita a

vida e aproxima as pessoas, o pólo negativo dessas relações de mediação também foram apontados pelos moradores do São Jorge. Há uma preocupação com os aspectos financeiros, por exemplo: o celular “dá preocupação”, ou “atrapalha” por exemplo, “quando os filhos gastam demais”. Circula na comunidade igualmente todo um imaginário que, como na grande mídia, realiza uma associação entre celulares e atividades ilícitas. Seu Roberto Carlos afirma que os celulares não atrapalham “quem é de bem”: “só se a gente fizer alguma coisa errada com ele. Vive roubando, matando, seqüestrando e usa o celular para isso”. Saulo, um pastor evangélico que na juventude já vendeu drogas, afirma que o celular “é como se fosse uma arma na mão de uma pessoa”. D. Cema, por exemplo, sabe que é possível usar a Internet no celular, mas diz que prefere nunca fazê-lo, “mesmo se um dia ficar mais barato”. Nesse registro, acredita que os telefones celulares podem ser desvirtuados para “fazer o que não presta” – como, afirma, já aconteceu com a Internet e a televisão:

Olha a maior parte das coisas que acontece, é aprendido pela televisão, a escola para ensinar tudo o que não presta. E agora pela Internet. E namorado, eles botam ali uma figura dizendo que são tal e tal. As tolas vão no papo e quando vão ver é um joão-ninguém. É boa para umas coisas e outras não. Pra roubar dinheiro da gente do banco como agora tão fazendo.

Na comunidade o acesso a Internet é precário, mas há de forma geral um imaginário positivo associado à rede mundial de computadores e seu papel em comunidades como o São Jorge⁶⁶. “O acesso à Internet é um problema nas comunidades” afirma seu Jurandir, que por ser líder comunitário, demonstrou uma visão crítica a respeito da exclusão digital. O mesmo valeu para Carlos Alberto, uma jovem liderança ligada ao movimento hip-hop: “É uma minoria que tem... Bem poucos. Fica em mais de cem reais por mês”. A maioria, como Natália, acessa a Internet quando visita um parente que “tenha mais condições”. Lembra que é preciso também arcar com o custo de um computador, e “o custo

⁶⁶ Não há lan-houses propriamente no São Jorge. Durante o período de campo, uma pequena lan-house funcionou por alguns meses, mas acabou fechando pois seu proprietário acabou se desentendendo com o “dono” do morro. De qualquer modo, a lan-house anunciava seus serviços nos mercadinhos da comunidade e nos pontos de ônibus usando um discurso do na época ministro da Cultura Gilberto Gil. O anúncio, simples, consistia em uma folhas impressas com a chamada “Lan-house reduz a violência nos morros”.

de vida é muito caro. Porque também não tem só a Internet, né. Tem a Internet, o provedor, tem que ter toda a aparelhagem completa”. Para além do custo e das dificuldades de acesso, a Internet é percebida como um meio de comunicação que pode combater a cultura da violência. Jacinto, que como seu Jurandir faz parte de uma associação de moradores, afirma que “a Internet é boa pra tirar a criançada da rua”. Seu Jurandir, por sua vez, lembra de suas reivindicações junto ao poder público: “Uma coisa que eu brigo com a Prefeitura é fazer aqui no São Jorge uma sala para poder usar a Internet, ia encaminhar essa garotada”. Maria Rita, esposa de seu Jurandir, diz que “queria colocar a internet que aí a minha filha ficava mais em casa. Me incomoda muito, ela tem dezesses anos, estuda e trabalha”.

Se a utilização das tecnologias de comunicação e informação faz parte de um universo de interesse, mas também de um imaginário tecnológico permeado pelo medo de crimes, golpes e simulações de identidade, há uma prática associada ao uso de telefones fixos e celulares que é corrente no Morro São Jorge e que atormenta ou já atormentou vários de meus interlocutores. Nem tão séria quanto a associação entre celulares e crimes, nem tão distante da realidade dos moradores quanto o uso da Internet no celular, os trotes fazem parte do dia-a-dia. Uma micro-empresária, dona de uma revenda de água mineral e gás de cozinha no morro, diz que recebe trotes de crianças e adolescentes quase todos os dias. Sebastiana, que mora na parte de baixo do morro, colocou Bina no telefone fixo para inibir alguém que lhe passou trotes semanas a fio. Nesse registro, D. Cema, uma das matriarcas do São Jorge, relata com irritação um dos trotes recebidos em seu telefone residencial:

Credo, credo. Já me tiraram da cama de madrugada para ir na sala atender... Quando eu cheguei lá, ouvi assim: “Você conhece o Mário?”
Eu: “Que Mário, aqui não tem Mário nenhum!”
“Não, aquele que te prendeu no armário!”
[Sandra: Ai que abuso! De madrugada, deve ser criança]. Deus que me livre desses trotes assim. Outra vez, foi da vaca... Dum leite duma vaca, sei lá, ele falou assim: “Nunca vi uma vaca falar!”
Fiquei com muita raiva. De noite a gente tirava o telefone do gancho, porque quando chegava depois da meia-noite era um tal de ficar tocando.

Para muitos das crianças e pré-adolescentes do Morro São Jorge,

passar trotes parece fazer parte de um rito de passagem para a adolescência. Especialmente para os meninos, pode ser encarado como um ato de rebeldia que faz parte da constituição de sua masculinidade, e de um estilo de vida adolescente. É também uma opção de entretenimento em uma comunidade onde são escassas as políticas públicas para a juventude. Caio, por exemplo, que aos dezenove anos já é noivo, lembra seus tempos de “passador” de trotes:

Eu tinha uns treze ou catorze anos. A gente ligava, até fazia trote. Ligava para o celular dos outros, a cobrar, um número qualquer. Tu é novo tu quer curtir, quer se divertir, não tem nada pra fazer. Aí juntava um monte de guri lá e a gente fazia isso.

Como a prática de passar trotes já era corrente com os telefones fixos e também acontece com os celulares, o resultado é que existe no Morro São Jorge uma preocupação em saber para quem se está passando o número do telefone. Há uma grande preocupação com a privacidade e a proteção da família, especialmente no caso das mulheres, como iremos analisar em maior profundidade no capítulo sete desta tese. É possível também uma associação dessa prática de resguardar o número de telefone com a prática de atividades ilícitas. Afonso, por exemplo, diz que “tem muita gente aí que tem medo de passar o número, mas eu não tenho nada a esconder”. No caso de senhoras como D. Cema, ou de mães de família como Odila e Helena, entretanto, a preocupação é de outra ordem – não somente com os trotes, mas também com eventuais fofocas e maledicências. Quando lhe pergunto se recebe muitas ligações no telefone celular, recebo a seguinte resposta:

Olha pra ti falar franco é bem poucas pessoas que tem o meu número, não é pra todo mundo. Geralmente eu só dou o número – lá uma vez ou outra - o número do meu celular no comércio quando eu vou fazer uma compra, que eles perguntam. Mas pra qualquer pessoa, não. Muito difícil. Não é pra qualquer pessoa que eu dou o meu número não.

Com tantos cuidados, D. Cema nunca recebeu um trote pelo celular. Assim, percebo que no São Jorge passar o número do telefone celular significa estabelecer um laço de confiança e amizade. D. Cema, por exemplo, para explicar que tem muita amizade com um padre

católico simpático às práticas religiosas afro-brasileiras, afirma: “Tenho muita intimidade com ele, tenho o telefone dele e tudo”.

Para essas senhoras, dar o número do celular significa dizer “eu confio e gosto de você”. Apenas meses depois de encerrar o trabalho de campo pude entender plenamente a conversa que tive na despedida com D. Aurenice, uma das simpáticas senhorinhas com quem convivi por meses no grupo de alfabetização para adultos. Após me dar de presente uma pequena imagem de Nossa Senhora Aparecida, ela me disse num tom de voz que me impressionou na ocasião, mas que agora eu interpretaria como sendo no sentido da satisfação de poder confiar sem medo: “Eu vou te dar o meu [número de] celular, hein!”

Na primeira parte deste capítulo, apresentei algumas biografias de telefones celulares no Morro São Jorge, buscando estabelecer em linhas gerais as razões pelas quais os celulares entraram na vida dessas pessoas, bem algumas dinâmicas culturais que contextualizam essa apropriação. Na próxima seção, analisarei mais detidamente as funções do telefone celular. Na medida em que o celular, com a convergência tecnológica de múltiplas funções em um único aparelho, possibilita muito mais do que meramente fazer e receber ligações de voz, como a vida social é influenciada? Que mudanças essas novas possibilidades trazem para a comunidade?

4.4 Estratégias de domesticação e gramáticas de uso

Durante o trabalho de campo, sempre que perguntava como alguém usava as diferentes funções do celular, a resposta na grande



Figura 4.2: Amigos se entretém com um celular chinês de tela sensível ao toque

maioria das vezes invariavelmente era: “Eu não uso – só sei ligar e desligar”. Entretanto, a grande maioria de meus interlocutores possuía celulares com múltiplas funções. Além da questão do uso do celular por sua potência simbólica, como vimos no início do capítulo, o que mais poderia haver de antropologicamente significativo nesse padrão de

consumo de celulares? Além disso, havia os auto-denominados “viciados” e “fãs” de telefones celulares, que declaradamente afirmavam trocá-los com frequência por causa das novas funções. Será que estes realmente as utilizavam? E como faziam isso? Como resposta à essas questões, o aprofundamento do trabalho etnográfico fez emergir um rico universo de práticas e significados, cuja análise se estende não somente por este, mas por outros capítulos desta tese.

Vale ressaltar aqui que, em certa medida, estamos falando de um momento no tempo que se desloca cada vez mais para o passado à medida em que o uso de telefones celulares dissemina-se crescentemente também nas classes populares (Fonseca, 2000). Entretanto, obviamente ao contrário de indivíduos das camadas médias, a familiaridade de muitos de meus interlocutores com os telefones celulares multimídia é mais recente, embora logicamente existam exceções. Quando lembravam de seus primeiros celulares, meus interlocutores que “só ligam e desligam” tendiam a falar mais dos aparelhos, ou dos sacrifícios necessários para obtê-los, ou de como sua posse modificou a percepção de si em relação ao meio social. Em



Figura 4.3: O sucesso do MP10 no São Jorge: celular com televisão exibe cena da novela “Caminho das Índias”

contraposição à estes, os “fãs” e “viciados” em celular também sempre comentavam o crescente número de funções do aparelho. Foi o caso do jovem amigo de Éverson, filho de minha interlocutora Marisa, que adora organizar sua coleção de arquivos de canções de rap em seu celular chinês equipado com uma canetinha para acesso aos menus na tela sensível ao toque (Figura 4.2 e na abertura deste capítulo). O comentário de James, um jovem evangélico de vinte anos, a respeito de seu primeiro celular foi nesse registro: “Não tinha acesso a essas tecnologias, Internet, bluetooth, infravermelho. Não dava para tocar MP3”. Foi entre os adolescentes e jovens adultos que encontrei os mais entusiasmados “fãs” de celulares, como Afonso, de 31 anos, que tem um smartphone 3G, e o marido de Cássia, que tem um celular de tela sensível ao toque.

Mas houve algumas exceções. Magda, uma mãe de seis filhos e

casada há vinte anos, explica-me a escala hierárquica que indica a evolução dos celulares: “por exemplo, celular com MP3 toca música; celular com MP4 é música e vídeo; MP6 vem com tudo isso e cartão de memória, e por aí vai. Agora já tá no MP10 que é o celular com televisão”. O sucesso dos “MPs” também indica a circulação na comunidade de celulares produzidos na China, que nesse caso não são comprados diretamente nas revendas das lojas – que vendem apenas os aparelhos de grandes fabricantes como Nokia e Sony Ericsson – mas sim dos camelôs que os trazem do Paraguai. Entretanto, a expressão “MP” pode ser usada para se referir tanto a um celular chinês quanto a outros; de fato, a maior parte dos celulares de meus interlocutores eram das marcas Nokia, Sony Ericsson e LG. Vale ressaltar que foi o grande interesse pelo celular com recepção de TV digital que motivou a compra de muitos celulares chineses do tipo MP10 (Figura 4.3), mais baratos.

Se, no início, os celulares eram os “tijolos” que só faziam e recebiam ligações, o advento dos celulares multimídia complexifica em muito os processos de domesticação dessa tecnologia, na medida em que este incorpora funções de computação. Com o desenvolvimento da convergência tecnológica e conseqüentemente o surgimento de aparelhos celulares com um número cada vez maior de funções – MP3, *bluetooth*⁶⁷, câmera digital, rádio, gravador, entre outras – o uso de celulares exige cada vez mais de seus consumidores uma destreza que, muitas vezes, não é tão fácil de ser alcançada para pessoas com baixo nível de escolaridade e pouca familiaridade com computadores, como é o caso da maioria dos moradores do Morro São Jorge. Mesmo os adolescentes, que no universo de camadas médias e altas seriam automaticamente considerados *digital natives*, ou seja, que não conheceram uma vida sem as chamadas “novas” tecnologias de comunicação e informação (JENKINS, 2008) apenas com esforço utilizam-se da Internet: vão nas lan-houses ou, quando possível, nas casas de amigos ou parentes que tenham computador em casa. Aqui, gostaria de argumentar que o fator escolaridade, embora não seja determinante, influencia as formas pelas quais as funções dos celulares são domesticadas no São Jorge.

Assim, não é apenas não possuir um telefone celular que pode fazer um ator social de sentir excluído da lógica da modernidade global

⁶⁷ No capítulo sete desta tese, exploro o papel da função *bluetooth* dos celulares no compartilhamento de arquivos de música entre os jovens do Morro São Jorge, focalizando esse fenômeno enquanto engendrador de novas práticas que atuam como instâncias que reatualizam estratégias de performance de masculinidade.

interativa e conectada. O sentimento de constrangimento, ou mesmo de vergonha⁶⁸, pode estar presente não apenas pelo fato de se possuir um aparelho mais antigo, mas também no sentido de não se estar familiarizado com o uso de algumas de suas funções. De muitos ouvi que “só uso o telefone celular para fazer e receber ligações” ou até “sou meio burrinha, só sei ligar e desligar”.

Elisabete, por exemplo, lembra que no começo não gostava de telefone celular. O marido foi o primeiro a ter um aparelho e já os utiliza há quase dez anos. Elisabete conta que não gostava de celulares porque achava “falta de educação” as pessoas ficarem falando alto em locais públicos e, portanto, dando margem à que estranhos ouvissem conversas particulares. Entretanto, havia um motivo a mais para que Elisabete antipatizasse com os celulares – a vergonha:

Já passei muita vergonha uma vez por causa dos celulares. Foi bem no começo, quando ainda tinha aqueles celulares que eram um tijolão. Eu me confundia no começo, com aquelas pessoas falando sozinhas. Eu tava andando na rua, e tinha uma senhora falando no telefone, e eu achei que ela tava falando comigo [*risos envergonhados*]. Fui perguntar: ‘oi, o que foi?’ e ela nem estava falando comigo! Não achei legal, não gostei. E eu me confundi outras vezes, até me acostumar.

O que o relato de Elisabete demonstra é que, também para o uso de telefones celulares, faz-se necessário o aprendizado de uma gramática e a passagem por um estágio de domesticação – aqui no sentido de aprendizado - da tecnologia. Meus interlocutores, de uma forma geral, podiam ser divididos em três categorias, de acordo com o nível de facilidade para “domar o selvagem” (SILVERSTONE, 2006). O primeiro grupo é uma minoria predominante entre os idosos e os analfabetos, mas não restrita a eles: os que realmente só sabem ligar e desligar o celular e só o utilizam para chamadas de voz. D. Cema é uma delas: “Eu não sei lidar com DVD, nem celular, nem nada. O meu é simplezinho, liga, desliga e deu. Mas eu uso faz bastante tempo”. Como sua vida é pautada pela religiosidade – é mãe-de-santo na umbanda – é assim que D. Cema marcou a entrada do celular em sua vida. Recordase, também, do apelido carinhoso que deu a esse celular: “[Foi na]

⁶⁸ No capítulo seis, analiso em maior profundidade o celular como uma “tecnologia afetiva”, percebendo as emoções associadas ao seu consumo.

primeira viagem que eu fiz pra SP, para Aparecida, o Joca [Joaquim, seu esposo] que me deu. Eu dizia que era *tijolinho à vista*, porque ele era quadradinho”.

O segundo grupo, predominante, é o dos que tem um domínio um pouco maior que os primeiros e utilizam uma ou mais das funções – sabem, por exemplo, ver mensagens no celular; ou tirar uma foto; e o terceiro, também minoritário como o primeiro e predominante entre os adolescentes e adultos jovens (que tem mais familiaridade com computadores e a Internet) e os de maior escolaridade, daqueles que sabem utilizar a maior parte ou todas as funções do celular. Nesse grupo incluem-se os que, por razões diversas, auto-denominam-se “fãs” ou “viciados” em celulares. Marisa, minha interlocutora-chave, aos quarenta e um anos de idade e avó de uma neta, mostrou ser adepta das novidades. Desde nossa primeira entrevista, mostrou ser grande conhecedora das possibilidades de uso dos telefones celulares, embora nem sempre fizesse uso de todas (“outra coisa também é porque tu pode acessar a Internet, tu pode acessar o teu banco online, entendesse?”) – bem como das vantagens e desvantagens das diferentes operadoras de telefonia. Comprou seu primeiro celular em 1998, no ano em que a telefonia celular foi privatizada no Brasil. “Faz uns dez anos... Faz tempo mesmo, foi quando saiu, ainda era aquele tijolão [...] fazia pouco tempo, foi bem no comecinho, ainda era aquele Motorola preto.” Como Marisa, Afonso é um conhecedor, autodenominando-se um “fã” de celulares. Como Marisa, sabe que se pode acessar a conta bancária do celular. Nenhum dos dois jamais usou o serviço; Marisa, que é aposentada por invalidez com um salário mínimo, faz malabarismos para fechar as contas; Afonso ganha um pouco melhor como auxiliar de enfermagem, mas não acessa a conta por temer ataques: “Esses celulares novos rastreiam até vírus, vai saber...” Aos trinta e um anos, casado e pai de um menino de seis anos, teve seu primeiro celular aos quinze (em 1994, como me assegurou mais de uma vez) e já teve mais de vinte aparelhos. Como ele mesmo se descreve, está “sempre atrás de novidades”. Em 2008, os celulares de terceira geração (3G) com acesso rápido à Internet e videochamada apenas começavam a se tornar populares no Brasil, mas Afonso já tinha o seu, pelo qual pagou mais de mil reais em várias prestações pagas com seu salário de auxiliar de enfermagem. Entretanto, Afonso não utiliza os serviços 3G pois teria de pagar um pacote de serviços extra, no valor mensal de R\$ 81,00 – e seu celular é pré-pago. Mesmo a Internet em banda larga no celular é uma experiência eventual: “prá quem quer usar a Internet, colocando menos de 60 [reais] no cartão não adianta nem entrar”. O que os depoimentos

de Marisa e Afonso mostram é que pode existir uma acentuada contradição entre as possibilidades da tecnologia e seu uso efetivo ou, como diria Baudrillard (1973; 1981) no caso dos celulares boa parte do valor-de-uso é o seu valor-signo. Essas contradições serão exploradas em maior profundidade nos capítulos que se seguem.

Ricardo, de dezoito anos, além de “fã” é um autodidata. Começou a usar o celular com dez anos de idade, não somente conhece as novidades como aprendeu a consertar celulares sozinho, pesquisando em manuais e na Internet. Não o hardware, como ele me explica: “meu negócio é mais o software.” Assim, quando os amigos de Ricardo precisam de ajuda com configurações, problemas com baterias ou quando o aparelho simplesmente deixa de funcionar, “tudo é o Ricardo. Me ligam, vão lá em casa, pedem ajuda”.

A maior parte, entretanto, pertence à categoria intermediária dos que “estão aprendendo” a usar as funções dos celulares. Como Elisabete, Helena também passou por maus bocados até se acostumar com o celular. Como sua irmã Vânia, Helena já trabalhou como empregada doméstica e seu primeiro celular também foi um aparelho usado doado pela patroa. Mas passou a rejeitar seu uso depois que cometeu uma gafe em local público – no calçadão da rua Felipe Schmitt, a principal rua de comércio de Florianópolis: “Eu tava voltando do serviço e tinha ligado prá minhas gurias prá ver se elas tinham encerrado o chão da casa direito, que era sexta-feira. Só que.. sabe como é adolescente. Elas começaram a brigar no telefone, uma dizendo que era a outra que não tinha feito o serviço. Quando eu vi, tava falando tão alto que todo mundo começou a me olhar. Que vergonha que eu passei, meu Deus! Cheguei em casa, joguei ele no chão: não quero mais saber de celular!” Helena explica que “do orelhão tu te dá conta que tá num telefone, mas do celular é diferente...”. Só voltou usar o celular depois de muito tempo, apenas por que a patroa insistiu muito: “Foi só aí que o celular me conquistou”.

Acostumar-se com uma nova tecnologia de comunicação como os celulares pode, além de fazer “passar vergonha”, doer no bolso. D. Íris, uma vovó de sessenta anos que comprou seu primeiro celular “por brincadeira” para poder acompanhar os conhecidos “da turma do celular”, conta-me divertida: “até ri muito quando a gente comprou, porque a gente não têm experiência, então acha assim... Bota um troco e acha que vai te durar o resto da vida”. O caso de seu Jurandir foi mais sério. “Minha mãe me ligou do celular dela e eu não me dei pela conta. Do celular para fixo, e de outra cidade, ela pagava e a gente também. Chegou a quase 400 reais, no fim do mês. Aí é que eu vi que não vou

morrer do coração! Imagina, o valor do salário mínimo, na época, era 350 reais”

Na fase de aprendizado, a presença e apoio dos amigos é fundamental: é através deles que, muitas vezes, a tecnologia é domesticada. Elisabete me conta, ainda um tanto constrangida:

E se eu te contar que até hoje eu não sei mexer no celular, que só sei atender, ligar e desligar. Agora há pouco tempo que eu comecei a... uma amiga minha foi me mostrando ó, isso aqui é para ler mensagem, ver mensagem. Daí eu passei a gostar mais, entende, eu passei a conhecer. Ai que legal, posso mandar mensagem [*risos*]. Vê, né, bem cafoninha...

Em alguns casos, a dificuldade nunca é completamente vencida, e se prefere um arranjo alternativo. É o caso da realização das recargas. Várias de minhas informantes – como por exemplo Mércia, Helena e Vânia - preferem comprar os cartões de recarga pessoalmente em revendas autorizadas ou na própria das operadoras no centro de Florianópolis, e pedir que um atendente complete todo o processo de inserção dos créditos. Além disso, como geralmente os créditos são inseridos apenas periodicamente, aproveita-se a ida mensal ao centro da cidade para pagar as contas e prestações para se fazer isso. Helena, por exemplo, diz que “eu só coloco crédito quando recebo dinheiro. Se acaba, passo o resto do mês sem”.

Além dos amigos, os familiares mais jovens, e especialmente os filhos, tem um papel importante na intermediação com as novas funções dos celulares. Nena, por exemplo, que se considera “metida”, pede ajuda para os filhos, mas depois busca aprimorar-se sozinha: “Eu mexo daqui, mexo dali... Quando vem um celular novo, é o filho que aprende a mexer e depois me ensina. Eu sou metida”. Lila conta que “no começo também era que nem o pai, só sabia atender – até para desligar era um trabalho” O curioso é que, ao me mostrar seu Sony Ericsson W200 que comprou há dois meses, Lila começa repetindo que “não sabe mexer” no celular, mas sua prática me mostra que ela parece ter um domínio maior sobre as funções do aparelho do que a maioria das mães de família de sua faixa etária com quem conversei no Morro São Jorge. Lila explica que atualmente sabe mandar mensagens e até filmar com o celular: “eu uso agenda, passo mensagem, bato foto. E ele é bom porque aqui eu faço contas, tem calculadora, joguinhos também”. Lila e seu marido são

entusiastas do registro de imagens, sejam elas fixas ou em movimento: em sua casa há pilhas de CDs e DVDs com cenas da vida em família, e principalmente imagens da filha caçula de dois anos. Da filha maior, de oito anos, Lila não tem tantas imagens, e explica o porquê: “[Quando ela era bebê] eu tinha só o celular da Baby, que só tinha o relógio. Só chamava e recebia, era igual celular pai-de-santo”. Mas a transferência das imagens para outras mídias fica a cargo da filha de dezessete anos, Carol: “Ela sabe tudo. Essa minha gurria é uma máquina. Vai com os cabos e traz coisas do computador do meu sobrinho pra cá [a família não tem computador]. Ela grava os CDs com fotos lá no computador do meu sobrinho, chega aqui eu vejo tudo no meu DVD”. O avô de Carol, Roberto Carlos, também gosta de bater fotos, mas quando precisa pede ajuda para a neta: “Eu atendo e ligo, e carrego ele. Mas já para bater foto minha neta faz”.

Ana Beatriz é outra jovem curiosa em relação à tecnologia; afirma que, mesmo antes de ter celular, “eu já sabia de tanto mexer no celular dos outros. Eu sei mexer em quase todos. Mas a maioria apanha”. Pacientemente, ensinou a mãe analfabeta e “meio lenta” a usar a função MP3 do celular:

A mãe o celular é só pra telefonar e deu. O dela tem música, só que não tem bluetooth. Eu passo pelo infra [infravermelho] só que o infra demooooora... Mas mesmo assim eu passei umas músicas pra ela [...] Ensinei certinho como é que ela faz pra botar a música pra tocar. De vez em quando ela passa aí, toda besta. E vai trabalhar escutando música. Ela gosta.

Mas nem todos os filhos são prestativos como Ana Beatriz ou gentis como Carol. Foi apenas a duras penas que Vânia, que tem a quarta série primária, conseguiu que o filho de doze anos a ajudasse com seu primeiro celular – aquele, usado e ganho da patroa em 2006, como vimos no início do capítulo: “Eu disse mano, ensina pra mãe. ‘Ah tu és uma burra mesmo’, ele disse pra mim. ‘Tu és uma burra. Aperta aqui, aperta aqui, aperta ali, até que...’ Eu bem tola, bem manezinha mesmo. E eu ‘ih, agora, meu Deus. Eu não sei sair’”.

Reencontrei Vânia muitas vezes no São Jorge, desde aquela primeira entrevista de janeiro de 2007. Muita coisa mudou nesse meio tempo: Vânia enviuvou, emagreceu dez quilos, deixou a casa onde trabalhou por anos a fio. Agora tem outro companheiro e mudou-se para

a casa dele, mas continua no São Jorge. A vida mudou, e os celulares também. Pouco tempo depois que começaram a morar juntos, Romero quis oferecer a Vânia um celular, mas ela estava satisfeita com o antigo – ou não queria incomodar o companheiro: “Eu disse prá ele, ‘não amor, não precisa, celular eu não quero não.’ Pois ele insistiu, ‘que eu vou, e eu vou comprar um celular novo prá ti.’” Alguns dias depois, Vânia teve uma surpresa:

Ele chegou e disse que tinha comprado um presente pra mim. Eu ainda ralhei, ‘fica se metendo em conta, homem!’ E ele: ‘comprei um fogão de quatro bocas [‘muito bonito’, diz Vânia, ‘que é esse aqui’] e comprei um presente pra ti, é surpresa’. Eu disse, ‘ai amor, tens uma surpresa pra mim? Quando ele apareceu com esse celular, eu só não chorei porque... Mas eu fiquei tão feliz, tão feliz. [...] Ele tem fone, tem tudo! Ah, aonde eu vou agora é só com o fone no ouvido prá cima e prá baixo. [Sandra: E tu bota música também?] Boto, aprendi direitinho. Bato foto, tudo.

Vânia agora não desgruda de seu celular, comprado novinho na loja em dez prestações de 59 reais: um Sony Ericsson W380 na cor roxa, de flip. Sua filha mais velha é quem, quando a visita, transfere os arquivos de música pelo *bluetooth* (“ela passa do celular dela pro meu, só encosta assim um no outro e já vai”) mas é a própria Vânia que, como me disse com orgulho, “bota a música” (significando “botar para tocar”, reproduzir o arquivo de áudio). Vânia tem uma predileção especial por canções românticas dos anos 70 e 80 (“adoro música lenta”). Frequenta a Igreja Universal do Reino de Deus três vezes por semana e, na ida e na volta do culto, “tou sempre escutando a rádio evangélica no celular. Acho que é a Sara Nossa Terra”.

O “aperta aqui, aperta aqui, aperta ali” que tanto afligiu Vânia com seu primeiro celular (“ih, meu Deus... eu não sei sair”) faz referência a uma das maiores dificuldades dos que tem poucos anos de estudo em usar o celular: os menus das



Figura 4.4: Elton, aos três anos, joga videogame no celular da mãe

diferentes funções, que exigem dos usuários uma gramática de uso cada vez mais parecida com a dos computadores. Os celulares, aliás, são percebidos como sendo “quase” um computador. James, que está com vinte anos e começou a usar celular aos quinze, explica: “No início era o Tijorola... Agora celular é que nem computador”. Seu Ciro, aos setenta anos, demarca diferenças: “O celular é meio um computadorzinho... Mas é muito mais fácil de usar do que um computador. Pra mim é difícil, né, mas eu vou aprender bem. A filha vai me ensinar, ela trabalha num banco”.

Ter contato com computadores no ambiente profissional, ou ter computador em casa, é percebido no São Jorge como um fator que facilita muito a domesticação dos celulares. Mesmo que não se tenha computador em casa, ser jovem e curioso facilita bastante, como no caso de Carol. Ou, então, ser criança: estas são percebidas como seres com uma predisposição e uma curiosidade “naturais” para a tecnologia. Lila tem uma menina de dois anos de idade que escuta música no celular: “É muita curiosidade deles também [...] Eu tenho aparelho de som e tudo, mas pra escutar música ela prefere só no celular. A minha pequena também adora mexer no celular. Mas eu fico perto dela, não deixo ela sozinha com o celular não⁶⁹”.

“Eles já nascem sabendo”, ouvi de muitas mães como explicação quando via crianças jogando videogame com o celular dos pais – como o pequeno Elton, de apenas três anos (Figura 4.4). Mirella, nesse sentido, é uma privilegiada no contexto do São Jorge: não somente já usa celular aos seis anos, como os pais tem computador e Internet em casa. Cássia explica que a filha “tem muita facilidade”:

Ela só não recebe mensagem [no celular] porque ela não sabe ler direito, ainda está reconhecendo as sílabas. Mas depois vai ser vapt-vupt. Aí vai mandar mensagem. Ela também já mexe no computador, ela entra no Word, escreve o nome dela. Porque ela não sabe ler ainda, mas sabe que o W é o Word, então vai lá e clica.

A experiência de domesticação da tecnologia de Mirella guarda contrastes acentuados com o que observei no São Jorge em relação a outros interlocutores. Se Mirella, aos seis anos, sabe o número de seu celular de cor, são muitos os que colam no verso do aparelho um papel

⁶⁹ No capítulo sete, as dinâmicas contraditórias – de tensão e harmonia – existentes nas relações entre pais e filhos e entre ambos e a tecnologia merecerão maior destaque.

adesivo com o número escrito, como é o caso de Mércia (Figura 4.5). Muitos, como Mércia, não conseguem navegar nos menus do celular até encontrar o local exato onde está registrado o número do chip em uso no aparelho. Outro caso etnográfico bastante significativo é o dos analfabetos – comecei a interessar-me pelo tema através dos



Figura 4.5: Celular com o número do aparelho em destaque no verso

interlocutores que conheci em um dos contextos sociais que vivenciei no São Jorge, o das aulas de alfabetização para adultos. Ao todo, compareciam às aulas entre doze e quinze alunos, a maioria senhoras acima dos sessenta anos, em graus distintos no processo de ensino-aprendizagem: enquanto algumas tinham algum grau de leitura mas não escreviam, a maioria estava aprendendo a memorizar o alfabeto e duas delas tinham até muita dificuldade em segurar um lápis para desenhar as letras. Salviana, de quarenta anos, faxineira, fazia parte desse último grupo. Começara a estudar dois anos antes e vinha às aulas sempre que podia, mas tinha mais dificuldade que as outras alunas. Todas - com

exceção de uma das senhoras, de quase oitenta anos de idade - tinham telefone celular, embora nem todos fossem trazidos para a sala de aula. Uma das alunas, uma senhora de sessenta e dois anos, tinha até dois aparelhos, com os quais gerenciava sua atribulada vida profissional de requisitada diarista. Ao ver o esforço de Salviana, não pude evitar o pensamento: “O que faz com um celular uma pessoa que mal consegue segurar um lápis?”

Com o tempo e a convivência, pude comprovar o óbvio: as alunas usavam o telefone principalmente para receber e, em menor frequência, fazer ligações, sem maior uso de outras funcionalidades do celular. Algumas, com dificuldade maior em fazer ligações, pois não reconheciam bem todos os números de um a dez. O caso de Salviana, porém, era mais complicado: ela tinha extrema dificuldade em reconhecer os números, com exceção do zero (“a bolinha”) e por vezes confundia uns com outros. Explicou-me que havia ganho o celular alguns meses antes de sua filha mais nova, de dezoito anos, que recebeu outro do namorado. As únicas pessoas que haviam lhe ligado até então eram suas filhas: “Eu faço o que a Simone me disse. Quando toca eu aperto o botão verde para ver quem é. Pra ligar de volta eu aperto de novo o botão verde, mas agora o celular tá sem crédito”. Além da

dificuldade financeira, Salviana só conseguia retornar ligações para o número da última chamada recebida. Mas, por exemplo, se recebesse uma ligação por engano e não atendesse, corria o risco de ligar para o número errado e perder seus preciosos créditos, já que não podia reconhecer qual número havia chamado. Ainda sim, dizia seu número de cor pois conhecia os números; apenas não sabia reconhecê-los impressos numa folha de caderno ou em uma tela de celular.

O que trago a seguir não é uma análise extensa do uso do celular pelos analfabetos do Morro São Jorge, mas simplesmente o relato etnográfico de uma tarde passada na casa de Salviana. Ambas tivemos a esperança de que o celular pudesse ajudá-la na enorme tarefa de memorizar as letras do alfabeto na sequência correta. Explico: a professora recomendara, como exercício extra, que as alunas treinassem o alfabeto em casa, com a ajuda de parentes já alfabetizados. Ao contrário das outras senhoras, porém, a família de Salviana era pequena e sua vida, algo solitária. Órfã muito cedo, era mãe solteira: a filha mais velha; casada, morava em outro bairro; Simone, a mais nova, morava com ela mas havia conseguido emprego e ficava fora o dia todo. Salviana não tinha casa própria. Morava de favor no porão minúsculo, de no máximo dez metros quadrados, cedido de bom grado por sua irmã, mas que era praticamente insalubre: molhava a cada chuva mais forte. Portanto, ela não tinha quem a ajudasse.

Foi nesse ponto que resolvi intervir na situação e lhe propor um teste: passaríamos uma tarde juntas em sua casa, eu a ajudaria com os exercícios de memorização do alfabeto e tentaríamos usar o celular para ajudá-la quando ninguém estivesse por perto. Como o celular de Salviana tinha MP3 e gravador, registrei na minha voz todas as letras do alfabeto, com intervalos de silêncio para que mais tarde Salviana tivesse bastante tempo para repetir as letras. A memorização ia bem e Salviana estava animada; o problema surgiu quando a gravação terminou. Agora era Salviana que, sozinha, precisaria recuperar o arquivo no celular e tocá-lo. Foi aí que percebi o tamanho de minha ingenuidade ou, talvez melhor dizendo, da extensão com que eu havia naturalizado tanto o ato de ler quanto a nossa imersão diária com os aparatos tecnológicos: para Salviana, ir além de apertar o botão verde era simplesmente mais do que se podia pedir no momento. Reconhecer a lógica dos menus era tarefa hercúlea para alguém que não reconhecia nem os números de um a dez, e que não sabia todas as letras. Pois essa era a realidade chocante do analfabetismo radical com a qual me defrontava – Salviana podia copiar seu nome com dificuldade na aula, como se copia um desenho, mas não sabia dizer quais letras o compunham. Reencontrei Salviana várias vezes

depois desse episódio, mas saí daquele porão melancólica e algo indignada. Por que não se pensava em algum tipo de aplicativo para celular que pudesse ajudar pessoas como Salviana? Afinal, esse era o recurso que tinham à mão. A experiência de Salviana, que representa o grau mínimo do uso do telefone celular, mostrou-me que a falta de escolaridade constitui um impedimento bem maior do que a idade mais avançada quando se pensa na domesticação da tecnologia.

Na última parte deste capítulo, 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.

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, “O celular foi muito bom, uma coisa bem inventada, como a televisão. Mistura tudo, música, foto, rádio”) e seu papel na socialização dos habitantes do Morro São Jorge com as gramáticas de uso de meios eletrônicos. Horst e Miller (2006) já haviam assinalado diferenças nos usos e significações atribuídas ao celular quando se considera países desenvolvidos e países 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, Ricardo, por exemplo, 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, por sua vez, revela que seu celular nunca está desligado: “quando eu não tou trabalhando, passo o dia inteiro jogando joguinho ou escutando rádio”. Para os jovens, em especial, a função MP3 é das mais importantes. O que Patrick, por exemplo, mais gosta no seu celular são as músicas - tem 54 em seu aparelho - e os jogos. Troca músicas com seu vizinho e amigo Márcio; Patrick não tem computador, 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. No São Jorge, além da questão do uso do celular para entretenimento através de suas funções, usa-se o celular muito menos para fazer ligações do que recebê-las. Nas palavras de Ana Beatriz, “hoje em dia não se vê muito o

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

No quesito comunicação, uma estratégia bastante interessante é aquela empregada para a comunicação por mensagens de texto. Muitos adultos e pessoas de mais idade tem 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. Se o uso do SMS no São Jorge não é tão disseminado quanto aquele relatado por Pertierra (2002) nas Filipinas, ao menos, como vimos acima, o fator preço também joga um papel importante na sua adoção. 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 (AGAR, 2003; CARON E CARONIA, 2007), o emprego de uma espécie de linguagem cifrada – um uso abreviações tão intenso no envio das mensagens, a ponto de torná-la ininteligível aos não iniciados. Como me diz Carina, 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” (Figura 4.6). 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.

Por fim, 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 lojas, por exemplo. Já vimos no início do capítulo que é importante 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



Figura 4.6: Celular da adolescente Clara com poesias de amor

ótimo, pra gente calcular todo mês quanto vai pagar pras lojas...”) Mas passa a ser útil também saber ver as

mensagens. Helena, 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, 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 Natasha, sobrinha de Marisa, que os vinte anos não usa mais agenda de papel desde os quinze, e de Marcos, seu colega de escola, que não usa mais relógio⁷⁰. Nena expressa bem a mudança: “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, a agenda é algo tão precioso que vale pagar o serviço da operadora que faz backup dos

⁷⁰ Usar relógio é considerado, por Marcos e pelos membros da comunidade virtual “Pra que relógio? Tenho celular!” como algo ultrapassado. Comentário ouvido no centro de Florianópolis, de duas moças que passavam: “Quería saber as horas, mas não tou vendo ninguém de relógio. Também, com essa mania de ver as horas no celular...”

números. A falta de backup, aliás, é desesperadora quando se perde um celular com todos os contatos: “lá tem todos os números que a gente precisa, da família, dos médicos, dos advogados, tudo” diz Nique. Para Nena, o celular é uma fonte de renda. Agora, em vez de “namoradinhos”, ela usa o termo “clientes” – Nena atua como trabalhadora do sexo para complementar sua renda: “Aqui tem todos os



Figura 4.7: Seu Ciro: agenda de papel para quem não sabe usar a do celular

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 tem 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 – Figura 4.7]. 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 (Figura 4.8) Oportunidade valiosa, já que, como lembra Carlos Alberto, “a Internet é inacessível para a maioria na comunidade”.

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 (os jovens do São Jorge diziam “blutufe”, “blutufi” ou mesmo “blutú”, grafias que manterei daqui por diante na transcrição das falas dos interlocutores) 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 músicas⁷¹. No caso dessas últimas, há aqueles que preferem deixar o



Figura 4.8: Celular com bluetooth transmitindo um arquivo de música

⁷¹ 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

recurso bluetooth ativado quando freqüentam locais de grande circulação. É o caso de Cássia: “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: 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, a conexão com aparelhos de DVD – esses sim, ao contrário dos computadores, são presença freqüente nas casas do São Jorge.

A característica fundamental do bluetooth é 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 ti⁷²”. 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

camadas médias e altas.

⁷² Lembro-me que em 2005, quando me mudei para Florianópolis, tive vontade de trocar o meu velho “tijolo” por um celular que tivesse câmera digital, já que até então eu continuava utilizando para meu uso particular as câmeras fotográficas analógicas, com filme. Mas desisti da idéia porque na época a política das operadoras de telefonia era vender celulares sem cabo USB ou com a função bluetooth bloqueada. A única maneira de compartilhar fotos, ou descarregar os celulares sem ter de apagar arquivos, era enviar por MMS – mensagem de texto multimídia. E estas eram bem mais caras do que os torpedos comuns.

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.

A utilização das possibilidades de conectividade do celular propiciou, no São Jorge, toda uma rede de sociabilidades baseada na circulação e compartilhamento de arquivos. Esta e outras funções do celular causaram impactos significativos na vida social da comunidade. Neste capítulo, tais mudanças são reconhecidas e sinalizadas de forma panorâmica, no contexto de da inserção do telefone celular na comunidade e das estratégias empregadas na domesticação dessa tecnologia.

Nos capítulos que se seguem, analiso em maior profundidade os casos etnográficos mais significativos. Iniciemos este percurso atentando para as dinâmicas do fazer e do receber chamadas no celular, em um país cujas tarifas dos serviços de telefonia móvel estão entre as mais caras do mundo: o Brasil.

CAPÍTULO V

ASPECTOS ECONÔMICOS: CUSTO E ESTRATÉGIAS DE USO



Figura 5.2 O celular de Ellen e seus cinco diferentes chips

CAPÍTULO V

ASPECTOS ECONÔMICOS: CUSTO E ESTRATÉGIAS DE USO

5.1 Panorama histórico da telecomunicação móvel no Brasil

Na história da humanidade, nenhuma outra tecnologia de comunicação e informação se disseminou tão rapidamente quanto as tecnologias de comunicação sem fio, como nos mostram Castells et al (2007) em seu estudo comparativo sobre a difusão da mais pervasiva delas – o telefone celular – em diferentes países ao redor do mundo. A história das telecomunicações móveis no mundo nos mostra que, embora a tecnologia da comunicação celular fosse conhecida desde o final da década de quarenta do século vinte, a primeira chamada por telefone celular só foi realizada em abril de 1973, nos Estados Unidos (AGAR, 2003). Ao longo das décadas de setenta e oitenta, de acordo com Agar, os telefones celulares, devido ao seu alto custo, eram utilizados principalmente por homens e mulheres de negócios interessados em transformar o tempo ocioso perdido em engarrafamentos, por exemplo, em tempo produtivo; além disso, o fato de apenas pessoas de alto poder aquisitivo poderem utilizá-lo transformou-o em um símbolo de status. É somente a partir de meados da década de noventa que o telefone celular avança para se tornar, de uma tecnologia acessível apenas a poucos privilegiados, uma possibilidade de comunicação tão importante que passou a desafiar o domínio dos telefones fixos (CASTELLS ET AL, 2007).

No Brasil, o serviço de telefonia móvel – que funcionava desde o ano anterior em caráter experimental, com setecentos aparelhos (ANATEL, 2008) - é inaugurado em dezembro de 1991, na cidade de Brasília (SIQUEIRA, 1999). Nessa época, como nos lembra Souza e Silva (2004) a telefonia no Brasil era estatal e capitaneada pela Telebrás, que chegou a cobrar nos primeiros tempos um depósito-caução no valor de vinte mil dólares para os interessados em habilitar uma linha telefônica pelo novo sistema – e, surpreendentemente, conseguiu vender duas mil assinaturas apenas no Rio de Janeiro. Ao final de 1991, o Brasil contava com seis mil e setecentas linhas de telefonia celular habilitadas, atingindo o primeiro milhão no final de 1995 (ANATEL, 2008). Em

Santa Catarina, o serviço começou a funcionar no ano de 1994; o custo médio da assinatura era de dois mil reais e a mensalidade média girava na faixa de R\$ 120,00; o custo de um minuto de ligação era de 90 centavos (PEREIRA, 2010, comunicação pessoal).

Vale lembrar que o Brasil sempre foi, até o início do século XXI, um país de poucos telefones, fossem eles fixos ou, ainda mais raramente, celulares. A Telebrás, agência estatal criada em 1972, ajudou a desenvolver um setor que no ano de sua criação oferecia apenas 1,3 milhão de telefones para uma população de cem milhões de pessoas (ANATEL, 2008). A qualidade dos serviços era ruim e a oferta de linhas telefônicas estava muito longe de suprir a demanda - em 1987, havia uma demanda nacional represada de mais de 20 milhões de linhas telefônicas. (SIQUEIRA, 1999) Além disso, como nos lembra o autor, o valor próximo de mil e duzentos dólares pedido pela Telebrás por novas assinaturas faz do Brasil o país do mundo onde é mais caro comprar um telefone, o que o torna proibitivo para as classes médias. Somado aos altos custos havia a lentidão na entrega: era preciso esperar meses ou anos pela nova linha telefônica, o que fomentou um mercado paralelo onde os interessados - especialmente profissionais liberais e pequenas empresas - chegavam a desembolsar “de cinco a dez mil dólares para adquirir um telefone nos bairros e áreas mais congestionadas das grandes capitais” (SIQUEIRA, 1999, p. 70). Após um período de vinte e cinco anos de ascensão - afinal mesmo com as falhas no suprimento da demanda, o número de telefones no Brasil por grupo de cem habitantes aumentou de 1,3 em 1972 para quase 14 ao final de 1997 (ANATEL, 2008) - o sistema Telebrás entra em franca crise. Os principais problemas do monopólio Telebrás são, como aponta Mendonça (2010) a carência de investimentos e o atraso em relação as transformações tecnológicas em curso nos países desenvolvidos; situação altamente problemática em um setor central para a produtividade econômica, já que a telefonia é também um meio fundamental em outras atividades. Segundo Siqueira (1999) no segundo semestre de 1997 apenas 17 milhões de usuários dispunham de telefone; assim, era preciso encontrar saídas ao sistema burocrático e monopolista da Telebrás para atender à grande demanda reprimida e dessa forma fomentar o desenvolvimento nacional. Outra questão pertinente apontada por Siqueira é a da elitização e urbanização do telefone no Brasil: nesse mesmo ano de 1997, mais de oitenta por cento dos terminais residenciais estavam nas mãos de famílias dos extratos sociais e econômicos mais altos - as chamadas “classes A e B” - e apenas dois por cento das propriedades rurais contavam com telefone; as camadas populares urbanas e as

populações do meio rural, além de excluídas do telefone residencial, não contavam com atendimento coletivo adequado uma vez que os telefones públicos eram insuficientes e mal distribuídos geograficamente.

É nesse contexto que, em novembro de 1997, é instalada pelo governo federal a ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações, um órgão regulador independente, com o objetivo de gerir o novo conjunto de leis que veio substituir o velho Código Brasileiro de Telecomunicações: a Lei número 9.472, chamada Lei Geral das Telecomunicações, promulgada em julho de 1997. Para Siqueira (1999), essa é a lei moderna e ambiciosa da qual o Brasil precisava para atender às necessidades da população brasileira no bojo de uma economia mundial que se tornava cada vez mais globalizada. A promulgação da lei conduz, em julho de 1998, a um evento fundamental no novo cenário das telecomunicações brasileiras tal como o conhecemos hoje: a privatização das empresas do antigo sistema Telebrás. Em que pese o tom otimista de Siqueira, a privatização não se deu sem controvérsias, como indica Mendonça (2010): para muitos, a sensação que permaneceu foi a de que se substituiu um monopólio público por outro de caráter privado; as principais críticas na época remeteram à não restrição da participação de empresas estrangeiras e à falta de limitação da quantidade de compra de ações por investidor individual. Com a LGT (Lei Geral de Telecomunicações) o Estado brasileiro deixa de operar os serviços de telecomunicações e passa a exercer um papel essencialmente voltado à regulação e à fiscalização, em favor de um modelo privatizante e competitivo, no qual não cabe qualquer monopólio público ou privado (SIQUEIRA, 1999).

De qualquer modo, é inegável que após a privatização das telecomunicações o número de assinaturas de telefonia celular cresceu vertiginosamente no Brasil. O setor se fortaleceu e, em 2009, onze anos após a privatização, as telecomunicações no Brasil geram 200 mil empregos diretos e indiretos, atraindo mais de R\$ 15 bilhões em investimentos da iniciativa privada – a ênfase, atualmente, está na banda larga e na tecnologia de terceira geração (3G) para o serviço celular (MENDONÇA, 2010). Nesse registro, Siqueira (1999) chama a atenção para algumas importantes características da Lei Geral de Telecomunicações em relação à responsabilidade das operadoras, na medida em que estas oferecem seus serviços através da exploração de um bem público – o espectro de frequências: as concessionárias privadas que substituíram a Telebrás passam a ter compromissos com metas anuais de atendimento, de caráter não apenas quantitativo, mas também qualitativo; a lei é rigorosa e as concessionárias que não cumprirem suas

obrigações contratuais na oferta de mais e melhores serviços podem sofrer sanções que vão de multas milionárias até a cassação da concessão. Por outro lado, Siqueira pondera que a lei também permite a exploração em regime público; neste estão incluídos todos os serviços essenciais relativos aos direitos de cidadania dos brasileiros, tais como a telefonia básica. Os exploradores em regime público também devem cumprir metas de universalização de serviços, as quais “objetivam possibilitar o acesso de qualquer pessoa a serviços de telecomunicações, independente de sua localização e condição sócio-econômica, bem como a utilização das telecomunicações em serviços essenciais de interesse público” (SIQUEIRA, 1999, p. 101).

No registro da universalização do acesso, nada parece ter sido mais importante do que o advento dos celulares com oferta de planos pré-pagos, que começaram a ser oferecidos pelas operadoras em 1998 (ALVES, 2006; SOUZA E SILVA, 2007). Em 1991, como vimos, o Brasil contava com apenas sete mil usuários de telefone celular; em 1998, ano da privatização, esse número subiu para sete milhões; e no final de 2008, dezoito anos após o início do funcionamento dos serviços de telefonia móvel, o número de celulares em funcionamento passava de 150 milhões – mais especificamente, 150,6 milhões (ANATEL, 2008). Dados mais atualizados (TELECO, 2010) revelam que, em novembro de 2009, o número de celulares em operação era de 169.753.909 - ou seja, quase 170 milhões. Números como esses colocam o Brasil entre os maiores mercados globais de telefonia. De acordo com Castells et al (2007) em 2004 o Brasil figurava entre os seis maiores mercados globais; em 2008, de acordo com dados da ANATEL (2008) o Brasil avançou para a quinta posição no ranking internacional, ficando atrás em número de acessos habilitados apenas da China (575 milhões de acessos), Estados Unidos (259 milhões), Índia (257 milhões) e Rússia (168 milhões). Dos 170 milhões de celulares em operação no Brasil no final de 2009, 82,34% operavam no sistema pré-pago e apenas 17,66% mantinham um plano por contrato pós-pago (TELECO, 2010). A taxa de teledensidade móvel indicava em novembro de 2009 que havia 88,34 celulares por grupo de 100 habitantes no Brasil (TELECO, 2010), o que indica uma diferença bastante significativa em relação aos tempos da estatal Telebrás – somados os números da telefonia fixa e móvel, o Brasil era, no final de 1997, próximo do fim do monopólio estatal, um país em que apenas 13 pessoas (13,4 sendo o número exato) por grupo de 100 habitantes tinham acesso à telefonia; três anos depois, em 2000, a teledensidade subiu para 32,4; e em 2008 praticamente atingiu a totalidade da população brasileira, com 99 brasileiros (99,4) por grupo

de 100 habitantes com acesso à telefonia, fixa ou móvel. Vale lembrar que os dados sobre teledensidade da ANATEL dão conta do número de acessos habilitados sem considerar o número de pessoas que possuem mais de um acesso. Para avaliar as taxas de penetração do telefone celular na população em geral, é preciso recorrer aos dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), que no âmbito da PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – realizou pela segunda vez em 2008 (a primeira foi na PNAD de 2005) o levantamento intitulado “Acesso à Internet e Posse de Telefone Celular Móvel para Uso Pessoal”. A análise dos dados colhidos na PNAD 2008 revela que, na população brasileira com dez anos de idade ou mais, cerca de 86 milhões de pessoas, ou 53,8% da população, possuem celular.; em 2005, o percentual era de 36,6%, o que correspondia a 56 milhões de pessoas. Os dados também sublinham o crescimento acelerado do consumo de celulares no período: embora entre 2005 e 2008 a população acima de dez anos tenha crescido apenas 5,4%, o contingente daqueles que possuíam celular aumentou dez vezes, ficando em 54,9% (IBGE, 2009). Os dados sublinham a preferência de grande parte dos brasileiros pelo telefone celular em detrimento do fixo: 44,7% dos brasileiros que possuem celular não tem telefone fixo no domicílio em que residem (IBGE, 2009). Outro dado significativo diz respeito à posse de telefone celular segundo as classes de rendimento domiciliar *per capita*: entre as faixas mais altas de rendimento na PNAD (entre três e cinco salários mínimos⁷³ e acima) a taxa de penetração ultrapassa 80%. Entre os que ganham de 1 a 2 salários mínimos, 63,4% têm celular; e entre aqueles que recebem de 2 a 3 salários mínimos, o percentual é de 74,7%.

No âmbito brasileiro, Pellanda (2009) argumenta que foram os planos pré-pagos os principais responsáveis pela inclusão de uma grande parte dos brasileiros na telefonia móvel – como vimos, de 1998 até o final de 2009, o número de acessos à linhas de telefonia móvel no Brasil subiu de sete para quase 170 milhões – o que significa 163 milhões de acessos a mais ou um aumento extraordinário de 2.328% em onze anos. Em comparação, o número de acessos à telefonia fixa não sofreu grandes alterações após a privatização, encerrando 2008 com 41 milhões de acessos (ANATEL, 2008). Já em âmbito mundial, Castells et al (2007) igualmente sublinham o importante papel da privatização e da introdução dos sistemas pré-pagos em tornar a telefonia móvel acessível aos segmentos menos favorecidos economicamente da

⁷³ Em 2008 e 2009, o valor do salário mínimo vigente no Brasil era de R\$ 465,00; a partir janeiro de 2010, o valor subiu para R\$ 510,00 (CRUZ; RODRIGUES, 2009).

população. No sistema pré-pago, o usuário compra um cartão com um número pré-definido de créditos que tem uma validade determinada; além disso, os planos pré-pagos prescindem do pagamento mensal de faturas ou de taxas de assinatura mensais – caso dos telefones fixos. Mesmo que o usuário gaste todos os seus créditos, ainda assim pode receber ligações, o que o torna uma espécie – em termos - de telefone grátis, como foi observado por Souza e Silva (2008) em um bairro de camadas populares do Rio de Janeiro.

Assim, a posse de um telefone celular não significa que o usuário possa valer-se plenamente de seu potencial. Castells et al (2007) assinalam que, no Brasil, os usuários de celulares pré-pagos falam muito menos ao telefone do que a minoria que possui um contrato pós-pago: cinquenta minutos para os primeiros, contra uma média de 200 minutos no caso dos segundos. Isso se deve ao fato de que as tarifas de telefonia no Brasil estão entre as mais altas do mundo (HORST, 2009) – as operadoras cobram em média de 1,20 real a 1,40 real por minutos de ligação no sistema pré-pago. Por isso, o Brasil vive uma situação única em comparação com outros países – apesar da enorme disseminação de telefones celulares, a venda de cartões telefônicos continua a crescer (VEIGA, 2007); o que dá conta de que os brasileiros continuam utilizando intensamente a infra-estrutura já instalada de telefonia pública⁷⁴, já que a ligação torna-se muito mais barata no caso de ligações para telefones fixos. De fato, embora os altos preços dos serviços no Brasil também tenham em seu componente uma carga tributária elevada (TELECO, 2010) o Brasil está entre os quarenta países do mundo onde é mais caro usar a Internet e o celular, de acordo com uma pesquisa realizada pela União Internacional de Telecomunicações (NINIO, 2009). Um cidadão residente em Manaus, por exemplo, paga cerca de 1.600% a mais pelo uso da Internet do que um morador da Europa ou dos Estados Unidos (CARVALHO, 2007). Além de usar o orelhão para fazer ligações, Cruz (2009) indica que outra estratégia disseminada no Brasil é aproveitar as promoções das diferentes operadoras utilizando mais de um celular ou mais de um chip, de operadoras diferentes; nesse sentido, o Brasil segue uma tendência presente em outros países, como Argentina e Rússia, onde o número de acessos habilitados é maior do que o número de habitantes. Entretanto,

⁷⁴ O Brasil, que já teve mais de um milhão e trezentos mil telefones públicos (os populares “orelhões”) entre 2001 e 2004, experimentou um ligeiro declínio e ao final de 2008 contava com pouco mais de um milhão e cem mil terminais instalados (ANATEL, 2008).

como no Brasil os celulares comprados através das operadoras vem “bloqueados” – quer dizer, programados de forma a não aceitar chips de outras operadoras – é preciso que o usuário pague um profissional para “desbloquear” o aparelho. Em 2010, a Anatel pretende proibir em definitivo as operadoras de telefonia de fazerem o bloqueio, de forma a estimular a competição e garantir ao consumidor o direito de escolher entre diferentes operadoras a qualquer tempo (MARQUES, 2010).

A intensa concorrência entre as operadoras, além das promoções que oferecem bônus e minutos para falar de graça, gerou uma outra idéia para estimular os brasileiros que tem celular pré-pago a falarem mais: a ligação patrocinada. Trata-se de um projeto que, neste início de 2010, está em fase experimental na cidade de Londrina, no Paraná, através da operadora Sercomtel, e que até o final de 2010 pretende atingir todo o país; nessa modalidade, o usuário deve ouvir um anúncio publicitário de trinta segundos para poder falar um minuto grátis (ARAGÃO, 2009). A preocupação com as altas tarifas e o reconhecimento da importância dos celulares para as camadas populares aparentemente foi o que motivou o ministro das Telecomunicações, Hélio Costa, a propor em novembro de 2009 a criação de um auxílio financeiro nos moldes de outros programas de transferência de renda do governo, como o Bolsa-Família, o qual logo foi apelidado de “Bolsa-Celular⁷⁵”. Através dele, Hélio Costa pretendia beneficiar onze milhões de pessoas que participam do programa Bolsa-Família; os beneficiados receberiam um celular de graça e um bônus mensal de sete reais. O dinheiro viria da isenção de impostos para as operadoras; de qualquer modo, em véspera de ano eleitoral o “Bolsa-Celular” foi acusado de populista e o governo acabou por desistir da idéia (GOVERNO DESISTE..., 2009).

Assim, após a privatização de 1998, o mercado brasileiro assiste a uma disputa cada vez mais acirrada entre as operadoras de telefonia fixa e móvel, o que foi potencializado pela introdução da regulamentação relativa à portabilidade numérica (ANATEL, 2008). A partir de março de 2009, todos os brasileiros passaram a ser proprietários de seu número de telefone fixo e celular, podendo alterar a operadora sem mais ater-se às regras anteriores dos planos que previam cláusulas de fidelização pelo período de doze meses. No caso das

⁷⁵ Agradeço à Alessandra Torres Bittencourt, mestranda em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuituti do Paraná, a menção a esta notícia, a qual me foi repassada durante o III Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura, realizado em São Paulo em novembro de 2009 e onde ambas apresentamos trabalhos.

operadoras de telefonia móvel, o mercado atualmente está dividido entre oito operadoras, quatro das quais detêm a maior fatia do mercado no Brasil: dados da ANATEL do final de 2008 mostram que a Vivo detém 29,84% do mercado; a Claro, 25,71%; a TIM, 24,17% e a Oi, 16,19%. As outras quatro operadoras atuam regionalmente, ao contrário das acima citadas, e portanto detêm fatias bem menos expressivas do mercado: TMG/AM AZ (Amazônia Celular) e CTBC com 0,3% cada uma; Sercomtel com 0.06% e Brasil Telecom (quem em 2009 foi comprada pela Oi) com 3,72% (ANATEL, 2008).

Vale ressaltar que as relações entre governo (na forma de seu órgão fiscalizador, a ANATEL) e operadoras, e especialmente entre usuários e operadoras, é muitas vezes plena de conflitos de interesses. De acordo com Mendonça (2010) as operadoras de telefonia lideram o ranking de reclamações nos serviços de proteção ao consumidor (PROCON) municipais, tomando o lugar de antigas vilãs como as empresas de cartões de crédito. As principais reclamações dizem respeito à cobranças indevidas e também ao descumprimento da regulamentação vigente. Entre as novas normas da ANATEL que entraram em vigor em 2008 estão, além da já mencionada portabilidade numérica, a obrigatoriedade de as operadoras não cobrarem por ligações emitidas para números de emergência; a manutenção de ao menos uma loja de atendimento para cada microrregião com mais de cem mil habitantes; e, por fim, o oferecimento de créditos pré-pagos com validade de até 180 dias (ANATEL, 2008).

Por fim, os conflitos entre governo, operadoras e sociedade civil organizada também dizem respeito ao uso de celulares para a prática de crimes. Para coibir tais práticas, o governo brasileiro implementou, em 2003, a obrigatoriedade do cadastro para todas as linhas pré-pagas (CASTELLS ET AL, 2007). Ao longo de 2009, foram frequentes as críticas à Anatel por falhas na fiscalização do cadastro obrigatório dos celulares pré-pagos, o qual é de responsabilidade das operadoras. Em tese, para comprar e habilitar um chip de celular pré-pago as operadoras deveriam exigir do cliente uma série de dados – nome, endereço, documento de identidade e CPF;



Figura 5.1 Golpe pelo celular anuncia falso prêmio

o que se observa, porém, são habilitações efetuadas, por exemplo, com documentos roubados e que não são devidamente verificadas pelas operadoras na hora do

cadastro, o que possibilita que celulares sejam usados indiscriminadamente por criminosos para a prática de crimes (ANATEL VAI REFORÇAR FISCALIZAÇÃO..., 2009). É de ampla divulgação na mídia em geral que os celulares são usados por bandidos não apenas fora, mas também dentro de estabelecimentos prisionais – o que seria impensável em outros países – sendo contrabandeados para dentro das cadeias de diversas formas⁷⁶. Nas cadeias brasileiras, um dos golpes mais populares utilizados pelos bandidos para obter créditos para seus celulares ilegais é o chamado “falso seqüestro”: nele, os criminosos ligam para números aleatórios até serem atendidos; aterrorizam suas vítimas dizendo que estão de posse de algum parente (geralmente crianças e adolescentes – um comparsa finge choros e súplicas de socorro do outro lado da linha) e exigem resgate na forma de grande quantidade de cartões telefônicos, cujas senhas devem ser repassadas por telefone. As operadoras em geral sempre alegam que não podem controlar a forma como o celular é utilizado; mas no Rio de Janeiro, em 2009, após diversas ocorrências registradas nas delegacias de polícia da cidade, as quatro maiores operadoras brasileiras (Vivo, TIM, Oi e Claro) foram condenadas a cancelar os créditos para celular pré-pago obtidos mediante essa forma de extorsão telefônica, sob pena de multa de R\$ 50 mil por cancelamento recusado (SPIGLIATTI, 2009). Uma variante mais menos cruel, por assim dizer, consiste no envio por golpistas de mensagens de texto avisando que o proprietário do celular foi sorteado com um bem de valor (carro, casa) em programas conhecidos de televisão. A figura 5.1 mostra um desses torpedos, recebido por mim enquanto redigia o texto final desta tese. Para retirar o prêmio, o golpista solicita na mensagem (que geralmente contém erros de português) que seja feita uma ligação para o número que originou o texto e, ato contínuo, solicita um depósito em conta para que o suposto “premiado” possa finalmente entrar na posse do bem.

Uma análise do panorama histórico das telecomunicações no Brasil revela que passamos de um país de poucos telefones, nas décadas de setenta e oitenta, para um dos maiores mercados globais de telefonia no início do século XXI. Entretanto, o amplo acesso das camadas populares ao telefone celular, possibilitado pelo advento dos planos de

⁷⁶ Em 2009, houve três casos no interior do Estado de São Paulo – nas cidades de Hortolândia, Marília e Sorocaba - em que pombos-correio foram treinados para levar celulares para dentro de presídios. Nessas três ocasiões, as aves foram interceptadas por agentes prisionais. A estratégia consistia em amarrar pequenas sacolas de pano no dorso das aves, onde os aparelhos e chips para celular eram colocados (POMBO QUE LEVAVA CELULAR..., 2009).

tarifação pré-paga, não significou necessariamente uma redução de tarifas, as quais seguem figurando entre as mais altas do mundo. Nesse registro, convido o leitor a primeiro, pensar o conceito de apropriação a partir de um aporte teórico que enfatiza os contextos culturais latino-americanos; em seguida retornaremos ao Morro São Jorge. Nas seções que se seguem, analiso como o celular é apropriado por seus moradores a partir da ótica dos aspectos econômicos envolvidos em seu consumo.

5.2 Telefones celulares e apropriação tecnológica

As seções que seguem deste capítulo dedicam-se a investigar os impactos do alto custo da telefonia móvel no Brasil nas práticas cotidianas do uso dos celulares por parte dos moradores do Morro São Jorge. À luz do enquadre teórico proposto por Bar, Pisani e Weber (2007) sobre os modos de apropriação dos telefones celulares nos contextos culturais da América Latina, analiso as estratégias empregadas pelos moradores para exercerem seu direito à comunicação, ainda que, por vezes, de forma precária. Tais estratégias incluem a obtenção de aparelhos celulares através de circuitos de distribuição não institucionalizados; mas principalmente, envolvem práticas relacionadas ao ato de fazer e de receber chamadas. Exemplos são a prática de fazer ligações de menos de três segundos, ou seja, conversar “de toque” ou “dar toquinho” – porque não são tarifadas – ou de possuir o telefone celular mas deixá-lo por longos períodos sem créditos, apenas recebendo ligações. Ainda no argumento econômico, são muitos os que optaram por cancelar a assinatura de telefone fixo e manter apenas o celular pré-pago. Argumento que os constrangimentos econômicos provocados pelo alto custo das ligações de telefonia no Brasil engendram novas práticas socioculturais que terminam por reatualizar práticas anteriores, especialmente em relação ao uso de telefones públicos e na prática de fazer ligações a cobrar.

Em um país onde as tarifas de telefonia móvel estão entre as mais altas do mundo, e no qual mais de oitenta por cento dos 170 milhões de assinantes utilizam, como vimos, o sistema pré-pago (TELECO, 2010), penso que a reflexão sobre os modos pelos quais os grupos populares apropriam-se das tecnologias móveis pode suscitar debates sobre as relações assimétricas de poder que regem as relações entre usuários e operadoras de telefonia no Brasil. Entretanto, para além de discussões polarizadas em torno do poder, acredito que a análise das estratégias de apropriação dos celulares entre os habitantes do Morro São Jorge, que apresentarei a seguir, guarda grande interesse para a

compreensão das maneiras pelas quais os telefones celulares se tornaram parte integrante de nossas vidas, influenciando de forma significativa nossas práticas socioculturais.

Nesse ponto, torna-se importante pensar em maior profundidade um conceito que busca refletir sobre os modos através dos quais a tecnologia passa a fazer parte de nossas vidas, assim como o papel da cultura nesse processo: o conceito de apropriação. Nesse sentido, penso que o enquadre teórico proposto por Bar, Pisani e Weber (2007) para pensar as tecnologias móveis seus modos de apropriação revela-se bastante fecundo. Em primeiro lugar, é preciso diferenciar os conceitos de adoção e apropriação considerando-os diferentes etapas do ciclo de evolução tecnológica: para os autores, a adoção refere-se principalmente ao uso das tecnologias móveis tal como previsto pelos criadores da tecnologia, ao passo que a apropriação é um processo criativo no qual os usuários dos telefones celulares, para além da mera adoção, tornam a tecnologia parte significativa de suas vidas permeando-a com seus padrões e práticas culturais, políticas e econômicas. Na fase de apropriação, os usuários experimentam os celulares testando seus limites e possibilidades, modificando suas características de forma a melhor atender suas necessidades. Tais modificações, entretanto, são limitadas pelo desenho do aparelho ou pela forma como o serviço é oferecido pelas operadoras. Por isso, às duas primeiras fases pode seguir-se uma terceira, a da *re-configuração*, na qual a tecnologia é redesenhada – neste estágio, ocorrem mudanças profundas que necessariamente precisam do envolvimento da indústria ou dos provedores de serviços.

Bar, Pisani e Weber (2007) afirmam que é no segundo estágio de evolução tecnológica, a apropriação, que ocorre a inovação a longo prazo. Especialmente importante, para os autores, é ressaltar que essa inovação decorre de processos que envolvem a criatividade, a negociação e a experimentação por parte dos usuários, mas também o conflito com relações de poder estabelecidas. Assim, a apropriação é um processo, fundamentalmente, político, constituindo “uma batalha pelo poder em torno da configuração de um sistema tecnológico e portanto da definição sobre quem o usa, a quais custos, sob quais condições, para qual propósito, e com quais consequências” (BAR, PISANI E WEBER, 2007, p. 2). Levando em conta tais relações assimétricas de poder, os autores propõem pensar universalmente o conceito de apropriação tecnológica a partir dos processos históricos de apropriação cultural na América Latina pois “ao longo de sua história, a América Latina tem tido ampla experiência e prática com a apropriação de objetos, pessoas,

e idéias vindas do estrangeiro” (BAR, PISANI E WEBER, p. 15). É a partir dos processos de mestiçagem cultural latinoamericanos que propõem três modos de apropriação tecnológica dos telefones celulares, que tanto podem ocorrer na América Latina quanto em outros contextos culturais: a infiltração barroca, a creolização e o canibalismo.

Estes três modos de apropriação representam níveis crescentes de conflito com os provedores da tecnologia e representam, obviamente, tipos ideais que podem ser combinados. O primeiro, infiltração barroca, consiste basicamente na personalização dos aparelhos celulares e de seus aplicativos, porém sempre limitados ao que é previsto pelos criadores da tecnologia (por exemplo, poder modificar o toque do celular). O segundo modo de apropriação tecnológica, a creolização, consiste na *bricolagem*, uma transformação mais profunda - a recombinação dos elementos da tecnologia a fim de criar algo novo que melhor supra as necessidades e desejos do usuário. Um exemplo é a prática de “dar um toquinho”⁷⁷, para evitar fazer uma chamada de voz e gastar créditos). Outro exemplo possível é a obtenção, compra ou troca de aparelhos celulares por meio de circuitos não institucionalizados de distribuição. É o que ocorre quando os telefones celulares se transformam em uma espécie de moeda. Eventualmente, são celulares que são encontrados e não devolvidos para os donos; em seguida, são vendidos para amigos ou parentes dentro da comunidade. Assim, tais circuitos podem ou não estar associados à prática de atividades não-normativas ou ilícitas, como o furto de celulares, ou o consumo e venda de drogas. Souza e Silva (2008) lembra que os telefones celulares estão entre os itens que mais constantemente são alvo de ladrões no Brasil: de fato, os telefones celulares foram os objetos mais roubados ou furtados em São Paulo em 2007 (SOUZA E SILVA, 2008). Em sua análise a respeito da apropriação de celulares em duas favelas do Rio de Janeiro, a autora afirma que em uma das comunidades todos os seus entrevistados haviam comprado seus celulares através dessa forma de mercado paralelo; igualmente, lembra que é comum no Rio de Janeiro a prática que indivíduos de camadas médias e altas visitem as favelas para comprar drogas, freqüentemente dando objetos em troca como forma de pagamento, dos quais os celulares estão entre os mais populares

⁷⁷ Sobre essas práticas existem no Orkut as comunidades “Eu converso três segundos no celular” e “Movimento dos Sem Créditos (MSC)”. Miller e Horst (2006) relatam a existência da prática de conversar por três segundos ou menos também na Jamaica, onde ela é conhecida por *flashing*.

(SOUZA E SILVA, 2008).

Na terceira modalidade de apropriação tecnológica, o canibalismo, Bar, Pisani e Weber estabelecem analogias com o *Manifesto Antropófago* de Oswald de Andrade. Ocorre uma *destruição criativa*, uma confrontação direta e explícita com os provedores da tecnologia e seus modelos de negócio ou “pelo menos com a relação de poder corporificada na tecnologia [...] Seu objetivo é destruir, subverter, derrotar o aparelho ou serviço tal como é oferecido” (Bar, Pisani e Weber, 2007, p. 34). Segundo os autores, a própria arquitetura dos telefones celulares ainda restringe bastante a experimentação, e por isso há mais possibilidades para os dois primeiros modos de apropriação do que para o terceiro, o canibalismo. Entretanto, exemplos possíveis incluem o uso dos celulares associado à prática de crimes e ao terrorismo, como no caso dos aparelhos utilizados como detonadores de explosivos nos atentados terroristas no metrô de Madrid em 2004, ou o uso de celulares por presidiários brasileiros para aplicar golpes e comandar rebeliões (BAR, PISANI E WEBER, 2007). Em seu estudo sobre apropriação de tecnologias móveis nas favelas do Rio de Janeiro, Souza e Silva (2008) observou práticas que podem ser compreendidas pela ótica do conceito de *canibalização*, tais como a clonagem de celulares, o chamado *diretão*. No Morro São Jorge, também observei práticas de apropriação que subvertem as relações de poder entre usuários e operadoras, tais como o compartilhamento pela Internet de tutoriais para desbloqueio de celulares e a obtenção de créditos por meios ilícitos, as quais analiso no capítulo sete desta tese.

Dentre as várias possibilidades de apropriação dos telefones celulares, desejamos neste capítulo nos concentrar naquelas relacionadas ao custo de usá-los, e em especial na *creolização*. No Brasil, como vimos, as tarifas dos serviços de telefonia móvel estão entre as mais caras do mundo, e o país aparece entre os quarenta últimos (mais exatamente, em centésimo décimo-quarto lugar) em um ranking de comprometimento da renda com serviços de telefonia móvel, feito em 150 países pela UIT (União Internacional de Telecomunicações), um órgão da ONU: os brasileiros comprometem em média 7,5% de sua renda per capita somente com os serviços de telefonia móvel, ao passo que para indianos, mexicanos e argentinos essa taxa fica em torno de 2% e para suecos e noruegueses, 0,2% (NINIO, 2009). Nesse registro, Castells chama a atenção para as relações desiguais de poder entre usuários e operadoras ao afirmar que a difusão dos telefones celulares nos países em desenvolvimento somente não é mais veloz devido “às tarifas abusivas [*cobradas pelas operadoras de telefonia*] que não

possuem uma justificativa tecnológica” (CASTELLS, 2008, p. 448). Passando do registro dos serviços para o dos aparelhos, Souza e Silva (2008) argumenta que, embora a simples posse de um celular, meramente qualquer celular, não seja mais vista como símbolo de status e sim como um eletrodoméstico tão necessário quanto uma televisão ou uma geladeira, a posse de um celular mais avançado, e especialmente os que ainda estão em fase de lançamento, o é, já que seus preços – acima de mil reais, chegando em alguns casos bem acima de dois mil reais – os tornam de difícil acesso a uma população que sobrevive com algo entre um e dois salários mínimos. Para a autora, “a imagem do celular caro como um símbolo de status é uma das razões da criação de um mercado paralelo de telefones celulares. É nessa tendência que os mundos das camadas médias e altas fundem-se com o das camadas populares” (SOUZA E SILVA, 2008, p. 5). São justamente as tensões e os conflitos, mas também o humor e os imaginários presentes nas estratégias de apropriação que buscam conciliar a necessidade de comunicação por telefone celular com a experiência cotidiana da pobreza, que iremos examinar a seguir.

5.3 “O celular é a melhor invenção, pena que é caro”

No capítulo quatro, vimos que vários moradores do São Jorge, em seus depoimentos, afirmaram que meramente ter um celular não é considerado um luxo, mas sim uma necessidade. “Qualquer um pode ter”, ou “celular só não tem quem não quer” foram frases muito ouvidas. Entretanto, há que se considerar que, se é possível encontrar celulares com funções básicas (fazer e receber ligações, agenda, relógio, despertador, ou rádio, em algum modelos) por até cinquenta reais, os celulares multimídia mais simples, com tocador de MP3, câmera digital e filmadora, custam em torno de um salário mínimo, e acima, sendo que no São Jorge a maior parte dos trabalhadores ganha entre trezentos e oitocentos reais. Ganhar mil reais por mês é considerado “ganhar bem”. Se os preços dos celulares são altos e os salários são baixos, é o sistema de crédito oferecido pelas lojas que torna a compra de celulares, de alguma forma, mais acessível: entre meus interlocutores, comprar um celular em seis, oito ou até dez prestações é prática comum. “A gente raciocina em prestações” sorri Ana Beatriz. “É lindo aquele Sony Ericsson...Acho que é doze vezes de cinquenta reais... Dez ou doze vezes de cinquenta reais. Pra mim é caro”.

A compra de um celular novo pode ser motivada por um desejo de troca por um celular mais “moderno”, mais “bonito”, ou mais

“tecnológico” – analisaremos essas implicações em mais detalhe no próximo capítulo – ou por motivos mais prosaicos e pragmáticos: perda, roubo ou acidente com o celular. Neste último caso, foram vários os relatos de interlocutoras que faziam o serviços doméstico e acabaram deixando o celular cair em um balde ou no tanque de lavar roupa. Outros vários relatos deram conta de celulares que caíram no vaso sanitário. Tive vários relatos de interlocutoras que usaram secadores para fazer um reparo caseiro desses celulares. Outra alternativa é deixá-los secando ao sol, a grande dica, segundo Nique, é “nunca tentar ligar o celular molhado, porque aí é que ele queima de vez”.

Esses relatos podem ter uma característica anedótica, mas por outro lado são testemunho da proximidade que o celular guarda dos corpos. Acidentes em que crianças danificam celulares também são comuns, já que por elas o celular é percebido como um brinquedo atraente. Algumas interlocutoras, como Ana Beatriz, notaram que os filhos pequenos, mesmo crianças de colo, se acalmavam e ficavam entretidos ao manipular celulares; e de fato várias mães os usavam com essa finalidade. Por causa desse hábito, Ana Beatriz perdeu um celular. Seu bebê de um ano e meio adorava ficar com o aparelho na boca, como se fosse uma chupeta. “Ele babou tanto nele que o celular acabou oxidando”. A saliva do bebê danificou o microfone do celular; como resultado, ao receber chamadas Ana Beatriz podia ouvir a pessoa do outro lado da linha, mas falava e não era ouvida. Enquanto não pode comprar outro celular, combinou com o marido, a mãe e a amiga Fernanda (chamada por todos de Neca) – as pessoas de quem mais recebia chamadas – um código para que pudessem se comunicar, ao menos a respeito dos assuntos mais urgentes do dia-a-dia. Para isso, o marido, Neca e a mãe deveriam fazer perguntas cuja resposta pudesse ser simplesmente “sim” ou “não”. Ao ouvi-las, para responder Ana Beatriz apertava uma tecla do celular uma vez para dizer “sim” e duas vezes para dizer “não”. Dois meses se passaram assim, e no Natal Ana Beatriz ganhou um celular novo de seu esposo – com câmera e bluetooth, como queria - comprado em seis vezes.

Comprar o celular a prestação em lojas é uma prática freqüente, mas não é a única opção de acesso aos aparelhos no Morro São Jorge. Índícios de um circuito alternativo de circulação de celulares começaram a surgir nas falas dos informantes, que o percebem como uma alternativa que pode ou não ser utilizada. Ana Beatriz diz que “hoje em dia não se depende muito de loja pra comprar celular. Tem o mercado interno”. De Celinho, um jovem de catorze anos, escuto que celular dá para “comprar na boiada”. Tal “mercado interno” pode ser

alimentado, por exemplo, por celulares que são achados e revendidos para parentes ou amigos na comunidade. Nena diz que já teve “um bocado de celulares” e, quando precisa de dinheiro para dentro de casa, costuma revendê-los ou, em suas palavras, “passar nos trocos”:

Eu ganho, eu acho [ri gostosamente] [como é que acha?] Ah, tu acha! Às vezes tu tá andando, tá lá o celular. E só esse meu namorado agora, só da mão dele, eu ganhei três. Se eu achar um celular eu vou passar nos trocos. Transforma tudo em comida pra dentro de casa. Eu vou fazer o que com ele? Como é que eu vou achar o dono? Às vezes não tem telefone nem nada. Muita gente perde. Quem perdeu é relaxado, achado não é roubado. Se eu perder um celular também não vão me devolver. Me devolveram um porque não puderam usar, porque senão... Que devolve que nada!

Outras vezes, os celulares são trocados em uma modalidade que envolve o escambo. Essa prática é conhecida no São Jorge por “fazer rolo”. Geralmente são trocados por outros eletrônicos, podendo ou não haver pagamento complementar em dinheiro. James, um jovem evangélico, considera-se fã de celulares e na época de nosso primeiro contato (setembro de 2008) estava considerando “entrar numa prestação” para adquirir um celular multimídia da Nokia, o N95. Na época, o aparelho estava em fase de lançamento no Brasil e custava em torno de dois mil reais; mas James tinha um estágio na Assembléia Legislativa que lhe possibilitava uma renda fixa, estágio esse que ele esperava efetivar. Tempos depois, encontro James novamente com um celular bem mais simples. Não havia conseguido a colocação esperada. Lembro-me de ele tinha um Sony Ericsson K790i com câmera de 3.2 megapixels, um celular muito bom. Ele me explica, como que num pedido de desculpas: “O meu [celular] agora não tem blutufe, nem câmera. Eu queria muito um computador, aí troquei meu Sony Ericsson no computador”. Magda, uma senhora evangélica, esposa de Josevaldo, explica que no São Jorge “muita gente tem essa mania de comprar e não ficar com o celular na mão. Logo passa pra frente”. Esse “passar para a frente” pode envolver o surgimento de dificuldades financeiras. Foi o caso da própria Magda: “Eu entrei numa conta de um celular caríssimo, na época tava 800 reais. Mas eu me ‘apertei’ com outras contas que eu tinha e passei o celular para a minha sobrinha”. Nessa prática, a pessoa que recebeu o celular passa a pagar as prestações no lugar daquela em

cujo nome está o carnê.

O “fazer rolo”, entretanto, pode envolver celulares que tenham uma origem, por assim dizer, suspeita. “Por aqui sempre se arruma um bom”, diz Carlos Alberto. Por celular “bom” entenda-se os celulares multimídia com as funções mais desejadas: câmera digital, filmadora, bluetooth, MP3. A circulação desses celulares, embora conhecida e tolerada pela maioria, não ganha a aprovação nem a adesão de todos. Ricardo, por exemplo, comenta que “sempre compro na loja. De rolo, nunca comprei”. Os celulares que circulam não são somente os “tecnológicos”. Paulina, por exemplo, ganhou do marido um celular simples que ele havia encontrado com um *casqueiro* (como os usuários de drogas são chamados na comunidade). “Comprou o celular por três *pilas*, comprou o chip por 15 *pilas*, e o carregador por 10 *pilas*. O total foi 28 *pilas*”. Para muitos, às vezes é uma tentação resistir aos celulares oferecidos pelos “ligeirinhos” como explica Nena:

Ontem um me ofereceu celular pra comprar. Eu falei: O teu é melhor do que o meu, tem blutufe, tem rádio? Ele “ah, não”. Então não quero. Tem uns ligeirinhos. Quando é bom a gente fica assim né, a gente olha. Se eu não comprar outro compra... A troco de banana.

Os celulares dos moradores são às vezes furtados dentro do próprio Morro São Jorge. Com o primeiro “tijolão” de seu Roberto Carlos, foi assim:

Eu tava atendendo um dia no conselho comunitário, e me levaram [roubaram] esse celular. Aí eu liguei e tal, e a pessoa não me devolveu o celular, tive de comprar outro. Aí eu comprei um da Vivo e com eles tou até hoje.

Para alguns, como o jovem Celinho, de 14 anos, a compra e venda desses celulares usados pode trazer algum tipo de renda, mas significa também uma aproximação com aqueles envolvidos com o tráfico de drogas. Celinho conta que vendeu um celular “lá embaixo uma vez, um da TIM, aquele de lanterninha, vendi por 25 reais. ‘Eles’ aqui compram, vendem, fazem de tudo”. No São Jorge, como em tantas outras comunidades do Brasil, celulares são dados pelos “clientes” em pagamento na compra de drogas, e passam a circular na comunidade. No relato de Celinho, tudo aparece de uma forma um tanto obscura. Conta-

me que começou a usar celulares com sete anos de idade, e com doze “começou a pegar celulares melhores com câmera, o Chocolight... Celular tecnológico assim com câmera, com música, vídeo, fone de ouvido, infravermelho, bluetooth. Aí eu ficava uma semana e vendia, trocava por outro, por dinheiro... Eu troco com ‘os guris’. E depois aí não sei, vai para a frente”. Por diz, termina dizendo que “Celular vai e volta na vida, pra mim vem fácil” e que tem “uns oito celulares enterrados em algum lugar”.

Outros relatos, como o do casal Dênia e Cilmar, adicionam um pouco mais detalhes. Cilmar conta que acha celulares com frequência. Quando os donos dos aparelhos ligam, geralmente Cilmar parece esperar por uma recompensa, como eu deduzo de suas palavras: “O que acontece é que eles são pão-duros, não querem dar nem um dinheirinho prá quem achou o celular deles. Aí eu não quero nem saber – quebro o chip e fico com o celular pra mim”. Dênia, sua esposa, comenta que a polícia pode rastrear os celulares perdidos através dos chips, mas que “o pessoal não tá nem aí, tão sempre trocando de número”.

De qualquer maneira, se os celulares são comprados a prestação nas lojas, ou “fazendo rolo” de forma mais ou menos lícita, o fato é que para usá-los é preciso pagar pelas ligações, e estas são percebidas como sendo caras. Edinéia, uma mãe de família evangélica, consegue colocar em uma mesma frase os pólos positivo e negativo da mediação do celular com a vida cotidiana: . “O celular é a melhor invenção, pena que é caro!” Porém, como já vimos, usar o celular é percebido como uma necessidade, uma serventia. Como então combinar esses dois fatores aparentemente tão díspares – o alto custo da telefonia no Brasil, e a baixa renda auferida pelos moradores do Morro São Jorge em geral?

Seu Jurandir, que concilia o emprego de faxineiro com a atuação como líder comunitário, acredita no uso do telefone celular para a solução dos problemas comunitários. Morador do São Jorge há onze anos, conseguiu aposentar-se antes dos cinquenta com um salário mínimo. Devido ao seu trabalho como líder comunitário, optou por ter um celular pós-pago, uma exceção no universo de meus interlocutores que gastam em média entre dez e vinte reais de créditos pré-pagos por mês: “Porque a gente liga pra todo mundo aí... Assim eu pago 88 centavos por minuto, fosse pré-pago eu iria pagar 1,20, 1,30”. Sua surpresa é grande quando lhe conto que na Inglaterra (onde fiz o estágio de doutorado-sanduíche), por exemplo, pode-se ligar por 15 centavos na moeda local para qualquer operadora: “E olha o salário deles e olha o nosso... No Brasil é caro mesmo”. Quando comento com Carlos Alberto que percebo que há um grande interesse pela Internet na comunidade,

mas que o custo dos provedores de acesso é alto em relação à outros países, ele comenta de bate-pronto: “E também o telefone celular é um dos mais caros do mundo”. Caio e James, meus dois interlocutores evangélicos, acreditam que dez centavos seria o preço “justo” a se pagar pelo minuto de ligação no celular. “Tem uma época que a gente pegou a cinco centavos, era uma promoção”. Mas preço assim, no Brasil, só mesmo em certas promoções de Natal das operadoras, as quais têm uma série de restrições – a principal delas, que a ligação deve ser para celular da mesma operadora.

Como a maior parte dos moradores do Morro São Jorge, Nena só tem o celular. Até considerou ter uma linha fixa, mas a demora na instalação a fez desistir: “quando eles chegaram para instalar eu disse que já tinha comprado o celular”. Vários interlocutores argumentaram que é melhor ter celular do que fixo pois “a assinatura é muito cara e com o celular fica mais fácil de controlar”. Esse controle refere-se não somente ao fato de que, com um celular pré-pago, é possível pedir constantemente o saldo remanescente via mensagens de texto. No caso de grupos populares, refere-se também aos parentes e vizinhos que constantemente batem na porta dos que têm telefone fixo pedindo para fazer ligações. Essa queixa foi comum nos relatos de meus interlocutores que decidiram trocar o fixo pelo celular e apontada por eles como grande vantagem. D. Íris, por exemplo, ainda manteve por um tempo o fixo depois que comprou seu primeiro celular, mas acabou desistindo do primeiro em favor do segundo:

[O celular é melhor] Porque é o meio de a gente se comunicar. E o convencional já não dá para ter, porque todo mundo pede. Aí no final do mês tu tem ‘aquela’ conta para pagar. Aí eu tenho o meu celular, minha neta tem o dela, e já fica tudo resolvido. Porque ninguém pára em casa, dificilmente. À tarde, mesmo, pegar alguém em casa é como acertar na loteria.

Seu Roberto Carlos mantém o telefone fixo, mas ao contrário de seu Jurandir desistiu dos celulares pós-pagos. Há dois meses, mandou cancelar o “de linha” e passou para o celular “de cartão”⁷⁸:

⁷⁸ Os celulares pós-pagos são conhecidos no São Jorge como celulares “de linha” ou “de conta”, ao passo que os pré-pagos são chamados de celulares “de chip” ou “de cartão”.

Quando eu tinha o celular de linha, da TIM, eu pagava 200 reais por mês. Ainda pagava outro de linha para a minha esposa, mais 100 reais. Me matava, não tava agüentando. [Sua filha Lila intervém]: Como o pessoal sabia que o celular dele era de linha, ligavam até a cobrar pro pai. E ele sempre atendia por causa dos problemas na comunidade, né.

As ligações a cobrar, porém, continuam acontecendo, mas agora somente no telefone fixo que seu Roberto mantém em casa: “Eu paguei agora dois meses a fio, do meu fixo, 242 reais por mês. É muita ligação a cobrar pra mim”. Seu Roberto Carlos também andou se incomodando com o filho, que ligava muito para o celular da namorada. Sua providência foi bloquear ligações para celular a partir do fixo –mas continua aceitando as chamadas a cobrar, já que sua atuação como líder comunitário também lhe garante capital político no São Jorge. D. Cema e seu Joaquim também recebiam muitas ligações a cobrar no telefone fixo, mas de familiares. – “qualquer coisinha eles tavam ligando a cobrar”. Seu Joaquim insistiu e D. Cema acabou concordando em pagar três reais mensais para a operadora bloquear ligações para celulares e ligações a cobrar, mas se preocupa: “Não é pelo meu gosto, é pelo gosto do meu marido. Porque por mim eu deixava. Sei lá, eu fico assim, por causa de doença... Às vezes tu quer dar uma notícia rápida...” D. Cema considera o telefone um serviço “caro”, mas explica: “Se a gente vê que subiu um pouquinho no mês seguinte a gente manera. Mês passado a conta do telefone fixo deu 101 reais. E eu quase não uso. Agora já esse mês, diminui. Veio 61,00”.

Entretanto, no caso de seu Jurandir, o problema aconteceu dentro de casa e não por estranhos que vinham pedir o telefone emprestado, ou ligavam a cobrar: seu nome foi parar no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) depois que seu filho passou a morar com ele e fazia ligações escondido para a namorada, que tinha permanecido em São Paulo: “a conta foi tão astronômica que a gente está atolado até hoje... Ele ajudou a pagar um pouco, mas depois se mudou e ficou pra gente aqui”. O caso de seu Jurandir foi exceção entre meus interlocutores. Usar o telefone fixo como um telefone coletivo dentro das redes familiares é uma das estratégias adotadas para fazer frente ao alto custo das tarifas nas chamadas originadas do telefone celular. Afinal, o alto custo não inibe a vontade de fazer ligações, como veremos em maior detalhe mais adiante. Nesse registro, D. Luzia, mãe de Marisa,

diz a respeito da filha: “Essa aqui todo dia ela telefona... Só que ela vai lá em casa”. Marisa explica que usa o telefone fixo dos pais: “Eu não ligo do meu celular porque não tem crédito”.

Depois dos problemas com a conta do telefone fixo, seu Jurandir optou definitivamente pelo celular. Atualmente paga uma fatura - - que está no nome da esposa - de R\$ 58,90 com uma franquia de 180 minutos mensais. A maior parte dele, em torno de 120 minutos, investe no trabalho comunitário, e o restante gasta com a família. O fato de seu Jurandir ser aposentado lhe confere uma renda que, embora reduzida, é estável, o que lhe permite planejar melhor seus gastos. Entretanto, ele ressalta os esforços que faz para pagar a fatura usando, primeiro, a palavra “sacrifício” (“Só Deus sabe o sacrifício para eu pagar essa mensalidade”); depois, refere-se ao celular como algo que é preciso “sustentar”, como se sustenta uma esposa ou um filho:

E eu venho sustentando esse telefone assim. Eu consegui um cartão do IBI, eu consegui porque sou aposentado desde 95. Então essa fatura eu pago em três vezes sem juros. Senão já teria desistido dele também, já teria entrado na estória do pré-pago.

Como seu Jurandir, Afonso também utilizou uma metáfora relacionada com ao seu papel como provedor de família para comentar sua relação financeira com o celular. Como vimos, é a disparidade entre os salários, que são baixos, e as tarifas, que são altas, que engendra as dinâmicas de tensão e de fascínio em relação ao celular. Assim, como sinônimo de “sustentar”, Afonso fala em “manter”: “Eu tenho filho e não é fácil manter filho, casa e celular.”.

Justamente para conseguir “sustentar” seu telefone celular, e manter limpo o nome da esposa, Seu Jurandir procura exercer um controle rígido sobre os gastos: “Eu me cuido com as contas, eu tenho muito medo”. Entre meus interlocutores no São Jorge, é prática comum pedir o nome emprestado a um parente que não tenha problemas com os órgãos de crédito. Conseguir comprar a crédito é uma operação denominada pela expressão “tirar na loja”. Vânia, por exemplo, me diz que atualmente não pode “tirar nada nas lojas” depois que teve problemas de saúde e precisou atrasar várias contas. Lila, que queria um celular novo, pediu a ajuda da prima: “ela foi lá e tirou o celular para mim na loja. Podia fazer em até sete vezes, eu fiz em cinco vezes de R\$ 78,00”.

Perder o controle sobre os gastos pode ser difícil não apenas no pagamento das prestações do aparelho, mas também se o usuário ceder aos apelos das operadoras ou de seus parceiros para que se usem as funções pagas dos celulares. Seu Jurandir comenta a respeito: “Esse aparelho seguido eles estão mandando mensagem. Para acessar a Internet, mas eu não uso, acho muito caro. Às vezes eu me descuido, vou direto, mas logo já desligo”. Se, como bem sugere André Lemos (2007), a convergência tecnológica torna o termo “telefone celular” simplório, sendo mais preciso defini-los como “dispositivos híbridos” ou DHMCM (dispositivos híbridos móveis de conexão multirredes) o que observei no Morro São Jorge foi uma declarada preferência pelas modalidades de conexão grátis, como o Bluetooth⁷⁹ e o infravermelho. Nunca encontrei ninguém no São Jorge que usasse a Internet regularmente⁸⁰ no telefone celular. Isso não significa, entretanto, que muitos não conheçam suas possibilidades, embora não as utilizem. Vimos no capítulo quatro que Marisa sabe que é possível acessar o banco online pelo celular, embora nunca tenha feito isso. James sabe que “dá para ver Orkut, MSN no celular” e até me explica as tarifas de planos de acesso à Internet móvel no celular. Mas o fez apenas uma vez, do celular de outro amigo que também queria ter essa experiência: “dá para fazer, mas o crédito da pessoa vai rápido”. Para a maioria a reação era a mesma de Seu Jurandir: um susto ao acessar a função Internet por engano. Foi o caso de Ana Beatriz:

Eu não uso [*a Internet no celular*]... Não, uma vez eu fui de burra, entrei ali no celular, não sabia, tinha vinte reais de crédito, deu cinco minutos eu tinha perdido o meu crédito. Depois eu não sabia, eu disse aí não acredito, como perdi o dinheiro assim. Era crédito para um mês. Sou a última a saber. Nunca mais eu entrei naquela setinha ali.

Para os que tentaram, como a jovem Clara, de dezesseis anos, a reação foi de frustração: “Eu entrei na sala de bate-papo, mas acho que

⁷⁹ No último capítulo desta tese, analiso a apropriação dos telefones celulares na vivência da religiosidade entre evangélicos e umbandistas no Morro São Jorge. Em especial, descrevo a importância do Bluetooth no aumento do capital cultural dos jovens *ogãs*, que usam essa função de conexão dos celulares para compartilharem entre si novos *pontos* de umbanda (música ritual nos cultos afro-brasileiros).

⁸⁰ Nesse sentido, meus dados de campo corroboram o baixo uso da internet no celular no Brasil: apenas 2,6% da população, o que corresponde em média a um quarto da intensidade do uso da Internet móvel em países desenvolvidos (Schwartz, 2009).

não deu nem meia hora já comeu meus créditos tudo”. Clara usa a Internet em lan-houses, pagando R\$ 2,50 a hora, mas desistiu da Internet no celular após o episódio da sala de bate-papo, quando perdeu em vinte minutos os quinze reais de crédito que costuma colocar por mês. Nena, que se considera “metida” para aprender, queria colocar joguinhos novos no celular:

Ele tem Internet. Só que pra botar o jogo tem que comprar pela Internet. E eu pra mexer no computador sou uma tristeza. Aí até eu chegar no jogo, já foi os créditos tudo. Demora até entrar, e é caro né! Quinze reais de crédito que eu tinha, “comeu” num instantinho. Só pra eu navegar até chegar no jogo, comeu oito reais. E o jogo era dez reais. E não deu certo. Quando eu consegui achar o que eu queria, não tinha mais crédito. Eu tentei outras vezes a Internet, mas desisti.

Para quem tem condições financeiras de pagar regularmente um provedor de Internet, como Cássia, a Internet se torna uma aliada no uso do celular. Cássia manda torpedos sem custo para o celular do marido através do website de sua operadora de telefonia, já que nesse caso o serviço é grátis. Cássia e o marido, entretanto, fazem parte da minoria que tem maior nível de escolaridade – Ensino Médio completo – e portanto conseguem empregos melhor remunerados. Também trabalham em empresas onde não há tanta rotatividade de funcionários, caso das empresas de limpeza e vigilância patrimonial nas quais trabalham muitos dos moradores do São Jorge. Assim, embora tenha encontrado entre meus interlocutores uma parcela que tinha computadores – geralmente bastante usados – em casa, apenas uma minoria tinha condições de pagar regularmente o acesso à Internet. Magda, esposa de seu Josevaldo, está feliz: conseguiu uma promoção de Natal e agora acessa a Internet através de um model wireless de sua operadora. “Esse eu pago só trinta reais por mês, promoção de Natal, vai ser esse preço o ano todo”. Mas o custo regular de um pacote de acesso, incluindo a conta telefônica do aparelho fixo, gira em torno de cem reais, como me revela Carlos Alberto. Seu Jurandir, por exemplo, diz a respeito do amigo Jacinto: “Ele tem Internet, mas também se vira em dez para pagar, e as vezes até atrasa”.

Há um grande interesse pela Internet na comunidade, como vimos no capítulo quatro, e especialmente por sites de redes sociais. Ellen, irmã de Larissa, usou parte de sua indenização trabalhista quando

foi demitida para comprar um computador, “tirei novinho na loja”, e o usa para armazenar arquivos de música. Não fez curso de informática, “mas vou aprendendo do meu jeito”. Vários de meus interlocutores declararam ter páginas no Orkut – alguns com computador em casa mas sem Internet como Ellen, e outros mesmo que apenas podiam acessar a Internet através de lan-houses ou na casa de parentes. Tais páginas no Orkut, no entanto, não são atualizadas nem por Larissa, Paulina ou Carina, algumas de minhas interlocutoras que tem perfil no Orkut. Aliás, sem computador com Internet em casa torna-se difícil atualizar as páginas com frequência. Larissa tem a ajuda do filho de doze anos, e Paulina diz que não visita sua página no Orkut há mais de ano. Carina costumava usar o computador na casa de seu pai, mas atualmente, revela “estão com problemas na Internet”. Mais tarde, soube que a família estava com problemas financeiros e o telefone havia sido cortado. Muitos, como seu Ítalo, dividem a Internet banda larga com os vizinhos. Puxa-se um cabo de rede para as casas e o dono do modem deve lembrar que não deve desligá-lo sempre que quiser; dessa forma, o custo, que individualmente “ficaria em mais de cem reais” como me lembra Carlos Alberto, pode baixar para vinte ou quinze reais.

Nos parágrafos acima, espero ter dado uma idéia panorâmica dos padrões de entrada de celulares no Morro São Jorge, assim como da sua percepção do custo dos serviços de telefonia. Penso que os moradores do Morro São Jorge exemplificam bem o paradoxo brasileiro na apropriação de tecnologias móveis de que fala Pellanda (2009): são uma população urbana que vive em condições marginalizadas, em um país que possui um dos maiores mercados globais de tecnologia. São marginalizados em suas condições de vida e, devido ao alto custo das tarifas, nas próprias práticas de seu uso das tecnologias móveis. Na próxima seção, iremos analisar uma relação que, a partir de suas prerrogativas econômicas, é predominante na relação dos usuários com seus celulares: a relação com as operadoras.

5.4 A relação com as operadoras: entre a agência e a impotência

No registro do que é possível fazer a partir das regras das operadoras, uma das principais estratégias é aproveitar suas promoções, que resultam em bônus adicionais para fazer ligações de voz ou mandar torpedos – mas apenas entre celulares da mesma operadora. De fato, muitos interlocutores relacionam a posse do celular não apenas com a marca aparelho, mas com a operadora. É o caso de Ana Beatriz: “Melhor [celular] que eu tive foi da Claro. Eu botava vinte reais nele e ganha 25

de bônus, pra ligar para qualquer operadora. Ficava com 45 reais. Mesmo recebendo a cobrar tudo, eu vivia o mês todo com aquilo ali”.

Seu Jurandir, por exemplo, sempre pergunta qual é a operadora quando lhe dão um número de celular para retornar a ligação depois, a fim de resolver algum problema comunitário: “Quando me dão o telefone eu já pergunto, é da TIM? Senão eu não ligo. Aí quando reclamam, digo: me arruma um TIM aí que eu te ligo. Senão, não ligo mesmo”. Seu Roberto Carlos, que também é líder comunitário, conta que depois de desistir do plano pós-pago consegue “passar o mês” com vinte reais de crédito “Eu boto dezesseis, vinte e um reais no cartão, ainda ganha bônus, de Vivo pra Vivo. Com vinte reais por mês eu ligo um monte. [Comenta detalhes sobre as regras das promoções] Se passar do dia cinco tu perde o bônus”. As restrições de ligações somente entre celulares da mesma operadora e do prazo de validade de trinta dias apenas acabam não suprindo as necessidades de comunicação dos usuários, e os bônus acabam sobrando, como aconteceu com Ana Beatriz: “Mês passado eu perdi 30 reais de bônus, porque eu não tinha pra quem ligar, aí deu o mês, eu perdi, aí se foi. Bem mal. Só o meu tio mesmo que tem TIM, aí fiquei ligando pra ele pra falar lorota. [Eu tenho tim.]”

Como a escolha do celular no momento da compra é geralmente determinada pela aparência do aparelho ou por suas funcionalidades, mesmo dentro do mesmo núcleo familiar se encontram celulares de operadoras diferentes, o que impede o aproveitamento completo dos bônus promocionais. Ana Beatriz, por exemplo, desfia um exemplo interessante de “parentesco”: “O meu é da TIM, da Neca [sua melhor amiga] é Claro, da minha irmã e da minha mãe é da Oi, do meu cunhado é da Claro”. Helena lembra outro fator condicionante na compra: as promoções de preço nas operadoras: “Lá em casa eu e o meu marido temos TIM, meus filhos tem da Claro e meus dois genros, da TIM”.

Seu Ciro, junto com seu Jurandir, são os únicos exemplos dentre meus interlocutores que não possuem celular “de cartão”. Seu Jurandir tem um celular pós-pago, “sempre tem créditos”, e seu Ciro tem um plano controle da operadora Vivo, que funciona como um híbrido de planos pós e pré-pagos – paga-se 34 reais por mês mediante assinatura de contrato: “Me ligaram uns cinco meses atrás para fazer um contrato, pra ganhar bônus, eu agarrei e fiz, assim ficou melhor”. Quando essa franquia termina, porém, o cliente deve comprar créditos e inseri-los no celular como faria em um plano pré-pago. Anteriormente, no plano pré-pago, seu Ciro “sempre arranjava todo mês uns 22 reais para colocar” mas costumava gastar a franquia em uma semana devido

às constantes ligações a cobrar das filhas. Para seu Ciro, pagar a fatura todo mês é quase um ritual: “Todo dia sete eu pago trinta e quatro reais. No final da tarde já chega o valor. Trinta e quatro reais para qualquer telefone, e centro e pouco de Vivo para Vivo”. Os bônus, que seriam uma aparente vantagem, acabam sobrando no final do mês; seu Ciro não consegue gastá-los todos, já que os celulares das filhas são de outra operadora. Por isso, argumenta que “o bônus facilita bastante, mas não salva tudo. Olha, eu sempre carrego cartão telefônico também. Quando precisa ligar, às vezes eu tou lá no Centro, às vezes ligo do orelhão”. Nena, que tem amigos em outras cidades de Santa Catarina e até no Uruguai, lamenta as restrições dos bônus: “Me ligam, eu ligo... Eu já liguei pro Uruguai. Só dá pra dizer alô, logo já cai [terminam os créditos]. Não dá pra usar o bônus. Se desse, ah que bom!”

Já que os bônus são uma vantagem relativa, a regra de ouro para fazer ligações quando não se tem bônus – e, especialmente, fazer ligações para números de outras operadoras – é uma só: a de “falar rapidinho”. Os que não usam mais o telefone fixo, D. Íris, por exemplo, recordam como tiveram de se acostumar à gramática das altas tarifas da telefonia móvel:

Eu lembro a época quando nós compramos, e a gente botou um pouco de crédito assim... Eu digo, além de ser pobre, ignorante. [risos] Mas é, porque tem que ter um controle. Aí nós fomos ligar pra Joinville e quando nós vimos, não terminamos nem de falar o que tinha pra falar... Acabou todo o crédito que a gente tinha. A gente riu muito.

Na Jamaica, por exemplo, Horst e Miller (2006), a partir de dados das operadoras de telefonia local, revelam que o tempo médio de duração de uma chamada ao celular é de dezenove segundos. Caio e James, amigos de infância, falam entre si com seus celulares Claro, mas se não for o caso, “tem que falar bem rapidinho mesmo”. Quando pergunto o que fazer já que os créditos são tão caros, Helena responde com o discurso infalível, que ouvi tantas vezes: “Eu recebo mais que ligo... Eu ligo quando é para falar rápido. Boto dez reais de crédito por mês e ganho bônus. O resto do mês eu fico só recebendo”. E o que seria exatamente falar rapidinho, de quanto tempo estamos falando? Seu Josevaldo opina que o tempo ideal para “poder conversar mesmo os assuntos” seria em média de quinze a vinte minutos por ligação. Mas

como é para “falar rapidinho” gasta entre dois e três minutos quando é um assunto mais importante pra ele – combinar com o pastor da sua igreja um arranjo alternativo quando um dos dois não pode ir ao culto, por exemplo.

Nos demais casos, assim como para a maioria no São Jorge, as ligações duram de alguns segundos a um minuto. Que diferença do que observei em Londres, durante minha estadia lá. Nas longas viagens de ônibus do bairro distante em que morava até o University College, no centro, impressionava-me com as longas ligações ao celular. Não foram poucas as vezes em que testemunhei ligações de mais de meia hora. No Brasil, para falar tanto tempo assim no celular, só mesmo com bônus – e um muito bom, como os que recebe Odila, que me conta que a ligação mais longa que já fez ao celular foi com o atual namorado: “a gente ficou mais de três horas conversando... Mas só à base de bônus da Brasil Telecom”.

Obviamente, as operadoras são avaliadas em relação às vantagens que oferecem a seus consumidores. No caso das camadas populares, há uma especial predileção por aquelas que “ajudam” ou “favorecem” aqueles que precisam. Horst e Miller (2006) já haviam observado na Jamaica essa tendência: a operadora local, Digicel, goza de grande popularidade por ter reduzido os custos de telefonia ao introduzir o sistema de tarifação das ligações por segundo, em vez de por minuto. Nesse registro, o valor dos cartões de recarga conta pontos na avaliação: “Da Vivo é bom porque tu pode botar até só seis reais de crédito”, revela Ana Beatriz. D. Natalina, cujo velho celular é dessa operadora, colocou ainda menos: “Mês passado foi duas cargas de R\$3,00. Hoje à tarde vou colocar dez reais”. D. Natalina, como outras interlocutoras, costuma carregar o celular diretamente nas lojas de revenda com o auxílio dos atendentes. Nena, por sua vez, lembra das qualidades técnicas do sinal – no São Jorge há dificuldade de recepção, dependendo do aparelho:

E era da TIM [o primeiro celular que ela viu foi quando o ex-marido comprou um]. Até hoje ele continua com a TIM. Eu é que virei a casaca, como diz o outro, eu vou onde me dão mais benefícios. A operadora é ótima, até em cima da árvore o telefone toca! Mas ela não dá nada pra ninguém.

Nena “virou casaca” para a Brasil Telecom (atual Oi), logo

depois que começou a usar celulares, há cinco anos. Acredito que certamente as estratégias de marketing da TIM mudaram desde a época em que o ex-marido de Nena comprou seu celular. No São Jorge, a TIM foi lembrada como uma operadora “camarada” por fazer algo que as outras não faziam – “emprestar” créditos. Dênia chamou essa prática de “pegar o especial”; Patrícia, filha da umbandista Sebastiana, lembrou que o empréstimo é cobrado prontamente: “O TIM tu bota dez reais e dá para pedir emprestado. Da TIM tu liga pra lá, e tu consegue um adiantamento de três reais, mas quando tu coloca crédito desconta”. Celinho pensou que fosse uma doação, e não um empréstimo: “Tu pega três reais de crédito, tipo bônus promocionais”. Talvez tenha pensado assim porque não tenha pedido “emprestado” da TIM a partir dos próprios bônus, como fizeram as netas de D. Cema:

Já teve ocasião de eu pegar, botar crédito e já ter crédito pra mim pagar. Que elas pegam – eu nem sabia que existia isso... Da TIM, eles emprestam, parece que eles emprestam três reais, uma coisa assim. De eu botar dez reais, quando acabo de botar, “seu crédito é sete reais”. Como? Se eu botei dez reais? Quando eu vou saber, são as netas: não, vó, foi fulana de tal que pediu três reais emprestado. Mas tu vê, elas não pedem pra mim, pedem pra TIM. E quem paga sou eu! [ri]. [As netas tem celular também, mas dona Cema diz “o celular delas anda mais sem crédito do que o meu”].

Muitas vezes, como no caso de Nena, a biografia de seus celulares é lembrada em termos das relações de conflito ou de harmonia vividas com as operadoras. Penso que seu depoimento é significativo pois expressa não apenas uma relação pragmática, mas também emocional⁸¹ com os provedores de serviços. Sua primeira experiência com a compra de um celular, em 2003, foi bastante frustrante. Percebam como, conforme troca de operadora, seus sentimentos passam da raiva e indignação à admiração e, posteriormente, à gratidão:

Meu primeiro celular que eu comprei foi o Baby. Celular terrível. Com a Vivo eu não quero mais

⁸¹ O uso do celular como uma tecnologia afetiva, não em termos das operadoras mas sim em termos dos aparelhos, será explorada em maior profundidade no capítulo 6, “O telefone celular como tecnologia afetiva”.

nem conversa. Ela lá e eu cá. Bem longe de mim! Eu tou até no SPC por causa disso. Fiz a prestação, em dez vezes. Ele dava problema direto, direto, direto. Pra atender ele, eu tinha que ficar pendurada nessa janela. Dentro de casa não pegava, de jeito nenhum [...] e eu fui na loja pra trocar o celular. Não tinha nem um mês. Aí disseram que eu tinha que procurar um técnico. Lá fui eu. Disseram que o defeito do celular eles não cobriam. Que eu tinha que pagar, na época, acho que era uns 50 reais. Era uma pecinha que tinha queimado dentro dele. Eu não paguei a conta de raiva. Tou até hoje no SPC. Aí depois eu passei pra TIM. Não tenho nada pra falar de mal da TIM. Comprei usado na loja de revenda deles mesmo. Era aquele Ericsson, aquele grandão. Melhor celular que tem. Olha que eu usei. Até que eu perdi. Aí comprei outro celular da TIM. Mas achei de novo, porque eles tentaram roubar ele. Mas a loja tinha “grudado” ele. Essa maldade [esperteza] a TIM tem. Se tu for lá com um celular roubado, eles já vão dizer que o celular não é teu. Eles “grudam” o celular e não devolvem pra pessoa que pegou. Isso aconteceu com o meu. Eu até já tinha outro, aí eles me ligaram e devolveram. Fiquei com dois. Depois foi a Brasil Telecom. Pelo menos ela te dá bônus. Eu já cheguei a ganhar 80 reais de bônus. Eu boto 15 reais todo mês. Quanto mais me ligam, mais bônus eu ganho. E é um celularzinho que não me incomoda.

Seu Jurandir, que também é cliente da TIM no pós-pago, levou um susto quando recebeu uma de suas faturas, que veio com um valor muito acima do esperado. Pensou que fosse engano da operadora e saiu para reclamar pessoalmente na loja, no centro de Florianópolis: “Eu saí pra reclamar e a sorte é que no ônibus eu percebi que eles tinham mandado mensagem, me avisando que realmente a promoção tinha expirado, que era dia 19. A promoção de Natal findou e não me dei conta. Era de 360 minutos, fale o dobro, aí como não tinha mais bônus começou a acrescentar tudo na minha fatura”. A situação vivida por seu Jurandir também dá conta da exclusão digital que se vive no São Jorge, e de como as operadoras não contemplam essa questão tão premente para as camadas populares:

E [a mensagem da operadora pedia] que eu entrasse na Internet para ver que teria outra promoção à minha disposição. Só que eu dependo de pegar a minha filha para me ajudar e ir na lanhouse, no pouco tempo que ela tem, e ir lá e tentar abrir a página da TIM, aí eu desisto. E no asterisco 144 [número de serviço da operadora TIM], não dá pra ver. Ah é chato, não tá funcionando direito, tem que ficar uma hora até navegar naqueles menus todos e descobrir. [...]A minha filha até viu o anúncio, daquele aparelhinho da Internet para usar Internet da Tim, por 39,90, aí depois era 89,90. Aí até tu encerrar o contrato...

Naiara, uma professora de trinta e dois anos, mora em outro bairro mas vai ao São Jorge duas vezes por semana para dar aulas no grupo de alfabetização de adultos. Assinou um serviço de piadas via SMS sem prestar atenção nas tarifas e agora não consegue cancelá-lo. (Figura 5.2) Como resultado, não coloca mais recarga depois que o serviço consumiu vinte reais de crédito em um mês: “Meu celular já era pai-de-santo, agora mesmo é que ficou mais”.



Figura 5.2: Tela do celular de Naiara mostrando a 66ª mensagem de texto recebida

Uma alternativa para não deixar o celular transformar-se definitivamente em “pai-de-santo” e escapar à tantas restrições impostas pelas operadoras é entrar em conflito com elas. No jogo do marketing, as operadoras oferecem aparelhos subsidiados, mas em contrapartida buscam manter o cliente a todo custo bloqueando os celulares, como explica seu Roberto Carlos, que conseguiu seu V3 numa promoção pagando apenas um real: “Eles tem essas promoções de celulares por dez reais, mas aí é fidelidade de um ano. Fica amarrado direto com eles. Não pode mudar de operadora”.

O “ficar amarrado” com as operadoras se traduz tecnicamente em um subterfúgio no qual os aparelhos vem bloqueados de fábrica. O advento do sistema GSM no Brasil e a popularização dos chips, assim como a crescente competição pelo mercado entre as operadoras, estimulou nos consumidores o desejo

de aproveitar as diferentes promoções e assim poder falar mais, pagando menos. Mas, como vimos, a principal característica dessas “promoções” é aproveitar a infra-estrutura já existente das operadoras – por isso as tarifas reduzidas ou os minutos grátis podem ser aproveitados apenas em ligações para celulares da mesma operadora. A única alternativa é desbloquear os aparelhos, mas para isso é preciso pagar uma taxa para fazê-lo; ou comprar um aparelho já desbloqueado. Nesse último caso paga-se geralmente bem mais caro pois não há o “subsídio” que se obtém comprando-se diretamente com a operadora, mas que exige a fidelização por doze meses.

Na época de meu trabalho de campo, a prática de ter vários chips estava no auge. Ana Beatriz opina: “Do celular, a melhor invenção foi o chip – e o pré-pago”. Essa combinação de um celular com o qual se pode inserir uma quantia pré-determinada com a possibilidade de falar a tarifas reduzidas, ainda que com restrições, era extremamente atrativa para vários de meus interlocutores⁸². Ellen, irmã de Larissa, combinava o uso de cinco chips de três operadoras diferentes. (Figura 5.2 e na abertura deste capítulo) Dirceu trabalhava como entregador de gás e chegou a ter três celulares com três chips diferentes para contatar seus clientes. Explica-me que antes tinha apenas um celular, mas que acabava perdendo ligações quando um cliente da TIM, por exemplo, lhe ligava e



Figura 5.3: O celular de Ellen e seus cinco diferentes chips

o celular estava com o chip da Claro. Afonso, que trabalha como auxiliar de enfermagem, tem tantos chips diferentes que nem lembra o número de todos. Seu caso é diferente do de Dirceu: ao contrário daquele, que faz um uso mais profissional e tanto faz quanto recebe ligações em todos os chips, Afonso não gosta de divulgar o número de todos os

chips que possui. Conta que comprou todos os chips na época em que atendia pacientes particulares em suas casas, para facilitar a comunicação com esses clientes, que muitas vezes precisavam lhe ligar até de madrugada. Mas,

⁸² De fato, como vimos no início deste capítulo, ter vários chips para aproveitar as promoções é uma prática popular em todo o Brasil, tanto nas camadas populares quanto médias. Meu próprio trabalho de campo foi em muito facilitado devido a isso: como eu tinha uma grande quantidade de celulares a contatar, de operadoras diferentes, passei a usar, ao longo do período de pesquisa no São Jorge, primeiro um, depois dois, e finalmente três aparelhos celulares com três chips de operadoras diferentes.

agora que está somente com o emprego fixo em um hospital, usa mais os dois chips que tem da TIM, sua operadora de longa data. Os demais servem apenas para fazer ligações aproveitando os bônus promocionais de outras operadoras. Mas qual é a utilidade de se ter dois chips da mesma operadora? O motivo aqui é a valorização da privacidade e da vida em família, como já vimos anteriormente no capítulo quatro. Aqui o uso de diferentes chips, mais do que uma estratégia meramente econômica, surge como estratégia para separar os planos privado e público da vida social. Afonso reclama que seu chefe toda hora lhe pede o número de seu celular, “mas prefiro que eles não saibam, senão vão ficar toda hora ligando atrás de mim”. Para resolver o problema, Afonso comprou esse segundo chip da TIM, que se tornou o seu número “para o trabalho”. Quando está no hospital, geralmente é esse chip que usa. “Mas assim que eu saio, já troco para o outro chip. Mas o número desse aqui é só a minha família que tem”.

Precisar desbloquear um celular para usá-lo com maior autonomia não é a única forma de conflito com as operadoras. Outras formas surgem, por exemplo, na questão de pagamento de faturas ou na inclusão de serviços indevidos. Carlos Alberto paga com dificuldade para ter acesso à Internet em casa, mas reclama que ligou para a operadora de telefonia para tirar dúvidas e teve várias taxas extras de serviço incluídas na conta sem sua autorização. Com Nicole, conhecida pela família e pelos amigos como Nique, o problema foram as dificuldades financeiras. Agora Nique tem um celular pré-pago, mas chegou a ter um plano do tipo controle como seu Ciro, no qual pagava trinta e cinco reais por mês. Quando atrasou o pagamento de três faturas em seguida, teve sua linha cancelada. O número foi vendido para outro cliente, o que lhe provocou forte indignação, a ponto de ir reclamar veementemente na loja da operadora: “Aí eu cheguei lá e disse que eles não podiam ter vendido a minha linha”. Como queria muito conservar o seu número, chegou a pegar dinheiro emprestado para pagar: “Só que eu me virei daqui, me estrambulhei dali, mas paguei”. Por fim, retornou à loja e exigiu seus direitos: ‘Eu fui lá e disse mesmo na cara deles: “eu quero a minha linha e quero o meu número de volta!” Eu me incomodei uma semana por causa dessa linha, mas consegui”.

Seu Jurandir, como Nique, também já precisou atrasar o pagamento das faturas de seu celular pós-pago. Sua esposa Maria Rita, nesse sentido, ressalta a inflexibilidade das operadoras: “Eles não aceitam negociar, parece que não querem que a pessoa pague. Ou é o valor todo ou nada feito, isso é ruim do celular”. Seu Jurandir acrescenta: “Só colocando no Procon., na Justiça. Eu conheço gente aí

que vai pagar 10 reais por mês durante 20 anos, decisão do juiz. E ainda a operadora vai ter que mandar boleto. Só o boleto e o correio já dá quase os 10 reais”. De fato, uma das minhas interlocutoras, Odila, havia acionado o Procon no início de 2008; não a operadora diretamente, mas a loja onde comprou um celular multimídia no valor de R\$ 699,00. O aparelho não funcionava direito e a loja recusou-se a honrar a garantia. Odila ganhou a questão na justiça e o dinheiro foi devolvido, com juros. Na época Odila havia recém iniciado um negócio em casa, revendendo bebidas e refrigerantes; por isso, optou por comprar o celular mais simples do mercado, de R\$ 49,00, e com o restante da indenização deu entrada em uma geladeira grande, modelo duplex, que lhe seria muito útil em seu empreendimento.

Como já vimos no capítulo anterior e também neste, o número do celular envolve uma série de questões relativas à privacidade da família. À esse conjunto é preciso adicionar uma razão mais pragmática: o relacionamento com as lojas. Ana Beatriz explica: “Aí tu troca o número de telefone, tem que ir em todas as lojas e ficar renovando o número do cadastro...” Por isso, a lei que institui a portabilidade numérica, no final de 2008, não passou despercebida no São Jorge; aliás, muito ao contrário. Na época, Ana Beatriz comentou: “Tem esse negócio agora que tu vai virar *dono do próprio número*, mesmo trocando de operadora, vai melhorar”. A portabilidade, assim, foi saudada como uma espécie de libertação redentora; de fato, um de meus jovens interlocutores, o evangélico Caio, beneficiou-se da portabilidade numérica já nos primeiros meses, trocando de operadora mas conservando o número. E sem ter de comprar outro chip, que na época custava vinte reais.

Por fim, gostaria de comentar uma modalidade de relacionamento com as operadoras na qual os usuários de celular aproveitam-se de suas falhas técnicas ou erros administrativos para falar de graça. Ricardo, por exemplo, relata que “muitas vezes as operadoras liberam, esquecem...”:

Como uma vez a gente ficou um ou dois meses na boa porque o aparelho simplesmente não cobrava a ligação... Foi uma falha da operadora. Quem tinha crédito fazia ligação e não era debitado do crédito, todo mundo que tinha celular da Vivo. Mas já faz uns três ou quatro anos.

Nesse registro, são recorrentes no S. Jorge os relatos sobre a

operadora Vivo, a campeã da falha técnica. “Da TIM já deu, mas não era direto como a Vivo”, diz James. Aparentemente, porém, as falhas já não são tão frequentes hoje em dia. Mas deixaram saudades, como me diz Larissa: “Essa época era mesmo uma festa, mas já faz uns oito ou dez anos. Todo mundo que tinha celular da Vivo sabia que podia ligar sem pagar depois da meia-noite.” James e Caio me contam em mais detalhes:

Quando entrou a Vivo, depois da meia-noite era de graça, porque sempre caía a rede deles. Era alguma coisa, eles não tinham o controle exato, aí dava pane porque tinha muito ligação. Ligava de graça a madrugada inteira. Eu ligava da casa do meu pai, pra cá. [James se entusiasma: quando dava pane eu avisava todo mundo, oh, liga pra cá!] Quem não tinha celular da Vivo ia ali correndo pedir emprestado para quem tinha, ficava ligando. Às vezes dava pane na Vivo à tarde também, independente.

Curiosa, pergunto a Caio se existem formas de provocar uma pane no celular para que ele deixe de cobrar pelas ligações. Um tanto cauteloso, ele responde que “antigamente tinha número, senha, código que um monte de gente aí tinha, mas isso não chegou até mim não”. No capítulo sete, saberemos mais sobre práticas que subvertem de forma mais radical as relações assimétricas de poder entre usuários e operadoras. Bar, Pisani e Weber (2007) as denominam formas canibalísticas de apropriação da tecnologia; mas lá as analisarei de um outro ângulo, percebendo- como parte de um *ethos* de constituição de um tipo de masculinidade hegemônica.

Mas, por hora, iremos nos aprofundar na análise das estratégias empregadas para se falar ao celular, bem como das dinâmicas socioculturais envolvidas. Tais estratégias são indicativas da exclusão ao direito à comunicação à que são sujeitas as camadas populares; por outro lado, dão conta de estratégias e táticas (DE CERTEAU, 1994) empregadas para resistir – criativamente - à tais dinâmicas de exclusão social.

5.5 Fazendo e recebendo chamadas: do celular pai-de-santo às ligações a cobrar

A partir deste ponto, interessa-nos pensar especificamente nas

estratégias empregadas para falar ao telefone celular, para além das escassas possibilidades das “promoções” oferecidas pelas operadoras de telefonia. Se uma das frases mais ouvidas durante o trabalho de campo foi “eu não ligo do celular, só recebo”, será que necessariamente isso significava que no São Jorge as pessoas não gostavam de falar ao telefone?

Não necessariamente – aliás, tal afirmação estaria bem longe da verdade. Vários autores (Castells et al, 2007; Ling, 2004) já indicaram que o reforço de laços familiares, ao lado das tarefas de micro-coordenação (Ling, 2006) do dia-a-dia estão entre os motivos mais frequentes para se fazer chamadas. No São Jorge, obviamente, não é diferente. Seu Ciro, por exemplo, comenta a respeito de sua rotina de ligações para um familiar: “Meu filho fica dois dias sem ligar, já ligo pra ver porque não ligou. Hoje é quarta, se ele não ligar amanhã, no outro dia eu já vou ligar”. Diante da constatação de que os custos da telefonia no Brasil estão entre os mais altos do mundo, quais seriam as estratégias utilizadas no São Jorge para fazer ligações, principalmente a partir de celulares?

As estratégias empregadas pelos moradores para fazer face ao alto custo das tarifas de telefonia móvel são variadas e combinam vários aspectos entre si. A primeira estratégia é ter um celular pré-pago em vez de um celular “de linha” – como vimos, isso possibilita um controle maior dos recursos financeiros, além da conveniência de comprar cartões de recarga de pequeno valor. Castells (2007) afirma que, no Brasil, os usuários de celulares pré-pagos falam bem menos do que aqueles que usam o sistema pós-pago: 50 minutos por mês, contra 200 minutos no caso dos segundos (Castells et al, 2007). O que observei no São Jorge puxa ainda mais para baixo a média de uso proposta por Castells: cinquenta minutos de créditos pré-pagos por mês, tomando-se por base que cada minuto de ligação é tarifado em média a R\$ 1,20, totalizam R\$ 60,00. Entre meus interlocutores, dificilmente encontrei alguém que tenha declarado comprar mais de vinte reais por mês de crédito. De fato, vários declararam não inserir créditos mensalmente, mas sim de três em três meses ou até mais, o que desceria ainda mais a média. Penso que essa situação definiria ainda melhor o que é um celular “pai-de-santo” no São Jorge: mais do que um celular que só recebe ligações, um celular que está na maior parte do tempo “sem crédito” – prática comum entre vários de meus interlocutores.

Mas há também aqueles, como Afonso e D. Cema, por exemplo, que se preocupam em nunca deixar o celular completamente sem créditos. No caso de Afonso, seu trabalho como auxiliar de enfermagem

o mantém por longos plantões longe de casa. Como D. Cema, Afonso preocupa-se com estar disponível para uma chamada de emergência da família. Para ele, é preciso “manter a responsabilidade” com o celular, e isso significa não deixá-lo ficar um celular “pai-de-santo”. Considera algo irresponsáveis os que assim procedem. D. Cema, por sua vez, também não deixa o celular sem crédito, mas sofre com as netas que pegam seu celular “emprestado” quando não está por perto:

O meu não fica sem crédito. Uma hora que a gente precisa... [Sandra: já aconteceu de a senhora precisar numa emergência e acontecer isso... a senhora deve ter ficado tiririca da vida]. Ai credo me deu até uma vontade de jogar com ele... jogar ele fora. A hora que a gente precisa não tem, fiquei bem indignada. Quando a gente chega em casa ninguém sabe quem usou.

Para economizar créditos, uma estratégia das mais utilizadas é não usar o celular para fazer ligações quando os créditos acabam, mas sim fazer uso do telefone público, o popular *orelhão*. Nesse sentido, como nos mostra Pellanda (2009), ocorre o *paradoxo brasileiro*: o Brasil é um caso único na medida em que há áreas como a África, onde a infra-estrutura de telefonia era precária ou não existia e as populações passaram diretamente ao uso do celular; mas também há, nas áreas urbanas, um nível de desenvolvimento tecnológico e uma infra-estrutura de serviços similar ao dos países mais desenvolvidos. Usar a estrutura pública de telefonia fixa em conjunto com o telefone celular tornou-se, assim, uma prática que parece ser tipicamente brasileira, não sendo freqüente sua descrição na literatura sobre telefones celulares relativa a outros contextos culturais (Horst, 2009). Em países da Europa, como por exemplo a Itália, o número de telefones públicos está diminuindo devido à disseminação dos celulares (Ferraris, 2008).

No Brasil, entretanto, os telefones públicos continuam muito populares. Apesar do inconveniente do uso, a principal razão para o uso do orelhão é certamente o preço: as ligações de orelhão para telefone fixo chegam a ser 800% mais baratas do que as originadas de um telefone celular (Vieira, 2008). O que a análise de meus dados etnográficos mostra é que não é possível pensar o uso do telefone celular no Brasil sem levar em consideração a prática de se fazer ligações a cobrar, ou mesmo a interação do telefone celular com a infra-estrutura pública de telefonia.

Como muitos de meus informates, Maria Rita, esposa de seu Jurandir. ., explica: “Quando eu quero ligar para alguém eu compro um cartão [telefônico] e vou ali no orelhão, ali na frente da creche [é o único orelhão do morro, que serve a mais de duas mil pessoas]. Ou deixo para fazer quando vou no centro [da cidade]”. Minhas observações em locais públicos de Florianópolis confirmam as afirmações de Horst (2009) sobre a especificidade do uso dos telefones



Figura 5.4: *Celular-orelhão*, o híbrido brasileiro

públicos nas práticas de apropriação dos celulares no Brasil (e aqui, podemos falar tanto de camadas populares quanto de camadas médias): seja na universidade, no hipermercado ou no shopping center, era comum observar indivíduos usando o telefone público em conjunto com o celular: com uma das mãos, discando; e com a outra segurando o cartão telefônico e procurando o número a ser chamado na agenda do celular

(Figura 5.3). Assim, temos um modo de apropriação que pode ser classificado naquilo que Bar, Pisani e Weber (2007) chamam de *creolização*: telefone público e celular são re-combinados formando um híbrido, que aqui chamo de *celular-orelhão*.

Entretanto, ter um celular *pai-de-santo* – que segunda a piada bem-humorada, é aquele que “só recebe” ligações – é a mais comum das estratégias para lidar com o alto custo dos serviços de telefonia móvel no Brasil. Nas palavras de meus interlocutores, é a lógica do “coloco dez reais de crédito e a hora que acabar, acabou”. Deixar o celular sem créditos por até três meses (período médio de validade de uma recarga) ou mais, foi uma prática que observei repetidas vezes no Morro São Jorge. Há que se observar, porém, que os celulares do tipo *pai-de-santo* obedecem a uma espécie de hierarquia que pode ser analisada à partir da ótica da teoria de Appadurai (1986) sobre a vida social dos objetos e da comodificação da mercadoria. Assim como Appadurai argumenta que a fase de mercadoria pode ser apenas uma das fases da biografia cultural de um objeto, pode-se argumentar que os telefones celulares passam por fases em que *estão*, mais do que *são*, celulares *pais-de-santo*. Assim, quando meus interlocutores dizem “meu celular é *pai-de-santo*, só

recebe” na verdade estamos falando de um celular que é pouco utilizado para fazer chamadas tarifadas, mas que possui créditos válidos. A estratégia é economizar ao máximo o baixo valor em créditos que se coloca mensalmente (dez, quinze ou vinte reais em média) para que seja possível fazer ligações a cobrar do aparelho. Pois o detalhe técnico importante é este: não é possível fazer chamadas, sejam tarifadas ou a cobrar, de um celular que não possua créditos válidos. A única exceção são as ligações para números de emergência, que por força da lei brasileira passaram a ser totalmente gratuitas. Mesmo que alguns nem insiram créditos mensalmente, mas sim de três em três meses, farão



Figura 5.5: Mensagem recebida constantemente por um celular pai-de-santo

esforços para manter durante esse período um valor mínimo de créditos que habilite o celular a fazer chamadas. Pois o celular passa realmente a só receber ligações quando todos os créditos foram utilizados (Figura 5.4) Para a maioria, essa situação se repete todos os meses. É o caso de Helena, que coloca dez reais de crédito por mês: “Geralmente dura até o dia vinte, depois eu fico mesmo só recebendo chamadas”. Nesse restante de mês, portanto, o celular de Helena se torna um pai-de-santo radical, por assim dizer, pois nem chamadas ela consegue fazer. No mês seguinte, o processo se repete, combinando assim um período de chamadas tarifadas, chamadas a cobrar e, por fim, apenas chamadas recebidas. Foram poucos os interlocutores que tinham por hábito ficar mais de três meses sem inserir créditos. Mesmo esses não pareciam muito preocupados com o cancelamento definitivo da linha pela operadora. Uma dessas interlocutoras foi Salviana, que como vimos no capítulo quatro é analfabeta e realmente só recebe ligações da filha: “Eles dizem que vão tirar o número, mas até fazer isso, demora...”⁸³ Mesmo para os que não podem ou não querem inserir créditos a cada três meses, ou para aqueles cujo celular está na fase “pai-de-santo total” do mês, existe saída: pedir emprestado um celular com algum crédito para fazer ligações. Nesse caso o dono do celular pode

⁸³ Pude comprovar a afirmação de Salviana por mim mesma. Após dar o trabalho de campo por encerrado, não inseri mais créditos nos chips das operadoras TIM e Claro, dando preferência ao uso de meu plano da operadora Vivo. Como seu Ciro, pago R\$ 35,00 mensais. As linhas das outras operadoras, mesmo sem inserção de créditos há mais de seis meses, permanecem ativas.

doar algum crédito, ou pedir que seja feita uma ligação a cobrar. Ana Beatriz, por exemplo, tem em sua melhor amiga Fernanda uma “cliente” fiel: “A Neca quando não tem crédito fica sempre pedindo emprestado o meu celular”. No caso de D. Cema, o empréstimo é compulsório:

Aí eu boto cartão [compra créditos] que é pra poder tar me comunicando em casa. Eu tô sempre botando – porque eu quase não uso... Mas acontece sempre uma estória muito triste comigo. Que é assim: boto dez, quinze reais e quando eu quero ligar vem essa mensagem, “seu crédito é insuficiente”. Quem é que gastou? Elas. As netas. Pegam o meu celular emprestado pra ligar.

Nesse registro, percebo que no São Jorge o celular torna-se um objeto de uso compartilhado, e não meramente individual. Helena, quando ganha bônus da operadora para envio de SMS, empresta o celular para a filha passar mensagens – assim o bônus pode ser plenamente aproveitado, já que Helena saber visualizar, mas não passar um torpedo. Mas voltaremos a essa questão nos capítulos posteriores.

No Brasil, “dar toque” é uma modalidade também bastante utilizada para economizar créditos (Barros, 2009). Ocorre também em outros contextos culturais, como observaram Donner (2005) em suas pesquisas em Ruanda, além de Horst e Miller (2006) a respeito da Jamaica, por exemplo. Nos países em desenvolvimento, é comum a prática chamada em inglês de *flashing* ou *beeping*, na qual o usuário faz uma chamada mas não a completa para evitar pagar a ligação, esperando que aquele que foi chamado a retorne (Castells et al, 2007; Horst e Miller, 2006; Donner, 2005) e, como em outros países, pode funcionar como um código previamente combinado, no qual nem sempre as ligações precisam ser retornadas: um toquinho pode significar “cheguei bem” ou “pode vir me buscar”, por exemplo (Donner, 2005). No São Jorge, encontrei uma combinação entre comunicação por mensagens de texto e por “toques”. Silvia, que tem três filhos adolescentes, manda mensagens de texto para os filhos quase que diariamente. Essas mensagens são formuladas em formato de perguntas fechadas – por exemplo, pode ser uma mensagem para sua filha de doze anos pedindo “compra pão?” Responder à mensagem implicaria gastar créditos, mesmo que as mensagens sejam mais baratas do que as ligações. Para economizar, Silvia pede que os filhos respondam dando toques em seu celular: um toque para “sim”, dois para “não”. Na maior

parte dos casos, porém, mandar um toque no celular no São Jorge equivale a dizer: “preciso falar com você, me liga”.

Entretanto, para as situações em que usar esse código não é possível, os moradores do São Jorge utilizam outra estratégia: ligar a cobrar. Voltemos neste ponto a Bar, Pisani e Weber (2007). Ter um celular *pai-de-santo* não constitui uma estratégia de confronto acirrado com as operadoras, na medida em que aqui os celulares não são modificados e não contrariam substancialmente os modelos de negócio destas (algumas das quais chegam, como vimos, a disponibilizar recargas no valor de R\$ 6 ou menos. No enquadre teórico proposto por Bar, Pisani e Weber (2007), ligar a cobrar pode ser interpretado como uma prática de creolização, e é dessa maneira que as analiso aqui. Gostaria de argumentar que essa é uma prática sociocultural que parece ser tipicamente brasileira, já que não encontrei na revisão de bibliografia outro país no qual essa prática esteja tão disseminada quanto no Brasil.

Desde os primeiros tempos do trabalho de campo, observei que as ligações a cobrar pareciam constituir um padrão dominante na apropriação dos telefones celulares na comunidade. Sempre que perguntava sobre o número de ligações feitas, a resposta-padrão recebida por mim era a seguinte: “o meu tá sempre sem crédito” ou “eu só recebo, quase nunca ligo” ou então “só ligo quando tenho bônus”. Logo percebi que ligações a cobrar eram prática constante entre meus interlocutores, já que à medida que o trabalho de campo avançava uma frase foi acrescentada ao repertório acima: “só ligo a cobrar”. Mas há aqueles, como seu Ciro, que não gostam de ligar a cobrar para ninguém: usa o orelhão quando está fora e o convencional quando está em casa. Vimos também no capítulo quatro que a nora de seu Ciro envia-lhe torpedos para evitar chamadas a cobrar. Mas nem todos podem ou querem dar-se o luxo de prescindir dessa modalidade de ligação. Há também aqueles que, como Silvia, não gostam mas ligam “quando é necessário”.

Embora os padrões de aceitação das ligações a cobrar variem, o mais constante é o de aceitar ligações a cobrar de um membro da família, especialmente de filhos em saídas noturnas. No entanto, ligar a cobrar também pode fazer parte dos fluxos comunicacionais entre famílias de filhos já adultos, e mesmo que já tenham suas próprias famílias. É o caso de seu Ciro, que com seu plano controle da operadora Vivo, paga trinta e quatro reais por mês, mas recebe muitas ligações a cobrar tanto no fixo quanto no celular – dos filhos já casados, das noras e até de uma ex-nora, que liga “às vezes duas vezes no dia. Querem acabar comigo” diz rindo. “Eu faço uma conversa rápida. Se começam a

demorar demais, eu digo ó, tá chegando gente aqui, eu tenho que desligar. O da minha filha é da TIM. Tem que falar rapidinho. Sendo a cobrar, vai ligeiro os trinta e quatro reais, Deus o livre”. Durante a entrevista, o telefone fixo tocou; era a neta de seu Ciro: “É a cobrar, ó... Essa me liga mais de uma vez por dia às vezes. Ela liga do orelhão”.

Seu Jurandir, por exemplo, nosso líder comunitário que tem celular pós-pago, nunca aceita ligações a cobrar, “Só da minha guria. Porque se eu entrar nessa, eu vou a 600, 2000 reais por mês. Se eu me ‘emocionar’ eu perco esse celular rapidinho”. D. Natalina, que cuida de um neto de oito anos, HIV positivo, também não costuma abrir exceções. Mas, coincidentemente, quando cheguei para entrevistá-la mais formalmente D. Natalina estava ao celular: “minha cunhada, hoje é meu aniversário”. Entretanto, a cunhada ligou a cobrar: “normalmente eu não aceito, mas já que ela ligou para me dar os parabéns e eu tinha crédito, e foi rapidinho...” Em alguns casos, há uma combinação entre fazer ligações a cobrar e aproveitar os bônus promocionais das operadoras. Nique não aceita ligações a cobrar, mas quando quem chama tem celular da mesma operadora, retorna a ligação para falar gastando os bônus. Para Neca, que está cadastrada em uma promoção do tipo “receba ligações e ganhe minutos grátis”, receber ligações a cobrar não é problema, muito pelo contrário – desde que seja da mesma operadora: “Eu to sempre ligando a cobrar. Meu celular é que nem pai-de-santo, ele só recebe. Eu peço pra me ligarem pra eu ganhar bônus. Eles me ligam com bônus e eu ganho também”.

Mães e filhas mantêm os laços através do telefone celular. No caso de Ana Beatriz, é a mãe que lhe liga a cobrar várias vezes por semana. Em uma prática de infiltração barroca, Ana Beatriz personalizou o toque para essas chamadas: “Ela já tem o toque só dela que é a cobrar [...] Eu já botei na agenda que é pra quando tocar eu saber que é ela”. Esse toque é uma adaptação da antiga vinheta de chamada a cobrar para telefones fixos da Telebrás, ao qual se sobrepõe uma voz feminina que canta repetidamente, no ritmo da música: “Tem um pobre ligando pra mim... tem um pobre ligando pra mim”. Barros, em sua pesquisa nas comunidades de camadas populares do Rio de Janeiro, também observou ampla adoção desse toque; concordo com a autora quando argumenta que trata-se de uma evidência humorística “[...] das maneiras pelas quais a sociedade relaciona sujeitos, localizações sociais e modos de uso de objetos e serviços” (Barros, 2009, p. 14). Nesse registro, Fonseca (2000) ressalta a importância do humor na convivência de populações marginalizadas com relações assimétricas de poder: brinca-se com o que é tabu e com o que é ambíguo.

Entre adolescentes e jovens adultos, o padrão é mais difuso. Patrick, um jovem de dezessete anos, me conta rindo que “o negócio é os amigos não descobrirem que tu colocou crédito, se descobrirem já começam a ligar a cobrar”. Essa descoberta de quem na turma tem créditos pode acontecer de forma aleatória, explica-me Ana Beatriz: “quando a gente quer conversar com algum amigo, vai ligando e tentando, até alguém aceitar a ligação. Se aceitar é porque tem créditos, né?”. Se a maioria dos jovens gosta de fazer, mas não de receber ligações, Caio, de dezenove anos, dificilmente evita uma ligação a cobrar quando tem créditos (“A gente nunca sabe quando é uma coisa séria”). Mas evoca o valor da reciprocidade: “se um amigo meu não quiser me atender quando eu ligo a cobrar, não vou gostar. Tem que receber e tem que falar”.

Entre homens e mulheres, existe uma ética nas ligações a cobrar que tende a reproduzir hierarquias de gênero nas quais ao homem cabe o papel de provedor. Assim, na paquera ou entre casais de namorados, a moça pode fazer ligações a cobrar ou dar toquinhos, mas o oposto é considerado inapropriado, tendência essa que já foi observada em outros contextos culturais (Castells et al, 2007; Horst e Miller, 2006; Donner, 2005). Mesmo as mulheres casadas, como Marisa, tendem a aderir a esse padrão: “Eu só ligo para o meu marido a cobrar, aí não preciso gastar meus créditos”. Caio reclama da noiva “ que gasta o meu crédito todo. Quando ela descobre que eu tenho crédito, me dá um toquinho e descobre, aí ela me liga a cobrar”. No imaginário a respeito dos celulares no Brasil, a relação entre ligações a cobrar e gênero também está largamente presente no cancionário popular, como veremos na próxima seção deste capítulo.

Embora o padrão dominante seja o de ligações a cobrar entre membros de uma mesma rede de parentesco ou de amizade, não se restringe a estas. A prática de aceitar ligações a cobrar foi adotada por alguns pequenos comércios no São Jorge. Dois comércios de lanches rápidos próximos à comunidade, por exemplo, aceitaram por mais de um ano ligações a cobrar para encomenda de lanches, até que o elevado número de trotes os fez repensar essa política. O mesmo aconteceu com a Centenário Água e Gás, que comercializa água mineral e botijões de gás de cozinha. Caio lembra dessa época: “O disk-lanche já recebeu um monte de trote. Várias vezes já chegaram aqui e não tinha para quem entregar o lanche. Mas é mais guri pequeno que faz isso. Que nem o gás, que antes aceitava ligação a cobrar e agora não aceita mais”. A solução adotada por todos os três foi a de implementar um cadastro de clientes fiéis e só aceitar ligações a cobrar desses clientes selecionados. O posto

de saúde da Prefeitura Municipal que atende a comunidade também constitui um caso digno de nota. A Prefeitura Municipal de Florianópolis autorizou uma cota de verba extra para pagamento da conta telefônica do posto, que é um dos poucos de Florianópolis que liga para o celular dos pacientes: “Como aqui na comunidade a maioria não tem telefone fixo, só celular, foi o jeito que arrumamos para insistir que os pacientes venham buscar seus exames, e também para confirmar o agendamento das consultas”, revelou-me Lília, a responsável pelo posto.

Por fim, o caso de Manuela, uma ex-menina de rua e mãe solteira de cinco filhos, ilustra outro padrão de ligações a cobrar no qual o telefone celular atua como mediador entre usuários e redes de proteção social do governo. Como vários outros moradores do Morro São Jorge, Manuela recebe mensalmente dinheiro do Bolsa-Família, valor este que é fundamental para a sua sobrevivência e a de seus filhos. Nos últimos três meses, o depósito foi efetuado com atraso, e nessas ocasiões o telefone celular serviu para que Manuela pressionasse a assistente social da



Figura 5.6: Tela do celular de Manuela mostrando as diversas ligações a cobrar feitas

várias ligações a cobrar na tentativa de resolver o assunto (Figura 5.5). “Meu celular nunca tem crédito, e para resolver é só assim, ligando a cobrar, ainda bem que essa assistente social já conhece o meu caso”, explica-me ela. Quando pergunto se não reclamam das ligações a cobrar, Manu responde que “às vezes sim, mas eu tenho que insistir porque preciso do dinheiro. Quando eu ligo do celular é geralmente prá pedir ajuda: ou prá minhas patroas [ela é diarista, ou prá minha irmã, ou prá Prefeitura”. Insisto um pouco mais, e Manuela por fim revela uma estratégia: “O negócio é insistir mesmo, mas eu faço assim: digo prá eles, ‘olha, anota bem, esse aqui é o meu número, quando você receber

Prefeitura. Em uma das vezes em que

estive em sua casa, encontrei

Manuela

concentrada em



Figura 5.7 Mensagem de operadora oferecendo o serviço de torped a cobrar

chamada a cobrar desse número por favor atende, que pode ser importante”.

Entretanto, penso que tanto as ligações a cobrar quanto os “toquinhos” não se adequam idealmente às categorias da *infiltração barroca* ou da *creolização* propostas por Bar, Pisani e Weber, mas sim situam-se entre as duas, já que a lógica cultural do “ligar a cobrar” é reatualizada para as tecnologias móveis, mas não ocorre uma recombinação de elementos tecnológicos tal como no caso do *celular-orelhão*. Ao mesmo tempo, é interessante notar que parece estar havendo uma *re-configuração* no ciclo de evolução tecnológica, na medida em que as operadoras de telefonia estão incentivando práticas relacionadas à lógica do “ligar a cobrar”. Durante meu trabalho de campo, interlocutores me mostraram mensagens SMS (também popularmente conhecidas por “torpedos”) recebidas, primeiro, da operadora Vivo, cujo texto ensina a fazer ligações a cobrar⁸⁴; segundo, da operadora Claro, que estabeleceu um serviço através do qual é possível mandar torpedos a cobrar (Figura 5.7).

5.6 Diálogos com o imaginário: o tema das ligações a cobrar na música popular

A prática de se fazer ligações a cobrar, obviamente, se faz presente em muitos outros lugares do Brasil além do Morro São Jorge e, embora seja predominante nesta, não se restringe às camadas populares. Para além do caráter pragmático e do viés econômico, de que outros ângulos esta prática pode ser analisada? Esta seção dedica-se a estabelecer um diálogo entre o que observei em meu campo de pesquisa e o imaginário a respeito dessa prática que circula na música popular de produção recente no Brasil. Mas, em primeiro lugar, gostaria de relembrar através de um trecho de meu diário de campo o momento em que surgiu o interesse por esse tema:

Mais uma tarde de trabalho de campo no São Jorge. No ponto final do ônibus, no alto do morro, espero por Salviana, uma das alunas do grupo de alfabetização para adultos, que me convidou para conhecer sua casa. Nisso, duas moças passam por mim de braço dado: uma delas é Joice, que

⁸⁴ O texto do torpedo recebido em setembro de 2008 diz: “Sabe ligar a cobrar? Disque 9090 + número do telefone para fazer chamadas locais. Facilite suas ligações quando estiver sem créditos!”

conheci nas aulas de filosofia do prof. Jairo. Acena para mim, de longe. Cantarolam uma música que chama minha atenção. Algo como “vou ligar a cobrar, a cobrar pro seu celular”. Será que entendi bem? Como esse tema das ligações a cobrar aparece cada vez mais nas entrevistas e observações, não resisto: vou atrás e pergunto “que música é essa que vocês estão cantando?” Joice me diz que é uma música da Kelly Key. Isso está muito interessante, quero descobrir mais... (Diário de Campo, 25/10/2008).

Uma busca em dois dos mais populares sites especializados em letras e vídeos de música, o Vagalume, do Universo On-Line, e o portal Terra, revelou mais de duzentos achados para uma busca feita com os descritores “a cobrar”. Descontadas as repetições e as gravações da mesma composição por cantores e grupos musicais diferentes, cheguei ao resultado final de oitenta e seis composições originais e distintas. Penso ser significativa a presença do tema em diferentes estilos musicais, como o rap, o funk, o pop, o rock, a música evangélica, o brega romântico, o axé, o pagode, o forró e o sertanejo, com maior predominância para estes três últimos estilos musicais.

O que se segue é uma breve estudo das letras dessas composições⁸⁵. Das oitenta e seis letras, vinte e cinco tem as palavras “a cobrar” no título; a maioria intitulada-se “Chamada a Cobrar” ou “Ligação a Cobrar”. Em algumas das outras composições, mesmo que as palavras “a cobrar” não estejam presentes, os títulos são diretamente relacionados com a prática de se fazer ligações a cobrar, usar telefones públicos em vez de celulares e com a representação da condição econômica dos que ligam como desfavorecida. Assim, temos títulos como “Orelhão”, “Pára de Dá Toque”, “Liga do Orelhão” “Três Segundos” e “Falido”.

Analisadas em seu todo, percebe-se que o tema das relações de gênero predomina em grande medida, mas há exceções. No corpus analisado, uma delas é a canção evangélica “Liga do Orelhão”, uma música do gênero gospel que convida à comunicação transcendental – para o sagrado, não é preciso de dinheiro para entrar em contato:

⁸⁵ Foram omitidas as repetições nas letras, como as ocorridas nos refrões, ou trechos de composições mais longas quando estes não eram tão diretamente relacionados com a temática das ligações a cobrar. Os erros de concordância encontrados em algumas letras foram mantidos.

LIGA DO ORELHÃO (Nazarenos)

Existe um orelhão / Dentro do seu coração / Tire o fone do gancho e / Coloque o cartão / Veja se o cartão tem unidades / E disque para o número da felicidade / One-two-three-four / Quatro-cinco-dois / Se não conseguir / Pode ligar depois / Pode ligar pode ligar / Ligue agora pode ligar / Pode ligar a qualquer hora / Liga pra Jesus agora / Mas liga de todo o coração / Pode ligar liga a cobrar / Não precisa de cartão.

A outra exceção remete ao tema bem mais mundano da subversão. Mais seriamente, remete ao uso do telefone para a prática de crimes, como no funk “Golpe do Seqüestro”, interpretado pela Emblemas Funk Band – uma longa letra, da qual transcrevemos um trecho: “Ah, devolve o velho [...] Ligaram lá pra casa anunciaram é um sequestro / Deposita nessa conta, que senão tu perde o velho [...] / Não ligue pra polícia e nem desligue o telefone / Se tu não colaborar o velho vai morrer de fome”. Como tem sido largamente noticiado na imprensa brasileira, o “golpe do falso seqüestro”, como é conhecido, consiste em fazer ligações a cobrar para um número, muitas vezes aleatório. Originadas em grande parte das penitenciárias brasileiras, nessas chamadas o criminoso alega estar em posse de um familiar e exige depósitos em conta bancária a título de resgate. Em um registro mais “inocente”, por assim dizer, a outra exceção à temática das relações de gênero dentro do corpus analisado remete ao universo dos trotes e ligações por engano no telefone. Como vimos no capítulo quatro, a preocupação em receber trotes foi amplamente observada entre meus interlocutores no Morro São Jorge, o que os motiva a evitarem divulgar seu número, especialmente o do celular, para muitas pessoas. Em “Ligação a Cobrar”, o narrador lamenta “viver pra pagar telefone para os outros” e diz que quando seu telefone toca, “ou é a cobrar ou é engano”:

LIGAÇÃO A COBRAR (Arte Livre)

Duvido que alguém já passou por isso / Se tem um telefone, tem um compromisso / Quando ele toca tenho que atender / Pode ser importante tenho que entender

O meu telefone, quando ele toca / Ou é a cobrar ou é engano / Viver pra pagar telefone para os outros / Já não aguento mais, já não está nos meus planos / Já to de saco cheio todo dia é assim / O telefone toca é alguém pra mim / Se não é a cobrar, não passa de um engano / E eu acho que tem trote / Por debaixo dos panos.

No tema das relações de gênero, predominante no corpus analisado, proponho distintas categorias de análise. Uma primeira categoria a ser considerada é aquela que poderia ser pensada como “homens convidam mulheres”. Aqui, as possibilidades de aventuras sexuais e conquistas masculinas são potencializadas através do uso de telefones celulares. São homens dirigindo-se a mulheres e convidando-as para estabelecerem contatos posteriores ao primeiro encontro através de ligações a cobrar. A chamada a cobrar torna-se, assim, uma estratégia de conquista. Na canção “Me ligue a cobrar”, do cantor Wando (conhecido por seus shows nos quais fãs entusiasmadas costumam atirar calcinhas no palco) o pedido de ligação a cobrar é praticamente uma súplica: “Te dei meu telefone, ôô / meu disque coração, alô / se está sem telefone, me ligue a cobrar / me ligue a cobrar, ôô / me dê o seu alô, alô / me diga onde você está”. No forró “Famosa e Bela” o apelo é dirigido a uma mulher sem nome, mas cujos atributos físicos valem a ligação a cobrar para conquistá-la: “Ô mulher você é bela / parece atriz de novela / quero ficar com você [...] / pode ligar a cobrar que eu vou lhe atender / a mulher linda e coxuda / boa, bonita, tesuda quero ficar com você”. Já “Vai Babar”, do grupo de pagode Pique Novo, canta a estória de um homem casado que quer conquistar uma amante: “Sou casado, não vai dar, só lamento te avisar / Telefone vou te dar, o de casa vai babar / se quiser, celular, pode ligar a cobrar / Eu tenho um carinho de sobra pra dar e vender/ Mas um compromisso eu não posso firmar com você[...]”

As letras também referem-se a encontros e desencontros amorosos ou à relacionamentos que chegaram ao fim. Aqui, a ligação a cobrar se torna uma porta de entrada para a reconquista masculina da mulher. No caso da canção “Pega-Pega”, do grupo de pagode Disfarce, a referência ao híbrido “celular-orelhão” é explícita. Além disso, torna-se visível a significativa presença do celular na dinâmica das relações amorosas – o cantor reclama que “ninguém ama e fica sem ligar um mês” e demonstra seu descontentamento apagando o nome da namorada na agenda do celular.

PEGA-PEGA (Grupo Disfarce)

Seu nome, telefone da minha agenda eu apaguei / Tô na pista e na minha lista agora não tem mais ninguém / Eu não sei se você tem alguém mas agora é minha vez / Ninguém ama tanto tempo e fica sem ligar um mês / Se me trata deste jeito e se fez amor com alguém / Não merece meu respeito e você sabe que eu te dei / Já nem sei se me fez tão bem / Se pegar no celular uma mensagem que eu mandei / Armazenar ou apagar, vou esperar me responder / *Liga a cobrar, vou aceitar / Não vou brigar,*

vou atender / Vai no orelhão, é só discar / Não finge que já me esqueceu / Sabe de cor meu celular / Não finge que você perdeu / Já mandei mensagem pra lembrar que nada tá de hoje / Faço um ano sem ficar / É só ligar, a cobrar, liga pro meu celular / Só me dá algum sinal dizendo que isso vai mudar (...)

Mais raramente, há nas letras uma censura masculina a um comportamento feminino que é percebido como sempre disposto a obter vantagem financeira, economizando assim os créditos do celular. Esse tema está presente na canção “Chamada a Cobrar (Resposta para Tremendo Vacilão⁸⁶)” de MC Serginho, que mostra que o homem pode simplesmente reverter a lógica do convite para ligar a cobrar quando não está mais interessado na conquista amorosa: “De madrugada, tava bolado / Não atendi o celular / Maior mancada, rachou a cara / Você me liga a cobrar / [Refrão] Você marcou bobeira, não colocou cartão / É muita pretensão tu me chamar de vacilão / Tu jura que é a tal, mas é bom você saber / Eu tô pegando outra mais gostosa que você”. Embora com censura, geralmente a prática feminina de fazer ligações a cobrar é aceita, como mostra a canção “Ligação a Cobrar”, do grupo Marreta You Planeta. Aqui percebe-se a censura a uma possível namorada (“Ela só me liga assim”) também há uma censura generalizada àqueles que sempre ligam a cobrar (“De 90 em 90”) e que só vivem de “dar toque”. As duas primeiras estrofes são cantadas em sobreposição à conhecida vinheta de chamada a cobrar das empresas telefônicas:

LIGAÇÃO A COBRAR (Marreta You Planeta)

Bote crédito e ligue pra mim / Bote crédito e ligue pra mim / Mas que situação / Essa ligação / Todo dia toda hora / Só me liga à cobrar / Que povo casquinha / Só quer entrar na linha / De 90 em 90 / Um toque pra retornar...(2x) / Bote crédito e ligue pra mim(4x) / Mas ela só me liga assim / [Panran ranranranran] / Ela só me liga assim / [Panran ranranranran](2x) / Se no meio da folia / O telefone toca / Que povo casquinha / Que só vive de dar toque(2x) / Meu Deus!!! / Pára, pára de dar toque(3x) / Como é que pode / Só viver de toque(3x)

Como na canção acima, em “Minha música de amor”, cantada

⁸⁶ “Tremendo Vacilão” é uma canção na linha musical conhecida como *funk melody*. Foi gravada pela ovem cantora carioca Perlla, e sua letra é uma reclamação para um potencial namorado que não atende o celular: “Na madrugada / Abandonada / E não atende o celular / Tirando onda / Cheio de marra / Achando que eu vou perdoar [...]”

por MC Si, as ligações a cobrar são motivo de discórdia entre um casal. Mas, nessa composição, há uma referência direta às dificuldades geradas pelas formas como a telefonia e suas tarifas afetam as pessoas, as quais impedem uma comunicação mais efetiva entre os namorados: “[...] porque vai virar guerra – eu versus a tecnologia”. O intérprete canta as agruras de arcar com os custos das ligações (“comprava vários cartão telefônico, prá poder te ligar”); seu ciúme do namorado anterior, mesmo com a demonstração de fidelidade da namorada (“[...] porque antes de ser minha, você já foi de outro, aquele que [...] pra não te ligar mais tu teve que trocar o chip”) e apresenta suas desculpas por ligar a cobrar, culpando a operadora: “agora tá difícil, virou mó emcomodo / pra te ligar só a cobrar, porque não tenho mais bônus / sempre que eu te ligava tava na promoção / agora só ‘créditos insuficientes pra completar essa ligação’”. Por fim, lamenta o efeito da diminuição das chamadas telefônicas no relacionamento (“não, nem sei mais se você me ama / após o fim dos nossos papos de fim de semana”) e propõe que ela, a namorada, aceite ligações a cobrar dele: “mas esse nosso namoro vai continuar / desde que o nosso relacionamento aceite uma ligação a cobrar”.

Bem mais rara é a situação em que um homem recusa-se a receber chamadas a cobrar, como em – título indefectível, como vimos – “Chamada a Cobrar”, do grupo de pop-rock T. Banzai. Na letra, um namorado não quer perder a namorada, mas teme ter o telefone fixo cortado; por isso, pede que ela ligue do orelhão – mas não a cobrar: “Chamada a cobrar / Não posso atender / Mas fiquei o dia inteiro esperando por você / E você nem ligou pra mim / Por que tinha de ser assim? / Chamada a cobrar vai acabar com meu dindim / Liga pra mim/ Meu coração vai te esperar / Liga pra mim / Do orelhão ou do celular / Mas não me ligue a cobrar / Porque a Telemar / É duro de enganar / Se eu atrasar a conta / Eles logo vem cortar / Por que tinha de ser assim? / Você ligar pra mim e acabar com meu dindim [...]”. A situação se repete na composição em outro gênero musical, o brega romântico. Em “Brega do Celular”, cantada por Raimundo Soldado, um conquistador dá seu número de telefone para várias mulheres (“é o telefone do Soldado / que eu estou dando prá vocês”) mas avisa cada uma que não poderá aceitar chamadas a cobrar: “Meu bem se você me quiser / ligue pro meu celular / só não me ligue a cobrar / eu juro que não vou atender / dá de você até pensar / que eu não gosto de você”.

Bem mais constante, contudo, é o pedido de desculpas masculino e a expressão de um sentimento de vergonha quanto um homem é compelido a fazer ligações a cobrar para uma mulher. O

intérprete de pagode Vavá, em “Chamada a Cobrar”, canta que só ligou a cobrar por estar “sem saída”: “Sem saída, liguei a cobrar/ atenda, entenda que eu ando carente de amor”. Outras vezes, namorados sem dinheiro podem dar desculpas algo improváveis, como na canção “Ligando à Cobrar”, do grupo Pele de Maçã: “Amor, só tô ligando à cobrar / Porque eu perdi o celular / Eu precisava tanto falar com você / Eu sei que brigamos pra valer / Mais eu não vou deixar você / Fugir de mim tão fácil assim”. Na canção “Orelhão”, do cantor sertanejo Michel Telo, um namorado explica que liga a cobrar porque está em local ermo e o celular não funciona; mas confessa que não tinha dinheiro nem para comprar um cartão: “[...] O celular aqui não pega eu acho que cortou / Bolso vazio e o coração lotado de amor / Eu tô ligando a cobrar para o seu coração / Mas não desliga, me escuta eu tô num orelhão / Se eu pudesse, meu dinheiro desse eu tava aí / Eu tô ligando a cobrar, mas não desliga não / É só um apaixonado nessa ligação [...]”. Em “Ligação a Cobrar”, do Grupo Kantares, uma voz masculina suplica: “Atenda o telefone / Não me deixe esperando assim / Eu sei que errei, mas posso explicar / Por isso liguei a cobrar!” No final da canção, ouve-se um diálogo com uma voz feminina – a mulher traída – que responde duplamente enfurecida – pela traição e pela ligação a cobrar: “-Atenda meu amor! / -Você me enganou! / -Mas posso te explicar! / -Não ligue a cobrar!”. Em “Ligação a cobrar”, o cantor Juninho Arrastapé descreve a ousadia de um homem que pede desculpas por ligar a cobrar e avisa que gastou o dinheiro tomando cachaça: “Desculpe eu tô ligando a cobrar / Por que acabou a bateria do meu celular e todo dinheiro que eu tinha gastei comendo água / Desculpe tô falando embolado / Mas é a pinga que machuca a gente”. Por fim, avisa que a quer a parceira de volta e está disposto a ligar quantas vezes for necessário – do orelhão: “Amor agora eu tô desesperado pra ter de volta o amor da gente / E se você não me aceitar de volta amor / Eu vou morar debaixo desse orelhão”. Passando para o gênero pop-rock de apelo adolescente, a banda Lost Boys canta em “Bonitinha e Perfeitinha” o medo de um garoto em perder a possível namorada, já que ele precisa ligar a cobrar por não ter dinheiro: “Mas sua mãe vai ver que é a cobrar. / Ela diz não vou deixar você falar” .

Outra modalidade dentro do cancionário é o das canções em que mulheres desabafam com outras mulheres sobre um comportamento masculino que censuram e que as decepciona. Aqui o homem parece se passar pelo que não é “um machão” ou um “playboy” que poderia vir a ser um bom provedor, mas que denuncia sua condição econômica quando liga a cobrar. Há exceções, obviamente, como no caso de “Liga

prá Mim”, que descreve como uma garota percebe as ligações a cobrar mas, apaixonada, quer conquistá-lo de qualquer jeito: “Garoto convencido que só anda de motão / Na hora de ligar só me liga do orelhão / Gatinho metidinho anda de celular / Na hora de ligar só me liga a cobrar / Não me importa me liga como for / Se for pra formar, liga, por favor”. A garota da canção não ignora que para seu amado o celular é mais um símbolo de masculinidade, como a moto em que anda; e, já que o contato por celular parece que não vai sair, sugere o bom e velho namoro de portão: “Vou te dar uma idéia me procure no portão / Já que seu telefone só anda sem cartão / Se o seu celular só serve pra enfeitar / Vamos marcá de vez, um lugar pra se encontrar”.

Mais comum, porém, é o tema da censura e da decepção femininas com as ligações a cobrar. Esse tema aparece na canção “Não me ligue a cobrar”, gravada pelos grupos Companhia do Calypso e Forrozão Hipnose, que começa com um desabafo – provavelmente para uma amiga - e termina com uma censura direta ao potencial parceiro: “Esse garoto é metido a playboy / Tem jeito de bacana que tem grana / Chega no seu carro no meio da multidão / E liga o som / Pedaco de Brad Pitt / Pedaco de Gianechinne / [...] Pediu meu telefone / E disse que eu era linda e disse mais ainda / Que queria o meu amor / Celular danou-se a tocar / Chamada a cobrar / Não me ligue a cobrar / No celular / Se quer me conquistar/ Se quer me namorar...” Na canção “Chamada a Cobrar”, Kelly Key reclama das ligações do namorado, chamando-o de “mané”. Aqui o homem que liga a cobrar é percebido como um sovina, que “faz pose de machão” mas não gosta de trabalhar e se aproveita da namorada, que ao final tem que pagar por suas ligações a cobrar no celular. O tom da canção é o de um desabafo entre amigas que, bem humorado, começa com a indefectível vinheta sonora das chamadas a cobrar:

CHAMADA A COBRAR (Kelly Key)

Me chama prá sair / Insiste em me ligar / Mas no final de tudo / A conta é eu que vou pagar / Diz que tá sempre duro / Faz posse de machão / Quando me liga sempre eu que pago a ligação / O telefone toca / Chamada a cobrar Claro já sei quem / E deixa a musica tocar / Que mané...

De sustentar marmanjo eu já tô por aqui / Agora o que eu quero mesmo é me divertir / Zero de preconceito / Não é machismo não / Mas esse cara é do tipo que não abre a mão... [Refrão] Tô te saco cheio não agüento não / Ele vai pra praia e eu aqui na ralação / Fica o dia inteiro me ligando a cobrar / Se manca cara e vai trabalhar[...]

Assim como no caso das mulheres, também há as canções nas quais os homens conversam sobre as mulheres. Mas nessa categoria de composições, nas quais a narrativa é dirigida a outros homens, há tanto as canções de censura aos amigos que ficam ligando a cobrar, quanto pedidos de desculpas por ligar assim para os amigos. Pois ter um celular sempre com créditos é admirado entre os membros do grupo, como mostra “Playssonzada Reunida”, da banda Chaparraus Nuts: “E cadê a playssonzada / não chegaram ainda não / me empresta o celular / pra mim fazer uma ligação [...] / Se não tiver cartão / não tem nenhum problema / a cobrar pro mr.kick / que ele faz a conferência [...]”. No pop “Me Sinto um Repolho!”, da banda 2Ois, um jovem se lamenta: “Meu melhor amigo só me liga a cobrar”. No rap “A cobrar”, o rapper Emicida promete mudança, dirigindo-se aos seus manos da comunidade: “Eu ainda ligo a cobrar, mas é só pra variar / Não esquenta, eu vou mudar, quando o dimdim chegar!”. No rock “Curtindo a Vibe”, da Banda Play, a estratégia de ligar o celular é acionada: “Eu já desliguei meu celular / Que é pra ninguém me perturbar / Eu tô falando sério / Mais nem adianta me ligar / Nego só liga a cobrar / E eu tô sem crédito”. No forró do grupo Companhia do Kuarto, a admoestação para os amigos – a “galera” - já está explícito no título da canção, que é “Pára de dá toque”: “Ôôô pára, pára de dá toque / pára de dá toque / como é que pode / vive dando toque, toda hora toque / a galera toque / ‘a cobrar não pode””. Em “Pendurado no Orelhão”, a dupla sertaneja Fabrício e Fabian canta as desventuras do assalariado que gostaria de poder falar à vontade no celular, para ele “coisa de patrão”: “Pendurado no orelhão dando uma / De patrão falando ao celular / Olho aberto no cartão contando / As unidades pro moleque não apitar”. Em “Três Segundos”, do grupo Swing do Amor, o amigo pão-duro que só liga a cobrar recebe uma bronca fenomenal. A bronca começa depois de um diálogo em que ambos combinam uma saída noturna com duas “gatinhas”.

TRÊS SEGUNDOS (Swing do Amor)

Se liga meu amigo no que eu vou te falar / Essa é a nova música que a galera vai gostar / Vou pegar meu celular e pra você eu vou ligar / Tu só liga 3 segundos tá com medo de gastar? / Oi quem é? / Sou eu tás aonde? / Estou em casa / Vai sair? / Vai pra onde? / Vou pra balada / Vai com quem? / Eu você e duas gatinhas

Falou mais de três segundos e os seus créditos acabou / És pirangueiro e não quer gastar / Só liga três segundos ou a cobrar / Eta moda chata meu irmão / Vê se te manca e compra um cartão / É o único jeito meu

irmão só tem 50 centavos pra fazer ligação / Os três segundos é a opção se não quiser atender desliga meu irmão / O número que você ligou está fora de área ou desligado / Compre um cartão se liga meu irmão / Tem de 10, tem 15, tem 20 e tem 30 / Deixa de ser chexeiro e gasta logo teu dinheiro [...]

Uma segunda categoria de canções com narrativas em que homens se dirigem a outros homens é aquela que envolve suas relações com as mulheres: ex-namoradas, esposas, amantes, ficantes – e até o amante da esposa. Ex-namoradas, aliás, são percebidas como uma inconveniência financeira, como mostra o desabafo entre amigos da música “Ex-namorada”, do grupo de forró Beijo de Mel: “Ex-namorada sempre te liga a cobrar [...] Ela não suporta te ver na rua com outra”. As canções mostram, de uma forma geral, como as ligações de mulheres no celular podem equivaler à aquisição de um capital social – ter muitas ligações femininas se torna, assim, um indício de masculinidade e de prestígio no grupo, como na canção Fidelidade, da banda Comunidade Nin-Jitsu: “O telefone não pára de tocar / A mulherada ligando à cobrar”. Em “Eu Também Já”, um garoto descreve para o amigo suas várias conquistas amorosas, das quais a garota que ligava a cobrar não foi excluída: “E aquela outra que eu te falei / Que todas as noites me ligava a cobrar / Pra mim ela ligava de dia, mas só com cartão / Marcamos encontro, aproveitei e também já”. Pior é a inconveniência de receber ligações de uma garota que não se quer conquistar, como no caso da canção – de novo o título – “Chamada a Cobrar”, um forró do grupo Cara de Pau: “Eu tenho uma garota me ligando todo instante / Toda hora querendo me conhecer / É de manhã, é no almoço, é no jantar / A noite inteira ela é de insistir / Sua chamada é privada no meio da madrugada / E eu não consigo dormir/ [Refrão] Tim tirim titim tim, tim tirim tim tim / O telefone tá tocando mas eu não vou atender / Tim tirim titim tim, tim tirim tim tim / Não quero ouvir papo furado [...]”.

As dificuldades financeiras aparecem na canção “Falido”, um pop-rock da banda Slim Rimografia. Nela, um jovem lamenta a falta de dinheiro e a intolerância da mãe da namorada para com suas ligações a cobrar: “Que eu só ligava a cobrar / a mãe dela sabia que era eu e dizia: - Filha, desliga!! / Essa é minha vida pra quem duvida da parada ...”. Na bem-humorada “Briguei Com o Ricardão”, da dupla sertaneja Luiz Carlos e Santiago, o problema financeiro surge quando o esposo descobre que o amante da mulher é um aproveitador – da esposa, da comida e até de seu telefone: “Ricardão toma cuidado que eu já sei quem você é / Sei que vai em minha casa atrás da minha mulher / Você

deita na minha cama bebe toda minha cerveja / Coloca o pé no sofá e ainda pede sobremesa / [...] E me faça o favor de não ligar a mais a cobrar!”

Vimos ao longo deste capítulo que um olhar antropológico sobre a apropriação dos telefones celulares mostra que o Brasil vive uma espécie de paradoxo tecnológico: é um dos maiores mercados globais de telefonia, mas suas tarifas de serviço estão entre as mais altas do mundo. Assim, os mais de oitenta por cento de usuários do serviço pré-pago muitas vezes precisam lançar mão de variadas estratégias de apropriação dos telefones celulares, re-combinando seus elementos e reatualizando antigas práticas – ou *creolizando* essa tecnologia móvel, como querem Bar, Pisani e Weber (2007), em suas práticas socioculturais a fim de poderem, ainda que de forma precária, exercer seu direito à comunicação. Ao mesmo tempo, observamos que práticas para fazer frente aos altos custos da telefonia – como a de fazer ligações a cobrar – circulam de forma tão intensa no imaginário nacional que marcam presença no repertório de diferentes gêneros musicais.

Nesse registro, espero que a etnografia dos modos de apropriação dos telefones celulares no Morro São Jorge, apresentada neste capítulo a partir da ótica de seus aspectos econômicos, possa contribuir para o debate mais abrangente em torno de políticas de inclusão digital e o direito à comunicação no Brasil.

CAPÍTULO VI

O TELEFONE CELULAR COMO TECNOLOGIA AFETIVA



Figura 6.25: Papel de parede do celular de Janaína, com a foto de seu filho

CAPÍTULO VI

O TELEFONE CELULAR COMO TECNOLOGIA AFETIVA

Filiando-me à uma abordagem teórica que percebe o consumo como uma prática cultural e um processo dialético que vai muito além do momento da compra, na qual objetos e sujeitos, mercadorias e pessoas, constituem-se mutuamente, neste capítulo proponho refletir sobre como os telefones celulares, nessa relação dialética pessoa-objeto colocada pela Antropologia do Consumo, tornaram-se importantes marcadores de identidades sociais. Na cultura contemporânea, o consumo de tecnologias de comunicação e informação torna-se cada vez mais onipresente na vida dos indivíduos e influencia a construção de identidades: afinal, quem sou eu sem meu celular e e-mail? Num cotidiano em que o telefone celular torna-se quase que uma extensão do corpo humano, as relações entre produções identitárias, corporalidade e tecnologia merecem reflexão. Das imagens da publicidade à enorme variedade de modelos de aparelhos celulares disponíveis, torna-se possível a afirmação de que, de mero instrumento de comunicação, o celular torna-se na contemporaneidade muito mais: um acessório de moda que, ao passar a ser regido por suas tendências e ciclos, demanda por parte dos indivíduos o constante desejo de troca por aparelhos mais novos.

Descrevo como os telefones celulares estão ligados à produção identitária e à apresentação de si, principalmente através do desejo constante de compra por celulares mais “modernos”. Argumento também que a relação dos agentes sociais com esses objetos é marcada pela emoção, em termos daquilo que Lasen (2004) denominou “tecnologias afetivas”, ou seja, como as pessoas terminam por desenvolver uma relação emotiva e humanizadora com o objeto telefone celular e uma relação afetiva com os conteúdos nele armazenados. Descrevo práticas e discursos nos quais os telefones celulares são humanizados. Analiso práticas dos interlocutores que dão conta, entre outras questões, de como o celular se torna um lugar de memória, através da captação e armazenamento de imagens ligadas às relações sociais e ao cotidiano. Percebo como essa produção de imagens circula nas redes sociais e se relaciona com outros aparatos tecnológicos, em especial DVD players e, em menor escala, computadores; e como tais

tecnologias possibilitam transpor o físico e analógico para o digital e virtual, desta forma atuando como instâncias de manutenção da coesão social na comunidade pesquisada.

Nesse sentido, o presente capítulo, filiando-se à uma abordagem teórica do consumo como comunicação, busca uma reflexão sobre como as práticas de consumo associadas aos telefones celulares, muito além da posse de bens, estabelecem modos de ser e viver que interagem com a construção de identidades individuais e coletivas⁸⁷. A análise dos dados aponta para a existência de um sistema de produção e veiculação de sentidos que privilegia os telefones celulares como artefatos-símbolo de uma contemporaneidade marcada pela lógica da conectividade – e quem não os possui pode ficar excluído de grupos sociais, principalmente no caso de crianças e adolescentes. Conclui-se que, ao tornarem-se regidos pela lógica da moda, os telefones celulares passam a ser parte importante do aparato que marca a aparência dos indivíduos, tornando-se não somente objeto de desejo, mas também símbolo de pertencimento a diferentes grupos sociais.

6.1 Consumo de tecnologia e identidades sociais

No retorno de uma das idas ao campo de pesquisa, um objeto à venda em um grande supermercado atrai minha atenção. No quiosque de uma empresa de chocolates caseiros, vejo um telefone celular – feito de

⁸⁷ Especialmente nas duas primeiras seções deste capítulo, proponho um diálogo entre meus dados etnográficos do Morro São Jorge e aqueles provenientes de entrevistas realizadas na primeira fase do trabalho de campo (2007) com indivíduos de camadas médias. Com a inserção desses depoimentos em nota, busco evitar uma possível exotização dos moradores do São Jorge, já que muitos pontos dos depoimentos de camadas médias mostram que há significações muito próximas. Argumento, assim, em favor da conveniência de se perceber as similaridades existentes no investimento simbólico feito nos telefones celulares. Nesse registro, também incluo a análise das representações a respeito dos celulares presentes na publicidade e em comunidades virtuais de sites de relacionamento na Internet como o Orkut, onde existem mais de mil comunidades com o tema telefone celular. Estes dois últimos itens são tomados como forma privilegiada de acesso aos imaginários que circulam no Brasil sobre o papel das novas tecnologias móveis de comunicação e informação na construção de identidades sociais. Conforme assinala Rial (1998) a publicidade - e poderíamos acrescentar, pensando no advento da Internet, as interações nas comunidades virtuais - é um gênero textual privilegiado para a apreensão de imaginários sociais; entretanto, deve-se ter em conta que os textos publicitários não são criações arbitrárias ou autônomas, mas sim expressões culturais de uma determinada sociedade. Nesse sentido, para a autora, “imaginários sociais são refletidos (e produzidos) por imagens publicitárias” (RIAL, 1998, p. 113).

chocolate. Há também animais domésticos como cachorros e gatos de chocolate, guitarras, Fuscas. O que esse episódio pode nos dizer a respeito das tecnologias móveis? No caso dos carros, é conhecida no senso comum a dedicação de muitos donos a seus automóveis; no plano acadêmico, as chamadas “culturas do automóvel” também são objeto de interesse (Miller, 2001) Gostaria de argumentar que, como seres vivos tais como animais domésticos, ou objetos como carros, também os telefones celulares se tornaram objetos de afeto. O conteúdo simbólico dos imaginários afetivos em torno dos telefones celulares toma, assim, uma forma material consubstanciada no aparelho feito de chocolate.

Autores como Plant (2006), Lasen (2004) e Vincent (2005) têm investigado o relacionamento dos atores sociais com seus telefones celulares, encontrando um forte componente emocional envolvido em tais interações – os usuários sentem-se ligados aos seus telefones celulares, especialmente ao conteúdo neles armazenado e a conectividade por eles estabelecida, ou seja, é a possibilidade de estreitar, manter ou formar relacionamentos propiciada pelos celulares que é valorizada e fornece o estímulo necessário para a ligação emocional com os aparelhos. Nesse sentido, Vincent (2005) chama a atenção para um ponto importante: em termos de sensorialidade, interagimos com os celulares de forma mais intensa do que interagimos com computadores, por exemplo: os tocamos, manipulamos, seguramos na mãos em momentos de nervosismo e os carregamos sempre conosco para todos os lugares. Além disso, a relação afetiva torna-se evidente na dedicação ao celular de sentimentos humanos, como por exemplo o amor, o ódio, ou a vergonha.

Nessa linha de pensamento, Lasen, (2004) especialmente, propõe o conceito de “tecnologias afetivas” como forma de entendimento e acesso às dinâmicas presentes no binômio usuário/telefone celular. A autora, que estuda as relações pessoa-objeto que ocorrem no uso de telefones celulares, e dá conta mesmo de um caráter afetivo que se estabelece nessa conexão. A autora argumenta que os celulares, na medida em que constituem uma combinação entre o humano e o não-humano⁸⁸, funcionam como instâncias mediadoras das emoções e mantenedoras dos laços sociais, tornando-se “tecnologias

⁸⁸ Uma campanha publicitária de uma cadeia nacional de lojas de móveis e eletrodomésticos (Casas Bahia) veiculada em rede nacional de TV em 2007 parece atestar o fato de que tal combinação humano-não humano já transcendeu o imaginário da ficção científica *cyberpunk* para chegar ao imaginário popular. No filme, uma professora ensina aos alunos durante uma aula de Ciências que o corpo humano é dividido em “cabeça, tronco, membros e telefone celular”.

afetivas”, ou seja,

[...] objetos que medeiam a expressão, mostra, experiência e comunicação de sentimentos e emoções. Os usuários possuem um relacionamento emocional com seus telefones e sentem-se ligados à eles. Isso deve-se em parte ao intrínseco caráter afetivo da comunicação humana, e também ao fato de os telefones celulares permanecerem próximos do corpo. Eles são uma extensão do corpo humano e ao mesmo tempo estendem e aumentam suas capacidades. A ligação emocional pode ser observada na personalização dos aparelhos. Os celulares não são apenas uma extensão da presença do dono, mas também propiciam a presença virtual daqueles ligados à nós. Portanto, tornam-se um importante elemento na construção e manutenção de grupos e comunidades. (LASEN, 2004, p. 1).

Para Lasen, os celulares são uma extensão do corpo humano, no sentido de McLuhan (1995), e ao mesmo tempo estendem e aumentam as capacidades desses corpos, levando a presença do dono através do tempo e do espaço. Porém, mais do que uma extensão corporal, trata-se aqui de pensar na construção de identidades sociais através do consumo. Os celulares funcionam como uma maquiagem, uma máscara, que adicionadas ao corpo constroem a percepção de si.

Nesse registro, é preciso levar em conta o papel da publicidade na construção dos imaginários ligados ao telefone celular. Entendemos, apoiados em Katz e Sugiyama (2002) que a publicidade constitui uma das principais formas de construção do significado público dos telefones celulares. Cumpre aqui mencionar que a literatura sobre a apropriação de telefones celulares, principalmente os estudos feitos em países do primeiro mundo, tem se interessado bastante sobre o papel da publicidade das operadoras de telefonia celular no estímulo à aquisição de novos aparelhos e na formação do imaginário sobre os telefones celulares. Com a popularização dos telefones celulares, observa-se uma mudança no perfil do público-alvo: inicialmente voltada para homens de negócios, e enfatizando valores como segurança e produtividade, a publicidade nos últimos dez anos volta-se principalmente aos jovens (Caron: Caronia, 2007). Tais estudos, que têm se detido especialmente nos anúncios de mídia impressa, concluem que a imagem pública dos

telefones celulares está relacionada, de forma geral, a três fatores principais: primeiro, à representações de um estilo de vida jovem, bem-sucedido nos planos pessoal e profissional, conectado e frenético, característico da alta modernidade globalizada; segundo, à representações humorísticas e irônicas daqueles que não aderem, por variados motivos, à normatividade hegemônica dos estilos de vida representados; terceiro, é bastante importante o elemento da estetização dos telefones celulares que faz com que sejam representados como acessórios de moda e representativos de estilos de vida variados (Caron; Caronia, 2007; Katz; Sugiyama, 2005). No caso da publicidade brasileira, destaca-se a tendência de relacionar o uso e posse do aparelho celular à questões de performance social e da própria aparência do indivíduo (Nascimento, 2004; Gomes de Lima, 2006).⁸⁹ Principalmente entre os jovens, segundo Nascimento e Gomes de Lima, que analisaram a recepção de anúncios entre adolescentes, ocorre uma adesão mais intensa aos apelos publicitários, suscitando o desejo constante por aparelhos mais novos: os celulares facilitam a inserção e aceitação nas redes sociais (Nascimento, 2004) e até facilitam na conquista de novos parceiros amorosos (Gomes de Lima, 2006).

Para pensar a relação entre consumo, distinção, e pertencimento a diferentes grupos sociais, é preciso considerar a contribuição de um autor que, escrevendo no final do século XIX e início do século XX, revelou-se mestre em analisar o papel da moda na emergente sociedade de consumo: Georg Simmel.

Na metrópole, Simmel (1979) afirma que são as trocas monetárias e, assim podemos dizer, o consumo, que ligam os metropolitanos através do desejo de individualização por uma diferença que o autor chama de qualitativa. A afirmação da personalidade na metrópole, assim sendo, procura atrair a atenção do círculo social

⁸⁹ Embora o objetivo nesse texto não seja aprofundar a discussão sobre a imagem pública dos celulares construída pela publicidade, considero instrutivo mencionar um exemplo que explorei em outro lugar (Silva, 2008b). Trata-se de um anúncio de revista de página dupla da operadora Vivo, cujo texto afirma: “Não existe ninguém feio, existe celular que não ajuda” e o sub-texto: “Novo LG Flex. Tão bonito que você não vai acreditar que custa tão pouco.” Na página seguinte, há um grande espelho com moldura dourada, ricamente trabalhada, na qual o celular LG Flex se “olha” como que se “admirando”, de “corpo inteiro”. Repete-se aqui a operação semiológica na qual o aparato tecnológico e o corpo humano são convidados a se confundirem. No texto, a menção explícita à feiúra – e ao seu contraponto não mencionado, a beleza – dá conta de uma retórica publicitária que reifica padrões hegemônicos já estabelecidos, e que devem ser renovados e vividos ao nível da experiência pela via do consumo de novos aparelhos celulares. Nesse sentido, o celular é representado não apenas como elemento constituinte, mas como elemento central da apresentação de si, tendo o poder de tornar o “feio” apresentável, “belo” e portanto passível de inserção nas redes sociais.

através da diferenciação. Embora neste texto Simmel não seja completamente específico a esse respeito, desenvolverá em outro lugar o argumento de que o consumo de bens é uma maneira de atingir tal diferenciação.

É justamente em outro texto seminal, sobre a filosofia da moda, que Simmel (2002, original 1904) irá avançar nos argumentos anteriores em torno da necessidade de diferenciação do indivíduo na metrópole, lançando idéias sobre a moda como mecanismo de diferenciação social, as quais continuam atuais até hoje. É nesse sentido que Simmel (2002) considera a moda um instrumento ou forma de comunicação que indica regimes de status e de poder a respeito dos indivíduos.

Como a moda se torna tão importante no seio da modernidade? Para Simmel - antecipando, poderíamos dizer, os teóricos pós-modernos do consumo, como Featherstone (1995), Lipovetsky (1991) e Baudrillard (1981) - entre as causas está a perda de força na crença em grandes convicções, duradouras e inquestionáveis. Esse rompimento com o passado e com o futuro traz uma consciência aguda do presente, com a conseqüente ênfase na mudança e em tudo o que é variável. A moda indica, assim, a relação específica da modernidade com o tempo: é um tempo impaciente, que indica não apenas a ânsia de rápida mutação dos conteúdos qualitativos da vida, mas de fato a crescente intensidade dos ciclos temporais - é essa a sociedade onde impera o efêmero (Lipovetsky, 1995). Seguindo essa linha de argumentação, Appadurai (2001) assinala que essa valorização do efêmero encontra expressão em uma variedade de níveis sociais e culturais: a curta vida dos produtos nas prateleiras dos supermercados, as rápidas mudanças dos ciclos da moda, a velocidade das imagens da mídia. A categoria velocidade nos remete agora à noção de tempo. Como o consumo o influencia? O tempo atual, para Appadurai, é um tempo comodificado, cujos ritmos de trabalho e lazer são ditados em função do consumo. Logo, o consumo passa a criar o tempo, e não o contrário. O tempo torna-se uma mercadoria. A expansão do consumo e a moda trazem consigo, portanto, uma profunda mudança na percepção de tempo e de espaço.

A moda, para Simmel, estabelece um equilíbrio muito original entre o impulso social e o impulso individualizador, já que funciona através de uma contradição interna: une e diferencia ao mesmo tempo. Segundo Simmel, isso significa dizer que existe no indivíduo um propensão psíquica à imitação que se traduz em um impulso socializador, o leva a querer fazer parte de um grupo no qual se reconheça e com o qual se identifique. Porém, ao mesmo tempo, a necessidade de diferenciação persiste. A moda, revela Simmel, só se

forma a partir de duas tendências sociais: justamente a concentração dos indivíduos em um grupo e a separação entre este e os demais. Portanto, Simmel identifica que a moda surge na modernidade, fundamentalmente, para cumprir uma função de diferenciação entre membros de distintas classes sociais. Esse mecanismo é intensificado pelo capitalismo: Simmel assume que as classes inferiores aspiram ao status mais elevado. Entretanto, evidentemente, o mesmo não ocorre com as classes dominantes. A moda traz em sua essência, portanto, um poder diferenciador: é da essência da moda que “só participe dela uma parte da sociedade, enquanto o resto se acha sempre a caminho dela, sem alcançá-la nunca.” (SIMMEL, 2002, p. 369). Nesse sentido, o principal argumento de Simmel é o de que “sempre as modas são modas de classe, já que as modas da classe social superior se diferenciam da inferior e são abandonadas no momento em que esta começa a apropriar-se daquelas.” (SIMMEL, 2002, p. 363).

De seu desenvolvimento inicial voltado para uso por profissionais do mundo dos negócios, os telefones celulares rapidamente passaram a desempenhar um papel como objeto de consumo ligado à negociação de identidades e da experiência social, principalmente no caso de crianças e adolescentes – embora, de forma alguma, restrito à eles. Nesse sentido, Ito (2003) descreve como os celulares foram apropriados pelas adolescentes japonesas como tecnologia de comunicação pessoal, criando uma cultura juvenil do celular no Japão que subsequente influenciou o design e o desenvolvimento dos novos aparelhos. Aqui no Brasil, a enorme variedade de aparelhos disponíveis, a multiplicidade de acessórios e a disseminação de seu uso entre todas as camadas sociais sinalizam seu impacto sobre as produções identitárias, indicando que o celular já há muito transcendeu uma mera função utilitária de apenas fazer ligações. Tornou-se um acessório de moda, a ser personalizado de acordo com o dono ou a dona – muitas vezes funcionando como uma extensão da pessoa – e constituindo um importante elemento da apresentação pessoal dos indivíduos.

Tendo feito referência ao quadro teórico que dá conta do papel central da moda e do individualismo na sociedade de consumo, passo na próxima seção a analisar como o consumo de telefones celulares desempenha um importante papel na construção de identidades sociais na contemporaneidade. A partir dos depoimentos dos interlocutores, argumento que essas identidades dão conta de uma forma contemporânea de indivíduo que é profundamente atravessada pelo consumo de tecnologia, já que possuir um celular – e, quanto mais “moderno”, melhor – significa estar incluído simbolicamente em uma

lógica de modernidade que é marcada pela instantaneidade, mobilidade e conectividade.

6.2 A ligação emocional com o aparelho: humanização e corporalidade

Um tema bastante significativo que surge da análise de meus dados etnográficos diz respeito à existência, por vezes, de uma relação afetiva entre os indivíduos e seus aparelhos, bem como da dependência dos indivíduos em relação aos seus celulares e ao conteúdo neles armazenado.

No Morro São Jorge, a afetividade e a ligação emocional em relação aos celulares se expressam de variadas formas. D. Iris, por exemplo, uma senhora de sessenta anos, afirma que “o celular é como se fosse um filho ou uma mãe dentro da casa da gente, está sempre ali para ajudar, é sempre companheiro”. Jessica, jovem mãe de três filhos pequenos, diz que o celular é como se fosse o seu quarto filho. Nena, uma auxiliar de limpeza na faixa dos trinta anos e mãe solteira de dois filhos, chama o celular de “meu bebê”. Não somente isso, mas também fala com o aparelho às vezes: “Ah, eu falo. Às vezes eu fico ali com ele ali, toca, meu bebê. Toca! Toca! Toca! Às vezes eu faço assim e ele toca”. Para ela, o celular tornou-se tão importante na vida das pessoas porque “já faz parte da família”:

Porque já virou, como é que eu posso te dizer... Ah, já faz parte da família, né filha? Porque onde tu tá te acham. Já faz parte da minha família. Eu sem celular não sou nada, não sou ninguém. Quando ele não toca, eu fico até triste. Todo mundo esqueceu de mim, ninguém me liga... Que tristeza!

Note-se que, em todos esses casos, a ligação com os telefones celulares é expressa em termos de parentesco: o celular transforma-se em membro da família. A ligação emocional com os aparelhos também se manifesta no relato das biografias de seus primeiros celulares – muitas vezes lembrados “com saudade” – e mesmo de sua conservação no ambiente doméstico: vários de meus interlocutores ainda preservavam seus antigos “tíjolos”. Sebastiana prefere não descartar seu primeiro celular, que guarda com carinho (Figura 6.1): “Saudades dele... Ah, tadinho. É esse menino aqui. Assim eu trato as minhas

coisas”. Se entre mulheres, como Sebastiana, a ligação emocional é expressa através da linguagem, para homens a explicação para conservar os celulares antigos tende a ser de ordem prática. Mas não necessariamente exclui a emoção, como no caso de Celinho, que não conheceu seu pai. Quando ganhou um presente de uma figura masculina a quem tinha afeição – o patrão de sua mãe – não pensou mais em desfazer-se do objeto, um celular:

É assim “tipo marido e mulher”, eu não troco. Teve até um cara que queria me dar um PlayII, eu não quis de jeito nenhum, não troco porque foi presente. Esse celular era do patrão da minha mãe, eu pedi pra ele e ele me deu.

Em um registro mais instrumental, Seu Roberto Carlos, por exemplo, ao comentar sobre aqueles “que tem um antigo, mas que não dá fim” lembra de seu irmão: “Ele disse que não troca por nada, acha melhor que esses de hoje em dia. Mas ele tem um moderno também. Mas às vezes ele usa esse e o som não pega bem, ele diz: ai que saudade daquele que eu deixei em casa”.



Figura 6.1: O celular tijolão de Sebastiana

Entretanto, há duas outras categorias que expressam relações de emoção com o aparelho celular. A primeira é a do celular “salvador”. A segunda categoria é a do celular “guerreiro”, como veremos mais adiante. No primeiro caso, o celular é a ponte para a salvação das dificuldades financeiras, como no caso de Nique, que apela para um cunhado mais “bem de vida” quando precisa de dinheiro emprestado: “Quantas vezes já liguei para o meu cunhado, o único na família que tem condições de nos ajudar quando temos problemas... Quando um filho fica doente... Meu marido se ajoelha na frente do celular e pede pelo amor de Deus, atende. O celular me salva, me salva um monte.” A mesma ligação emocional aparece no depoimento de Nena, que recorre ao namorado quando o dinheiro acaba antes do final do mês.

Então sempre tive meus namoradinhos. Esse que eu tou agora me deu o microondas.. Quando eu estou apertada eu ligo para ele e digo “amorzinho, me salva”. Então o meu celular me salva, porque

se não tenho celular não tenho como ligar para ele. Eu não tenho como dizer para ele que eu estou assim “apurada”.

É bem conhecida na literatura antropológica a importância da solidariedade familiar e de grupo na convivência diária com as limitações materiais nos grupos populares, como nos mostra Fonseca (2000) e, nesse sentido, acredito que é dessa forma que os telefones celulares são incorporados simbolicamente nas redes de significado dos habitantes do Morro São Jorge.

Antes, porém, gostaria de argumentar que a relação afetiva também se expressa por meio de uma outra modalidade humanização do aparelho. Aqui, a humanização do celular também ocorre através da linguagem, mas agora com a atribuição ao celular de sentimentos e sensações humanas, como se ele fosse capaz de “sentir”. “Cuidado que ele é sensível”, diz Marcos quando peço para examinar seu celular mais de perto. Na mesma linha, Flávia, estudante de vinte anos, diz que “usava minha [acessório que protege o celular, como uma capa], mas parei de usar porque *ele caiu e se arranhou todo, tadinho*”⁹⁰. Nesse registro, gostaria de chamar a atenção para outra prática que, embora possa também ser pensada racionalmente por um viés econômico ou, melhor dizendo, como expressão de uma razão prática (Sahlins, 2003) revela através do discurso dos interlocutores em seus relatos etnográficos as emoções presentes no consumo de telefones celulares. Explico: trata-se da prática de consertar aparelhos celulares que, por exemplo, molharam-se acidentalmente. O caráter humanizador revela-se na fala dos interlocutores em relação aos seus aparelhos. Não foram poucos os relatos



Figura 6.2: Celular na xícara na casa de D. Natalina

ouvidos por mim no Morro São Jorge de celulares que “morreram afogados” após cair em tanques de lavar roupa ou mesmo em vasos

⁹⁰ A reivindicação, para os celulares, da mesma proteção que os corpos humanos recebem contra acidentes é solicitada pelos mais de quatro mil membros da comunidade “Querida air-bag pra celular” (“Se você é mais um daqueles desastrados que a toda hora deixa cair o celular no chão, na privada, senta em cima dele, ou ainda vive ralando o coitado, junte-se a nós na campanha...”)

sanitários. Nesse caso, há maneiras certas de “ressuscitá-los”, revela-me Carina: “tu não podes ligar ele de volta na hora que está molhado. Tem que desmontar, deixar secando no sol dois dias, ou usar um secador. Cuidei do meu direitinho e ele *reviveu*”. Nicole conseguiu fazer voltar funcionar seu aparelho, que o filho tinha deixado cair no tanque cheio de roupa para lavar: “O meu pobre bichalho voltou a funcionar, o meu menino. Aí quando molhou pensei, vou curar ele sozinha. Tem que ter quatro a cinco dias para ele secar bem. Vou recolher ele pra dentro, vou botar na caminha, amanhã volta pro solzinho”.

À humanização dos celulares já presente no discurso que classifica e equivale os celulares à categoria de amigo, filho, companheiro ou mãe ganha um novo termo: o celular “guerreiro”. Ao ouvir relatos de celulares que haviam não somente se “afogado” e “revivido”, mas também “sido atropelados”, colocados no freezer por engano e “morrido de frio” ou caído diversas vezes no chão e “sobrevivido”, apesar de “terem sofrido muito”, observei por diversas vezes o uso dessa expressão – “guerreiro” – e uma conseqüente equivalência do celular ao próprio dono, como se este fosse uma extensão de sua personalidade. Essa operação está presente no depoimento de Norma. Certa feita, quando estava na praia com os filhos e uma sobrinha, viu quando um rapaz tentou agarrar a garota, que estava dentro do mar. No calor do momento, Norma esqueceu que guardava o aparelho dentro da parte de cima do biquíni e entrou no mar com celular e tudo: “Mas mesmo com água do mar, deixei secar um dia e no outro ele ligou. Esse celular já caiu, já bateu e até no mar entrou, e resistiu. Esse é como eu, esse é guerreiro”. A mesma categoria do celular como “guerreiro” aparece no depoimento de Nena:

É o meu bebê. [os filhos se parecem com os pais, então ele se parece bem contigo mesmo?] Ele já pegou água, ele já caiu no chão, ele já passou por temporal... Ele já foi pro Uruguai comigo e voltou... Esse é guerreiro. Esse é bem o meu filho mesmo.

Gostaria de argumentar aqui que o termo “guerreiro” faz referência às qualidades de caráter especialmente apreciadas nos grupos populares. Como nos mostra Fonseca (2000) através de sua análise da “mulher valente” – a mulher indignada e atuante, que não leva desaforo para casa – e da bravura e “macheza” masculinas, qualidades tais como valentia, insubordinação e resistência enriquecem o capital social de

homens e mulheres nas classes subordinadas. Ao estender tais qualidades para o seu telefone celular através da atribuição da qualidade de “guerreiro” a este, os habitantes do Morro São Jorge realizam uma operação simbólica que torna o aparelho uma extensão de sua personalidade, e portanto tende a ser percebido como um enobrecimento da própria apresentação de si.

Se a humanização dos celulares é uma das modalidades de ligação emocional com o aparelho, sua relação com a corporalidade é a outra face desta moeda. Nesse sentido, torna-se fundamental pensar a relação entre celulares e corpos humanos. Creio ser interessante sublinhar o argumento dos meios de comunicação como uma extensão do corpo (McLuhan, 1971). Nessa nova perspectiva de corporalidade, o telefone celular pode ser pensado como uma extensão do corpo humano. Nesse sentido, eram comuns os relatos de meus interlocutores que diziam que voltavam para casa ao perceberem que haviam esquecidos seus celulares: “parece que eu estava sem roupa” ou “era como se eu tivesse deixado uma parte de mim” foram frases que ouvi mais de uma vez⁹¹. Caio, por exemplo, diz que “O celular está sempre perto do corpo. Ou é uma mão, ou é um braço, uma parte do corpo enfim. “Para alguns aqui, ou para a grande maioria, o cel chega a ser uma parte do corpo, porque se não tiver”.

Marcos, estudante de uma escola técnica, responde enfaticamente quando pergunto se ele deixa sempre o celular perto de si: “Ô, com certeza⁹².” Natasha, vinte e um anos, colega de classe de Marcos e sobrinha de Marisa, além de reconhecer a ligação afetiva com o celular, frisa em seu depoimento o papel do aparelho como meio facilitador na formação de redes de sociabilidade:

Eu acho que celular é algo essencial, tem um lado afetivo sim no celular. Porque Deus o livre, se alguém né, pega... Eu já fui roubada, já roubaram um celular meu. E não foi nem a questão de ter roubado, assim, nem tanto de ter roubado, mas

⁹¹ Uma breve pesquisa no Orkut, realizada em maio de 2007, apontou a existência das comunidades virtuais Celular – membro do meu corpo” (“para aqueles que se sentem nus ou com a sensação de um vazio, algo ausente no momento distante do telefone móvel...”) e “Sem celular sinto-me nu” (“você não consegue viver sem celular? Se você sai sem o celular, acha que algo de muito urgente pode estar acontecendo e você não pode ser informado?”).

⁹² Observei que Marcos provavelmente estava escutando música no celular momentos antes da entrevista. O celular estava próximo do corpo – no bolso da jaqueta, e Marcos estava com os fones de ouvido em volta do pescoço. Sua colega de classe, Natasha, observou que Marcos andava “sempre assim”.

porque eu tinha... Por exemplo, a minha agenda... Eu não tenho agenda nenhuma. A única agenda que eu tenho é do celular. Então a única coisa que, poxa, eu perdi contatos, eu perdi contatos de muitas pessoas e era uma coisa que tu já tá acostumada, a ter aquele celular. Tu acaba cuidando do celular, tanto que a gente pega, e cuida, põe capinha, é um lado afetivo que tu tem mesmo.

Tanto a relação afetiva quando a dependência tecnológica, em suas variadas gradações, encontram um ponto de convergência no argumento de que o celular se confunde com o corpo e mesmo a própria vida⁹³. “Eu não vivo sem celular” foi certamente uma das frases que mais ouvi de meus interlocutores no Morro São Jorge. Foram várias as metáforas significativas através das quais os habitantes do Morro São Jorge descreveram sua relação com o telefone celular. Um rapaz com quem conversei brevemente, vizinho do pai de uma interlocutora, disse que o celular na sua vida é “como a força da respiração”. D. Natalina, aos sessenta e oito anos de idade, preocupa-se em não deixar o celular descarregado – recebe ligações freqüentes de assistentes sociais pois está para sair de sua casa, que está numa área de risco; além disso, cuida de um neto de oito anos que é HIV positivo e preocupa-se com uma filha viciada em crack. Para não correr o risco de perder uma ligação importante de alguma assistente social, D. Natalina tem por hábito deixar seu celular velho – carinhosamente apelidado de Cascão – dentro de uma xícara, (Figura 6.2) no balcão da cozinha. É essa senhora de vida sofrida que utiliza uma metáfora altamente poética para descrever sua relação com os celulares: “Antes o celular não me atraía, mas agora eu não vivo sem. Se eu estou sem, é como um pedaço de mim que sai. O celular é tudo na minha vida, sem ele não sou nada. Se estou sem ele fico *sem asas para voar*. Como uma *ave sem ninho*. Na minha vida é primeiro Deus e os filhos, depois o telefone celular”. Embora o celular de D. Natalina esteja com a bateria sempre carregada, é um celular pai-

⁹³Esse argumento é explícito em uma das comunidades sobre aparelhos celulares mais populares do Orkut, “Eu não vivo sem celular”, com mais de sessenta e dois mil membros. Na mesma linha de pensamento estão as comunidades “Eu não vivo sem meu celular”, com mil e oitocentos membros, “Meu celular fica ligado 24h” e “Eu não largo meu celular por nada”, cujo texto de apresentação afirma que se trata da comunidade “daqueles que não desgrudam do seu celular nem para dormir⁹³... quando tomam banho leva (*sic*) ele junto... para aqueles que deixam seu bichinho de estimação com fome mais (*sic*) não deixam o celular descarregado...”.

de-santo – quase nunca tem créditos, e a questão econômica é o grande aspecto negativo na relação emocional com os telefones celulares, conforme vimos no capítulo cinco.

Outra modalidade de metáfora que relaciona os telefones celulares a seres vivos é o que poderia ser chamada de uma metáfora “evolutiva”. Quando comento que no Japão praticamente não se usam mais os telefones públicos, Caio defende que “é questão de evolução”: “O Japão já está mais avançado. O homem evoluiu, e assim os aparelhos”.

A metáfora do vício é outra categoria na qual a ligação emocional com o celular se expressa através da demonstração de diferentes níveis de dependência tecnológica. A prática de deixar o celular sempre ligado, vinte e quatro horas por dia, e a preocupação em nunca deixar a bateria descarregar fazem parte desse imaginário. Vários foram os meus interlocutores que se definiram como “fãs” ou “viciados” em tecnologia. Ricardo foi um deles: “Sou um viciado em tecnologia... Não consigo viver sem o celular, computador, enfim o meio tecnológico”. Por vezes, a metáfora do vício também foi expressa pelos interlocutores de outra forma, utilizando a palavra “fã” (lembremos que a etimologia da palavra remete à “fanático”). Foi o caso de Afonso, que se define como um “fã” de celulares.

Na próxima seção, analisarei uma das manifestações do chamado “vício por celulares”, a partir da perspectiva de sua transformação em um artefato que passou a ser regido pela lógica da moda.

6.3 Corporalidade e produções identitárias: o celular como acessório de moda

O “vício” dos celulares, devido às facilidades na aquisição de aparelhos celulares em suaves prestações, também se faz presente no Morro São Jorge. Se por um lado o crédito no varejo torna os celulares, de alguma forma, mais “acessíveis”, os celulares com funções multimídia ainda são percebidos como caros e, em muitas falas de interlocutores, percebi os aspectos conflituosos, sutis e por vezes contraditórios que cercam o discurso em torno das categorias do “supérfluo” e do “necessário”. Afonso, que se reconhece como um fã de celulares, comprou um smartphone há menos de seis meses, mas já sente vontade de comprar outro aparelho: “Eu quero de TV digital. Já fui olhar pra trocar. Tecnologia mais avançada, da Sony Ericsson. Mas tá meio salgado... Mil e quatrocentos reais”. Por outro lado, seu Josevaldo, que é evangélico e dirigente (cargo que equivale a auxiliar do pastor) da

Assembléia de Deus, acredita que muita gente “tem celular só para se aparecer”. O comentário de seu Ciro segue no mesmo registro: “No ônibus, tem gente que coloca no viva-voz, quer mostrar que celular tem e até o que tá falando”. O ônibus, aliás, foi lembrado por outros interlocutores – tais como Lila – como um espaço de sociabilidade marcado pela negociação e exibição de identidades construídas pelo consumo:

Sem contar que a gente pegava o ônibus, o só escutava aquela musiquinha bonita de fundo, *era sempre aquele pessoal com o celular da moda que quando tocava fazia questão de atender*. O nosso tocava, tinha que ir lá pro banco de trás pra atender escondido. E o nosso quando tocava era aquele barulho horrórico.

Natasha, de vinte e um anos, estudante do CEFET, é uma sobrinha de Marisa, que a descreveu como sendo “viciada em celular”. Natasha conta que tem celular desde os treze anos de idade:

Foi assim, eu tava na oitava série, eu devia ter... treze anos. Treze pra catorze anos. Quando eu comprei... eu ganhei o meu primeiro celular dos meus pais, era um tijolão da TIM, e eu troco de celular todo ano. [Tu troca todo ano?!] Todo ano. Agora que eu dei uma parada. Mas celular... *Era um vício mesmo, era como se fala, mais questão de moda*. Eu já tive celular da Vivo, já tive da Tim, agora da Brasil Telecom, já tive da Claro, de todas as operadoras eu já tive celular

Pesquisas de mercado (Ming, 2006) mostram que o tempo médio de troca de aparelhos celulares pelo consumidor brasileiro é de dois anos, caindo para um ano e meio entre as classes A e B. A razão disto, segundo especialistas da área, são principalmente duas: para o brasileiro, o celular é um item de moda que diz muito sobre o indivíduo e, portanto, o consumidor brasileiro tem a tendência de comprar celulares novos para exibi-lo para outros indivíduos⁹⁴. No São Jorge, a

⁹⁴ Lorena, uma das entrevistadas de camadas médias, é uma estilista de moda de 28 anos. Seu depoimento confirma essa tendência ao extremo: Eu uso [o celular] mais pra estética mesmo. [O marido intervém: Pra ela não precisa nem fazer ligação!][Lorena, rindo] É verdade, é verdade! Essa semana, essa semana por exemplo, eu

média de troca dos aparelhos celulares entre meus interlocutores na época do trabalho de campo (2008 – 2009) ficou em torno de dezoito meses. O depoimento de James é ilustrativo nesse sentido, e adiciona o elemento da constituição de masculinidade à troca de celulares – ele usa o conceito de “potência” para descrever os celulares com maior número de funções, mais modernos e, portanto, mais atrativos: “O cara quer ter cada vez um celular mais *potente*. Tira no crediário, tira no cheque, são várias e várias prestações”.

Como outros no São Jorge, Marisa tem um “viciado em celulares” na família. É o seu genro Ezequiel, de vinte anos. Se, por um lado, Ezequiel dá a Marisa a alegria de ser pai de sua única neta, por outro lhe causa preocupações por assumir gastos que não priorizam a nova família. Em uma tarde chuvosa, encontro Marisa irritadíssima. Com a língua afiada que sempre lhe foi peculiar, reclamou que Ezequiel havia “feito rolo” para conseguir o celular mais moderno que queria: “Menina, fiquei doida, doida. Pois o desgraçado rói unha, come ovo, mas agora tem esse celular. Deu 200 [reais] e mais o outro celular que ele já tinha”. Nesse sentido, é possível perceber as tensões entre o que é “necessário” e o que é “supérfluo”, assim como o caráter muitas vezes contraditório das justificativas para se trocar de celular. Lila, por exemplo, comenta a respeito do marido, segundo ela um “viciado” em celulares:

O pessoal acha que tem que se desfazer do que já tem para pegar o mais moderno. O meu marido já passou não sei quantos celulares na mão dele. Eu já briguei com ele, pra que tanto celular sem necessidade. Tem um celular mais lindo que o outro. Ele escondeu, comprou primeiro e depois veio falar comigo. Eu briguei, disse “mas esse que tu já tinha filma, faz tudo... E ele: Ah mas esse aqui é mais moderno”. Pois ele me apareceu com um celular que parecia uma calculadora. Ele é quadrado, a tela é enorme. A filmagem fica a coisa mais linda, as fotos, tudo. Eu disse meu Deus rapaz, pra que comprar um celular desse, entrar em mais uma prestação. Tá com três celulares,

pensei que eu tinha perdido o meu carregador. Mas agora eu achei ele dentro da gaveta. Então, eu tava com o celular desligado, mas eu mesmo assim usava a capinha, deixei ele na capinha com a bolsa e tudo, eu não tirei ele da capinha. E tava desligado, não tinha bateria, não tinha nada, até hoje. Mas hoje eu também saí com a bolsa, com o negocinho, capinha...

todos os três com números diferentes.

Parcelar a compra de celulares é uma prática comum, como me consta Letícia, de vinte e oito anos: “Eu compro o celular e enjoô muito fácil... Nem termino de pagar a prestação de um, o último fiz em oito vezes, e já vejo um amigo com um melhor, tenho vontade de comprar outro. Aí quando minha mãe pode me ajuda a comprar.” O que o depoimento de Letícia nos mostra é que, não obstante as dificuldades financeiras, devido à pressão social exercida nas redes sociais às quais determinado ator pertence, ou mesmo devido à mudanças na percepção de si, muitos indivíduos estão dispostos a fazer esforços significativos para trocar seus telefones. Nesse registro, vale lembrar a argumentação de Lipovetsky (1991) sobre o sistema da moda, quando ressalta a obrigação social do sempre novo – a pressão social para que os agentes sociais, assim como os objetos, estejam inseridos na lógica da moda. Nesse sentido, os resultados de minha pesquisa estão em consonância com os de outros pesquisadores que investigam o cenário da cultura digital móvel brasileira e das práticas culturais relacionadas aos telefones celulares (Horst, 2009).

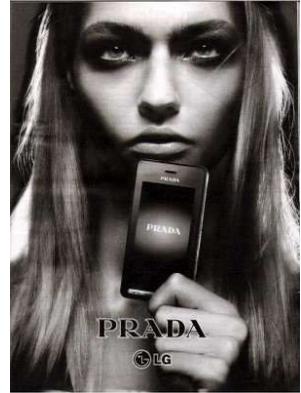


Figura 6.3: Anúncio do celular LG Prada

Os motivos apontados para trocar de celular com frequência estão ligados ao lançamento de novas funções, como tocador de músicas em MP3 e câmeras digitais cada vez mais potentes. Além destes, as funções do celular são apontadas como razões ligadas ao status e à moda, como no caso de Claudia, assistente social no Morro São Jorge e amiga de Marisa: “Porque é assim uma questão de status, pra mostrar que a pessoa tá melhor, tá na moda...” Marisa concorda com Claudia, reconhecendo que para muitos o celular ainda é um símbolo de status: “Status, tá na moda, entendeu como é que é... tá no tempo... tá legal”. Seu Roberto Carlos combina o discurso da moda⁹⁵ com o da justificativa

⁹⁵ Trocar de celular com frequência é uma prática que se confirma na análise das várias comunidades virtuais do site de relacionamentos Orkut. Nesse sentido, os nomes das comunidades, bem como os textos de apresentação, são bastante sugestivos: “Celular virou uma moda”; Comprador compulsivo de celular” (“Essa comunidade foi criada para você que tem uma compulsividade em comprar celular... se você é daqueles que quando ver um celular

instrumental: “Aparelho mais bonito, bate foto, a gente *precisa* né?”. Ana Beatriz, por sua vez, sonha com um MP10: “Esse agora que tem televisão... Sonho de consumo! Já pensou em vir no ônibus vendo a novela? É aquele 3G da Claro. Eu só troco o meu agora se for por um daqueles de televisão, senão eu não troco⁹⁶”.

O que os depoimentos acima mostram é o reconhecimento do celular como um acessório de moda relevante para a apresentação dos indivíduos. Penso ser importante apontar, nesse registro, a construção que a publicidade faz do celular pela estética da moda. A retórica dos anúncios publicitários de celulares como o do modelo V3, da Motorola (de longe o celular considerado “bonito” mais presente no São Jorge), por exemplo, é a mesma dos anúncios de moda ligados à indústria do vestuário: pouco ou nenhum texto, modelos jovens e bonitos que demonstram “atitude” e “estilo”. Mas o V3 está longe de ser um lançamento, ao contrário de outro celular cujo design e publicidade investem no aparelho significados ligados à estética da moda: o Prada, da fabricante LG (Figura 6.3) Afonso, por exemplo, fez uma referência direta à esse aparelho percebendo-o como “caro” mas de certa forma acessível através do crédito varejista: “Depois do Plano Real, ficou mais fácil pra comprar celular, pra comprar tudo. Até o mais caro, o mais bonito – tipo aquele da Prada, todo liso, que deve estar uns dois mil [reais]”. Mas esse acesso é relativo. Lembremos que no capítulo cinco Afonso ressaltou a dificuldade em se pagar pelos serviços de telefonia (“É difícil manter casa, filho e telefone celular”. Mas acrescenta: “Eu sou fã de celular, se eu pudesse trocava a cada seis meses...” O comentário de seu Roberto Carlos é bem ilustrativo desse respeito do

já pensa em comprá-lo, esta é a sua comunidade!”); “Troco de celular toda hora”; e “Meu celular é da moda”.

⁹⁶ Meses depois reencontrei Ana Beatriz no ônibus; estava de celular novo, mas não era o do comentário acima. Havia se separado do marido, que a trocava por outra mais jovem – embora Ana tivesse apenas vinte e um anos. A amante tinha, ao que consta, treze ou catorze anos. Ana Beatriz ficou abalada, mas não se deixou abater; afinal, tinha três crianças pequenas para criar. Lembremo-nos que no capítulo quatro Ana Beatriz nos conta que ganhou do marido todos os celulares que já teve; minha interpretação é a de que, ao menos no quesito telefone celular, Ana pode simbolicamente abandonar o marido; colocá-lo para fora de sua vida como ele mesmo havia feito com ela. No capítulo sete, desenvolvo em mais profundidade o argumento de que o telefone celular é um objeto que forma um forte vínculo entre os casais, e examino as formas que esse vínculo toma enquanto mediador positivo e também negativo dessas relações. Como comentário final, vale dizer que Ana Beatriz trocou de celular, mas manteve o chip e, portanto, o número: “Troquei de celular, mas o mesmo chip”.

papel dos fluxos midiáticos⁹⁷ no desejo de troca: “ A gente vê tanto celular bonito aparecendo na televisão, a gente fica com vontade de trocar por um melhor. Antes eu tinha um aparelho que só atendia e ligava, hoje eu tenho um melhor. Mas continuo só ligando”. Clara, cujo celular só tem “mensagem e rádio” comenta que pretende trocá-lo em breve, “pegar um melhorzinho, se eu conseguir... Esse aqui é só mais pra ter, pra dizer que tem”: “Cada vez vem celular mais bonito, mais melhor... Eu tava vendo, agora tem um que dá prá ver TV, dá prá ver até a novela. [...] Passa uns comerciais do Giba [jogador de vôlei]. Ele tá no jogo, mas ao mesmo tempo assistindo o jogo no celular”.

Entretanto, a análise de meus dados de pesquisa mostra que no Morro São Jorge a publicidade que exerce um papel nos motivos que levam os atores sociais a se sentirem motivados a trocar seus celulares não é aquela presente nos anúncios de jornais ou revistas, às quais se tem pouco acesso na comunidade. Esta foi poucas vezes mencionada explicitamente. Apenas em uma das entrevistas a publicidade em revistas foi mencionada espontaneamente: a mãe de um garoto de quatorze anos, Ida, que trabalhava como doméstica, contou-me do



Figura 6.4: Capas para celular no Mercado Público

desejo de seu filho por um modelo específico de telefone celular. O garoto já tinha um aparelho, bastante usado, que havia sido de seu pai. Ida contou-me que seu filho encontrou o anúncio do aparelho que queria em uma revista, e o manteve colado na porta de seu guarda-roupa durante todo um ano, até que ela tivesse dinheiro extra para dar uma entrada e parcelar o restante da compra do aparelho. No caso dos habitantes do Morro São Jorge, é a na televisão, a publicidade no ponto-de-venda e, principalmente, a exposição de aparelhos nas vitrines que exerce o seu

⁹⁷ Marcos, amigo da sobrinha de Marisa, membro das camadas médias, igualmente ressalta o papel da mídia:

Eu acho o seguinte. Vai muito da questão da mídia. Você hoje tem um celular como esse aqui, daqui um ano ele já não funciona mais do jeito que tu quer ou então, a mídia já... A tecnologia já tá tão avançada que o que tu tem já não é mais agradável pra ti e tu vai procurar um outro celular. Se a pessoa hoje tem condições de trocar um celular, todo ano, é que nem carro. Se tem condições de trocar o carro todo ano troca, entende? A tecnologia tá aí pra isso, então não vejo problema nenhum. Se eu puder trocar a cada ano o meu celular, eu vou trocar.

charme. Além disso, a motivação principal é a coerção social que ocorre quando se vê um amigo ou amiga com um celular novo e se passa a desejar um igual.

Nesse registro, a busca por distinção social pode guardar aspectos contraditórios e até surpreendentes. “Ter um celular que ninguém tenha” é percebido como um valor importante. Ao mesmo tempo, é preciso ter um celular que não deixe de ter as funcionalidades que a maioria tenha. Nena, por exemplo, diz a respeito do celular que comprou há seis meses: “Ai encasquetei, encasquetei que tinha que ter jogo, tirar foto – que agora tá essa onda de celular de foto”. Se Nena comprou um celular com câmera motivada pela “onda do celular de foto”, Ricardo, por outro lado, não tem a mínima vontade de aderir à “onda do I-Phone” que começou a varrer o Brasil a partir do início de 2009. Para Ricardo, a valorização da exclusividade é levada ao extremo, e mostra como o conceito de “classe social” pode ser escorregadio: “O I-Phone não me atrai. Eu gosto de exclusividade, coisas que ninguém tenha, e o I-Phone está ficando popular”.

Katz e Sugyama (2002) argumentam que os consumidores de celulares, ao aderir ou contestar os imaginários que os discursos da publicidade e da Internet fazem circular, atuam como co-criadores dos significados públicos dessa tecnologia. Neste ponto, gostaria de analisar outra instância de investimento de significados que, segundo os autores, igualmente contribui para a criação de sentidos a respeito da tecnologia móvel: a personalização dos aparelhos, seja através da



Figura 6.5: Capa de celular em formato de bicho de pelúcia

modificação de seu aspecto original, seja através de suas funções. As observações realizadas no Mercado Público de Florianópolis dão conta da grande variedade de acessórios disponíveis aos indivíduos para a prática de personalização dos telefones celulares⁹⁸. Visitei os estandes e conversei com uma vendedora sobre esses acessórios. Havia uma grande variedade de capas para celular expostas (Figura 6.4). Fiquei espantada pois vi uma mulher comprando uma capa para celular

⁹⁸ No Orkut, existem várias comunidades de pessoas dedicadas a discutir essa prática de adornar os celulares, como por exemplo a “Eu adoro chaveiro de celular” e a “Meu celular tem estilo”, cujo texto de apresentação diz: “Pingentes, capinhas descoladas, chaveiros de ursinhos, protetor de tela, figuras, fotos, adesivos, sons personalizados e etc., seu celular é bem desse estilo?! Você adora atualizar ele?! Então você tem que participar dessa comunidade...” Também existem comunidades muito populares, como a “Meu celular é enfeitado”, que tem mais de mil membros.

flip em formato de um sapinho de pelúcia; entretanto, depois a vendedora não soube dizer se o acessório era para ela ou era presente para alguma criança ou adolescente. A vendedora relatou que mulheres adultas também compram capas enfeitadinhas e pingentes. Como última informação, me disse que os pingentes mais procurados agora são os de bichinhos de pelúcia. Durante o período de meu trabalho de campo no São Jorge, entretanto, não conheci muitas mulheres que usassem tais capinhas; mesmo as adolescentes pareciam preferir outras modalidades de personalização, conforme veremos adiante. Houve uma exceção; mas nesse caso a senhora em questão havia encontrado o acessório entre o lixo da cooperativa de reciclagem na qual trabalha (Figura 6.5).

Natasha, sobrinha de Marisa, conta que também gosta de enfeitar o celular com “essas coisinhas”. Quando a entrevistei, o pingente de seu celular era em formato de um cachorrinho:

E eu tinha na verdade outro pingente, aí ele arrebentou, e saiu. Aí eu comprei esse. Porque eu achei bonitinho, e tudo, achei mimosinho e aí botei. [E muita gente que tu conhece assim tem capa, tem pingente...] Tem, tem. A maioria das pessoas que eu conheço tem minha, tem capa... Inclusive essa do sapinho eu comprei também pra botar no meu celular.

No caso dos homens, a personalização da aparência externa do celular, tal como descrita por Natasha, é vista como algo completamente feminino. Para Ricardo, para os homens a moda de “enfeitar o celular”



Figura 6.6: Celular com papel de parede mostrando imagem de jiu-jitsu

já passou: “Como tem tuning de carro, já pode ter tuning de celular. Já foi moda, trocar a carcaça, trocar a luz, quando era de visor monocromático. Mas hoje em dia não tem muito mais disso, porque tem muito mais variedade de aparelhos”.

Ao analisar o depoimento de Ricardo em relação a meus dados etnográficos, penso ser possível afirmar que a personalização externa pode estar “fora de moda” para os homens, mas a personalização através das funções do celular existe. O próprio Ricardo, por exemplo, diz que “o papel de parede é importante para mim, o papel de parede com as cores combinando”. A imagem escolhida por ele expressa um estilo de masculinidade

hegemônica (Almeida, 1995): o papel de parede do celular de Ricardo – o Samsung F250, de tela sensível ao toque - é uma imagem da cultura Jiu-Jitsu (Figura 6.6).

Se entre os homens a lógica da moda se expressa de forma mais freqüente através da troca de aparelhos, entre as mulheres possui uma



Figura 6.7: Capa de celular na cor rosa com strass

via de mão dupla – tanto pela aquisição de novos aparelhos, como pela personalização de seu exterior através de adesivos e capas. Neste último quesito, a cor é fundamental. Nesse sentido, seu Roberto Carlos demarca as cores como marcas materiais dos celulares que diferenciam os gêneros: “O que mudou foi as cores. O V3 roxo achei bonito para uma moça, já pra velho não dá”. Entre mulheres, quem não podia ter celular cor-de-rosa ou roxo – como se tornou moda no verão 2008/2009 – optava pelas capas cor-de-rosa, sempre adornadas com pedrinhas de strass⁹⁹. No caso de Maíra, que compartilha o mesmo aparelho de celular com sua mãe Manuela, o uso da capinha foi uma negociação em comum. Clara, de dezesseis anos, também comprou uma capinha rosa com brilho para deixar o celular mais parecido com ela mesma (Figura 6.7). Clara comenta a ligação entre celulares e moda na escola em que estuda:

Tem gente que sai com uma roupa e coloca a capinha da mesma cor. Na minha escola... Tem uma menina lá que cada dia ela vai com um tipo

⁹⁹ O depoimento de Paula, na faixa etária dos trinta, publicitária e professora universitária, revela sua opinião sobre a questão de as pessoas comprarem telefones celulares pensando nos mesmos como um acessório de moda. Igualmente, Paula acredita que o celular possa dizer muito sobre a personalidade da pessoa, sobre quem ela é: “Olha, eu acredito que isso seja uma realidade hoje em dia. É... com o contato que a gente tem com amigos, com colegas, a gente acaba percebendo que dependendo do estilo da pessoa, o celular ele combina. Se é uma pessoa mais moderna, que gosta de inovações, ele pega o celular com novas tecnologias, as mulheres gostam de celular colorido... Eu por exemplo tenho um celular que a capinha é toda cheia de brilho, porque eu adoro brilho... As minhas colegas também, a gente aproveita já a funcionalidade da câmera pra utilizar, como complemento do celular. Eu acho que ele realmente acabou sendo, se tornando um acessório de moda pra gente, pros adolescentes, como um todo. Acredito que [o celular] diga muito [sobre quem a pessoa é] porque é um acessório que tá com a gente no dia-a-dia né, então ele acaba se tornando um complemento da nossa roupa, e você dependendo da tua profissão, tal, acaba se tornando uma agenda, computador... e até os próprios acessórios acabam dizendo respeito a isso. Olhando para o celular da pessoa a gente acaba realmente vendo um pouquinho dela. Eu por exemplo adoro brilho; gostei sempre de brilho no brinco, no anel, o meu celular não podia deixar de ter um brilho, né... (...) É, assim como a vestimenta, como o perfume, como o óculos, acessórios que você tá usando...”

diferente de capinha. Até eu fiz esses dias isso... [ri]. Coloquei a roupa toda rosa, minha blusinha rosa, o meu tênis que tem rosa e coloquei a capinha rosa [no celular].

Entre mulheres de todas as idades, observei a prática de enfeitar o celular com adesivos que circulavam no Morro São Jorge na época do trabalho de campo. Esses adesivos eram vendidos como alternativa de geração de renda – uma de minhas interlocutoras, Gabriela, os vendia no centro da cidade e na escola. Os adesivos mostram imagens de desenhos animados, como Piu-Piu, Betty Boop ou Hello Kitty, ou animais estilizados como personagens de desenhos animados. Esses adesivos não adornam apenas os celulares, mas fazem parte de uma estética que envolve outros eletrodomésticos e objetos pessoais. Assim, Dênia, esposa de Cilmar, pacientemente foi enchendo de pequeninos adesivos a TV de 29 polegadas do quarto que divide com o esposo, Cilmar (Figura 6.8); Alane, filha de seu Gonçalves, enfeitou seu computador com vários deles e Magda, que é uma mãe de família evangélica, adornou com adesivos uma pasta – mas, no seu caso, não adesivos seculares, mas sim adesivos do personagem Smilingüido, que divulgam mensagens bíblicas (Figura 6.9). Alguns exemplos de celulares adornados com adesivos estão nas Figuras 6.10 a 6.13, e pertencem, respectivamente, a Alane; Melina, uma das mães-de-santo do São Jorge; D. Natalina; e à filha de cinco anos de Odila, Adrielly. Entre mães de família e senhoras mais idosas, como D. Natalina, os adesivos não eram tão onipresentes quanto nos celulares das adolescentes, mas encontrei alguns casos de senhoras que ganharam celulares usados de filhas ou noras, já com os adesivos, mas não fizeram questão de retirá-los.



Figuras 6.8 e 6.9: Pasta pessoal adornada com adesivos evangélicos; TV de 29 polegadas pacientemente adornada com adesivos coloridos.



Figuras 6.10 a 6.13: Celulares com adesivos pertencents, pela ordem, a Alane; Melina, uma das mães-de-santo do São Jorge; D. Natalina; à filha de cinco anos de Odila, Adrielly.

D. Natalina, aliás, relaciona o próprio consumo de celulares com um cuidado de si: “Pra ter o celular não tem idade. Eu gosto de me empetecar”. E não importa que seu celular seja um modelo bem antigo – para D. Natalina, sair de casa com o celular já equivale ao uso de outros acessórios de que gosta, como colares e brincos. Outras, mães de família como Nique, faziam questão de



Figura 6.14: Celular de Nique



Figura 6.15: Cel com adesivo de futebol

escolher os adesivos para o próprio celular; Nique escolheu dois adesivos mostrando uma gatinha branca com laço cor-de-rosa no pescoço e uma pequena flor (Figura 6.14) Encontrei apenas um celular pertencente a homem que tivesse adesivo – o de seu Jurandir, líder comunitário. Mas esse adesivo, ao contrário dos adesivos encontrados nos celulares de mulheres e meninas, era bem “masculino”: um adesivo do clube de futebol Internacional, gaúcho como seu Jurandir (Figura 6.15). No comércio de Florianópolis também há meinhas à venda com o escudo dos times de futebol locais, Avaí e Figueirense.



Figura 6.16: O estilo masculino de usar o celular preso por um cordão ao pescoço

Onde o celular é guardado, as formas pelas quais ele é ocultado – ou exibido, na maior parte dos casos – também são relevantes para se pensar o celular como um acessório de

moda. Guardar o celular no bolso da calça, na mochila ou numa pequena capa presa à cintura (mais freqüente entre homens mais velhos) é o estilo de apresentação mais comum entre homens. Entre os homens mais jovens, e especialmente para aqueles que gostam de exibir o celular que possuem, ou passar uma imagem de modernidade – já que o celular é um de seus ícones – o estilo preferido de apresentação é usar o celular pendurado no pescoço, preso por um “cordão” para celular. Esses cordões são vendidos nos camelôs e lojas de revenda de celulares,



Figura 6.17: Celular V3 rosa de Joice usado preso à cintura

podem ser lisos ou estampados com as marcas dos fabricantes ou das operadoras. Afonso, aos 31 anos, mantém esse estilo jovem de apresentação do celular (Figura 6.16). Com isso alcança não apenas o objetivo instrumental de não perder tempo procurando o celular quando este toca, mas também um objetivo simbólico de construir para si uma noção de pessoa ligada às novidades tecnológicas, e de uma pessoa que trabalha. Seu celular, como vimos nos capítulos anteriores, é um smartphone da Nokia da nova geração 3G do qual Afonso não pode usar todas as funções plenamente devido ao preço dos pacotes de tarifa para esses novos serviços, como a videochamada. Usar o celular dessa maneira também é freqüente entre os adolescentes – um estilo masculino jovem que também faz parte da estética, por exemplo, dos jovens que circulam pelo morro trabalhando como olheiros para o tráfico.

Um contraponto feminino ao estilo masculino do uso do celular na cintura é a prática feminina entre jovens de exibir o celular no bolso traseiro da calça jeans, ou na presilha. Entre as mulheres no São Jorge – excetuando-se as evangélicas, que vestem saias - outra forma preferida de vestimenta, além do jeans, são as calças ou bermudas estilo legging confeccionadas

vendidos nos camelôs e lojas de revenda de celulares,



Figura 6.18: Capa para celular em crochê feita por D. Tônia

podem ser lisos ou estampados com as marcas dos fabricantes ou das operadoras. Afonso, aos 31 anos, mantém esse estilo jovem de apresentação do celular (Figura 6.16). Com isso alcança não apenas o objetivo instrumental de não perder tempo procurando o celular quando este toca, mas também um objetivo simbólico de construir para si uma noção de pessoa ligada às novidades tecnológicas, e de uma pessoa que trabalha. Seu celular, como vimos nos capítulos anteriores, é um smartphone da Nokia da nova geração 3G do qual Afonso não pode usar todas as funções plenamente devido ao preço dos pacotes de tarifa para esses novos serviços, como a videochamada. Usar o celular dessa maneira também é freqüente entre os adolescentes – um estilo masculino jovem que também faz parte da estética, por exemplo, dos jovens que circulam pelo morro trabalhando como olheiros para o tráfico.



Figura 6.19: Produção de Larissa para a festa de fim-de-ano do Projeto

em lycra ou suplex, tecidos que aderem ao corpo e exibem suas formas. O celular pode ser usado preso à cintura de uma legging ou, no caso dos jeans, à presilha, como gosta Joice, que combina o seu V3 rosa com uma camiseta rosa com a marca Puma estampada (Figura 6.17) Entre as mulheres, também é comum usar o celular pendurado ao pescoço, mas aqui há uma grande diferenciação estética em relação aos homens. Em vez do cordão, as mulheres preferem as chamadas “bolsinhas” para celular. Estas, além do aspecto utilitário (“assim eu não perco nenhuma chamada de meu marido”, disse-me Janaína) servem como acessório de moda que personaliza o celular, com suas diferentes cores e padrões. A maioria é industrializada, mas há as mulheres que, como D. Tônia, preferem confeccionar a sua própria capinha, no caso em crochê rosa (Figura 6.18). Mais do que isso, podem fazer parte de uma “produção de moda” quando a mulher sai de casa



Figura 6.20: Bolsinha do celular de Edinéia, que é evangélica

para um compromisso, como uma ida à cidade ou uma festa. Foi o caso de Larissa, minha interlocutora que conheci no projeto de geração de renda. No dia-a-dia, Larissa costumava carregar o celular nas mãos, sempre junto com seu inseparável maço de cigarros. Na festa de final de ano do Projeto, Larissa montou uma produção completa, da qual fizeram parte, além da bolsinha para celular, uma pequena boneca usada junto com o vestido (Figura 6.19). Aliás, bonecas podem vir bordadas na própria bolsinha, como a que Edinéia, esposa do pastor evangélico Saulo, usa para carregar um de seus dois celulares (Figura 6.20). Aqui é interessante que a estética



Figura 6.21: Bolsinha para celular de Janaína, com motivos infantis

infantilizada do acessório não parece entrar em conflito com a visão-de-mundo religiosa de Edinéia, que é membro da Assembléia de Deus. Antes, vimos que outra senhora evangélica, Magda (que é irmã de Edinéia) escolheu uma categoria especial de adesivos – evangélicos - para adornar um objeto de uso pessoal (sua pasta de documentos).

O caráter infantilizado dos acessórios utilizados pelas mulheres

para adornar seus celulares – adesivos com personagens de desenhos animados, a preferência por capas e celulares cor-de-rosa, a opção por levar os celulares ao pescoço nas “bolsinhas” estampadas com motivos infantis – não parece preocupar a maioria dessas mulheres., como Janaína, uma mãe de quatro filhos (dois deles adolescentes) que usa uma “bolsinha” com um sapinho verde estampado (Figura 6.21). Minha interpretação é a de que nas redes sociais em que circulam, incluindo o ambiente de trabalho, a expressão de uma estética que incluía esses elementos infantis não contribuiu para uma percepção negativa de seus papéis como profissional e mãe. Entretanto, há que se observar diferenças entre mulheres do São Jorge que estão empregadas em atividades laborais que envolvem o contato direto com o público de camadas médias – como Silvia, irmã de Larissa, que trabalha como recepcionista em um consultório médico – e, por exemplo, Janaína, que como tantas outras mulheres do São Jorge trabalha em uma empresa de serviços de limpeza. Assim, penso que mulheres como Janaína não tendem a sofrer uma pressão social, que parece ser típica de camadas médias¹⁰⁰, na qual a avaliação do desempenho no trabalho não pode prescindir de uma estética “profissional” que não se coaduna com o uso de símbolos da infância.

Natasha, por exemplo, está freqüentando um curso técnico de Segurança no Trabalho com o objetivo de conseguir um emprego de nível médio. Seu objetivo é cursar Direito, mas teve de trancar o curso por dificuldades financeiras. Natasha chegou a comprar um acessório de celular de estética infantil, como vimos anteriormente – a capa de celular em formato de um sapinho de pelúcia, a mesma que eu havia visto à venda no Mercado Público. Mas acabou por rejeitá-la:

[...] Aí depois eu achei muito infantil e eu não usei. Aquela eu tinha comprado pro meu celular. Eu achei muito infantil e eu digo não... Aí eu dei pra minha afilhada. Que também tem celular. [Ela tem quantos anos?] Ela tem onze anos. E tem celular.

¹⁰⁰ Penso que o site de relacionamentos Orkut dá conta da circulação dessa pressão social contra uma estética infantilizada, bem como de sua contestação. No Orkut, a comunidade “Meu celular é a minha cara” se apresenta aos internautas como segue: “Para você que adora “fofoletizar” o seu cel!! Seja com capinhas coloridas de pelúcia, piercings, protetores de tela, papel de parede e tokens diferentes!!! Afinal o celular é SEU e ele tem que ter a SUA cara!!! E dane-se que os outros digam que infantil ou coisa de Patricinha!!!”

A posse de aparelhos celulares por crianças cada vez mais novas também esteve presente nos depoimentos dos interlocutores. Lorena, que é estilista de roupas infantis, conta que as peças de malha com estampas de telefones celulares são bastante procuradas. Esse parece ser um exemplo de como o celular já parece ter se consolidado como elemento importante do imaginário associado à tecnologia, tanto para adultos quanto para crianças. Se para os primeiros a posse do celular traz novas possibilidades de inclusão simbólica em uma lógica de modernidade marcada pela conectividade, assim como novas possibilidades de apresentação do eu, no caso das crianças soma-se a essas duas instâncias a posse do celular como uma espécie de ritual de passagem para a vida adulta. Natasha, que tem um irmão de nove anos que já possui celular, pensa que crianças que tem o aparelho devem “entender” a situação:

Eu não concordei muito no início, assim, de ele ter celular tão cedo, porque eu acho que tem que ter mais idade, até pra entender, pra não virar modismo. Não ter celular só por ter. Tem que ter um motivo, algo... Não, e esse é o celular novo. Que ele já tinha outro.

Vânia, que tem dois filhos adolescentes, conta como seus filhos, de dez anos e dezesseis anos de idade, às vezes pedem o celular emprestado quando saem com os amigos. Vânia possui dois celulares usados (um ganho de uma antiga patroa, outro do marido) e conta que os filhos preferem o modelo mais atualizado: “Esse aqui eles não pedem, dizem que é feio.” Insisto no porquê: “É mesmo? Não querem nem saber? Nem emprestando assim não querem levar?” Vânia confirma: “Dizem assim ui mãe, que coisa feia. Isso aqui nem se usa mais, mãe.”

O que o depoimento de Vânia demonstra é uma das principais características da adoção do celular enquanto um acessório de moda: sua força de coerção social. Nesse sentido, meus interlocutores, de uma forma geral, foram unânimes em afirmar que quem possui telefones celulares “é moderno, está no tempo, está no mundo” e que não possui-lo, ou possuir um modelo mais antigo (referido como “tjolo” e, mais raramente, “patacão”) implica em “vergonha” ou inferioridade social, diminuindo sua possibilidade de interação nas redes sociais¹⁰¹. Assim,

¹⁰¹No Orkut, a comunidade “Tá com vergonha do meu celular?” acolhe os comentários daqueles cujos amigos “têm vergonha do seu celular”; que possuem “o famoso ‘tjolo’, considerado por muitos uma arma branca”; e, finalmente, cujo celular “já foi tema preferido de

instigou-me aprofundar a investigação da emoção humana da “vergonha” em seu cotejo com o consumo de telefones celulares. Nesse sentido, Marisa relata sua experiência:

Todo mundo repara. Porque eu fui no casamento do meu primo, e o celular do meu marido era um Nokia. Mas não era de abrir, de flip. Gente, quando o pessoal abriu o celular na mesa, eu [para o marido]: Carlos, desliga teu celular, desliga. Bota debaixo da mesa, não tira (...) todo mundo olhou, tomou um choque no celular dele.

Seu Ciro, por exemplo, não se julga uma pessoa “preconceituosa” em relação aos celulares, mas acredita que exista um nível de cobrança no meio social¹⁰²: “Para mim é tudo uma coisa só. Se for bem mais fino que o meu, pra mim eu não tenho preconceito sobre isso. Mas acredito que existe sim. Tem gente que é capaz de botar defeito no dos outros” Seu Roberto Carlos é mais explícito a respeito do formato que essa cobrança toma, ressaltando que a prática era anda mais acentuada quando o uso do celular se tornou mais disseminado na comunidade:

Que eu me lembre a vergonha que eu tinha era assim...Porque hoje em dia é fácil ter um celular, todo mundo tem... É que na época, quando veio esse telefone, nós tudo tinha, então não era vergonhoso, todo mundo tinha. Era aquele mesmo que tinha vindo pro Brasil, *então tava na moda*. Só que depois começou a vir os modernos, mas *a gente não tinha condições de trocar do feio para o*

piadas e brincadeiras infames.” Gabriela, nossa informante de camadas médias, afirma que, antes de trocar seu celular antigo por um modelo mais novo, deixava-o tocando na bolsa e não o atendia para não “passar vergonha” em locais públicos.

¹⁰² Paula, uma professora universitária, concorda que existe uma espécie de “cobrança” por parte das pessoas em relação aos que não aderem à lógica da troca constante do celular:

Existe. Existe, eu acho que hoje em dia as pessoas são caracterizadas não pelo que elas são, mas pelo que elas tem. Eu acho que, hoje em dia, a forma como você se veste conta muito, acaba a sociedade consumista tendo essa cobrança sobre nós como consumidores nessa sociedade e eu acho que o celular diz muito a respeito disso, né. Realmente eu tenho uma prima que tem um celular há muito tempo e as pessoas hoje em dia, “poxa, mas tu tá com ele há tanto tempo, não vais trocar, hoje em dia é tão barato, porque tu não troca?”

moderno. E tinha que ligar desse grande, feio, e via a pessoa com os outros bonitos na mão, usando, e a gente tinha que usar os fora de moda, e ficava com vergonha por causa disso.

De uma forma geral há um consenso de que as pessoas “reparam” no aparelho que cada um tem. Esse sentimento de vergonha ocorre porque, nas relações sociais na comunidade, o celular ainda é tido por muitos como um objeto de status e que portanto confere distinção, no sentido de Bourdieu (1979), àquele que o possui. Katz e Sugiyama (2005) analisam esse fenômeno afirmando que os telefones celulares fornecem uma avaliação precisa da expressão estética de seus donos e que, portanto, refletem e corporificam seu proprietário.

Principalmente entre os mais jovens, mas não raro também entre os mais velhos, acredita-se que quem tem um celular mais antigo pode “passar vergonha” quando atende o aparelho em público. É o caso de pai de Marisa, minha principal interlocutora, um senhor de quase setenta anos – que queria adquirir seu primeiro celular, mas fazia questão de um celular “de flip”, para não passar vergonha na frente dos amigos.

Meu pai queria porque queria um celular de flip, aquele que abre e fecha.. *[Ah, por quê?]* Porque é mais moderno. *[Ah, mais tchan...]* É, mais jovem e esse era mais antigo e tal, ele queria um de flip, não queria assim, normal. “Pai, vou te comprar um igual ao meu”. “Não, não, quero de flip, que abre e fecha, porque esse aí tá muito antigo, *tenho vergonha de atender na frente dos amigos...*”

No caso do pai de Marisa, penso que a posse de um celular considerado “moderno” potencializa a noção de honra masculina, inspirada pela teoria da honra e da vergonha, conforme mostram Almeida (1995) e Fonseca (2000). Possuir um celular “tijolão”, nesse caso, poderia ser interpretado pelos amigos do pai de Marisa como falta de respeitabilidade.

Ariel, um jovem de dezesseis anos que conheci na escola do bairro, revela-me que havia ganho seu primeiro celular de sua avó, dois anos antes, “mas era um Motorola daqueles bem antigos, gigante...! Quando eu ia atender na rua, ou no ponto de ônibus, eu abaixava a cabeça, tentava esconder o celular, Deus me livre se alguém me visse com aquilo...”

Nesse sentido, o depoimento de Lila, filha de seu Roberto Carlos,

também ressalta os espaços públicos de sociabilidade como locais onde o sentimento de vergonha é mais passível de ser sentido:

[...] eu tinha vergonha de andar com ele. Que era um celular, o botão era nele mesmo. Como é que eu vou te explicar, não tinha telazinha que aparece o número, nada, a gente só discava, e pra conseguir falar tinha que puxar uma antena pra cima que parecia um alto-falante, mas desse tamanho, pra andar com ele só dentro da bolsa. Hoje em dia tem celular pequenininho, a gente coloca, mas aquele não, era uma vergonha mesmo. Tocava dentro do ônibus tinha que me abaixar pra poder atender, com vergonha, telefone desse tamanho, parecia um rádio.

A vergonha também pode ser expressa em termos da rejeição ao celular. “Nem adianta querer fazer entrevista com a minha irmã, ela não gosta de celular” me diz uma jovem. A irmã de quinze anos rebate: “Não é que eu não gosto de celular, eu não gosto é de ter celular velho que nem o meu. Fico com vergonha de atender”.

Como vimos, uma análise da dimensão simbólica do consumo de telefones celulares, expressa nas novas práticas sociais e culturais a eles associadas, dá conta das crescentes relações entre cultura e consumo na contemporaneidade. A posse e a fruição dos aparelhos insere os indivíduos simbolicamente em redes de sociabilidade que os conectam ao estilo de consumo tecnológico característico da modernidade. Assim, é no contexto de uma sociedade de consumo globalizada que os celulares passaram de simples instrumentos de comunicação à acessórios de moda, já que, como afirmam Katz e Sugiyama (2002, p. 79) “a dimensão do estilo é enormemente importante na maneira como os telefones celulares são percebidos, tanto pelos usuários quanto pelo público em geral.” Os celulares tornaram-se regidos pela lógica da moda e, nesse sentido, passaram a ser parte importante da apresentação e inserção dos indivíduos em suas redes sociais e, mais ainda, parte importante de uma concepção contemporânea de pessoa que é profundamente atravessada pela tecnologia.

6.4 Consumo de celulares e relações emotivas

Vimos na seção anterior que a vergonha, relacionada à posse de

um celular que o grupo social não julga adequado, é uma das emoções mais lembradas pelos habitantes do Morro São Jorge quando pensam na relação com os telefones celulares. Da mesma forma que no caso do uso do celular como um acessório de moda, a relação afetiva torna-se evidente na dedicação ao celular de outros sentimentos humanos, como por exemplo o amor, o ódio, a raiva, o ciúme e até a inveja.

Nesse registro, existem até aqueles que humanizam ao extremo, atribuindo um nome ao celular.¹⁰³ Outros relacionam a biografia dos celulares em suas vidas como eventos de sorte ou de azar. São essas outras possibilidades de relacionamento com o celular enquanto tecnologia afetiva – e, em especial, com o conteúdo dos celulares e sua circulação nas redes sociais – que serão analisadas nesta seção.

Nena, por exemplo, conta que chorou muito quando perdeu um de seus primeiros celulares: “Nossa, eu adorava aquele celular”. Desconfiou do namorado, já que havia esquecido o celular em sua casa. Como pouco tempo depois ele apareceu com um aparelho igual, Nena, enciumada, não teve dúvidas: fez com que o aparelho fosse dado de presente para ela. Na época em que a entrevistei, Nena buscava convencer esse mesmo namorado a lhe dar um celular mais moderno: “Tou querendo um bebezinho novo”.

O papel dos telefones celulares também é lembrado com carinho pelos interlocutores, sendo relevante não somente para manter ou fortalecer vínculos familiares, mas também na formação de novos relacionamentos. Ouvi mais de um relato etnográfico no qual os telefones celulares foram lembrados com emoção por meus interlocutores. Como no caso relatado por Jairo, professor na escola da comunidade e integrante da Pastoral Carcerária: “Eu sei que existem os presos que usam o celular para fazer muita coisa errada, mas essa estória é bonita. Esse preso que eu conheci estava com a esposa para ganhar bebê. Lá no hospital, sem dar detalhes claro, a família disse que ia ligar para o pai que estava viajando. Assim, pelo celular, ele pode ouvir o choro do seu primeiro filho...”

Outro relato no qual o celular está envolvido na estória de um novo relacionamento é o de Larissa, de vinte e oito anos, mãe de um filho de doze de um relacionamento anterior. Na época, seu ex-marido ligava a toda hora, e por isso Larissa não gostava de celulares: “Eu

¹⁰³ No site de relacionamentos Orkut, existem comunidades cujos nomes parecem reafirmar os argumentos acima expostos: “Eu amo o meu celular”; “Eu odeio meu celular”; e “Meu celular tem um nome!!!” (“Essa comunidade é para quem ama tanto o seu celular que e é tão apegado que acabou dando um nome pra ele!!! Que quando perdem saem gritando pelo seu nome!!!”).

tinha, mas sempre vendia, uma hora tinha. Outra ficava sem. Eu não gostava de ser achada né. Toda hora tão ligando, e eu não gostava, eu não gosto disso”. Agora Larissa tem um relacionamento estável com um mulher, Joana, e lembra da participação do celular nessa fase de sua vida. Ainda casada, iniciou seu relacionamento com Joana, que lhe deu um celular para que pudessem se comunicar. Apesar das tentativas de esconder esse celular do então marido, certa feita o aparelho foi descoberto: “Aí ele pegou esse celular de mim, descobriu, pra ver quem ligava e quem não ligava pra mim.” No meio da briga com o marido, Larissa conseguiu fugir para o banheiro. Lá tirou o chip do celular, quebrou, jogou-o no vaso sanitário e deu descarga. O marido saiu de casa, mas levou o celular. Entretanto, Mariana sempre quis ter esse aparelho de volta por razões sentimentais – além do que, na época, o celular era sua melhor possibilidade de comunicação com sua namorada. Dias depois, ao visitar o ex-marido para tratar de assuntos relacionados ao filho, conseguiu “roubar” seu celular de volta:

Roubei o que era meu, que ele tinha escondido, e voltei pra casa – isso de madrugada! Voltei pra casa. Aí o outro dia, conta pra Joana, que ela me ligava, e cadê o chip¹⁰⁴? Tive que mentir pra ela, dizendo que tinham roubado o meu celular no morro, que eu esqueci em algum lugar e me roubaram, e que os guris¹⁰⁵ [*como são chamados os olheiros do tráfico de drogas*] iam achar pra mim, eles acharam mas sem o chip. Aí ela pegou e me deu outro chip de celular. Aí nunca mais, acabou eu e ele, não precisava mais ficar mentindo, aí tudo bem.

Mércia, que vive com o vírus HIV, é uma ex-trabalhadora do sexo na casa dos cinquenta anos de idade. Vive no alto do morro, em uma

¹⁰⁴ Também de madrugada ocorreu um desentendimento envolvendo namorados e celulares que ficou famoso primeiro na Internet brasileira, para depois ganhar a grande mídia. Em setembro de 2009, um vídeo amador foi postado no site YouTube: um vizinho filmou com seu celular uma moça que gritava impropérios na portaria do prédio do ex-namorado. Enfurecida, gritava “Pedro, cadê meu chip?? Devolve o meu chip Pedro! Abre essa porta!” em meio a palavrões de vários calibres. O vídeo causou furor na Internet e teve mais de quatro milhões de acessos.

¹⁰⁵ Fonseca (2000) em seus estudos em bairros populares de Porto Alegre – RS, também refere essa forma eufemística de designação entre seus interlocutores: “os guris” é um eufemismo para os jovens do bairro que andam em bando e envolvem-se em atividades ilegais” (Fonseca, 2000, p. 166).

casa de vinte metros quadrados coberta com telhas Brasilit, lá onde estão “os últimos sobreviventes”, como vimos no capítulo três. É lá que ela me conta como o telefone celular foi decisivo em uma tarde de chuva: “Era uma tarde de sábado, tinha chovido a semana toda, e eu tava lá perto do barranco estendendo roupa. O meu celular tocou, eu tinha deixado dentro de casa e fui lá atender. Nisso, juro, o barranco veio abaixo. Não fosse o celular eu podia estar morta agora. Salvou a minha vida”. Diferentemente dos casos de Nique e Nena, onde o celular “salvador” é o que salva dos constrangimentos financeiros, aqui a “salvação” operada pelo celular toma um caráter quase transcendental.

Outra instância de relacionamento emocional com o celular é a que envolve a solidão. São muitos os que relatam se sentirem “tristes” ou “abandonados” quando o celular não toca. Essa solidão pode derivar em raiva, como no caso de Paulina, que confidenciou muitas vezes sentir-se raivosa pois “muitas vezes eu fico com vontade de falar com alguém, mas ninguém me liga”. Nesses momentos de solidão, coloca o celular para despertar com seu toque favorito, dessa forma simulando ao menos parte das ligações que tanto deseja receber.

A raiva foi outra das emoções que surgiu nas narrativas do São Jorge. A raiva pode estar relacionada tanto as práticas de uso do telefone celular quanto ao próprio aparelho. Nesse sentido, o celular nos dá conta do ritmo acelerado da modernidade, e da ansiedade em estar sempre disponível. Patrícia, filha de Sebastiana, diz que odeia “quem deixa o celular desligado. Se não deixa ligado, então prá que ter?” Seu Ciro é outro dos que fazem coro, censurando os que deixam o celular com a bateria descarregada: “O meu quando chega no segundo risquinho eu já boto para carregar”.

A raiva também pode se fazer presente no ciúme de maridos em relação à telefonemas e conteúdos que as esposas recebem no celular. O marido de Paulina começou a desconfiar dela e de celular novinho, “de flip”, com que a havia presenteado no aniversário. Suspeitou de traição. Paulina, furiosa, esqueceu completamente o quanto havia desejado esse celular “de flip” e o arremessou contra a parede¹⁰⁶.

Agora vê se ele me incomoda mais por causa do celular. Porque se ele brigar, se ele me incomodar, eu agora quebro o dele. Não tou certa? [...] Eu fiquei com raiva porque ele não precisava ter

¹⁰⁶ No próximo capítulo, iremos analisar mais detidamente o papel do telefone celular nas relações entre os gêneros.

ciúme de mim por causa do celular. Eu vou dizer uma coisa bem certa pra ti: não é o celular que vai fazer tu traír, tu roubar, não é por causa do celular que tu vai entrar na droga.

A raiva, entretanto, pode ser direcionada ao próprio aparelho. A posse de um celular “velho” pode provocar não apenas vergonha, mas também raiva. Depois da briga descrita acima, Paulina ganhou um celular usado do marido (que o havia comprado por três reais de um usuário de drogas no Morro) e, insatisfeita com o aparelho, passou a expressar sua raiva na materialidade do objeto: começou a destruí-lo, arranhando-o e descascando a tinta (Figura 6.22).

Como ele é pobre, me deu esse celular assim feio. Só que eu não gosto de celular feio. E eu comecei a descascar o celular, descascar. Só que eu tenho vergonha de atender na frente de alguém. Mas o meu sonho sempre foi ter celular assim baita, bonito, sabe. Eu gosto do celular pra ter jogos, mensagem, e... um número bonito. Gosto muito da TIM. [Tem isso assim, de número bonito?] Tem. Por exemplo, 9937 – 9139. Esse número é bonito, sabe. Tem um começo e um fim bonito, sabe? Que se é pra ter celular velho eu não tenho.

Em outra ocasião, encontro novamente Paulina, e comentamos a



Figura 6.22: Celular vítima da raiva de Paulina

briga com o marido e o celular destruído: “Quebrei o meu celular de flip e agora tou com esse celular feio. Mas agora ele vai comprar um celular bonito pra mim” diz, esperançosa. A confissão que vem a seguir é algo surpreendente. Paulina diz que sempre teve vontade de “fazer isso”: “Que é isso né, é coisa de rico. Tacar o celular, quebrar as coisas de dentro de casa”. O que o depoimento de Paulina revela é a adesão a um imaginário de classes médias¹⁰⁷, que circula nas classes populares principalmente nas telenovelas. Nesse imaginário, a

¹⁰⁷ No Brasil, a partir de 2008, começou a ser realizado um Campeonato de Arremesso de Celulares nos moldes do original finlandês.

dependência e a sujeição ao celular podem atingir um ponto de saturação. A letra da música “Pago prá ver”, interpretada pelo cantor sertanejo Daniel, mostra o ponto em que a turbulência emocional na relação com o celular pode atingir o seu ápice. Resultado: o celular é lançado para fora da vida de seu possuidor¹⁰⁸.

Os relatos de sorte e de azar – no guardar e no perder celulares, ou em ser roubado - também são significativos a respeito da relação emocional com os celulares no São Jorge.

Paulina, por exemplo, achou um celular na rua – o achado de celulares faz parte de um relato freqüente de sorte entre meus interlocutores. Estava disposta a devolvê-lo para o dono. Para isso, deixou o celular ligado. Uma mulher que não tardou a ligar, mas foi muito ríspida com Paulina. Nesse ponto, entra novamente o elemento da raiva: “Ela assim: entrega – mas bem ignorante, sabe? - entrega esse celular nos Correios de Florianópolis. Toda grossa. Só que assim: eu não tenho culpa se ela perdeu, eu não tenho culpa de ter achado”. Por isso, Paulina não devolveu o aparelho. Lembra que quando ela mesma perdeu o celular de sua mãe, ligou e conseguiu recuperá-lo. “Mas eu fui educada, expliquei que o celular não era meu, pedi: ‘Tens como me entregar?’” Sentindo-se humilhada, Paulina retirou o chip do aparelho e o quebrou: “Agora ele é meu. Não, não tem essa de ser ignorante. Quem perdeu foi relaxada. Quem achou, achado não é roubado”.

Lila, por exemplo, considera-se “azarada” com celulares. Sentia-se especialmente constrangida com esse “azar” pois os dois celulares que perdeu tinham um alto valor de distinção simbólica na época em que os comprou – um deles era “bem fininho” e o outro “aqui no morro ninguém tinha igual”. Lembra-se que já teve má sorte com vários deles – um dos quais, inclusive (comprado em várias prestações) nem tinha terminado de pagar na loja:

Mas eu tenho azar. O primeiro celular que eu ganhei, esse da Baby, meu Deus, aqui no morro

¹⁰⁸ Diz a letra da canção: [Refrão] Pago pra vê quem vai me encontrar agora / Mudei de endereço celular eu joguei fora...

Até hoje em minha vida o que fiz foi trabalhar / Correria dia e noite sem ter tempo pra parar / Era fax, telefone, internet, celular / Na verdade eu não tive sossego nem pra / Pescar, caçar, dançar / Eu pensava comigo onde é que eu vou chegar / Cheguei, lutei, venci, mudei. Era eu cair na cama e o telefone tocava / Era palma no portão e a campainha acionava / Eu sonhava em dormir, dormia coisa nenhuma / Quantas vezes eu fiquei só na vontade de dar uma / Cochilada, Esticada, relaxada, mais que nada / O que eu quero é sossego / Admirar minha boiada / Viver a minha vida / E lembrar das trapalhadas.

ninguém tinha igual ao meu. [Na época] eu cuidava da minha avó, que tinha dado derrame. Fui dar banho na minha avó e eu deixei o meu celular carregando. Um dos meus sobrinhos entrou dentro de casa e levou o meu celular pro colégio. Quando a vizinha minha disse: “ô o teu celular não tá com o nome do teu namorado na frente?” Eu disse, “tá!” “Teu sobrinho tá com ele lá no colégio”. Só deu tempo de eu ir lá no colégio - ele tinha botado o meu celular no chão e tacado uma pedra em cima. Perdi meu celular. A única coisa que eu ganhei do celular: um carnê pra terminar de pagar. O celular eu já não tinha mais. Meu Deus. Aí o outro celular, eu tive um bem fininho, até daqueles que diziam que passava debaixo da porta. Aí era época de eleição, o pai tinha me chamado lá embaixo para ajudar, trabalhar na campanha. E eu fui usar o banheiro, tinha esquecido ele no bolso da calça, e lá caiu o celular dentro do vaso. Ai meu Deus guria, olha eu vou dizer, eu tenho azar.

James e Helena, por outro lado, consideram-se “sortudos” com celulares. O filho mais velho de Helena, hoje com vinte anos (na época com quinze) vivia lhe dizendo que já estava na hora de ter seu primeiro celular, mas com o salário de empregada doméstica ficava difícil comprar um celular novo como o garoto queria. Helena soube que uma das rádios de Florianópolis estava promovendo um concurso cultural cujo primeiro prêmio era um telefone celular. Inscreveu-se e foi sorteda – e o prêmio veio justamente no dia do aniversário de seu filho.

James tinha acabado de trocar seu celular – um Sony Ericsson K790i, “com câmera de 3.2 megapixels” – que na época (2008) era considerado um celular praticamente top de linha, por um computador usado. Mas, como viciado em tecnologia que era, estava sentindo muita falta de possuir um telefone móvel; além disso, seu aniversário de aproximava. E foi justamente no dia de seu aniversário que James foi “abençoado” pela sorte: uma cliente esqueceu o celular na loja em que James trabalhava.

Aí eu conversei com a gerente depois, expliquei a situação, poxa é meu aniversário, a gerente ligou e não conseguiu conversar com a mulher que perdeu o celular. E também não teve nenhuma

reclamação, aí eu fiquei com o celular. É um Motorola W270. Porque ficar sem celular não dá.

6.5 O celular como *locus* de afetos e de memórias

No Morro São Jorge, o celular muitas vezes não é um objeto de uso meramente individual. Podem mesmo ser “invasivos”, provocando o ciúme de seus proprietários originais. É o que descubro com Mércia, algumas semanas após nossa primeira entrevista.

No mesmo celular que a salvou de ser soterrada por um barranco quando tocou – celular esse equipado com câmera e gravador - Mércia tinha vários arquivos digitais representativos de sua produção identitária e de seu cotidiano: fotos da neta autista, sua preferida; gravações de encontros nas reuniões dos grupos de apoio do GAPA¹⁰⁹; e, como papel de parede, a imagem em formato GIF de uma borboleta. Embora fosse uma imagem pequenina e retirada dos arquivos constantes no próprio aparelho, sempre significou muito para Mércia na medida em que simboliza sua luta pela vida enquanto portadora do HIV: “Eu adoro, é o símbolo do renascimento.” Nesse novo encontro, entretanto, depois de me cumprimentar, Mércia senta-se numa cadeira, franze o cenho e começa a mexer no celular sem parar. Dílson, o amigo que Mércia acolheu em casa, tinha mexido no aparelho. E não era a primeira vez: “Um tempo atrás, ele mexeu nesse tal de número PIN e o meu celular ficou todo bloqueado, tive que ir lá na loja da TIM para eles me ajudarem a arrumar”. Desta vez, Dílson resolveu expressar suas crenças religiosas no Seicho-no-Iê através do celular de Mércia. “Agora que roubaram o celular dele, fica querendo se divertir com o celular dos outros. Inveja de quem tem”. Mércia estava especialmente indignada porque Dílson tinha trocado a imagem do papel de parede – em vez de sua querida borboleta, era agora a foto do mestre japonês Masaharu Taniguchi que Mércia era obrigada a olhar toda vez que mexia no seu celular. Ela não sabia quem era antes de ter seu celular invadido pelo amigo.

Dois meses depois, encontro Mércia no ponto de ônibus no final do morro. Está com o pulso enfaixado. Ao perguntar o que aconteceu, recebo a resposta de que seu celular havia sido roubado.

Foi semana passada. Eram seis da manhã, eu estava indo na feira pegar minhas frutas de

¹⁰⁹ Grupo de apoio e Prevenção à AIDS.

doação, sabes que tenho que me alimentar bem. Um cara me seguiu, um travesti, perguntou: “Tu tem celular?” Eu disse, “de mim tu não vai roubar” mas não adiantou. Ele me roubou de manhã mas à noite eu já tava com o celular de volta. Chamei dois amigos meus que já moraram na rua, prometi dez reais para cada um, e eles rapidinho descobriram quem foi. Eu fui junto e dei um soco no cara. Imagina, eu ainda estou pagando o celular. E tem a foto da minha neta.

A captura e o armazenamento de imagens, sejam elas ligadas ao cotidiano de cada ator social, sejam elas ligadas aos relacionamentos familiares, estão entre as funcionalidades do celular que mais têm atraído a atenção dos habitantes do Morro São Jorge. É significativo ressaltar que essas imagens circulam nas redes de sociabilidade. Não é raro que sejam compartilhadas entre família e amigos através da função bluetooth dos celulares, ou descarregadas em computadores (para aqueles que os têm).

Embora utilizar o celular para “bater foto” de familiares e amigos tenha sido a situação mais comum encontrada em campo, seu uso “político”, por assim dizer, também se faz presente. Seu Jurandir é um dos líderes comunitários com quem conversei que utiliza o celular com essa finalidade. Na falta de uma câmera digital, que não possui, usa o celular para fiscalizar as obras que a prefeitura realiza cotidianamente no Morro São Jorge, e também para reivindicar melhorias ainda por serem feitas. Por exemplo, seu Jurandir tira fotos de casas em situação de risco; da construção das calçadas de concreto que estão substituindo as antigas vielas de chão batido; ou de algum dos muros de contenção de encostas que no seu entender não tenha sido feito direito. Essas imagens são utilizadas para conversar com os engenheiros da Secretaria de Obras, tanto na própria secretaria quanto nas visitas desses funcionários ao São Jorge. O celular também serve para documentar para os funcionários da prefeitura potenciais situações de risco para a comunidade, como por exemplo barrancos que podem desbarrancar em uma próxima temporada de chuvas. Lembremos, também, da estória que abre esta tese, quando Marisa usou seu celular para tirar uma foto de sua casa que estava caindo e a utilizou como evidência visual e foi na Secretaria de Obras para reivindicar seus direitos de cidadã junto aos assistentes sociais.

No caso do armazenamento das imagens nos próprios celulares para circulação nas redes de sociabilidade familiar, penso que o telefone

celular passa a cumprir o papel que em outros tempos foi das carteiras: guardar as imagens dos familiares mais próximos, aquelas que sempre queremos levar conosco. Essa prática, obviamente, não é exclusiva de classes populares nem dos contextos culturais brasileiros; Vincent (2006), por exemplo, a observou no contexto cultural europeu. Entretanto, no caso do Morro São Jorge, devido à pouca capacidade de memória da maior parte dos aparelhos (celulares com cartão de memória não eram a maioria na comunidade na época do trabalho de campo) meus interlocutores precisavam selecionar quais imagens ficariam e quais seriam apagadas de tempos em tempos. Imagens de relacionamentos familiares são as predominantes. Muitas mães e pais têm fotos suas com os filhos como papel de parede. Lila, que tem um celular com cartão de memória (comprado em doze vezes) fez as fotos e filmagens do aniversário de um ano da filha caçula com o próprio celular. Segundo Lilá, desde que comprou esse celular novo, há um mês, “já fizemos uns quatro CDs de fotos e mais um de filmagens”. As imagens são de momentos do cotidiano e, principalmente, da filha caçula: “Eu filmei ela dançando. Aí depois a minha mais velha passa tudo para o DVD”.

Posteriormente, com folgas no orçamento, mandou imprimir algumas das imagens: em sua casa há dois banners com a imagem da filha, bem como um painel de fotos na parede com as imagens do aniversário. No total, diz Lila, “Eu tenho seis banners com fotos da minha pequena”. Com a ajuda de um primo que possuía computador em casa, Lila gravou DVDs com as fotos e vídeos da festa, que mostra para as visitas em seu DVD player (a família não possui computador em casa). O marido de Lila fez um outro painel de fotos tiradas com seu celular e também um outro banner com a imagem da filha de dois anos, que foi dado de presente para o avô da criança.

Tanto Lila como seu marido estão sempre dispostos a registrar todos os momentos da vida dessa criança em imagens. Se da filha mais velha do casal, de oito anos, Lila tem poucas imagens da fase de bebê “porque naquela época não tinha tanto celular de foto” da filha mais nova os registros começam já na maternidade: “Eu tenho gravação também, filmagem né. Tem as filmagens dela na maternidade, a hora que eu tou com dor, e tudo o meu marido filmou com o celular”.

O relato de Lila mostra que os celulares com câmera facilitaram em muito o registro dos relacionamentos familiares e do cotidiano. Para os aficionados por imagens como Lila e seu marido, isso significa acumular e manter uma grande coleção de imagens: “Uma hora eu vou te mostrar os meus DVDs. Meu marido passa tudo para DVD. Eu tenho

um monte, lá em cima, sacolas e sacolas com DVDs, tu vai pensar que é mentira. E eu tenho foto. Tudo passado para DVD”.

Entretanto, há um terceiro elemento que faz parte do circuito de distribuição de imagens e que atua como auxiliar aos donos de celulares. É a figura do “moço do computador”. Quem possui a infra-estrutura pode conseguir uma renda extra transferindo os arquivos de imagem do celular para DVDs. E não somente transferir esses arquivos mas, também, modificá-los. Lila comenta a respeito dessas “montagens”:

“Ele faz uma montagem, assim... Tu filma e tu estás na cozinha, por exemplo. Mas aí esse rapaz faz como se tu estivesse num castelo, ele faz com flores, com paisagens, como se tu estivesse em outro lugar”.

É interessante ressaltar que, no São Jorge, muitas vezes o aparelho celular circula entre diferentes pessoas; seu uso pode ser compartilhado por diferentes razões, como veremos no capítulo sete. Em relação à produção de imagens, no caso de Lila é a vizinha que não tem celular com câmera – e nem câmera digital – que pede seu aparelho emprestado para que possa fazer fotos de sua bebezinha. Como não sabe usar a função câmera, pediu ajuda para Lila:

Ela pediu para eu bater fotos da bebezinha dela, que ela não tem, para fazer um DVD para ver na casa dela. Eu bato as fotos e depois a minha mais velha passa para o computador. A única coisa que eu não sei é mexer no computador. Todo mundo gosta de fazer as fotos dos bebês, fazer o álbum.

Uma outra categoria de imagens que circulam no Morro São Jorge, além das imagens familiares, são os vídeos de entretenimento. Nesse caso, as imagens circulam para além das famílias extendidas e atuam como elemento de sociabilidade também entre redes de amigos. O entretenimento, no Morro São Jorge, é fruído preferencialmente através de duas categorias de vídeos: os de “pegadinhas” e os pornográficos. Sendo uma pesquisadora mulher, tive acesso mais direto aos da primeira categoria e, no caso da segunda, principalmente através dos comentários de minhas interlocutoras.

Com o advento dos celular com suporte para exibição de arquivos em vídeo, toda uma cultura dos “vídeos de pegadinhas” que floresceu na Internet agora circula também entre as camadas populares, que tem um acesso mais restrito a computadores. É da Internet, aliás, a origem da maior parte dos vídeos de pegadinhas que circulam no Morro

São Jorge. Esses vídeos são transferidos por cabo USB do computador para celulares e, posteriormente, alcançam uma circulação ainda maior de celular diretamente para outro celular através de outras possibilidades de conectividade, como o infravermelho e o bluetooth. É justamente a característica do entretenimento pela diversão que mais atrai. Os vídeos devem ser “engraçados”, como enfatiza Helena, que assiste aos vídeos no celular do filho: “Se quiserem mandar que seja coisa engraçada, não gosto de nada triste”. Assisti a um desses vídeos no celular de Nena – um Nokia 2760, um dos modelos mais populares no Mocotó na época por ser “de flip” e possuir o desejado bluetooth. Entusiasmada, Nena diz: “A minha sobrinha que mandou isso aqui pra mim, é engraçadíssimo!” O vídeo mostrava um garoto que ficava esperando outros chegarem a um campinho de futebol para convidá-los a chutar uma bola. Vários aceitaram o convite, apenas para descobrir que a bola era feita de pedra, para delírio do dono da bola, que dava gostosas gargalhadas.

No caso de vídeos e imagens pornográficas, entre minhas interlocutoras era mais comum perceber a pornografia como algo característico de um certo estilo de masculinidade ou, no caso dos adolescentes (excluindo-se os evangélicos), como algo presente na sua constituição. Helena, por exemplo, sabe que o filho de quinze anos tem alguns arquivos pornográficos no celular, mas não reclama: “Na idade dele isso é normal, né?” No caso de Celinho, de catorze anos, é o toque do celular que faz sucesso entre os amigos: ouve-se uma voz feminina suspirando e gemendo, numa simulação de prazer no ato sexual. Para Celinho, não é preciso nem receber ligação para apreciar o toque: ele adora mostrá-lo para os amigos simplesmente tocando a gravação do arquivo do toque no aparelho. Sua mãe, entretanto, censura o filho quando está com ele e o celular toca em público, constringendo-a – como, por exemplo, no ônibus: “Tu ainda não mudou essa porcaria de toque, Celinho!”

O que não significa dizer que homens adultos não circulem pornografia. Ana Beatriz reclama do marido: “Ele fica me mandando esses vídeos eróticos pro meu celular pelo bluetooth, já disse para ele parar de fazer isso”. Há também a categoria das músicas pornográficas, como a que o marido de Paulina recebeu de um amigo. Essas canções, obviamente, se pautam pela descrição direta de atividades e preferências sexuais¹¹⁰. Entre mulheres, há as que apreciem as imagens picantes, mas

¹¹⁰ Reproduzo aqui o título de duas dessas músicas e a letra de uma delas. Com o sugestivo título de “Pega no Meu Pau”, essa era a música do celular do marido de Paulina. Outra canção

aqui a categoria é percebida como sendo “vídeo erótico” em vez de “vídeo pornográfico” e, além disso, tende a ser vivida dentro do laço do casamento e não trocada entre amigos, como no caso de homens e adolescentes. Janaína, por exemplo, usa os vídeos eróticos – tanto em DVD como no celular – como antídoto para a rotina sexual trazida pelo casamento: “Eu tenho DVDs e DVDs de vídeos eróticos, eu e meu marido gostamos muito de assistir”. O casal Cilmar e Dênia gosta de usar o celular para filmar os momentos vividos entre quatro paredes. Ela me explica que tem dois celulares com essas imagens: “E desses aqui a gente cuida para não se desfazer, afinal aqui tem as nossas intimidades”. Obviamente, nesse último caso as imagens não foram feitas para circular, mas sim para expressar o vínculo de intimidade entre o casal.



Figura 6.23: Torcida pelo Avaí Futebol Clube vai para os celulares do São Jorge

Além dos vídeos de pegadinhas e dos vídeos eróticos ou pornográficos, a circulação de imagens e arquivos também pode ser afetada por acontecimentos esportivos, em especial o futebol. Especialmente representativo nesse sentido foi a ascensão do Avaí, o time de futebol mais popular no Morro São Jorge, à primeira divisão do futebol brasileiro. Quando o Avaí finalmente passou para a Série A, após quase trinta anos de espera, a festa foi enorme no São Jorge, e esse entusiasmo refletiu-se na circulação de



Figura 6.24

arquivos na comunidade. O marido de Helena, por exemplo, passou a usar o hino do Avaí como toque do celular. Vários celulares de meus interlocutores se transformaram em celulares “avaianos” demonstrando a paixão do torcedor pelo time. Ter o escudo do Avaí no celular passou a ser símbolo de torcedores fervorosos. As figuras 6.23 e 6.24 mostram duas das variações que circularam no Morro São Jorge no período do meu trabalho de campo.

As câmeras dos celulares, no entanto, são usadas também para captar *imagens de imagens*.. Isso significa dizer que são usadas para

à qual tive acesso, no estilo *funk*, cantada pelo MC Biju, dizia: “Eu puxo o seu cabelo, faço o que você gosta, dou tapa na bundinha, vou de frente, vou de costas...”

digitalizar imagens analógicas (fotografias ou quadros, por exemplo) desta forma transpondo o físico para o digital. Janaína, por exemplo, tem algumas imagens de seu filho caçula quando bebê no celular, mas queria uma do filho mais velho. Não teve dúvidas: conseguiu o que queria captando uma imagem com o celular de uma fotografia impressa, mais antiga (Figura 6.25 e na abertura deste capítulo). Já Nena apontou a câmera de seu celular para uma antiga fotografia sua com o pai, quando ela tinha oito anos. Nena explica que a foto é muito importante para ela pois foi representativa na época da separação de seus pais: “Essa foto foi tirada numa das épocas de uma das brigas do pai e da mãe. Eu tava com ele lá em Blumenau, mas ô! Ele não deixou que eu viesse embora com a mãe”. Além disso, quando me mostra a imagem, me diz emocionada: “De vez em quando o celular fica cheio, mas essa aqui eu não apago de jeito nenhum”.



Figura 6.25 Celular de Janaína com fotografia antiga

Eu mesma pude vivenciar essa prática de captar imagens de fotografias de forma mais direta. Em campo, devido ao fato de possuir uma câmera digital que sempre carregava comigo, fui por diversas vezes solicitada a capturar imagens (“bater fotos”) de pessoas das famílias que visitava – situação que, aliás, metodologicamente foi muito proveitosa, pois me aproximou dos interlocutores, para quem eu entregava as fotos impressas. Uma imagem em especial, das que foram captadas por mim, circulou bastante em dada rede familiar: a de uma linda menina de dois anos. A foto impressa foi entregue à mãe, passou para o computador da tia... Tempos depois, encontrei um primo da menina que tinha essa foto como papel de parede. “Tirei foto com o celular daquela foto que tu deu de presente”. A mãe, mais tarde, me confidenciou que a imagem tinha ido até parar no celular do pai da criança, que na época cumpria pena na penitenciária de Florianópolis.



Figura 6.26

A captura de *imagens de imagens* pode acontecer não somente do universo físico da fotografia impressa para o digital dos celulares,

mas também do digital diretamente para o digital. Assim, observei também no Morro São Jorge a prática de apontar o celular para a tela de um computador, por exemplo, e “bater foto” com o celular de uma imagem significativa. Foi o caso de Zeca, filho de catorze anos do primeiro casamento de Janaína. Para Zeca, a imagem significativa tinha a ver com a constituição como homem. A teoria sobre masculinidades dá conta de que um dos elementos importantes da masculinidade hegemônica é a agressividade (Almeida, 1995). Assim, foi nas imagens do videogame *CounterStrike* – um dos mais populares jogos de guerrilha – que Zeca encontrou as imagens que desejou ter no seu celular (Figuras 6.26 e 6.27).



Figuras 6.26 e 6.27:
Imagens do
videogame *Counter
Strike* na tela do
celular do adolescente
Zeca

O equivalente feminino da captura de *imagens de imagens* também existe. Como vimos na seção deste capítulo em que escrevi sobre celulares e moda, as adolescentes adoram enfeitar a parte exterior dos celulares com adesivos de personagens de



Figura 6.28: Celular da filha de Manuela

desenhos animados. Para expressar sua feminilidade no celular, a filha de Manuela – cujo celular já tinha uma capa cor-de-rosa adornada com brilhantes pedrinhas de strass - tirou fotos de seu caderno escolar, que tinha motivos delicados, ao estilo das antigas coleções de papel de carta¹¹¹ e as colocou como papel de parede no aparelho (Figura 6.28).

Além do uso das imagens nos celulares para reforçar os laços familiares ou a percepção de si, penso que a emoção no relacionamento com os celulares também se expressa de outra maneira muito importante: na vivência da religiosidade, questão que exploro com maior profundidade no último capítulo desta

¹¹¹ Insiro aqui uma nota algo pessoal, mas que acredito vá ilustrar o argumento. Quando menina – nove, dez anos de idade - lembro-me muito bem da devoção com que as colegas de classe cuidavam de suas coleções de papéis de carta. Eram não somente um símbolo do “ser menina” que expressavam ideais de feminilidade e beleza, mas também de distinção social, pois os papéis de carta eram um luxo não acessível a todas. Mesmo as que não tinham acesso a ter uma coleção – como eu – admiravam a beleza da coleção das outras.

tese. Também na questão religiosa a prática de captar *imagens de imagens* está presente.

Vimos ao longo deste capítulo que os telefones celulares tornaram-se uma metonímia da modernidade urbana. De objetos voltados inicialmente para homens de negócios, popularizaram-se entre distintos atores e camadas sociais. De meros instrumentos de comunicação, usados para fazer e receber chamadas, passaram a ser regidos pela lógica do mercado e da moda. Os telefones celulares tornaram-se uma extensão de nossos corpos e de nossa personalidade, levando a presença de nossos entes queridos até nós e a nossa a eles – e é nesse percurso de vivência de nossos relacionamentos sociais que a relação cotidiana com os celulares tornou-se carregada de emoções. Nesse sentido, os celulares objetificam valores importantes para cada um de nós e tornam-se elementos importantes na percepção de quem somos – para nós mesmos, para os outros e para o mundo.

CAPÍTULO VII

COMUNICANDO, TRAINDO E ATRAINDO: O TELEFONE CELULAR ENTRE GÊNEROS E GERAÇÕES



Figura 7.1 Um par de celulares pertencentes a um jovem casal do Morro São Jorge, Carina e Valmor

CAPÍTULO VII

COMUNICANDO, TRAINDO E ATRAINDO: O TELEFONE CELULAR ENTRE GÊNEROS E GERAÇÕES

7.1 Micropolíticas do cotidiano: o papel do telefone celular nos relacionamentos familiares e amorosos

Como pensar a apropriação dos telefones celulares em relação às categorias de gênero e geração? No capítulo anterior, vimos como o telefone celular é apropriado como um acessório de moda e como um repositório de afetos e de memórias, no qual homens e mulheres de diferentes idades investem significados e emoções. Porém, como pretendo mostrar neste capítulo, há muito mais a ser dito quanto se parte da perspectiva do celular como elemento significativo na apresentação de si e avança-se para pensar em seu impacto nas relações cotidianas entre homens e mulheres, pais e filhos.

Começamos com o tema da apropriação do celular em cotejo com as relações de gênero. Meus dados etnográficos mostram que, entre os habitantes do Morro São Jorge, o telefone celular é apropriado para reafirmar laços amorosos, mas também torna-se foco de vigilância, tensões e conflitos – motivados principalmente pelo temor da infidelidade conjugal. Nesse sentido, meu argumento ao longo deste capítulo é o de que o telefone celular engendra *micropolíticas do cotidiano*, no sentido foucaultiano, nas quais homens e mulheres interagem em dinâmicas socioculturais que refletem hierarquias de gênero, mas que também as subvertem.

Penso que não cabe aqui fazer uma extensa revisão teórica do campo dos estudos de gênero, mas sim apontar para os conceitos que irão iluminar a interpretação que segue dos dados etnográficos, cujo foco é a análise das dinâmicas introduzidas pela apropriação das tecnologias móveis nas relações entre homens e mulheres no Morro São Jorge. Como pontuamos acima, a preocupação com a infidelidade está entre os principais motivos para o surgimento de brigas e conflitos entre os casais de meu campo de pesquisa. Nesse sentido, a questão que nos ocupará ao longo nas próximas duas seções é: como o telefone celular se

insere nas dinâmicas de relacionamento entre os casais, levando em conta a preocupação recorrente com a harmonia no casamento e a fidelidade conjugal?

Para pensar essa questão, recorro em um primeiro momento à literatura antropológica sobre as relações de gênero em camadas populares no Brasil, especialmente a etnografia que Fonseca (2000) realizou em um bairro popular de Porto Alegre, dada as muitas semelhanças nas dinâmicas sociais apontadas pela autora e o que observei em meu próprio campo de pesquisa. A pertinente análise de Fonseca remete aos conceitos de honra e vergonha como fundantes das relações entre gêneros; apoiada na literatura antropológica clássica (especialmente Pitt-Rivers) a autora reconhece, embora não sem críticas¹¹², sua importância para a análise da constituição de ideais do masculino e do feminino, bem como de sua produtividade para captar as sutilezas do universo simbólico entre os membros do grupo pesquisado. Para os homens – e aqui estamos falando dos maridos – a honra está intimamente vinculada à expressão de símbolos de prestígio, dentre os quais a habilidade de prover o lar e portanto ter a exclusividade dos favores sexuais da esposa/parceira estão em primeiro plano (Fonseca, 2000). Ao mesmo tempo – o que complica um pouco mais a equação – outro elemento importante da chamada “masculinidade hegemônica” é o exercício da virilidade pela predação sexual de mulheres – ou seja, para os solteiros, mas também para os casados, ter múltiplas parceiras é bem aceito e mesmo símbolo de prestígio no grupo social (Almeida, 1995). Mas, quando uma mulher trai seu companheiro, a honra adquirida pelo status do casamento rapidamente transforma-se na vergonha de ser apontado como “chifrudo” entre seus pares e parentes; por isso, à preocupação em ser um bom provedor e protetor do lar (sempre “ rondando a casa”, como escreve Fonseca) junta-se a resistência a permitir a ampla e livre circulação da mulher nos espaços públicos do bairro ou, pior, que ela trabalhe fora – dessa forma, “a proteção da mulher desliza sub-repticiamente para o controle de sua sexualidade”

¹¹² Recorrendo, entre outros, a antropólogos como o português Pina-Cabral, Fonseca (2000) demarca as principais críticas sofridas pela teoria da honra e da vergonha como chave explicativa para as relações de gênero nas sociedades meridionais. Entre elas, a criação de estereótipos do homem macho e da mulher submissa – uma análise dicotômica e etnocêntrica que não parece levar em conta que o “casal igualitário” típico das camadas médias ocidentais é uma criação histórica e cultural. Para a autora, a revisão crítica de Pitt-Rivers nas pesquisas atuais envolve “além de reconhecer que ‘os nativos’ não representam simplesmente o lado avesso do ‘moderno’, é mister ressaltar que, por causa das forças hegemônicas (escola, comunicação de massa), é impossível tratar nosso objetos de pesquisa como se estivessem culturalmente ilhados” (FONSECA, 2000, p. 136).

(FONSECA, 2000, p. 28). Esse controle pode ser exercido diretamente pelo homem ou pelas redes de parentesco ou de amizade e, nesse sentido, Fonseca aponta a fofoca – arma feminina por excelência - como uma instância importante de controle social para ambos os gêneros: “Atacar, pela fofoca, os atributos de um e de outro é atentar para o que há de mais íntimo no indivíduo, a imagem que ele faz de si”. Na literatura, aponta Fonseca, para as mulheres casadas a honra está ligada ao cuidado com sua reputação como boa esposa e mãe; a imagem de dona-de-casa dedicada e esposa fiel é central para o prestígio feminino e, nesse sentido, torna-se importante cultivar valores como a honra familiar, a castidade e o pudor para evitar a exposição às fofocas de outras mulheres.

Como pontuamos acima, não é sem críticas que Fonseca utiliza as categorias antropológicas de honra e vergonha para analisar as relações entre homens e mulheres. Se toma a literatura sobre a honra mediterrânea como ponto de partida, é para argumentar em favor de uma análise que matize os estereótipos do macho dominador e da mulher submissa, sugerindo que existem diferenças entre seus dados e as situações clássicas de honra mediterrânea; assim, trata-se de ir além da impressão “de que os homens estabelecem as regras e as mulheres se submetem tranqüilamente ao jogo” (FONSECA, 2000, p. 151). A autora sublinha que suas interlocutoras, ao contrário das mártires dos discursos estereotipados, eram mulheres indignadas e atuantes. Assim, propõe a categoria de “mulher valente” como chave explicativa para os relatos de valentia feminina que ouviu – relatos de transgressão de uma noção hegemônica da “respeitabilidade” de uma passividade feminina que, suavizados pelo uso do humor, mostram “um espírito irônico que freia a mão pesada desse tipo de moralidade conservadora” (FONSECA, 2000, p. 130). Dessa forma, a autora indica, em sua análise, serem o humor (piadas sobre homens “chifrudos”, por exemplo) e as fofocas as armas preferenciais de mulheres contra homens nos jogos de poder entre os gêneros¹¹³; estas servem para lembrar ao homem que a ameaça – real ou velada – de infidelidade feminina é usada como moeda de troca. Fofocas e piadas sobre infidelidade podem, assim, ser percebidas como as táticas femininas nas micropolíticas do cotidiano: são “artes de fazer” (DE CERTEAU, 1994) usadas para contrabalançar as relações de poder

¹¹³ Fonseca (2000) assinala que as fofocas são espalhadas principalmente através de conversas de boca em boca, mas que a crescente popularização do telefone celular tem modificado esse cenário.

assimétricas entre homens e mulheres.

Após esse primeiro momento de reflexão sobre as relações de gênero, interessa-nos agora pensar, através da literatura, a inserção dos telefones celulares no cotidiano de homens e mulheres. Como o próprio campo de estudos sobre os impactos do telefone celular na vida social é em si recente, como já sublinhamos em capítulos anteriores, não há muito conhecimento acumulado sobre o papel do telefone celular a partir de uma perspectiva de gênero (ELLWOOD-CLAYTON, 2006; LEMISH E COHEN, 2005) e, menos ainda, estudos que se refiram às camadas populares. De uma forma geral, estudos de cunho mais sociológico, como o de Castells et al. (2007) revelam que os celulares, que iniciaram sua biografia cultural (KOPYTOFF, 1986) como artefatos relacionados ao mundo masculino do trabalho, estão cada vez mais presentes no mundo feminino; sendo que praticamente, na atualidade, não há diferenças significativas entre homens e mulheres no que tange à posse de aparelhos celulares. Entretanto, alguns estudos pioneiros que se dedicaram a examinar as intersecções entre gênero e tecnologias móveis, como o de Lemish e Cohen (2005) argumentam que os celulares, se não na posse, tendem a ser usados simbolicamente de formas diferentes. Sua pesquisa, feita em Israel, apontou que tanto homens quanto mulheres discutiram suas percepções em relação ao papel dos telefones celulares em suas vidas de uma forma que remete à concepções tradicionais do masculino e do feminino: para os homens, atividade e apropriação tecnológica; para as mulheres, dependência e domesticidade. A respeito do uso do celular no cumprimento de expectativas mais tradicionais para os papéis de gênero, penso ser significativo o estudo de Plant (2002) sobre as diferentes formas de exibição de telefones celulares em público.

O estudo consistiu na observação de três diferentes categorias nos restaurantes londrinos, em períodos noturnos, quanto à visibilidade dos celulares quando não em uso: pares ou grupos de homens, pares ou grupos de mulheres e casais. Homens e mulheres sozinhos também foram observados. O que chamou a atenção da autora – e é pertinente para nosso argumento – foi a exibição do celular por mulheres que estavam desacompanhadas: sessenta por cento delas colocaram os celulares em cima da mesa no restaurante – uma porcentagem bem maior do que a categoria dos homens desacompanhados (quarenta e sete por cento), dos casais, ou de pares ou grupos masculinos. Como nos mostra a literatura antropológica (FONSECA, 2000) uma mulher sozinha atiza a virilidade dos homens e tende a ser considerada “disponível”; não somente isso, estar desacompanhada tende a ser considerado um comportamento desviante para uma mulher nesses

espaços de sociabilidade (bares, restaurantes). Assim, Plant sublinha que o telefone celular, nesse caso, foi utilizado para legitimar o fato de a mulher estar desacompanha e, também, manter atenções indesejadas à distância – como se o fato de exibir o celular equivalesse à seguinte declaração: “Não estou sozinha, estou com meu telefone celular” (PLANT, 2002, p. 42).

Ao lado destes, outros estudos, como os de Ellwood-Clayton (2006) e Ling (2004) apontam para o papel da tecnologia na transformação da intimidade e nos relacionamentos – especialmente, a crescente popularidade do SMS nos relacionamentos familiares e amorosos. Nesse registro, Pertierra (2005) ressalta o relevante papel das mensagens de texto – afinal, as Filipinas são o país onde circula o maior número delas – para a formação de novos relacionamentos, sejam estes de amizade, paqueras, namoros, ou mesmo relacionamentos visando o sexo eventual. As mensagens de texto são um dos maiores fenômenos de comunicação da História: sete bilhões delas são enviadas todos os dias no mundo, sendo que um terço tem conteúdo sexual – na Suécia, por exemplo, quarenta por cento dos torpedos enviados são de conteúdo sexual explícito, metade para alguém que não o parceiro regular (VICÁRIA; FERREIRA, 2008). As mensagens sexuais, obviamente, podem ser enviadas para o parceiro regular, mas de qualquer modo é a sua outra possibilidade que remete a um tema no qual o celular se transforma em motivo de preocupação entre os casais: a traição, seja virtual ou devidamente efetivada através da mediação das tecnologias de comunicação e informação. Assim, ao mesmo tempo em que o telefone celular atua como vínculo entre os casais (LING, 2004) tem o potencial de desestabilizar relacionamentos estáveis. Até aí, nada de novo: a apropriação dos telefones celulares parece atualizar temores, discursos e práticas que já existiam em relação à telefonia fixa. Nesse sentido, Marvin (1988) mostra como a “velha” tecnologia do telefone fixo, quando era considerada uma “nova” tecnologia, suscitou nos maridos que saíam do ambiente doméstico para trabalhar o temor de que suas esposas, que permaneciam no lar, usassem o telefone como porta de entrada para praticar a infidelidade conjugal.

As tecnologias móveis, de acordo com Ellwood-Clayton, estão no centro da separação de muitos casais. Em seu estudo, a antropóloga cita dados de agências de detetives especializadas em infidelidade para constatar que na Itália, por exemplo, os telefones celulares estão envolvidos em noventa por cento dos casos de traição descobertos; na Inglaterra, trinta por cento dos participantes de uma pesquisa sobre tecnologia e adultério confessaram utilizar a comunicação eletrônica

para flertar com parceiros potenciais ou manter um caso; e um quarto dos clientes de um escritório de advocacia responsabilizaram a Internet ou mensagens de texto no celular pelo fim de seus casamentos (ELLWOOD-CLAYTON, 2006). No Brasil, uma pesquisa do Instituto IPSOS sobre celulares e comportamento¹¹⁴ revela que em torno de dez por cento dos respondentes já usaram o celular para paquerar alguém que não fosse o atual parceiro ou terminar o namoro por mensagem de texto, em comparação com trinta por cento na França e dez por cento na Grã-Bretanha; igualmente, dez por cento dos brasileiros já bisbilhotaram o celular dos parceiros em busca de pistas sobre casos extraconjugais, ao passo que vinte por cento na Grã-Bretanha e trinta e cinco por cento na França já fizeram o mesmo (VICÁRIA; FERREIRA, 2008).

Os dados acima, se dão conta do caráter pervasivo do telefone celular na vida social (LING, 2004) igualmente ressaltam sua potência enquanto instrumento de vigilância em uma sociedade de controle, como já ocorreu com outras tecnologias de comunicação e informação anteriormente (LEMISH, COHEN, 2005). Trata-se de pensar em uma releitura matizada do panoptismo foucaultiano – afinal, se o celular vigia, também revela traições e pode ser desligado, por exemplo – mas sem desconsiderar que os celulares possibilitam o que Foucault ([1975] 2008) considerou o efeito mais importante do Panóptico: induzir em seus usuários “um estado consciente e permanente de visibilidade que assegura o funcionamento automático do poder” (FOUCAULT, 1975, p. 166). Nesse registro, o estudo de Nicolaci-da-Costa (2006) - um dos poucos que se dedica à reflexão sobre a apropriação dos celulares na academia brasileira - aponta para a emergência de um novo tipo de controle materno no qual os celulares jogam um papel fundamental. A autora lembra que Deleuze, já na década de noventa do século passado, previu a criação de uma espécie de “coleira digital” que seria capaz de localizar humanos ou animais a qualquer momento (NICOLACI-DA-COSTA, 2006). Penso que a imagem da “coleira digital”, usada por Nicolaci-da-Costa e também por Ling (2004) para descrever o controle exercido, via celular, pelas mães sobre seus filhos, pode perfeitamente ser estendida ao relacionamento entre casais. Para ilustrar essa proposição, bem como sugerir que o celular tornou-se uma espécie de panóptico contemporâneo que assegurou um lugar significativo nas

¹¹⁴ A pesquisa foi realizada com seis mil brasileiros de todas as classes sociais com o objetivo de avaliar o impacto da mobilidade no cotidiano. Replicou, no Brasil, um levantamento feito em cinco países da Europa (Reino Unido, Suécia, Espanha, Alemanha e França) pela London School of Economics and Political Science (VICÁRIA; FERREIRA, 2008).

dinâmicas de relacionamento entre casais, analiso nas próximas duas seções casos etnográficos envolvendo mulheres do Morro São Jorge e suas reações às formas pelas quais seus maridos apropriaram a tecnologia móvel. A terceira seção do capítulo dedica-se à análise do impacto dos celulares nas relações pais e filhos; por fim, as quatro últimas seções tratam do tema da construção da masculinidade pela música e pela competição aliada ao risco entre os jovens do Morro São Jorge.

7.2 “Vinte e quatro horas no ar”: o panóptico entre os casais

À primeira vista, o caráter positivo do celular enquanto mediador entre pais e filhos, maridos e esposas parece ser o mais imediatamente perceptível. Entre meus interlocutores do Morro São Jorge, ficou bastante evidente a percepção do telefone celular como um elemento que facilita em muito a coordenação das tarefas do dia-a-dia na família: desde maridos e mães que ligam para coordenar esforços com esposas ou filhos na hora de carregar as compras cotidianas do supermercado - porque para muitas casas só existe acesso a pé (ou, como diz Helena, “a gente aqui não vem carro na porta”) – até pais e mães que encontram no contato pelo celular um alívio para sua ansiedade e preocupação quando os filhos adolescentes saem para festas nas madrugadas dos finais de semana.

As formas pelas quais os telefones celulares propiciam a comunicação entre os casais, sejam de namorados, uniões estáveis ou de casados, vão bem além das simples chamadas telefônicas. Há quem diga que a harmonia de um casal de expressa por sua afinidade, e que com o tempo suas opiniões e gostos ficam cada vez mais parecidos – o que pode valer também para o consumo de celulares. Valmor e Carina, um jovem casal do São Jorge, tem celulares parecidos: modelos “de flip” com linhas arredondadas, embora cada aparelho, curiosamente, tenha indícios materiais que expressam o gênero do proprietário: o smartphone da HTC de Valmor é preto; o LG de Carina, prateado e adornado com um adesivo de personagem de desenho animado (Figura 7.1 e na abertura deste capítulo).

É interessante notar que as funções dos celulares também são utilizadas como maneira de expressar amor e estreitar os laços afetivos. Uma prática disseminada entre namorados – especialmente no caso das moças – é a de personalizar o celular colocando como papel de parede uma foto do casal. Caio, que aos dezenove anos já é noivo, colocou uma foto da amada no celular.

Para quem ainda não encontrou sua cara-metade, o celular também pode servir para paquerar, e aqui não é o caso de se pensar em chamadas telefônicas ou mensagens de texto. Quando comparo os celulares a um objeto de uso pessoal e íntimo, como as carteiras – nas quais se guardam fotos dos entes queridos – Caio responde imediatamente, referindo-se às imagens do papel de parede do celular de uma possível paquera: “Esse é um modo de conferir a pessoa. Como está o teu relacionamento. E assim é o celular. Ou ele é namorado ou é o irmão dela”. A sobrinha de Helena, de dezoito anos, já pediu emprestado o celular de um menino no qual estava interessada, com a desculpa de que iria colocar mais músicas no cartão de memória do aparelho: “Mas era um jeito da danada ver ele de novo”.

Dependendo do aparelho, também é possível fazer uma declaração de amor na tela. Foi o que observei no celular da filha de Manuela, de treze anos, que escreveu “Bebê ama moção” (Figura 7.2). Cássia, por exemplo, conta que combinou com o esposo para colocar a mesma canção como toque do despertador do celular. Não qualquer canção, mas sim a música que marca a estória de amor do casal. Helena tem um celular mais simples, sem tocadador de MP3 e, portanto, sem a possibilidade de personalizá-lo como Cássia e seu marido; mas diz que “no dia em que eu tiver um celular que dá pra mudar o toque, vou botar uma música do nosso tempo de romance, do namoro, do tempo dos bailes”. Maria esforçou-se para aprender a utilizar a função filmadora de seu celular novo, pois fazia questão de homenagear o marido. Fez um pequenino filme – apenas alguns segundos, dentro da capacidade de memória de seu aparelho – que mostra a imagem de seu esposo sorrindo e acenando, e agora utiliza esse vídeo como descanso de tela.

A estória do casamento de Helena talvez seja a que melhor ilustre a expressão do celular como um mediador positivo entre os casais. Aos quarenta e um anos e mãe de quatro filhos – duas moças e dois rapazes com idades entre vinte e quatro e quinze anos – Helena engravidou aos dezesseis anos e está casada com o mesmo homem até hoje. As dificuldades financeiras e a juventude carregada de responsabilidades com uma família que se formava fizeram com que o jovem marido de Helena logo buscasse uma válvula de escape no álcool. Ao longo dos dez anos seguintes, Alvinho foi alcoólatra. Segundo



Figura 7.2: Personalizando o celular com declaração de amor ao namorado

Helena, de alguma forma seu marido seguiu trabalhando e assim complementava a renda que ela mesma tinha trabalhando como empregada doméstica fixa de uma família abastada. Mas as brigas e discussões entre o casal tornaram-se mais e mais violetas, com frequência acabando em agressões físicas. Foram muitas as surras que Helena levou, mas “eu nunca abandonei ele. Sempre amei ele muito e tinha esperança que se recuperasse. Hoje a nossa vida é ótima, mas nem sempre foi assim.” Segundo ela, “de uns quinze anos pra cá ele melhorou bastante; ainda mais depois que nasceu o nosso caçula. Hoje em dia ele é um amor, me ajuda com tudo; um homem bom, o problema dele era o álcool”.

As duas filhas mais velhas e o filho de vinte anos já são casados; embora apenas o caçula continue em casa, a rotina continua puxada: ambos trabalham fora o dia todo. Helena ajuda as duas filhas nos cuidados com as netas de quatro e seis anos; à noite, duas vezes por semana, Helena frequenta o grupo de alfabetização para adultos. O celular ajuda a manter o contato enquanto Alvinho e Helena estão separados pela rotina cotidiana. A união entre o casal é celebrada com declarações cotidianas de amor, das quais o telefone celular faz parte. Helena diz que ela e o marido “namoram pelo celular” sempre que se falam ao telefone. Além disso, enquanto está fora de casa trabalhando, Alvinho faz questão de mandar várias vezes por semana – às vezes mais de uma vez ao dia – mensagens de texto que sempre tem o mesmo recado: “Te amo demais” (Figura 7.3). Embora Helena não saiba como responder (“no celular sei pouca coisa”), guarda zelosamente todas as mensagens de texto que recebe do marido.



Figura 7.3: SMS romântico reforça o vínculo de amor entre o casal Alvinho e Helena

Helena não tem celular com câmera mas, como Maria, quis homenagear seu marido com uma declaração de amor em vídeo. Esperou um dia em que o marido saiu para visitar amigos e deixou o celular em casa. Pediu a ajuda do filho de quinze anos e preparou uma surpresa: “Não tá aqui, senão eu ia mostrar pra ti. Pinteí o cabelo, fiz umas compras, vim toda bonita e aí peguei o celular dele, que o celular dele tem câmera. Aí fiz uma mensagem bem linda, que aí

ele usa de tela. Falando só coisas bonitas, românticas, de amor, ele ficou todo bobo”. Helena conta que, quando ela apareceu em um programa

de propaganda política na época das eleições municipais, o marido “filmou com o celular, e sempre mostra para os amigos”.

O mesmo celular que guarda o vídeo com a declaração de amor e simboliza a harmonia atual de Alvino e Helena, entretanto, quase ameaçou a paz do casal:

Mas celular também vou te dizer, às vezes... Como é que eu vou te falar... Uma vez tinha uma engraçadinha no Carnaval que mandava mensagem pra ele, aí ele mostrou pra mim. Deu um reboição, mas ainda bem que ele mostrou, né? A sirigaita é que era safada. Descobriu o número do telefone dele, que ele trabalhou no carnaval e todo mundo tinha. Aí ela pegou não sei com quem. E ele veio “ó, mensagem pra mim”. Eu queria pegar ela de pau, mas aí ela correu [risos].

Sua irmã Vânia ficou viúva e está no segundo casamento. Romero, o novo companheiro, quis presentear-la quando foram morar juntos; como muitos outros maridos e esposas no São Jorge, escolheu o telefone celular como presente ideal. No capítulo quatro, vimos que Vânia ficou feliz por receber o mimo – um celular roxo, de flip, um dos lançamentos da Sony Ericsson, comprado em várias prestações. Romero, simbolicamente, quis marcar com o presente o início de uma nova vida a dois negando o celular velho de Vânia, que ela havia ganhado do marido (nessa altura, o primeiro celular, ganho da patroa, já não funcionava mais): “Ele foi lá e pegou a caixinha, ‘ó, comprei prá você. *Pra você parar de ficar com esse celular velho na mão*’. E eu, ‘ai amor, meu celular não é velho não’. ‘Esse aí dá prá quem tu quiser, dá pro teu filho’”. Entretanto, mais relevante ainda para a nossa discussão sobre celulares nas relações de gênero é a continuação do depoimento de Vânia. A respeito do novo celular, ela faz uma declaração surpreendente: aceitou o celular – que adorou – mas não o dom de ter recebido o presente. Lembremos de Mauss na formulação da teoria da dádiva – esta necessariamente envolve o dar, mas também o receber e o retribuir. O que Vânia fez foi assumir o pagamento das prestações do celular. O que, compreensivelmente, deixou Romero bastante chateado; o casal briga de vez em quando por causa disso, mas Vânia mantém-se firme em sua decisão. Sua explicação é cristalina: “Por que se um dia a gente se separar, eu quero devolver tudo o que ele me deu – roupa, sapato, as coisas prá casa, que ele já me deu bastante coisa - mas o celular eu não quero devolver não!”

Se o celular simbolicamente cria vínculos entre casais, como nos mostram os depoimentos de Vânia e Helena – afinal, o marido ou a esposa é na maior parte dos casos a pessoa com quem mais se fala ao celular – nas brigas tal vínculo é contestado de forma violenta. Foram vários os relatos que ouvi de brigas entre casais – geralmente envolvendo alguma desconfiança sobre ligações ou mensagens recebidas – nas quais o celular foi atirado contra a parede nesses momentos de tensão e raiva. No capítulo seis vimos que Paulina quebrou o celular que havia ganhado de seu marido porque ele desconfiou de sua fidelidade. O mesmo aconteceu com Dirceu e Zélia, um casal evangélico. Alane, a filha de dezessete anos de seu Gonçalves, quebrou o celular do namorado Jefferson por ciúmes – mas o namoro continuou. A pressão foi tanta que Jefferson simplesmente optou por adiar a compra de um novo aparelho.

Os casos etnográficos acima mostram que, obviamente, há dois lados na questão do uso do celular quando se fala nas relações entre os gêneros. Revelam a dimensão do conflito trazida para a vida dos casais através do uso de telefones celulares. Neste capítulo a ênfase é dada à influência do celular nas relações entre casais estáveis – relatos que predominaram em meus achados etnográficos. Obviamente, entre ex-cônjuges, ou especialmente entre ex-parceiros que mantêm casos, o celular também joga um papel. É o caso de Nena. Seu ex-marido, com quem tem um filho de quinze anos e com quem Nena evita falar a todo custo, sabe o que fazer para que Nena entre em contato: “meu ex-marido às vezes me manda umas mensagens bem retardadas. Quando eu brigo com ele. Pra eu ficar bem brava e ligar pra ele quando ele precisa falar comigo. E eu ligo pra ele. Que é pra mandar ele longe. Daí ele vem todo meloso”. Titta, sua irmã, mantém um caso com o ex-marido com quem teve cinco filhos. Mas irrita-se quando a atual parceira interrompe com ligações pelo celular: “Mas agora eu vou dizer bem a verdade. Eu sou separada. Mas ainda vivo um caso com o marido. Quando o celular dele toca dá vontade de dar na cara. Eu tou com ele, dá vontade de mandar o celular pro espaço. Essa é a pior hora do celular”.

Embora a questão do celular como mediador positivo tenha surgido na fala de meus interlocutores, em especial na forma da personalização dos aparelhos como forma de expressar amor, o que predominou foram relatos nos quais o celular surge como pivô de conflitos, que provocam desconfiança, brigas e até separações, ainda que temporárias. Uma primeira modalidade de conflito a ser considerada é aquela que é percebida como uma invasão de privacidade. Ao contrário dos torpedos amorosos recebidos com orgulho por Helena, por exemplo,

aqui o celular é percebido como uma demonstração de desconfiança em relação ao parceiro amoroso, como uma forma de “ser rastreado”. Nela, o celular é utilizado como instrumento de vigilância e controle.

Marisa, minha principal interlocutora no Morro São Jorge, está no terceiro casamento. Com a filha e o filho mais velhos já casados, Marisa vive com Carlos e o filho de quinze anos, Éverson, do segundo casamento. Para Carlos, esposa e sogra tem muitos elogios: trabalhador, determinado, sempre disposto a ajudar. Motorista profissional de uma empresa de ônibus, Carlos passa muitas horas do dia sem ver a esposa. E esse é o seu tormento: não saber onde Marisa está, ou o que está fazendo. Segundo a esposa, apesar das qualidades, uma característica da personalidade de Carlos a atormenta: “O problema é que ele é muito controlador, ele é ciumento, ele é muito, ele é doente de ciúmes. Ele é uma pessoa excelente, trabalha, tudo, mas o problema é esse aí...” E é neste ponto que o celular surge como instrumento para controlar a vida de Marisa.

Desde minha primeira fase do trabalho de campo, em 2007, pude perceber o impacto do telefone celular nas relações de gênero. Entre outras práticas, Carlos liga várias vezes para a sogra, que tem telefone fixo e é vizinha de porta da filha, para confirmar se Marisa está em casa. Além disso, são muitas as ligações e mensagens de texto para o celular da esposa ao longo do dia. Se Marisa sai de casa para fazer algum trabalho eventual para complementar a aposentadoria que recebe por problemas de saúde, Carlos quer saber qual o telefone fixo do local. Ao chegar, Marisa deve ligar para o celular do marido. Só ao ver o número do telefone fixo no identificador de chamadas é que Carlos pode comprovar que Marisa realmente se encontra no local indicado. “Acho que o sonho dele é um celular que tivesse uma câmera para ficar sempre me filmando, mostrando onde é que eu tou”. Se vai ao centro da cidade ou a outro bairro resolver algum outro assunto, Marisa precisa avisar qual ônibus pegou, e com qual motorista. Essa comunicação ocorre por mensagens de texto para o celular de Carlos: “Eu ia pro centro da cidade, eu dizia: Carlos, peguei tal ônibus, mandava mensagem no celular pra ele. Carlos, é tal motorista, mais mensagem. Até eu chegar mandava acho umas quinze mensagens pra ele pelo meu celular”. Assim Carlos pode comprovar com os colegas em que horário e linha viram a esposa: “E aí quando eu pegava o ônibus aqui pra ir, eu tinha que dizer, ó Carlos, peguei o ônibus tal hora, mandava mensagem. Carlos, tô no caminho, tal hora. Mil mensagens por dia”.

Para definir essa relação, Marisa sempre usou a expressão “24 horas no ar”. Estar vinte e quatro horas no ar dá conta da pressão

masculina para que as mulheres estejam constantemente ao alcance da vigilância dos homens através do telefone celular. “Para quem tem namorado ou marido, aqui é assim: tem que ficar 24 horas no ar. Marcação cerrada mesmo. O meu marido é como se fosse um GPS sempre me rastreando. Com o celular é 24 horas no ar”. Marisa só conseguiu algum sossego quando Carlos perdeu o telefone celular: “Só assim ele não me acha”. Definindo-se como uma “mulher preparada”, ela explica como aproveitou o fato de o marido ter perdido o celular para exercer algum controle, desta vez com o seu próprio aparelho: “A agenda dele, ele perdeu tudo... Mas aí como eu sou uma mulher preparada peguei alguns números mais interessantes e botei na minha agenda, agora ele precisa pedir tudo para mim”.

Mas Marisa é uma mulher de personalidade forte, e não fica submissa ao comportamento do marido; por isso, as brigas e desentendimentos são constantes entre o casal: “De vez em quando me encho e digo ó, tchau prá ti. Desligo o celular mas é pior, ele fica louco da vida.” Em uma dessas ocasiões, Carlos chegou em casa e discutiu com a mulher por causa disso; em um acesso de fúria, deu vários socos na porta de um guarda-roupa, que acabou danificado. “Imagina, Sandra, a gente já tem pouca coisa e ele vem fazer isso. Pois eu disse: tu estragou, tu é que vai arrumar. Eu é que não preciso ficar dependendo de homem pra botar dinheiro em casa, que eu tenho o meu.” E acrescenta: “Quem me vê assim toda animada nem imagina a quantidade de remédios que eu tomo. Mas é assim mesmo, é a vida. Se eu desanimar aí mesmo é que a depressão toma conta”.

O ciúme excessivo de Carlos foi motivo de uma separação de dois meses, que pude acompanhar durante o trabalho de campo. Em uma de minhas visitas à casa de Marisa, recebi a confidência de que ela havia mandado o marido embora. Como era época de eleições municipais (2008), Marisa conseguiu um emprego temporário como cabo eleitoral de um candidato a vereador. Convidou-me para acompanhá-la dali a alguns dias na distribuição de “santinhos” pela comunidade, para que eu conhecesse mais pessoas que pudessem vir a participar de minha pesquisa. Quando chegou a data combinada, seu celular não atendia. Mas acabei encontrando Marisa pelo São Jorge naquele dia. Ela me explicou que havia desligado o celular por algum tempo: “Porque o Carlos andava impossível, me ligava de cinco em cinco minutos enchendo a minha paciência pra voltar, um inferno. Tá lá no fundo da gaveta o celular”. Mas acabou me passando outro número; assim, descobri que Marisa tinha um segundo celular sobre o qual nunca havia me contado. Ela me pediu sigilo e disse que me passava aquele número

em confiança. Esse celular era usado para se comunicar cotidianamente com seu segundo ex-marido, para resolver assuntos relativos ao filho em comum, Éverson: “Como marido não deu certo, mas ele é um amigão que até hoje me ajuda muito. Mas o Carlos não gosta que eu fico falando com ele. Além do ex-marido, somente algumas amigas de longa data e seus dois filhos casados, sabedores do hábito de Carlos de usar o celular para controlar a esposa, e do hábito de Marisa desligar esse celular de vez em quando – sempre que se irritava com as obsessivas ligações do marido - tinham aquele número para emergências. “Olha, eu tenho esse celular há um bom tempo, mas o Carlos não pode nem sonhar com isso, viu?” No final do ano, Carlos e Marisa retomaram o casamento.

Reencontrei Marisa algum tempo depois, quando me convidou para acompanhá-la em uma procissão religiosa muito popular em Florianópolis, a de Nosso Senhor Jesus dos Passos, que acontece no final de março. O amor continuava forte, mas o ciúme de Carlos e seu comportamento controlador e obsessivo também. Acompanhei Marisa enquanto esperávamos a procissão chegar no Hospital de Caridade, de onde saíria para a Catedral. Carlos estava no trabalhando e, nesse intervalo de quase duas horas, ligou duas vezes. Às sete horas da noite saiu a procissão em direção ao centro da cidade. No percurso a pé, em torno de quarenta minutos, mais quatro ligações. O marido parecia não acreditar quando Marisa explicava que estava em uma procissão: “Carlos, escuta o canto, as rezas, tou aqui na procissão, não tás acreditando? Tamos eu, a Sandra e o Éverson.” Dali a pouco, mais uma chamada: “Tou aqui rezando, na procissão, que coisa, pára de ligar! Tu tá me fazendo passar vergonha, nem o santo tu respeita.” Chegamos enfim na Catedral, mas o restante da procissão demorou bastante a chegar. Mais demora para a imagem de Nosso Senhor Jesus dos Passos entrar na igreja. Nós ficamos aguardando nas escadarias da Catedral, junto com uma multidão que se formava. Nessa altura, Carlos já havia chegado em casa do serviço. Já eram mais de dez horas da noite. Depois de receber mais umas oito ligações e discutir com o marido em voz alta várias vezes, Marisa vira-se para mim: “Não agüento mais, vou desligar essa porcaria”. Uma senhora de seus sessenta anos, que havia acompanhado tudo, não se conteve: “Desliga, desliga mesmo, minha filha. Imagina, que absurdo! Ele tem que confiar em ti! Deixa ele esperando.”

Como Marisa, Janaína, auxiliar de serviços gerais de trinta e dois anos, é uma dessas esposas que tem o celular inspecionado pelo esposo. Tem dois filhos de relacionamentos anteriores, dois rapazes de catorze e doze anos, e está casada com Charles há nove anos. Com ele,

tem mais dois meninos, um de sete anos e bebê de dez meses. “Quando meu marido chega em casa, ele pega o meu celular, abre, vê quem ligou, quem não ligou, pergunta quem é a pessoa, o que queria. Isso acontece todo santo dia. Muito ciumento.” É significativo notar que o marido nunca mexeu na bolsa ou na carteira de Janaína, mas o mesmo não acontece com o celular. A esposa é constantemente cobrada se não atende ou demora para atender uma ligação do marido: “Eu te liguei tal hora, porque tu não atendeu? O que tavas fazendo? Com quem tavas falando? Tu não ouviu tocar?”

O ciúme do marido – assim essa atitude é percebida por Janaína – segue uma rotina na qual o celular joga um papel central. Charles liga religiosamente todos os dias para a esposa às dez da manhã, quando ela faz o primeiro intervalo na empresa de serviços gerais onde trabalha. Ao longo do dia, liga mais quatro ou cinco vezes. Janaína explica que essas ligações seguem geralmente um mesmo roteiro, começando com um cumprimento como “bom dia, amor” e passando a seguir para a pergunta clássica: “o que estás fazendo?” Todos os dias às dez da manhã, quando está na copa fazendo um lanche, Janaína recebe a primeira ligação do dia, mas diz que geralmente não se afasta para ter uma conversa mais reservada, mesmo quando há barulho. Charles, o marido, sempre quer saber “que barulho é esse”, ao que Janaína responde: “Você quer eu minta para ti? Não é melhor tu saber onde eu tou e escutar todo mundo falando?” Às onze da manhã, é o momento do intervalo para fumar. Nova ligação de Charles acontece: “Que barulho de carro é esse? Onde você está? Quem tá aí fumando contigo?” Janaína nunca desliga o celular, e mesmo no trabalho mantém o aparelho em uma pequena bolsa pendurada no pescoço, para não perder nenhuma ligação de Charles. Janaína considera essas atitudes do esposo uma falta de confiança. Mas paga na mesma moeda: também busca controlar e vigiar a vida do marido pelo celular, mas não da mesma forma inquisitiva e explícita. Esperava o marido dormir, abria, mexia, e anotava em um papel à parte os números considerados “suspeitos”, para retornar as ligações no dia seguinte. Mas nunca conseguiu descobrir nada que comprovasse qualquer traição do esposo.

O que o depoimento de Janaína mostra é que as mulheres tendem a ser mais discretas do que os homens na demonstração do medo da traição. Entretanto, quando a suspeita é forte ou a traição se confirma, as emoções ficam bastante exacerbadas, como veremos adiante. Nesse sentido, não significa dizer que não existam mulheres que não usem os celulares para ligar para os maridos diuturnamente, ou “rastreá-los”. A resposta masculina é desligar o celular às vezes, ou

“esquecê-lo” em algum lugar. Ana Beatriz reclama do marido: “Acho que ele já não usa celular pra eu não ficar rastreando ele. Ele sempre esquece; saiu segunda-feira com o carro e esqueceu o celular lá”. Astuciosamente, propôs ao marido vender o celular para ganhar algum dinheiro, “já que ele não usa” mas o marido não deixou. Ivete diz que o marido “nunca me atende no celular” e acrescenta: “se eu ligo e o celular tá desligado, o que ele tá fazendo? Coisa boa é que não é...”

As mulheres podem ser tão insistentes quanto os homens, mas preferem outra tática – como Janaína, tem por hábito “fiscalizar” ou “limpar” os celulares dos maridos. A prática de vasculhar os celulares dos companheiros ou esposos – verificar a caixa de mensagens e o registro de ligações, por exemplo – é conhecida na terminologia nativa como “geralzinha básica”. Os relatos de meus interlocutores do sexo masculino indicaram que os homens tendem a ter uma atitude reativa à geralzinha básica – é a mulher quem começa primeiro, como relata Caio a respeito de sua noiva: “Ela vasculha o meu celular. Às vezes eu pego e fiscalizo o dela também para ela ver o que é bom”. Ricardo, que aos dezoito anos já é casado e pai, dá a sua opinião: “Um casal acho que cada um tem que ter sua privacidade. Às vezes a minha esposa mexe [no celular] e eu não gosto, não gosto nem um pouquinho”. Na próxima seção, analiso os conflitos engendrados pela prática de tal “geralzinha básica”.

7.3 “É onde tu pega as coisas...”: sobre conflito e resistência

Lila, a filha do líder comunitário Roberto Carlos, é uma mulher extremamente zelosa de sua família e muito ciumenta em relação ao esposo. Aos trinta e sete anos e casada pela segunda vez, tem quatro filhos: uma moça de dezessete anos, do primeiro casamento; um rapaz de catorze; uma menina de oito anos e outra de dois anos, do segundo matrimônio. Embora esteja desempregada no momento, fazendo bicos eventuais como faxineira, a situação de Lila pode ser considerada mais estável em comparação com muitas outras mulheres e famílias da comunidade: está casada com um homem que tem um emprego estável (seu segundo marido é gerente de uma loja há mais de dez anos) e a família mora em uma das casas de alvenaria financiadas com recursos do governo. Antes do segundo casamento, há quatro anos, Lila atuava como professora de dança nos clubes da cidade. No final de meu trabalho de campo no São Jorge, entretanto, encontrei Lila um tanto chateada com a notícia da chegada de seu quinto filho, “é sempre uma benção, mas foi uma escorregada, não devia ter acontecido, que a gente

já tem quatro prá sustentar”.

Entretanto, como Marisa, Lilá também recebe constantes ligações do marido: “Esse me liga dez vezes por dia. Eu não posso ficar sem telefone, meu Deus do céu. Eu tenho que andar com o celular até no banheiro. Deus me livre se o celular toca e eu demoro pra atender, ele não gosta”. Em suas tentativas de controlar os relacionamentos familiares, o telefone celular joga um papel importante na medida em que, sendo um objeto pessoal de comunicação móvel, desafia e atrapalha os planos de Lila de ter consciência plena sobre todos aqueles com quem seu marido e seus filhos se relacionam.

O segundo marido de Lila, Flávio, que tem três celulares, costuma deixar dois deles na casa da mãe. Entretanto, o que entra na residência do casal não escapa da vigilância da esposa. A interpretação do conteúdo de uma mensagem, no caso de Lila, provocou um grande desentendimento que quase chegou às raias da agressão física. Certa vez, mexendo nesse único celular ao qual tinha acesso mais constante, Lila descobriu que o marido havia recebido uma mensagem com foto – uma foto de mulher. Decidida e ciumenta como sempre, não teve dúvidas, e me conta rindo:

Porque eu não presto mesmo. Passei uma mensagem para ela como se eu fosse ele. “Oi meu amor. Tou com saudade, te amo demais. Tou te esperando às seis horas no ponto de táxi que tem aqui do lado da Praça XV” [*no centro de Florianópolis*]. Peguei e marquei, e não falei nada com ele – coloquei o celular de volta na jaqueta dele e fui dormir. Quando chegou no outro dia, de manhã cedo ele me viu arrumada e perguntou aonde eu ia. Eu disse que ia comprar pão. Assim toda arrumada logo cedo? Para comprar pão? Eu disse que voltava logo. Que nada guria, chamei um táxi e fui-me embora para o ponto. Que se ela viesse eu ia pegar ela e dar uma surra. Quando cheguei, tou sentada esperando, mais tarde eu soube. Ligaram para o celular dele, mas quem ligou foi o marido da mulher para quem eu mandei a mensagem. [Sandra: Ai que confusão que tu arrumasse!] Ele assim, “mandasse uma mensagem para o celular da minha mulher?” E o meu marido: quem, eu? E o homem: “tu mesmo. Uma mensagem pra minha mulher, a fulana, dizendo que ama ela demais, que ficou com saudades, que vai encontrar com ela e que tal”. Meu marido disse: mas eu sei quem é a tua mulher, ela é minha colega de trabalho, não é a fulana que é contadora? Aí ele assim, é...! “Mas tem uma

mensagem aqui, tua pra minha mulher, mandando beijos, dizendo que ama ela demais”. E na mesma hora o meu marido caiu em si, disse: isso deve ser coisa da minha mulher, que é muito ciumenta. Ligou pra minha mãe na mesma hora e pediram pra me chamar, mas eu já estava lá no ponto de táxi. E lá veio o meu marido atrás de mim. E eu vejo uma mulher chegando com um homem, era ela, reconheci pela foto. E logo depois chega o Flávio, meu marido. “Ô Lila, tu tá maluca, mulher?” E eu: “quem é essa daqui? Que é que essa mulher tá fazendo aqui?” E ela com o marido, imagina. E não demorou ela falou prá mim: “tu és a esposa do Flávio, não é? Ele mostrou as fotos tuas lá no serviço”. E eu não quis saber: “não vem com papo não, que ele mostrou prá ti.” E o homem: “ela é minha esposa, calma”. Eu disse que não queria saber, “se ela é tua esposa o que ela tá fazendo mandando mensagem pro meu marido?” Ela disse que era uma brincadeira que eles tinham feito lá na empresa, os colegas do serviço. E o marido dela disse: “então a senhora fez confusão, porque aqui no celular da minha esposa tem a foto de piada do Flávio também”. Aí mostrou e eu disse que não sabia que os dois trabalham juntos, fiz um balaio-de-gato. E eu confessei então para os dois que fui eu que tinha mandado a mensagem, me fazendo passar pelo meu marido que estava inocente na cama dormindo. Ele fica doido, não adianta, eu mexo sempre no celular dele: se tiver foto diferente eu apago, se tem mensagem quero saber como é que é, se tem telefone que eu não conheço vou lá e ligo. Eu faço um balaio-de-gato mesmo. *[E aí o que eles acharam de ti depois disso tudo?]* Aí eu disse pro marido dela: não tens nem como brigar com a tua mulher, porque eu no lugar dela faria a mesma coisa. Meu marido chega em casa, eu pego o celular, tem a foto de uma mulher e embaixo tem o telefone dela, eu vou procurar saber quem é. Mas o marido dela não se segurou e me chamou de diabólica, “porque mandar uma mensagem no lugar de outra pessoa...Ainda bem que foi um mal-entendido.” E eu para ela, “ainda bem, porque Deus o livre, eu ia mesmo te dar uma camaçada de pau”. E ela: pelo amor de Deus D. Lila, o Flávio sempre mostra as fotos da senhora, da menina de vocês...” É, esse celular faz mesmo coisa na vida da gente.

A constante inspeção do conteúdo recebido nos celulares dos

maridos, bem como o uso compartilhado por empréstimo, são duas das principais estratégias que marcam a negociação do poder nas micropolíticas das relações entre gêneros no Morro São Jorge. Como vimos, quando se trata de praticar a vigilância e exercer o controle, os homens, de uma forma geral, preferem ser mais explícitos: ligam ou mandam mensagens de texto para localizar suas mulheres. Estas, como vimos, preferem táticas mais sutis que não questionem diretamente a virilidade masculina e, portanto, contribuam para a harmonia familiar – mas, de qualquer modo, está presente o desafio a uma noção de passividade feminina. O que muda completamente quando se confirma uma possível suspeita de traição por parte do marido: nesse caso, entra em cena a figura que Fonseca (2000) tão bem descreveu como a “mulher valente”. Nesse registro, o relato humorístico de Lila revela que, nas camadas populares, tais transgressões – investigar o celular de outra pessoa, usar de violência contra uma possível amante – não são motivo de vergonha, mas sim de admiração. Dessa forma, as estórias de “traição pelo celular”, sejam reais ou imaginadas, passam a fazer parte de um circuito no qual narrativas de valentia e bravura femininas são trocadas entre mulheres. Pois, como escreve Fonseca, “a mulher pode orgulhar-se de sua valentia até quando *não* tem razão [...] a mulher admirável é aquela que sabe se mexer – limpando casa, trabalhando fora ou brigando para arrancar o marido provedor dos braços de uma amante” (FONSECA, 2000, p. 130).

No caso da segunda estratégia, a solidariedade entre homens prevalece no empréstimo dos aparelhos, o que não significa que seja impossível uma mulher acobertar os deslizos conjugais de um amigo ou parente do sexo oposto. É o que percebo quando, no início de uma quente noite de dezembro, chego para comprar refrigerantes para uma comemoração do grupo de alfabetizadas. A pequena venda pertence a Écio, marido de uma das alunas que conheço bem, Dirce. Esse é um bom exemplo da riqueza de dados etnográficos que a observação participante pode proporcionar, já Dirce me havia dito que não seria uma boa fonte de material para a minha pesquisa porque não só não gostava de usar o celular, como o aparelho estava constantemente sem créditos. O pequeno grupo de pessoas que ali estava não estranhou minha chegada, pois eu era conhecida de todos, exceto de um senhor, a quem me apresentaram explicando o propósito de minha pesquisa. Écio imediatamente comentou: “Mas tem muita gente que só usa o celular para fazer coisa errada! Para que a turma quer celular? Para dizer que ‘sujou’ no Morro? Para ficar emprestando pros outros fazerem o que não deve? Pra ficar trocando e vendendo por droga?” E virando-se para a

esposa: “E é contigo mesmo que eu tou falando viu? Não quero mais saber de ti emprestando o celular para o Dionei [*um vizinho e primo de Dirce*] ficar ligando para as ‘amigas’. Se eu souber que tu emprestou de novo vai ter hein?”

Outra ameaça ao bom convívio dos casais está nos trotes. Janaína, por exemplo, conta que já se “incomodou muito” por causa do celular. Já trocou o chip do celular – o que equivale a trocar o número – por três vezes devido aos trotes recebidos. Quando a entrevistei estava com o chip atual havia quatro meses. Embora Janaína não saiba como descobrem o seu número, desconfia que seja “alguém conhecido que queira fazer sacanagem. É de propósito. Porque até pode ser de ligar enganado, isso acontece, mas até acertar o número certinho, chamar a pessoa pelo nome, saber onde trabalha...”. O número atual do chip foi revelado para poucas pessoas, apenas aquelas de confiança. Cautelosa, diz que aprendeu: “A gente tem que saber para quem dá o número, porque às vezes se torna uma brincadeira bem chata”. Como vimos no capítulo quatro, os trotes, além de fofocas e maledicências, são o principal motivo para as mulheres serem cuidadosas na divulgação de seus números de celular. Janaína espera não se incomodar mais, porque “se eu tiver que trocar de novo, não troco. Prefiro pegar um martelo e quebrar esse celular todinho”. Ao longo de meses, Janaína recebeu trotes da mesma pessoa – uma mulher - que insistia que seu marido a estava traindo. Seu sentimento é o de uma pessoa que tem sua privacidade invadida, já que considera o celular um objeto de uso pessoal e íntimo. E o alvo é mesmo Janaína, já que o marido nunca recebeu trotes de pessoas fazendo intrigas a respeito dela. “Geralmente é eu que eles atentam. Sempre foi comigo. Se eu estivesse ainda com o outro número, com certeza estaria me incomodando, talvez até já tivesse me separado, tanta intriga que faziam”.

Em alguns casos, descobre-se que foi uma amiga, ou conhecida, que acabou passando o número do celular para um desafeto da primeira, que passa a receber trotes. Isso pode ocorrer inadvertidamente, como no caso de Emília, uma jovem esposa e mãe de vinte anos de idade. Uma das vizinhas, muito sua amiga, teve a agenda do celular vasculhada sem saber por uma amiga, mas que não gostava de Emília. Essa mulher passou a ligar para Emília diariamente, insultando-a. Emília não tinha como saber quem era, já que o número do celular que chamava aparecia como “privado” no identificador de chamadas. Em um dos dias, a mulher esqueceu de colocar a chamada em modo privado: “Daí eu liguei para essa pessoa e falei um monte para ela, daí foi onde ela disse ah, desculpa, eu não sabia que era tu. Ela me ligava quase todo dia. Ruim é

o privado, o retido, mas depois ela parou de ligar.” Entretanto, Emília explica que deixar de atender ligações que cujo número consta como privado pode ser um problema. Como vimos no capítulo quatro, ofertas de emprego podem chegar através do celular, e alguns empregadores quando ligam para preencher uma vaga ligam em modo privado: “Às vezes eu atendo quando é ‘privado’ e é palhaçada, mas às vezes pode ser emprego, como outro dia, que me ligaram da Back [*empresa de serviços terceirizados de limpeza e vigilância*] e era privado. Mas aí eu primeiro peço para a pessoa se identificar. Não digo quem é. Só depois eu falo meu nome.”

Ligações para números errados também podem causar confusão quando se trata de maridos ciumentos. Maria, mãe de Emília, recebeu tarde da noite três ligações por engano seguidas de um rapaz que insistia que aquele número era de seu irmão. Estavam já marido e mulher no quarto. Na segunda, o marido de Maria atendeu a ligação: “Pô esse cara já ligou duas vezes!” Foi um problema convencer o marido que se tratava apenas de um engano, que não conhecia o homem.

Por isso, como Janaína e muitas mulheres do São Jorge, Emília e Maria são bastante cautelosas ao divulgar seu número de celular. Penso que uma chave explicativa para esta prática está em Fonseca (2000) que ressalta o medo da fofoca e da maledicência entre camadas populares. Maria diz que “celular uma parte é bom e outra é perigoso. Eu tenho até medo de ligar para gente de fora, prefiro até nem ligar. Pra quem não é da família eu tenho até medo de ligar, às vezes. Pode dar algum rolo. Bem difícil eu ligar.” Sua filha Emília concorda: “Celular é bom, mas é também onde tu pega as coisas...” E acrescenta que é preciso ter muito cuidado ao emprestar o celular para que outros usem, mesmo que seja uma amiga, como aquela que sempre pedia seu celular emprestado. Quando Emília insistia para que usasse o seu próprio aparelho, a amiga dizia que não se preocupasse, que não iria usar o seu crédito, iria ligar a cobrar. Emily, porém, desconfiava: “Por que tu não quer que aparece o teu número? Por que tu quer que aparece o meu número? Vai que é para fazer ‘avacalhão’, ou ‘fazer rolo’. E depois até explicar que não fui eu que liguei, é bem complicado.”

Outras vezes, é o empréstimo de celulares que causa confusão entre marido e mulher, como explica Emília:

Aconteceu um fato bem estranho. Meu marido pegou meu celular e ligou, mas era amigo dele, do serviço, que eles iam limpar vidros. Ligou e disse que tava descendo pra ir

trabalhar. Isso eu ouvi ele falando. Mas aí a mulher dele pensou que ele tava falando com uma mulher, e pegou o número e anotou, sem falar nada pra ele. Ela ligou depois pro meu celular. Eu peguei e atendi, e ela: “quem tá falando?” E eu: “tu é que tem que falar quem é, tu é que ligou pro meu celular”. Aí ela... “É que eu vi esse número aqui no meu celular e eu quero saber quem ta falando.” “Mas tu tem que falar primeiro quem tá falando”, eu bem assim. E ela: “Aqui é a Geise, foi tu que ligou para o número tal e tal?”. Eu disse que não tinha sido eu. Aí ela desligou, mas no outro dia ligou de novo. “É tu sim que anda saindo com o meu marido!”, que não sei o quê. Aí eu anotei o número e fui correndo ligar, lá do telefone fixo na casa da minha vó, e alguém atendeu e disse que era de um orelhão. Eu pensei, meu Deus, mas quem me ligou desse número? E perguntei pra pessoa: mas tu viu quem tava no telefone por último, e a pessoa disse quem era. Daí eu contei depois pro meu marido quando ele chegou, eu disse nossa, tem essa mulher que me ligou me xingando de tudo, dizendo que eu tou saindo com o marido dela. Ele perguntou que número era e o nome da pessoa. Quando eu contei que era Geise, ele disse que era a mulher do amigo dele, muito ciumenta. Disse: “pode deixar que eu falo com ele”. Depois ela ligou pedindo desculpas, explicou que o marido tinha já traído ela. E o celular nem era o dela, ela mentiu, era do marido dela mesmo.

Se Lila e Janaína nunca encontraram nada de concreto a partir da “inspeção” dos celulares dos maridos, e Emília foi vítima de um mal-entendido, o mesmo não aconteceu com Silvia. Em um dia de outubro, chego às sete da noite na casa de Larissa, irmã de Silvia, para entrevistar a primeira. Após meia hora de conversa, chega Silvia, pálida e muito chateada, dizendo ter encontrado uma mensagem de mulher no celular do marido. Imediatamente forma-se uma espécie de conselho de guerra entre as mulheres presentes: Larissa, Silvia, Janaína (muito amiga das duas) e uma prima, Ivete. Silvia estava desconfiada que o marido estava se encontrando com a ex-mulher: “Mas se eu confirmar, eu mando ele embora, vocês vão ver.” Janaína imediatamente se oferece para ajudar: “Deixa que ele é meu primo e não vai desconfiar de mim. Eu ligo e vou

descobrir para ti quem é. Assim que eu descobrir te conto”.

Soube uma semana depois que Silvia realmente havia se separado. Entretanto, quatro meses depois, estava às boas novamente com o marido. Silvia me recebe em sua casa para uma entrevista em uma noite quente de fevereiro, após o trabalho. Seus filhos – um menino de treze e duas meninas de onze e sete anos - brincam na sala. Relembra o incidente anterior com leveza, e me dá mais detalhes, dizendo que tem muito o ver com o ‘meu projeto’ – a tese de doutorado: “O celular tava bem no meio da estória, foi até engraçado, né.” Rindo, explica que não perde oportunidade de “jogar na cara” do marido o acontecido cada vez que brigam e ele quer cobrar alguma coisa: “Pensa que eu esqueci? E aquela mensagem no teu celular?” O marido de Silvia havia realmente marcado um encontro com a ex-mulher. Esta lhe havia mandado uma mensagem no celular ao meio-dia, durante o trabalho, mas ele não ouviu. No começo da noite, foi Silvia quem abriu a mensagem durante uma inspeção no celular do marido ou, em suas palavras, “durante a ‘geralzinha básica’ que a gente sempre dá. Que a gente espera a oportunidade certa para dar uma geral.” A seguir transcrevo a estória nas próprias palavras de Silvia:

E até hoje ele se arrepende muito. A gente sentou, conversou, ele falou a verdade, que ele tinha marcado um encontro sim, na época nós tínhamos terminado, nós tínhamos brigado. Ela ligou para ele dizendo que o irmão dele tava incomodando – que o irmão dele é casado com a irmã dela - e ela é ex-mulher dele. Aí eles ficaram conversando e ele contou que tinha brigado comigo. E marcaram um encontro. No dia seguinte, ela mandou uma mensagem para ele. Ele tava no trânsito, na moto, e não abriu a mensagem. Quem abriu a mensagem fui eu, à noite. E ele não abriu, desde o meio-dia. Ele ouviu até a mensagem, mas não foi abrir. No mesmo dia, à tarde, nós fizemos as pazes; ele foi tomar um banho, sei lá, pediu pra pegar o Prestobarba dentro da mochila dele, aí eu vi o celular e do nada resolvi dar uma geralzinha básica, né. Aí eu vejo aquilo, aquela mensagem. Mas eu sou muito esperta, eu não ajo sem ter certeza. Primeiro eu tava investigando, um ou dois dias antes, e eu ainda não tinha tido a certeza. *[Investigando no celular?]* Investigando no celular, e também com as pessoas. Claro, e o quê da questão era a mensagem no celular. Fui lá, conversei com a Janaína que é prima dele, e ela também muito fofoqueira, sabe de tudo o que acontece. E naquele mesmo

día a gente descobriu. A Janaína pegou o celular da Larissa [*irmã de Silvia*] que era da mesma operadora, que tinha bônus, e ela ligou e falou com a mulher. Porque ninguém tinha crédito. Aí no mesmo dia a gente descobriu. No mesmo dia eu fui e ele negou até a última. Agora há pouco tempo que ele falou a verdade, que tinha realmente saído com ela. E quando eu tava investigando eu também descobri que tinha uma ligação desse mesmo número, de dois anos atrás. Descobri pelo chip dele. Porque na verdade ele trocou de celular, comprou um celular novo de operadora diferente, foi lá e desbloqueou, mas colocou o mesmo chip. E os arquivos tavam todos lá. [*Ou seja, ele não deu uma limpeza básica...*] Não deu. Como dois anos atrás era a época em que ele tava se separando dela, eu já imaginei que o número seria dela. Só que não ia cobrar enquanto eu não tivesse certeza, fiz de conta que nada era. Mas depois que descobri, que ligamos par ela, eu terminei. Ele chorou, se ajoelhou, como faz sempre... E o celular tava bem no centro da estória, sinceramente. Foi pra descoberta, pra colocar os pingos nos “is”. Depois ainda fiz ele ir lá ligar para ela. Eu já tinha ligado do meu número para o trabalho dela, tirei o identificador, e disse que era uma pesquisa e precisava fazer algumas perguntas para ela. Aí já reconheci a voz dela. Tive bem a certeza. E eu não queria que ele ligasse do celular dele porque ela não ia atender. Eu fiz ele ir lá embaixo no orelhão e falar um monte de coisas para ela no celular, como se eu não soubesse de nada. E como se nem ele soubesse que era ela. Eu queria que ele deixasse bem claro para ela que ele estava muito preocupado com o relacionamento comigo, que ele não quer perder o relacionamento dele. Ele disse um monte de coisa pra pessoa. “Quem é essa maluca que anda ligando, não liga mais pro meu telefone, fica mandando recado pro meu amigo”, ele dizia. Porque na época ele mentiu pra mim dizendo era a namorada do amigo dele, que era casada e que ninguém podia saber. E ele também, casado, o Cadu. Que ele estava emprestando o celular pro amigo ligar. Que isso aqui é o que mais tem. “Ah porque foi o meu amigo que ligou pra esse número aí”, é a desculpa que mais rola. Aí o amigo dele veio, confirmou a estória, mas eu disse então nós vamos ligar para essa pessoa. Ele queria ligar do celular dele, mas eu disse não. Vamos no orelhão. Que senão ela ia se preparar. Imagina eu, não sou boba, macaca velha, trinta e três anos, vários

relacionamentos... E ele foi. E eu ali, fingindo que não sabia de nada, que tinha acreditado nessa estória de Cadu. E imagina, eu tinha certeza, eu já tinha ligado para ela, a Janaína já tinha ligado também. E ele foi e ligou pra ela. “Fulana, não liga mais pro meu celular, quando tu quiser falar com o Cadu, liga pra outro número, que dá confusão, sou comprometido”, que não sei o quê... E logo depois eu terminei com ele, disse que não queria mais. Ainda fiz pior, porque chamei ele no serviço. Eu fiz ele sair do serviço e foi lá que eu terminei tudo. Aí um tempo depois ele veio, admitiu, chorou, disse que se arrependeu muito. Quer dizer, eu acho, né [risos].

Depois de todo o acontecido, o marido de Silvia não perdeu o hábito de emprestar o celular, mas agora a avisa. O celular emprestado pode ser usado não apenas para acobertar amigos infieis mas – o que mais preocupa Silvia – para promover atividades ilícitas e até combinar crimes: “Ele empresta o celular para todo mundo, não sabe dizer não. Até para pessoas que não é para emprestar, tá entendendo. Porque celular grampeado aqui tem a rodo, a hora que ‘eles’ [pólicia] quiserem rastrear... E eu dou um monte de esporro nele. Porque tu ainda vai te comprometer por causa disso”.

A prática do empréstimo de celulares no Morro São Jorge, entretanto, ajuda não apenas aos parceiros infieis: também propicia que casais separados por outras circunstâncias possam manter contato. É o caso de Gisa, que ficou por meses morando de favor na casa de Paulínia, filha de Vânia, uma de minhas primeiras interlocutoras. Ocorre que o marido de Gisa cumpria pena no presídio de Florianópolis na época do meu trabalho de campo. Aos vinte e dois anos e grávida, a principal preocupação de Gisa consistia em conseguir celulares emprestados para se comunicar com o parceiro. Encontrei Gisa algumas vezes, mas nunca conversamos abertamente sobre os motivos da prisão do marido – código de conduta que aprendi ao longo do trabalho de campo, em relação a este e à vários outros casos de familiares de interlocutores na prisão com os quais me deparei. Entretanto, Gisa não fazia questão de esconder sua preocupação em se comunicar com ele: “Eu passo o dia atrás de celular para falar com ele. Todo mundo que aparece por aqui eu vou pedindo emprestado. Ele se preocupa muito comigo.” Aparentemente a preocupação de Gisa não era apenas financeira, havia algo mais: talvez o telefone fixo da casa de Paulina fosse um dos “grampeados” aos quais Silvia havia se referido anteriormente.

7.4 O celular entre gerações: segurança e tensões entre pais e filhos

Nesta seção, gostaria de evidenciar as tensões provocadas pelo celular entre gerações. Início analisando o caso dos filhos de Lila em suas tentativas de usar telefones celulares.

Carol, a filha de dezessete anos, é considerada uma princesa na família. Muito bonita, participa de desfiles e, segundo a mãe, “é muito vaidosa, adora usar aqueles tamancos de salto alto, roupa bonita, maquiagem. Minha filha é uma boneca, ela desfila, foi rainha. Ela já desfilava desde um ano e oito meses”. No meu período em campo, Carol foi notícia nos jornais por ter ganho um dos vários concursos que acontecem no período de Carnaval. E, segundo a mãe e o avô, não só bonita como muito inteligente, “O meu marido, padrasto dela, queria dar um computador porque ela é inteligentíssima, ela fez curso, faz tudo.” Entretanto, mesmo tão popular, bela e sociável, Carol não possui um objeto central na tecnocultura adolescente contemporânea: um telefone celular. Embora reconheça que por vezes a filha possa se sentir excluída já que “todas as amiguinhas dela tem”, Lila é firme em sua opinião: para ela, telefones celulares deveriam ser proibidos para menores de dezoito anos de idade. Considera, inclusive, ser um absurdo que crianças de seis ou sete anos possam usar o aparelho livremente. Nessa decisão é apoiada por seu pai, Roberto Carlos, o avô coruja de Carol, que acredita que

O celular é muito útil, mas na mão de criança pode incentivar muita coisa errada. Isso é um caminho meio perigoso, que pode ligar algum vagabundo para eles e dizer que é o pai. Porque o celular é meio como um computador, não teve aquela novela que o menininho ficava o dia todo na frente de um computador e aí veio um daqueles abusadores de criança... Celular pode ser assim também. Pega uma menina dessa bonita aí, um sem-vergonha, um vagabundo. Consegue o número dela e manda esperar na saída da escola no local tal, diz que é o pai ou o tio, quando vai ver não é nada disso.

Meus dados de campo, entretanto, revelam que o discurso moral do pânico adotado por Roberto Carlos e Lila está em minoria entre os pais e mães do Morro São Jorge, especialmente quando se trata do uso do celular por uma moça feita como Carol. A grande maioria não

considera problemático crianças usarem celular, desde que haja algum nível de supervisão e orientação. Seu Ciro, um avô com netos adolescentes, reconhece que o telefone celular apela a todas as faixas etárias: “Na época de agora eu acho que é do gosto de todos. Menininha desse tamanhinho assim anda de celular na mão. Novo, idoso, não tem idade. Eu acredito que não precisa ter idade pra pessoa possuir um objeto... uma coisa que gosta”.

O mesmo Roberto Carlos tem um filho de dez anos (na verdade, como me revela Lila, é seu neto que ele cria desde os dois meses de idade). O menino usa o celular, mas com recomendações estritas do avô, que repete constantemente: “Ó, não liga pra ninguém, só eu vou ligar pra ti, e não liga pra mais ninguém. Quando ele sai da aula, tem um lugar que eu sempre mando ele esperar. Tu não embarca no carro de ninguém, fica ali esperando até eu chegar”. Confiante em sua estratégia para proteger o neto da violência urbana, e especialmente de abusadores de crianças, Roberto Carlos resolveu prová-la para a esposa, que foi com ele buscar a criança na escola: “Até esses dias eu mostrei para a minha mulher – quer ver como ele obedece? Pois demorei, demorei, meia hora a mais para pegar ele. Quer ver como ele está ali no lugar? Estava direitinho. Que hoje em dia é um perigo”.

No São Jorge, minhas observações indicaram que o uso de celular por crianças nos primeiros anos de vida escolar é menos freqüente que o de adolescentes, mas existe. Na escola onde grande parte das crianças da comunidade estudam, uma menina da segunda série do ensino primário me conta que duas de suas coleguinhas tem celular. Conversei com uma delas, que me revelou ter ganho o celular – já bem velhinho - de um tio que já o havia usado durante muito tempo. A mãe da menina, dona de uma venda no alto do Morro, me disse a mesma coisa que seu Roberto Carlos: a garota deveria usá-lo só em caso de emergência, para ligar para casa. Falando de uma perspectiva mais geral, já que um de seus netos estuda em uma escola localizada no centro de Florianópolis, seu Roberto Carlos comenta: “Eu vejo pelo meu neto, eu levo e busco ele todo dia no Instituto, e hoje a maioria, todas as crianças tem celular. Eu vejo eles na rua ligando para os pais vir buscar”. Lila lembra que em sua própria família há um caso: “Eu tenho uma priminha de seis anos que tem celular. Ela tem um celular de MP3. Meu tio diz que sem celular ela não fica. Que ela tinha, que queria e queria”.

Em outra de minhas visitas à escola mais próxima da comunidade, noto que um menino de uns seis ou sete anos, no máximo, segura um celular na mão no horário da merenda. A orientadora

educacional me explica que Jean, de sete anos, tem duas famílias, daí a necessidade do celular. Alguns meses mais tarde, visito a casa onde Jean mora há um ano com com a avó, D. Fani, e onde passa a maior parte da semana. Embora diga que acha errado “criança de dez, doze anos com o celular na mão” D. Fani explica que é a madrinha que empresta o celular para Jean de dez em quando, o que lhe causa preocupação: “O celular na mão de uma criança o que é que é? Vai ali, liga e o outro: ‘ah, vem aqui que eu te espero’. E ele vai. Ele vai! Ele não tem noção! Entendessee? Vão puxar pra rede deles.”

Quero argumentar aqui que, quando saímos da faixa etária dos avôs e avós responsáveis por crianças e adolescentes para a de pais e mães, a percepção de risco relacionada ao uso do telefone celular por crianças tende a diminuir. Titta, a irmã de Nena, que tem cinco filhos – quatro adolescentes e um bebê – diz que não se importa que os filhos tenham celular; segundo ela, o diálogo e a orientação são a melhor estratégia: “Eu nem ligo [que os filhos usem celular]! Eu tenho uma opinião. Tu senta, tu conversa: se eles não quiserem seguir o teu conselho, a gente continua conversando mas se eles for pro lado errado...”

No caso de crianças, pode aumentar a percepção do telefone celular como aliado da segurança e de uma melhor comunicação entre pais e filhos. Além disso, são constantes os relatos de que é preciso “estar no tempo”, ou seja, acompanhar e incluir na vida cotidiana as mudanças tecnológicas tão características da modernidade. É o caso de Cássia, enviuvou muito jovem do pai de sua filha Mirella, hoje com seis anos. A entrevista foi feita em março de 2009 com mãe e filha; Mirella recém-ingressara na primeira série do ensino fundamental: “Eu estudo no Instituto, faço balé no Instituto”, conta-me ela, toda sorridente e extrovertida, olhos brilhando de inteligência. Cássia reconstruiu sua vida com um novo parceiro e casou-se novamente. Os dois trabalham fora por longos períodos: Cássia tem o segundo grau completo e trabalha em uma empresa de telemarketing; o esposo também possui um bom emprego para os padrões do São Jorge, o que possibilita ao casal ter carro, moto, e uma casa de alvenaria confortável que inclui comodidades como telefone fixo e, especialmente, o computador ligado à Internet. Cássia alegra-se com o fato de o padrasto tratar a enteada como se fosse sua própria filha; foi ele quem deu o primeiro celular para a menina como presente de aniversário de cinco anos. “Mas ela não usava muito, só atendia, era uma vez ou outra, era mais brincadeira”, diz sua mãe. “E esse ano a gente decidiu que ela tinha que ter um celular mesmo porque ela trocou de escola, foi estudar no Instituto, mais longe, e ali fica tudo

solto”. No período em que está na escola, a menina deve atender somente aos pais: “Eu explico, Mirella, se acontecer de a gente se atrasar, e não tiver ninguém ali te esperando [na saída da escola] tu fica ali que dali a pouco a gente te liga, falando que a gente vai chegar mais tarde, ou então se acontecer alguma coisa, se não tiver aula, tu pega e disca prá gente.” Mirella intervém, com seu celular na mão: “Quando tu quiser ligar para alguém é só apertar aqui, ó”. Cássia enfatiza que o telefone celular facilita em muito em seus compromissos e tarefas como mãe:

Hoje, por exemplo, eu deixei ela no balé, a gente sempre leva o celular, né, e disse assim: Mirella, eu vou no banco e posso demorar um pouquinho. O balé começa às duas e quarenta e cinco e termina às três e quarenta e cinco. Se a mamãe demorar tu fica com o celular na mão e fica lá na salinha da professora me esperando. Só que ali no Instituto é muito ruim de estacionar. Eu só liguei pra ela e disse: “Mi, fala pra tua professora e vem que a mãe já tá te esperando aqui na frente”. Então prá gente... Pra mim é uma facilidade. [...] Por exemplo, eu trabalho no Estreito [bairro na parte continental da cidade. Cássia trabalha das seis à meia-noite] e tem o trânsito na ponte. Aí o que que a gente faz: ele me leva de moto, e a gente deixa ela em casa sozinha às vezes. Porque é muito transtorno deixar na casa dos outros [...] A gente fecha a casa direitinho, fica a chave pro lado de dentro, e daí ela atende o telefone residencial ou então o próprio celular mesmo. Às vezes eu mando ela pra casa da minha mãe e depois quando ele chega o meu marido liga pra ela vir pra casa. Às vezes a gente fica meio inseguro [de fazer isso] mas aqui na comunidade é seguro. De repente pras pessoas de fora não, mas pra gente é bem seguro, todo mundo conhece a Mirella. E também a gente explica pra ela que quando ela atender o telefone, pras pessoas não ficarem sabendo que a gente não tá em casa, a gente diz: “Mi, não fala nada que a gente não tá. Fala pra ligar mais tarde, que a gente agora não pode”. Outra coisa é que só quem tem o número dela são os nossos parentes e algumas amigas minhas.

Em contraste com o caso de Mirella, temos o de Carol, a moça

de dezessete anos que não pode usar celular. Lila é separada do pai de sua filha há quinze anos e, segundo ela, o primeiro marido nunca ajudou em nada, “eu fui morar com o meu pai que criou ela para mim”. Mesmo sem o apoio financeiro, pai e filha mantiveram o contato e aparentemente Lila mantinha um relacionamento amigável com o ex-esposo. O aniversário de quinze anos de Carol, aguardado com expectativa pela menina, foi a ocasião em que ganhou pela primeira vez um presente de seu pai. Mas o presente pedido pela filha não agradou à mãe: “A primeira coisa que o pai da minha filha deu na vida para ela foi um celular, uma coisa que eu nunca quis que a minha filha tivesse”. Foi cobrada por seu Roberto Carlos, que perguntou porque sua neta estava usando celular. Acabou brigando com o pai da garota: “Falei pra ti, quer dar um presente pra ela, dá roupa, dá o que tu quiser, maquiagem, que ela gosta, mas não celular. Que se fosse para ela ter celular eu já tinha dado”. Entretanto, já que estava feito, Lila resolveu ceder vendo a alegria da filha, “que era o sonho dela ter um celular. A coisa que ela mais pedia, gurria, era um celular. Mãe, o pai disse que vai me dar um celular quando eu fizer quinze anos, será que vai dar?” No dia do aniversário, nenhum telefonema do pai o dia todo. O presente só veio às seis da tarde. Lila relembra a emoção da filha: “Meu Deus, essa gurria ficou tão boba. Na hora já bateu foto dela, colocou no celular, começou a ler o manual, tudo. Ele já botou o celular no nome dela mesmo, tudo direitinho”.

Com a permissão da mãe, Carol levou o celular para a escola. Mas a paz durou somente três dias, ao fim dos quais Lila notou que a filha subia para o quarto sempre que recebia ligações. Mesmo considerando que “a gente é mãe e tem que confiar na filha que tem” Lila desconfiou das afirmações da filha de que fossem só as amigas do colégio: “Por que não falar perto de mim? Então as adolescentes, essas menininhas novas ficam conversando muitas coisas por telefone que as mães não ficam nem sabendo”. Quando a filha saiu para ir na casa do avô sem levar o aparelho, Lila atendeu uma das ligações – era um rapaz – e começou a falar como se fosse a filha, descobrindo que Carol andava “de paquerinha”, algo para o qual Lila achava que a filha ainda não tinha idade. Pior foi saber que o rapaz incentivava a filha a mentir para a mãe sobre o horário real de saída das aulas: “ele foi dizendo ah, tu não vais lá, que eu mandei recado pra tu me encontrar na frente do Instituto [*Instituto Estadual de Educação, tradicional escola pública de Florianópolis*], que não sei o quê”. Três dias depois de ter ganho seu tão sonhado presente, Lila resolveu proibir o celular novamente, mas de uma maneira bastante drástica:

Não demorou, gurria, três dias, mas certinho, quer dizer... Ela não foi arrumar paquera, namoradinho em três dias, decerto ela já andava e eu só fui descobrir por causa do celular. Ela ganhou no dia quatro, dia do aniversário dela de quinze anos, me lembro como se fosse hoje. E eu quebrei o celular no dia sete. Ela chorava! Eu só tenho a caixa hoje. *[E não teve conversa, vocês tentaram conversar?]* Não teve conversa. “Mãe, mas eu não fiz nada de errado, ele é que ligou pra mim...” E eu: “Mas se ele ligou prá ti é porque tu deu o número, minha filha, tu já andava se encontrando com esse menino!” “Não que eu juro, eu não tenho nada com ele, ele é só colega!” Mas eu disse: “colega, pra falar no telefone ou...” Aí um dia ele mandou uma mensagem, a raiva maior foi da mensagem, o celular tocou e eu atendi, que eu não tenho segredo com a minha filha! Aí eu fui ver a mensagem era assim: “passa o miguele, diz para tua mãe que hoje tem aula até mais tarde.” Ah!!!! Eu esperei ela chegar e ia mandar ela abrir a boca para engolir o celular. Ela chegou. Eu disse: Vem cá, tu queres o celular? Vem cá ver o que eu vou fazer. Botei o celular ali na rua e quebrei, ela olhando e eu assim com o martelo, pá pá pá. Dei três marteladas em cima do celular. E ela ficou chorando, que o sonho dela era ter um celular. Tanto que ela tem hoje dezessete anos e celular eu não dou. E é o sonho dela, ela me diz, mãe, todas as minhas amigas tem. Eu digo não, celular tu não vai ter. Claro que hoje em dia sim, é mais fácil, a gente tem uma condição melhor para dar um celularzinho para um filho. Mas eu tenho medo.

Após esse evento, e mesmo sendo excelente filha e ótima aluna, Carol só teve permissão para levar o celular para a escola uma única vez. Foi quando sua classe ganhou um concurso cultural que mobilizou todo o colégio, e o prêmio consistiu em um show de pagode que aconteceu na escola mesmo. Lila deixou Carol levar seu novo celular, mas com instruções específicas para usá-lo somente como câmera fotográfica. Na volta, houve inspeção do aparelho. Carol reclama (“nem parece que a mãe já tá na idade de trinta e sete anos, parece que já tá na idade dos setenta, pensa nas coisas desconfiando...”) mas aceita. Lila,

que tem o celular “martelado” guardado em casa (Figura 7.4) às vezes, ao lembrar do episódio, fica com a consciência pesada: “ela tá com dezessete anos e o pessoal tudo tem celular e ela não tem... Para as amigas ela diz: a mãe quebrou meu celular todo, quando perguntam. Ela não esconde”. Lila é mesmo linha-dura com a filha. Se as amigas de Carol precisam ligar, que seja para o celular da mãe. Ainda assim, Lila exige que a filha use o celular no viva-voz para que possa ouvir a conversa. Não encontrei outra mãe que, como Lila, fizesse uma oposição tão forte ao uso de celulares por adolescentes; e ela própria admitiu que não conhecia outra mãe como ela. Mas reconhece: “Até hoje continua o comentário que ela está com esse mesmo rapaz. Até a minha mãe diz, quando eles querem não vai ser um celular que vai impedir”.

Alguns meses depois, encontrei Lila novamente. A intenção era



Figura 7.4: O celular de Carol, destruído a marteladas pela mãe

entrevistar seu marido, como ela já havia me convidado. Combinei a entrevista com ela, mas na ocasião Flávio preferiu não falar. De qualquer modo, aproveitar para perguntar novamente se Carol, sua filha de dezessete anos, já podia usar celular. Lila me contou que a proibição continuava, e sua opinião não havia mudado. Não contava, entretanto, com a solidariedade dos primos, do irmão e dos amigos de Carol.

“Mas não adianta porque os celulares dos primos tocam e eles vem tudo trazer para ela. Esse celular tá sempre na minha vida, que coisa”. Lila conseguiu descobrir a estratégia algo criativa de sua filha para se comunicar com o namorado através da constante vigilância que exerce sobre os filhos:

A minha menina é assim: os meus sobrinhos vem chamar ela aqui de celular na mão. Quando eu pergunto o que foi, dizem que é a Kátia, a fulana ou não sei quem que quer falar com a minha filha. E eu digo: então me dá esse celular aqui que eu quero ver se é a Kátia. E eu pego o celular e eles ficam mudos, menina! Eu digo: fala, miserento! Que eu sei que é tu! Depois de um tempinho ele diz... oi... Eu vi que não tem jeito mesmo. Não vai ser um celular que vai proibir eles de se

falarem. Até a minha mãe acha que eu devia dar um celular para ela, mas eu tenho medo. Nem o meu celular ela atende, que já sabe que eu não gosto. Ela só mexe nele: coloca música do Belo, joga os joguinhos, mexe em tudo.

É interessante ressaltar, também, que Lila não faz distinção de gênero: a proibição do uso do celular também vale para seu filho Marlon, de catorze anos. Entretanto, casos extremos como o de Lila também podem envolver preconceitos de gênero, como o que me foi relatado por uma estudante do ensino médio, de dezesseis anos. Segundo ela, seu pai permitiu que o irmão tivesse um celular muito antes do que ela, que teve de esperar por dois anos. Essa mesma moça, segundo um de seus professores, tem a vida controlada pelo namorado através de constantes mensagens de texto. Alane, a filha de dezessete anos de seu Gonçalves, conta que quando pediu para ter celular, com treze anos, a primeira reação do pai foi de desconfiança: “Para que é que tu queres?” Janaína, que só tem meninos, pensa que iria se “incomodar mais” se tivesse filhas que usassem celular. A preocupação de pais e mães é com a gravidez precoce, fato bastante comum na comunidade do Morro São Jorge. Janaína diz que não controla muito os filhos, embora converse, pergunte onde estiveram e o que fizeram. Mas com meninas, segundo ela, é “bem mais difícil”: “Meu filho mais velho tem catorze anos. Se ele engravidar alguém, não é minha filha. Tá certo que ele vai ter que assumir. Mas se eu tivesse uma filha de catorze anos que chegasse grávida, eu ia me estressar bem mais do que meu filho chegar e dizer que vai ser pai”.

Essa formulação de Janaína talvez possa explicar a conduta de outra mãe, sobre quem ouço falar através de suas duas irmãs. Tão controladora da vida dos filhos quanto Lila, ela no entanto não se opunha a que sua filha de dezesseis anos tivesse um celular. A percepção a respeito do aparelho, nesse caso, era diferente: como o marido de Marisa, a mãe de Lauanne via no celular o instrumento ideal para controlar e vigiar a vida da filha. É Nena, uma das irmãs, que comenta: “Mas ela liga pra essa guria 24 horas por dia! É uma tristeza. Olha, A coitada da menina, às vezes ela nem atende o telefone. Aí é que a minha irmã fica braba. Porque ela liga o tempo todinho, todinho, todinho”. Titta, a outra irmã, reconhece que a sobrinha “é lisa, é perigosa” dando assim pistas de que a preocupação da mãe talvez de justifique, embora de maneira exagerada.

Aí ela quer saber onde é que a menina tá. Só que a gurja é ligeira. Mas não adianta. É sempre aonde é que tu tá, tu falou que ia chegar tal hora, com quem que tu tá. Acho que a Lauane é uma guerreira. Eu acho. Ela tem muito respeito pela mãe, porque senão ela já tinha se mandado daquela casa. Só que a gurja é terrível, é lisa. Mas ela apanha. Se ela respirar mais alto já leva um tapa na cara. Ô, a minha irmã é fogo. Puxou bem o nosso pai.

No caso de Lila, foi através de um celular que os primeiros namoricos de seu filho foram descobertos. Certo dia, Lila “achou meio estranho” quando seu filho saiu do quarto com um celular na mão. O rapaz escondeu o celular, sem notar que a mãe tinha visto sua manobra. Além disso, Marlon subiu várias vezes para o quarto e Lila conseguiu ouvir o toque do aparelho, mesmo em volume baixo. Interrogado pela mãe sobre a quem pertencia o celular, Marlon respondeu que era “de uma menina ali”. Lila não proibia que os filhos tivessem colegas, mas sempre foi muito cautelosa em relação a namoros. Os amigos de Carol e Marlon já conheciam a fama de brava de Lila, assim como seu veto ao uso do celular pelos filhos. Esta não teve dúvidas: quando o filho entrou no banho, pegou o celular para inspecioná-lo e encontrou imagens dele com uma jovem. Logo depois, atendeu o celular: “O telefone tocou e eu descobri que era uma paquerinha dele, mais ainda, que ele já estava até freqüentando a casa dela. A mãe dela, tudo, sabia e eu sou a última a saber”. Algum tempo depois, a namoradinha, de treze anos, apareceu na porta para buscar seu celular. Avisaram a Lila que havia uma menina querendo conhecê-la. Ao perguntar se a jovem “estava de rolinho” com seu filho, recebeu a resposta de que estavam “ficando”, o que deixou Lila irritada: “Ficando não nega, nem namorando, que o Marlon só tem catorze anos. Era para isso que tu deixava o celular com ele?” Acabou descobrindo que a garota tinha telefone fixo em casa, e emprestou seu celular para que Marlon pudesse atender suas ligações. Lila acabou tendo que se render, ainda que sob protestos, ao fato inevitável do despertar do interesse de seu filho pelo sexo oposto: “Mas não adianta, já fiz de tudo, tirei ele daqui e nas férias deixei ele duas semanas na Agrônômica [bairro de classe média de Florianópolis] na casa do meu tio, ele voltou e a namoradinha está de vez em quando aqui em casa”. Nisso aparece o próprio Marlon, para quem Lila pergunta, divertida, se ele quer ter um celular. Algo chateado, o garoto responde: “Lógico, né, mãe!”

No começo do capítulo, vimos que Marisa possuía dois celulares – um deles “secreto” – para que pudesse escapar um pouco ao controle de sua vida imposto pelo marido. No caso de Marisa, com essa estratégia ela se coloca, por assim dizer, à disposição da vigilância do marido, mas ao mesmo tempo encontra modos de resistência.

No caso de adolescentes, em especial de rapazes, possuir mais de um aparelho constitui uma estratégia para lidar com múltiplas namoradas. É o caso de Caio, que aos dezenove anos já está noivo. Quando pergunto se o aparelho que está em cima da mesa é o seu celular, recebo a resposta de que é “um deles”. Se para muitos ter mais de um celular pode ser símbolo de status, Caio diz que no seu caso é diferente. No começo da adolescência, diz que era “meio franguinho, nunca fui de ficar com uma menina só. Naquela época os celulares tiveram uma grande importância. Porque tu tem uma adolescência, e tu conhece várias meninas, em vários locais.” Conta que perdeu a virgindade muito cedo, com uma prima, mas manteve a namoradinha que já tinha, e logo depois arranhou mais algumas meninas com quem “ficava”. Caio chegou a ter três celulares ao mesmo tempo para “administrar”, como ele mesmo descreveu, suas múltiplas relações amorosas. Outra estratégia empregada era registrar na agenda o nome de uma namorada usando um nome masculino: “Eram vários números... Botava o nome de um amigo do futebol, por exemplo. Caso alguma ‘outra’ fosse pegar pra vasculhar, não ia saber. Eu só dizia: esse aqui é um guri do jogo, dá licença.”. O terceiro celular, usado para se comunicar com outra namorada, ficou “vago” quando o relacionamento terminou e a irmã de Caio foi presenteada com ele.

Para suas duas namoradas mais estáveis, Caio reservou dois números de celulares exclusivos, em dois aparelhos diferentes: “Não pode ter o mesmo celular. Se uma liga pro meu celular, e eu tou com a outra... Ia complicar, ia sempre rolar um atrito. Quer dizer, uma hora eu desligava um e deixava o outro ligado quando estava em tal lugar.” Por isso, segundo Caio, era preciso ter mais de um celular, já que antes tinha uma namorada fixa lá do outro lado do Morro, mas também logo depois começou a namorar com a moça com quem acabou noivando: “Mas quando eu noivei a outra não gostou, se rebelou.” Como sempre carregava os dois celulares consigo, Caio algumas vezes esquecia o aparelho “secreto” ligado e, assim, a noiva descobriu seu estratagema. Na época, segundo Caio, o celular que havia reservado para essa namorada ainda não era “de chip” e não havia como trocar o número do

aparelho, tornando assim difícil sua vida com a noiva, já que a namorada abandonada continuava ligando constantemente e incomodando a vida do casal. Certa vez, quando Caio esqueceu o celular em sua casa, a noiva percebeu que era a “outra” e com ela falou fingindo ser a irmã de Caio. Em uma dessas ligações da “outra”, a noiva, então namorada, em um acesso de fúria, jogou esse celular de Caio contra uma parede. “Não teve conserto, tive que jogar o meu celular que eu usava com ela fora”. Além disso, o celular que Caio usava com a noiva desde o começo do namoro “também era um que as meninas daqui do Morro também ligavam, então esse também foi jogado na parede várias vezes. Mas era um celular que agüentou bem.” Caio revela outros tipos de conflitos, como quando uma de suas paqueras descobria seu outro número de celular e ligava para ele enquanto estava com uma de suas namoradas fixas. Muitas vezes, quando suas tentativas de fingir que estava falando com uma de suas irmãs não davam certo, era briga na certa.

O noivado, entretanto, marcou uma ruptura na vida de Caio, que agora se declara um “menino certinho, não recebo mais essas ligações”. Em sinal de fidelidade e comprometimento, entregou o celular que havia restado para a noiva, e comprou um outro para si, agora “de chip”. O caso de Caio exemplifica uma mudança para uma outra etapa da vivência da masculinidade, quando os jovens assumem um compromisso afetivo mais sério e se encaminham para o casamento e os filhos: encaminham-se da “zoeira” para a “responsabilidade” (ARILHA, 1998). Na próxima seção, irei examinar outro modo de masculinidade entre as várias masculinidades possíveis. Esta predomina, de uma forma geral, entre os jovens pré-adolescentes até a faixa etária de dezesseis, dezoito anos.

7.5 Masculinidades, juventude e tecnologias móveis

Esta seção versa sobre o uso de telefones celulares enquanto meio para a emergência de novas práticas sociais e culturais entre jovens, especialmente do sexo masculino, de camadas populares, e como essas novas práticas atuam como instâncias que reatualizam estratégias de performance de masculinidade (ALMEIDA, 1995). A partir dos dados etnográficos, argumento que dois conjuntos de práticas envolvendo o uso do telefone celular tornaram-se elementos importantes de expressão e performance de masculinidade entre jovens da comunidade estudada: primeiro, ouvir música alto – principalmente nos estilos rap e funk - sem fone de ouvido, em espaços públicos; segundo, desafiar o poder instituído das operadoras de telefonia celular ao

compartilhar estratégias para uso do telefone móvel a custo reduzido. Assim, em um primeiro momento, preocupo-me com o papel de uma funcionalidade do telefone celular em particular: o bluetooth, que permite a transmissão de arquivos de um aparelho para outro a custo zero. Dado que a posse de celulares é bem superior ao acesso à Internet no ambiente doméstico, o bluetooth cumpre um importante papel no compartilhamento de arquivos, principalmente de música. Desta forma, um membro de um grupo de amigos que tem acesso à Internet pode passar músicas e outros conteúdos para celulares de amigos, que por sua vez repassam esse conteúdo via bluetooth para tantos outros, desta forma estabelecendo uma identidade comum que é tornada pública nos espaços coletivos. Em um segundo momento, analiso o que chamo de "práticas de subversão": através dos telefones, estimula-se a construção da masculinidade pelo prazer da competição e pela exposição ao risco. Ocorre aqui o desafio às instituições – seja pela prática do trote, seja por práticas percebidas pelos jovens como desafio ao poder instituído pelas operadoras de telefonia celular. Neste último caso, tais práticas incluem o compartilhamento de técnicas para desbloqueio de celulares e de formas de se fazer ligações sem pagamento, pois, como consta na fala de um dos interlocutores, “é só mané que fica colocando crédito no celular.”

Ao propor-me pesquisar os usos e significados atribuídos ao telefone celular em camadas populares, a partir de uma perspectiva antropológica, confesso que em princípio os aspectos que abordarei ao longo dos próximos parágrafos não constituíam parte relevante do roteiro que guiou minhas primeiras entrevistas e observações. Refletir mais detidamente sobre as intersecções entre masculinidades e telefones celulares foi algo que o campo me trouxe, mas que serviu para ressaltar um argumento fundamental: muito mais do que simples aparelho de comunicação, usado meramente para fazer e receber chamadas, o celular tem importantes funções simbólicas na comunidade do Morro S. Jorge. Entre elas, a que recorro para discussão que segue: o papel dos celulares tanto enquanto elemento de constituição de um estilo de masculinidade - em especial no caso dos jovens - como enquanto elemento que reatualiza determinadas práticas ligadas à masculinidade tradicional, também chamada de hegemônica¹¹⁵ no campo de estudo das

¹¹⁵ O breve espaço deste capítulo, que privilegia a apresentação dos achados etnográficos, não

masculinidades (Kimmel, 2004; Grossi, 2004).

Gostaria de trazer, em favor do argumento, elementos trazidos pela teoria que tanto influenciam como são relevantes na constituição das masculinidades jovens do Morro S. Jorge. Digo aqui “masculinidades” porque o campo dos estudos de gênero, como nos lembram Cecchetto (2004) e Almeida (1995) que por muito privilegiou o estudo das homossexualidades masculinas, ao se debruçar sobre o estudo da masculinidade hegemônica faz-lhe, numa segunda onda de estudos, a crítica. Portanto, trata-se fundamentalmente de pensar as masculinidades assim, no plural. Como afirma Cecchetto (2004, p. 38) em seu estudo sobre violência e estilos de masculinidade entre jovens de camadas populares do Rio de Janeiro, quando se trata de estudar a masculinidade antropológicamente, fora de paradigmas essencialistas, “há masculinidades e masculinidades.” A autora nos lembra que existem variações que dependem do contexto local e das noções de masculinidade ali vigentes. Nesse sentido, nossa pesquisa insere-se dentro da proposta dos estudos de construção social da masculinidade, aqui procurando indicar que a posse e o uso das tecnologias de comunicação e informação, como os telefones celulares, joga um papel nesses processos. Os quais estão em constante construção pois, como nos lembra Almeida (1995, p. 128) o “ser homem” não se reduz à condição biológica, à posse de um pênis, “[...] mas sim a um conjunto de atributos morais de comportamento, socialmente sancionados e constantemente reavaliados, negociados, lembrados.”

7.6 Elementos da masculinidade hegemônica na globalização

Dentre os elementos da masculinidade hegemônica relevantes para a nossa discussão, gostaria de destacar os seguintes: a ligação da constituição do masculino com a atividade sexual e a corporalidade, que pode se traduzir em uma sexualidade predatória e na valorização do corpo viril; a agressividade, ligada ao prazer pelo risco e pela competição; e, por fim, a necessidade de uma performatividade pública da masculinidade. Vejamos esses elementos em mais detalhes.

A constituição do masculino hegemônico em nossa cultura dá-se, fundamentalmente, por oposição ao feminino (GROSSI, 2004;

comporta uma discussão mais aprofundada sobre a constituição da masculinidade hegemônica e o interesse recente do campo pelas masculinidades ditas subalternas, ou mesmo os desdobramentos da chamada “crise de masculinidade”. Nesse sentido, penso que há discussões relevantes em Welzer-Lang, 2001; Kimmel, 2004; e, no caso brasileiro, Zaluar, 2004.

WELZER-LANG, 2001). Assim, ser homem, principalmente no Brasil, significa ter atividade sexual com mulheres e dominá-las, sendo que, de um lado, a infidelidade masculina em namoros e casamentos tende a ser valorizada; e, de outro, o adultério feminino seja o maior temor, fazendo com que a mulher se transforme em fonte de humilhação, em vez de honra (FONSECA, 1991; ALMEIDA, 1995). Coletar mulheres e não ser traído torna-se atestado de virilidade; estabelece-se uma “moral sexual ambivalente” (ALMEIDA, 1995) na qual é socialmente aceito entre os homens o status de namorado ou marido que mantém relacionamentos paralelos. Ser homem, também, é não ser¹¹⁶ “gay”, “veado” ou “bicha” – a homofobia é elemento importante da masculinidade hegemônica (WELZER-LANG, 2001; ALMEIDA, 1995). Nas conversas com os jovens do Morro S. Jorge, observei o quanto o discurso homofóbico estava presente nas conversas e brincadeiras. É fundamental mostrar que não se é “gay” falando mal “deles”, desvalorizando-os. Outra forma de ressaltar a masculinidade é demonstrar muitos contatos com o sexo oposto, possibilitando oportunidades de contato sexual, ou seja, de ser reconhecido entre os pares como um “pegador”. Nesse sentido, é indicativo o uso das agendas de telefones celulares. Por exemplo, na agenda do celular de um de meus jovens interlocutores, Patrick, só há dois números “de homem”, e o restante são números de meninas. Segundo ele, os únicos motivos para se ter um número de homem na agenda são, primeiro, se for parente; e mais importante ainda, se for um grande amigo – “fica esquisito um cara cheio de números de homem no celular”. Também só se dá o próprio número para um homem que for conhecido. Mas com as meninas o caso é diferente – quanto mais possibilidades de contato com elas, melhor.

Tão importante quanto a atividade sexual é a questão da corporalidade na constituição do masculino. Entendendo o corpo como elemento básico para a construção social da masculinidade, e servindo de suporte na constituição de seus diferentes estilos, Cecchetto (2004) ressalta sua ligação com as temáticas da identidade, da sociabilidade, da violência e da relação entre os sexos. Trata-se de pensar, além de um corpo sexualmente ativo, em um corpo viril, musculoso, desenvolvido para a luta e resistente à dor. Os dolorosos ritos de iniciação de meninos nas sociedades simples podem ser relacionados aos termos de sociedades complexas, por exemplo, através da valorização da

¹¹⁶ Importante dizer que, no Brasil, ter atividade sexual com homens na condição de “ativo”, ou seja, de penetrador, não significa ser considerado homossexual (Grossi, 1995).

resistência à dor e da perícia em esportes de competição como as artes marciais ou o rúgbi (GASTALDO; 1995; RIAL, 1998). Para o propósito do argumento que desejo discutir aqui, resalto, é preciso evocar essa importância simbólica do estilo corporal e perceber o corpo como indo além do puramente físico, no sentido de Mauss. O corpo torna-se, assim, um suporte de significados que transcende o físico, e é assim que interpreto a relação da música, da corporalidade e da performance da masculinidade entre os jovens do S. Jorge. Nesse sentido, Borelli e Rocha (2008) trazem uma visada teórica que, penso, é significativa para o argumento que proponho a seguir: as autoras vêem a interseção entre, por exemplo, tecnologias de comunicação e informação e os corpos juvenis nas cenas urbanas propondo pensar tais corpos como “corpos-mídia” – os corpos são reapropriados tanto por mídias massivas quanto por mídias digitais, podendo ser pensados enquanto estratégias de ser no mundo” (BORELLI; ROCHA, 2008) juvenis que, pautadas pelo consumo e pela comunicação, buscam visibilidade. Meu argumento aqui é o de que, ao ouvirem música sem fones de ouvido, os garotos da comunidade desenvolvem uma técnica corporal que fala de sua identidade viril. Ao ocuparem o espaço sonoro à sua volta¹¹⁷, também reatualizam uma estratégia de construção de masculinidade que pode ser equiparada, penso, àquela do corpo viril e musculoso, que domina o espaço em torno de si. Nesse sentido, o aparelho de telefone celular e suas possibilidades sonoras são entendidos como uma extensão do corpo, tal como argumentado por McLuhan (1995). Para Borelli e Rocha (2008, p. 31) pensar jovens e juventudes envolve considerar como estes “[...] inventam e se comunicam por meio de linguagens que lhes são próprias – e isto parece ainda mais evidente no uso das novas tecnologias, móveis e interativas [...]”.

A agressividade, a competição e o gosto pelo risco são outras características da constituição do masculino que podem ser cotejadas às práticas sociais e culturais relacionadas aos telefones celulares¹¹⁸, como

¹¹⁷ A prática de ouvir celular sem fone de ouvido parece estar se disseminando entre os jovens no Brasil. A prática cresce em metrópoles como São Paulo, tanto na rua quanto no transporte coletivo; acontecem inclusive desafios entre garotos e jovens dentro de ônibus e vagões de metrô para ver quem toca mais alto. Os gêneros musicais mais tocados são, pela ordem, funk, hip-hop, pagode, rock e sertanejo Calderari (2009). Por outro lado, para dar um exemplo de variação cultural relacionada ao uso de celulares, Okabe e Ito (2005) dão conta que no transporte público japonês falar ao celular no transporte público não é socialmente aceito – prefere-se passar mensagens de texto ou checar o e-mail. Certamente, a prática de ouvir música alto sem fone de ouvido dificilmente seria tolerada.

¹¹⁸ Embora neste capítulo seja privilegiado uma discussão do uso de celulares em termos de música e práticas de transgressão em relação às operadoras, gostaria de indicar que signos de

veremos adiante. Em seu estudo sobre as galeras funk cariocas, por exemplo, Cecchetto (1998; 2004) relaciona as rixas e lutas ritualizadas presentes nos bailes funk à constituição de um *ethos* guerreiro no lazer juvenil das camadas populares, caracterizado pela “disposição para a briga” e pela busca da excitação, expressa na categoria nativa da “emoção”, relacionada à fruição da tensão e do risco existentes nessas lutas. Apresento aqui dois argumentos: primeiro, que o elemento da agressividade, ao se fazer presente nas músicas funk que tocam nos celulares, propiciam um *lócus* no qual a violência é estilizada e não experimentada tão diretamente, como nas brigas dos bailes funk; segundo, que as estratégias para “burlar as operadoras”, como dizem meus interlocutores, revelam uma dinâmica semelhante: um gosto por subjugar um adversário – institucional, que aqui seja – que envolve riscos e gera emoção.

Outro elemento que marca as masculinidades é a questão de sua performance pública. Almeida (1995) descreve esse processo como se iniciando já no final da infância; com os meninos sendo cada vez mais incentivados a tornarem-se independentes dos espaços feminilizados da casa e da vizinhança, ao contrário das meninas, que os co-dominam com suas mães. Assim, são necessários espaços de convivência masculina exclusiva, dos quais a “rua” é especialmente marcadora de masculinidade, por ser do domínio do público e masculino, enquanto o da casa o é do privado e feminino (ALMEIDA, 1995). Os homens jovens e adultos percebem que a domesticidade feminiza e expressam mal-estar com a idéia de ficar em casa: “estar em casa ‘faz mal’, ‘amolece’” (ALMEIDA, 1995, p. 64). Se nas sociedades primitivas existiam as “casas de homens”, espaços interditos para mulheres, nas sociedades complexas constituem-se espaços privilegiados de homosociabilidade, por exemplo, os bares – onde a prática de assistir a jogos de futebol coletivamente engreda duelos verbais (GASTALDO, 2005); os cafés e as boates (ALMEIDA, 1995) e os espaços de prática de esportes como jiu-jitsu (Cecchetto, 2004); full-contact (Gastaldo, 1995); e judô e rúgbi (Rial, 1998). Torna-se importante dizer que a palavra e a retórica são muito importantes na prática da “casa dos homens”, como assinala Almeida (1995, p. 189), onde a perspicácia verbal, o relato de proezas e a capacidade de réplica são artes verbais

masculinidade estão presentes nos celulares dos jovens também em termos de imagens – no papel de parede do aparelho. Assim, no celular de um de meus interlocutores, Ricardo, há um escudo de “Brazilian Jiu-Jitsu”; noutro celular de um garoto de catorze anos, filho de uma interlocutora, uma imagem do jogo para computador *Mortal Kombat*.

que contrabalançam a agressividade sexual e física.

Escrevendo em meados da última década do século XX, Rial (1998, p. 251) referindo-se aos esportes (p. 251) observa que cada vez mais diminuem os espaços de homossociabilidade devido à crescente presença de mulheres. Nesse sentido, Almeida (1995, p. 179-190) percebe que a intensificação dos processos de globalização trazem novas possibilidades de masculinidade - tanto pelo consumo de conteúdos midiáticos que veiculam modelos diversos de masculinidade (nesse caso, a exibição de telenovelas brasileiras em Portugal), quanto pelo acesso maior a bens de consumo. Entre os bens identificados pelo autor como valorizadores da identidade masculina, estão os carros e as motos. Assim, “com os jovens, motorizados e consumidores, outras tradições estão a se inventar, nos *pubs* e discotecas, onde outra masculinidade se constrói *in praesentia* das raparigas, escolarizadas e mais livres em termos de mobilidade.” (ALMEIDA, 1995, p. 190).

Por fim, gostaria aqui de ressaltar a ligação do consumo de tecnologias de comunicação e informação – celulares, notebooks - com um emergente modelo de masculinidade dito hegemônico e globalizado, no qual a mobilidade é fundamental. Esse modelo é uma reatualização do modelo de “sucesso” masculino, baseado no prestígio e na riqueza, que Almeida (1995) já identificava em seu estudo do vilarejo de Pardais, em Portugal. Esse modelo global dialoga e subordina outras masculinidades, ditas periféricas (KIMMEL, 2004). Nas palavras do autor:

... the dominant global hegemonic model of masculinity, against which all local, regional, and national masculinities are played out and to which they increasingly refer. The emergent global hegemonic version of masculinity is readily identifiable: You can see him sitting in first-class waiting rooms in airports, or in elegant business hotels the world over, wearing a designer business suit, speaking English, eating “continental” cuisine, talking on his cell phone, his laptop computer plugged into any electrical outlet, while he watches CNN International on television. (KIMMEL, 2004, p. 415).

Ceccheto (2004, p. 239), ao analisar a sociabilidade funk

através de letras de canções¹¹⁹, nos dá um bom exemplo de como esse modelo de “sucesso” masculino incorpora o consumo de aparelhos celulares, carros importados e motos como objetos de poder; signos de poder econômico e de masculinidade. A autora observa que agora as mulheres tendem a valorizar mais, em primeiro lugar, a posse de bens de consumo; em segundo, a disposição permanente para o sexo, e bem menos as características corporais masculinas. Citando Castells (1999), Cecchetto denomina esse comportamento como “sexualidade consumista”. Para os jovens do morro S. Jorge, como Patrick, de dezessete anos, aluno da sexta série do Ensino Fundamental, tanto pela idade quanto pelo escasso poder econômico, é difícil ter um carro ou uma moto. Nesse caso, o celular cumpre seu papel enquanto objeto importante nas performances de masculinidade. Patrick me diz que o modelo de celular impressiona sim, as meninas, e funciona como possibilidade de aproximação com elas. Uma vez, me conta, estavam escutando música juntos ele, seu primo e o amigo Pernão (o uso de apelidos é bem comum no São Jorge). “Aí ela chegou e quis ver o celular de todo mundo, um por um, o Pernão disse que ela estava fazendo pesquisa. Pra ver qual o celular era mais bonito.”

7.7 Ocupar “onde não tem nada”: a propósito de música nos celulares, corporalidade e performance pública

Lembro-me bem que, já em uma das primeiras vezes em que circulei no morro, chamou-me a atenção a paisagem sonora do local: era muito freqüente de ouvir, ao longe ou de mais perto, o som de uma música rap ou funk ou, também, pagode. Com o passar do tempo, não demorei para perceber que o telefone celular era parte importante dessa ecologia sonora: a música tocada na rua vinha deles, na maior parte das vezes. Tocada e ouvida por todos os que estavam à volta, já que não se usava o fone de ouvido. Essa prática de ouvir música no celular sem fone de ouvido, percebi, era realizada principalmente por garotos, em especial na faixa etária pré-adolescente e até os dezoito, vinte anos.

Comecei a prestar mais atenção nessa prática, e a incluir esse questionamento nas entrevistas e nas conversas com meus interlocutores. Seja nas mãos dos garotos que voltavam da escola do

¹¹⁹ Transcrevo a seguir trechos da letra do rap *Citröen*: “Você me olhou e eu olhei também/ Mas não foi pra você, foi pro seu lindo Citröen/ Que, quando eu vi, eu me impressionei/ E foi assim que por você me apaixonei. Mas isso não é importante e o que me chamou a atenção/ Foi os seus cordões de ouro/ E o seu bipe na mão [...]” (Cecchetto, 2004, p. 239).

bairro; dos que desciam do ônibus localizado no ponto final, no alto do morro; dos meninos que circulavam em grupinhos pelas vielas do S. Jorge; dos meninos que soltavam pipa nos terrenos baldios; dos “guris¹²⁰”, que vigiavam em pontos estratégicos ou dos que passavam a tarde sentados nos muros baixos das “casinhas”¹²¹, lá estavam eles, onipresentes: celulares tocando rap e funk, em volume alto. Patrick, além de confirmar o hábito na comunidade de usar o celular para ouvir música, relaciona a urgência que os jovens sentem de ouvir música com a necessidade de preencher uma espécie de vazio: “sim, é o que mais tem. Assim, tu vai num lugar onde *não tem nada*, tu bota uma musiquinha, até soltando uma pipa... qualquer lugar... no shopping...”

“É um inferno”, reclama para mim uma senhora idosa, evangélica. “A gente está no ônibus, e sempre tem essa gurizada ouvindo *essa* música bem alto. Ainda se fosse uma música que falasse do Senhor Jesus, ou uma coisa mais calma, mas é só palavrão e barulho.” Patrícia, de dezenove anos, opina: “Eu não gosto, acho que ninguém é obrigado a ouvir o que não quer... Até no ônibus eles escutam celular sem fone. Botam um rap bem alto”.

Embora esses comentários dessem conta de tensões relacionadas à geração e também à religiosidade, a ligação entre jovens, música e celulares me intrigava cada vez mais. Ainda mais porque a literatura sobre telefones celulares na ótica das ciências sociais - sobre a qual eu me debruçara antes do trabalho de campo - embora relacionasse de modo abundante jovens e celulares¹²², não descrevia nada sequer parecido ou relacionado à prática que eu observava no S. Jorge. Qual a relevância para esses jovens de ouvir música alto, ocupando o espaço

¹²⁰ “Os guris” ou “os meninos” é como são chamados os olheiros do tráfico de drogas na comunidade. No S. Jorge, o tráfico tende a ser sutil, mas existe.

¹²¹ “Casinhas” é um termo nativo que designa as pequenas casas populares do conjunto habitacional construído no morro S. Jorge pela Prefeitura de Florianópolis, através do projeto Habitar Brasil, financiado com recursos do BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento. Localizado no alto do morro, as “casinhas” são cobiçadas pela maior parte dos moradores do S. Jorge, que vivem na maioria em condições bastante precárias de habitação.

¹²² A literatura, centrando-se em camadas médias dos países da Europa, América do Norte e Ásia, traz análises relacionadas principalmente ao uso de mensagens de texto (SMS) e seus desdobramentos na sociabilidade adolescente e na linguagem; destacam-se também análises do celular como expressão de uma estética e identidade adolescentes, além do estudo das interseções entre adolescentes, celulares e comunicação intergeracional. Destes estudos, destacaria a coletânea organizada por Ito, Okabe e Matsuda sobre o impacto dos celulares na cultura jovem no Japão (2005, vide bibliografia), os de Richard Ling (LING, Rich. **The Mobile Connection: the cell phone's impact on society**. New York: Morgan Kaufman, 2004) e os estudos desenvolvidos no Canadá por Caron & Caronia (CARON, André; CARONIA, Letizia. **Moving Cultures: mobile communication in everyday life**. Montreal: McGill-Queen's University Press, 2007).

sonoro à sua volta?

Ao lançar um olhar mais detido sobre essa questão, a primeira descoberta foi sobre a importância de uma funcionalidade do telefone celular na circulação das músicas entre os jovens. Rapidamente percebi que ter um celular que tocasse música no formato MP3 não bastava – ter um celular com bluetooth era o que todos queriam, como me explica James, de vinte anos: “Aí chega um colega da escola que tem um celular *com tudo*... Tem uma música que é lançada, a gente quer ouvir, aí se o celular não tem blutufe não tem acesso.” E acrescenta: “Eu descobri o blutuf quando comprei o V3, mas eu não sabia que tinha. Aí chegou um colega e disse que queria me passar uma música. Aí ele me ensinou”.

“O seu tem blutufe?” foi pergunta que ouvi mais de uma vez nas rodas de conversa dos grupinhos de meninos das “casinhas”, enquanto passava para ir a algum lugar do morro. Mais de uma vez, confesso, fingi estar esperando alguém só para ouvir o que diziam. Assim, também descobri que ter um celular que toca bem alto é um atributo muito valorizado. É através do bluetooth que os jovens da comunidade “passam música” uns para os outros – e, o que é relevante, sem custo algum.

A questão do custo se torna relevante quando pensamos que, no Brasil, o acesso à Internet ainda é muito reduzido, se comparado aos telefones celulares. Como vimos, existem mais de cento e cinquenta milhões de celulares no Brasil; porém apenas quarenta e quatro milhões de brasileiros possuem acesso à rede, seja em casa, no local de trabalho ou estudo, ou através de acesso pago – exemplo das *lan-houses*, que constituem uma das principais formas de acesso à Internet no S. Jorge. Dados de maio de 2009, dão conta que “O número de pessoas com acesso à internet e no trabalho é de 44,5 milhões, 10,7% a mais do que se fosse considerado apenas quem navega de casa. Este índice considera o número total de internautas, incluindo aquelas que não navegaram na internet no último mês. A estimativa do Ibope Nielsen Online é de que exista 62,3 milhões de pessoas com acesso à internet em qualquer ambiente, incluindo residência, trabalho, escolas, lan-houses, bibliotecas e telecentros” (TELECO, 2009). Patrick, por exemplo, usa a Internet quando vai à lan-house da comunidade, mas só quando tem dinheiro. “É caro né, dois reais a hora.” Orkut e MSN não tem, mas quando quer conversar com alguém usa o de um amigo; e-mails, troca de vez em quando. Já o bluetooth usa praticamente todo dia.

Patrick e James, assim como muitos outros jovens da comunidade, me surpreendem com sua perícia e rapidez ao passar os arquivos de um telefone para outro, enquanto eu me atrapalhava. Com o

tempo, fui ficando mais habilidosa e adquiri o hábito de trocar arquivos com os jovens de lá sempre que possível. Na verdade, possuir um celular com um cartão de memória de 2GB facilitou muito minha observação participante e aproximação com vários jovens no estágio final do campo, assim como a coleta de material etnográfico.

Foi assim, observando, entrevistando e trocando arquivos via bluetooth, que pude comprovar a preferência dos jovens do S. Jorge pelos estilos de música rap e funk. (Figura 7.5) No caso do funk, uma



Figura 7.5: Celular de um adolescente do São Jorge, com música rap e funk

preferência especial pelo estilo conhecido como *proibidão* ou funk bandido, termo utilizado por Fátima Cecchetto (1998; 2004) em sua análise sobre as ligações entre funk, violência e estilos de masculinidade. Embora refute uma ligação mecânica entre a frequência os bailes funk e a eventual violência de seus frequentadores, a autora reconhece a constituição de um *ethos* guerreiro através da organização do baile e das canções, com sons de tiros e metralhadoras e letras que fazem referência à facções criminosas, roubo e tráfico de drogas. Um exemplo é a letra da

música “Humildade e Disciplina” do MC Menor do Chapa, que circula no Morro S. Jorge. Na letra, faz-se referência ao CV (Comando Vermelho, facção criminosa do Rio de Janeiro) e pede-se a liberdade para um de seus líderes, Marquinho VP (vide nota 8). Outra vertente mais recente do funk, analisada por Cecchetto (2004, p. 231 – p. 245) é o chamado *pornofunk*, também presente nos celulares do Morro S. Jorge. Se antes, para a autora, o universo masculino era preponderante, agora entra em cena a interação entre os sexos, com referências explícitas à atividade sexual que enfatizam a virilidade dos homens e a passividade das mulheres.

Entretanto, como relata Patrick, há um espaço interdito para o *proibidão* e o *pornofunk*: a escola. Patrick e seus colegas escutam música no celular até dentro da sala de aula, quando a professora deixa; mas esse consentimento depende do tipo de música. Até meados do passado (2008), Patrick conta que era o único de sua sala que tinha

celular, e os colegas queriam ouvir música:

Aí a professora deixava colocar o celular num cantinho da sala, e a gente ouvia música enquanto ficava escrevendo ... [Ela deixava tocar] Exaltasamba, Jeito Moleque, ah, várias músicas... menos assim MV Bill, Menor do Chapa¹²³, aí a professora não deixava... Uma coisa leve tudo bem, mas música de bandidão não deixa.

Outro achado interessante de pesquisa ocorreu quando fui entrevistar outra interlocutora, que por fim não estava em casa. Mas comecei a conversar com a filha de dezesseis anos. Ela escuta no celular um funk – digno de nota, pois fala da vida e morte de um jovem soldado do tráfico do próprio Morro S. Jorge, morto por rivais de outra comunidade. “Foi um *rapper* de Porto Alegre que fez, era amigo dele, tem um monte de gente aí no Morro que tem essa música no celular”. Interessante notar que a circulação de música no São Jorge – tanto no caso dos funks cariocas, quanto no caso acima citado do rapper de Porto Alegre – dão conta de circuitos alternativos de troca de músicas, de alterglobalizações, conforme Souza (2009) mostrou em sua tese sobre os rappers de Florianópolis, cuja música circula também em Português.

A preferência de muitos garotos e jovens do S. Jorge pelo funk e pelo rap, portanto, dá conta de um modelo de masculinidade que tende a se constituir pela agressividade (na referência do rap à cultura da violência) e pela rebeldia (na explicitação de uma crítica social). Carlos Alberto, de vinte e quatro anos, uma jovem liderança da comunidade e pertencente ao movimento hip-hop, comenta o papel da música para os garotos:

¹²³ Menor do Chapa é o nome artístico de Fabrício de Souza Batista, cantor de funk de vinte e sete anos de idade, morador do Morro do Turano, no Rio de Janeiro. Em 2005, foi enquadrado na Lei de Entorpecentes e indiciado por apologia ao tráfico. Em 2006, seu nome foi envolvido em uma polêmica: a polícia do Rio abriu inquérito para investigar a venda de toques de celulares de *proibições*, por parte das operadoras Vivo e Claro. Abaixo, transcrevo a letra de uma de suas canções, “Humildade e Disciplina”, que circula no Morro S. Jorge:

“E aí, irmão?/Humildade e disciplina, Vida louca/Diretamente do Chapa, só proceder/Turano mais bolado aê.../Fundamento do CV/Se vir mandado, vai saindo de fininho/Na humildade, liberdade pro Marcinho/tranquilidade, Turano, nem melhor, nem pior.../É o bonde do Menor/É “fé em Deus”, Colômbia é muita pureza/É só relíquia, Bolado Pantera Negra/Se liga então, 157 só boladão/É “os quarenta ladrão” PjL!/prá todos os manos meus, é o vermelho/de volta no morro do adeus essa é a intriga/E com o ante terror, vingamos o jogador/E aí, irmão?/Humildade e disciplina, Vida louca/Diretamente do Chapa, só proceder/Turano mais bolado aê...” (Fonte: www.menordochapa.com.br Acesso: 19 jun. 2009).

Tem muito disso sim, de ouvir música alto... Escutam muito rap inclusive, então é questão de identidade, de mostrar uma característica do moleque, de como ele é, de como ele quer se portar, quer agir... Querendo ou não, o rap passa uma forma agressiva de desenvolver, nas letras, na forma de cantar. Então dependendo da forma como ele canta e como transmite, vai dizer como o moleque se sente. A música que ele adota como sendo legal tem muito a ver com a característica dele.

7.8 Práticas de subversão: o prazer da competição e do risco

“Sandra, é só mané que coloca crédito no celular.” Foi Celinho, jovem de catorze anos com quem convivi vários meses, filho de uma interlocutora, que me chamou a atenção para estratégias um tanto quanto ilícitas utilizadas para falar no celular sem custo¹²⁴. Levando-se em conta que a gíria carioca “mané” quer dizer “trabalhador” (Zaluar, 2004), o que vive pelas normas, mas também, no contexto cultural ilhéu, aquele que é “ignorante” ou “tolo” (RIAL, 1998b) propus-me catalogar algumas dessas “práticas de subversão” que tendem a inverter as relações de poder entre usuários e operadoras de telefonia celular. Pude perceber que “burlar as operadoras” era parte de um discurso de narrativas de proezas e de êxito. Outra modalidade de subversão que aponta para esse discurso é a prática de trotes. Assim, passar trotes - seja pelo aparelho fixo ou pelo celular, para a polícia, bombeiros, pessoas ou comércio da vizinhança, conforme constatei no S. Jorge, também é uma prática ligada à constituição da masculinidade através da exposição ao risco. Nesse sentido, é ilustrativo o relato de Patrick a respeito de um amigo mais jovem: “Esse meu amigo é loucão, gosta de passar trote. Eu digo pára com isso, cara, que dá problema. ‘Não, não dá nada, diz ele’”. Mas o amigo de Patrick, de catorze anos, acabou se dando mal ao passar trotes para a filha de um policial. E trotes direto de seu celular, em vez de ir ao orelhão como costumava fazer. A menina reclamou para o pai, que retornou a ligação; quem atendeu foi a mãe do garoto, que passou o endereço da casa para que o policial fosse conversar com seu filho.

O “burlar as operadoras” é uma segunda modalidade de prática

¹²⁴ A frase-padrão dita a mim pelos interlocutores era “meu celular está sem crédito”. Uma estratégia tradicional e normativa, não subversiva, para contornar essa situação é fazer ligações a cobrar – prática que discuto no capítulo quatro desta tese.

de subversão, na qual se provoca algum tipo de pane ou se compartilham estratégias para superar obstáculos impostos pelas operadoras – como o bloqueio de celulares. Além da satisfação do inimigo subjogado – aqui, como no caso de alguns trotes, um inimigo institucional - traz igualmente o prazer pela competição e pelo risco.

Na primeira vez em que conversamos, Ricardo chamou minha atenção ao dizer que tinha trocado o sistema operacional de seu celular – pela segunda vez. Seu Samsung F250, que antes estava com uma versão adaptada do Linux, agora está com o Windows Móvel. Com essa perícia, além da infra-estrutura de possuir acesso à Internet em casa, Ricardo ajuda os amigos com problemas técnicos em seus aparelhos. Aos 18 anos, recém-formado no Ensino Médio, com emprego estável, casado e pai de um bebê de três meses, também revelou-se afeito a “burlar as operadoras” com base em sua destreza técnica:

Para burlar as operadoras, é procurar saber as falhas do sistema, às vezes como mandar mensagem de graça, fazer ligação de graça, usar a internet de graça.... como o chip que eu peguei com um amigo meu, que foi todo modificado, e eu usei a internet de graça por duas semanas, e-mail, msn, eu ficava direto.

Outra estratégia utilizada por Ricardo é o compartilhamento de informações através da Internet, com jovens de todo o Brasil. Nesses sites, ocorrem relatos que ecoam o “exibicionismo” do relato de proezas tal como pensado por Almeida (1995). Esse exibicionismo relacionado às suas “proezas” também está presente nas palavras de Ricardo, quando diz que “eu faço o que a maioria das pessoas não fazem”:

Tu acha tudo na Internet, para desbloquear, mudar as características do aparelho, e é fácil. Noventa por cento dos aparelhos com uma pesquisa básica na Internet você consegue um tutorial para desbloquear o aparelho. Também tem bastante fóruns na Internet falando especificamente sobre celulares. O que eu uso normalmente é o *[cita o website]*. É onde eu entro, pesquiso e pego todos os tutoriais que eu preciso. Para tentar consertar quando dá defeito, pegar recomendações.

Ao contrário de Ricardo, Patrick não tem computador com

Internet em casa, nem a capacidade técnica de fraudar as operadoras. Mas seu celular está sempre sem crédito. Para Patrick, colocar créditos no celular é uma questão de ter dinheiro, o que é raro, pois é sustentado pela mãe e colabora com o orçamento doméstico fazendo trabalhos esporádicos. Ele também acha muito alto e abusivo o custo das ligações. Geralmente ele coloca dez reais de crédito, mas me conta, estalando os dedos, que o celular está “assim há um tempão ó” sem créditos: “Tu coloca dez reais, vai tudo rápido, tu só fala assim ó, uns oito minutos. Vai tudo.” Um tempão, consigo descobrir com ele, são “uns meses”. Só não perde a linha, diz Patrick, por causa dos bônus da operadora, que segundo ele continua a receber normalmente. Assim, uma das estratégias possíveis para economizar dinheiro, diz ele, consiste em “pegar na rede” (conseguir créditos na Internet): “só engata o celular né, tem uma página, só que a polícia não pode saber, se saber (*sic*) vai preso.” Eu, afirmando que não sou polícia nem juiz (e Patrick sabe disso, pois na época da entrevista me conhecia há mais de cinco meses – havíamos convivido em um projeto de geração de renda na comunidade, do qual ele fez parte por um tempo) peço para ele me contar mais. Mas acho que ele cai em si, pois me diz:

Eu ainda não descobri como faz, quem sabe é o meu primo lá embaixo, ele coloca cinquenta, cem reais cada vez, aí usa tudo, aí vai lá e coloca de novo... [*Insisto, perguntando se para conseguir créditos na Internet é preciso colocar alguma senha*] Tu vai lá, coloca uma senha, digita e deu... O meu amigo consegue, mas eu não sei. Nunca descobri como é que é.

Antes da disseminação dos celulares na comunidade – ocorrida de forma geral nos últimos cinco ou seis anos – ocorriam fraudes em torno de orelhões e cartões telefônicos. O pai de Caio tinha um amigo que vendia esses cartões, e ensinou à Caio um estratégia: “[...]aí tinha um jeito que riscava o cartão que botava crédito no cartão, aí botava lá no orelhão, mexia de um jeito e pegava.” Essas histórias ainda circulam bastante no São Jorge, e outra variante é contada por Cilmar, filho de Marisa: “tem um jeito que tu discas, e depois tira um pouco o cartão, aí tu fala quanto quiser”. Por vezes, o telefone celular conjuga-se ao telefone público nessas práticas, como quando seu Jurandir relata que “tem gente que fala do celular através do telefone público. Fala com qualquer lugar do Brasil e do mundo”. Como na fala de Patrick, é possível observar que

o caráter ilícito da prática torna seus adeptos afeitos ao segredo:

Tem uns esquemas aí, do orelhão. Eu não sei como é que é, mas eu sei que tem gente aí que faz. Fica como se estivesse falando de um fixo, mas é de um celular. Que tu liga o celular... primeiro tu faz a ligação através do telefone público, do orelhão. E quando ta dando a discagem, faz a ligação do celular. Aí eu sei que tem um esquema lá que tu fica com o dedo na tecla, aí tu fala dez dias se tu quiser.

Contada por James, mais significativa ainda é a estória do orelhão, em termos dos riscos envolvidos e da performance pública:

Mas tem a estória do orelhão. Tu puxava um fio de dentro de um cano, emendava direto, e colocava um telefone caseiro teu. E fazia ligação, e ficava, ficava... ligava para quem tu quisesse. Aí não pagava nada. Mas normalmente quem sabe disso era gente que já trabalhou lá dentro, que já traz a informação. Essa gente diz tu vai abrir o orelhão, vai cortar tal fio, descascar o fio, emendar de tal jeito no teu telefone e aí vai pegar. Tu traz qualquer aparelho de telefone teu de casa e faz isso. Aí tu vai discar do teu aparelho e não do orelhão. Eu já vi fazer isso e já liguei, lá do orelhão lá perto da creche. “Os caras” fizeram e deixaram feito, para todo mundo poder ligar... Todo mundo ligava rapidinho, ligava e saía, com medo de a polícia chegar. Tinha que torcer para não estar ali na hora. Até que a polícia veio e arrombou com aquilo tudo. Depois que a polícia chegou, arrombou e levou o telefone caseiro que estava lá, “eles” fizeram de novo.

Embora essas estratégias para falar de graça ao telefone circulem principalmente entre os homens e rapazes, não são exclusivos deles. Vejamos o caso de Larissa, por exemplo, uma de minhas interlocutoras privilegiadas, nascida e criada no Morro São Jorge, com seus vinte e oito anos. Já no final do trabalho de campo, conto para ela a idéia desta parte da tese, inclusive lhe mostrando o resumo proposto e comentando um pouco sobre o material etnográfico recolhido até o

momento. Larissa diz que tem uma estória interessante para me contar. Agora ela está casada com uma mulher mas, quando mais jovem, adolescente, Larissa teve seus namoros com vários rapazes. Um deles era, como ela mesma diz, “da pesada” e conhecia os estratagemas para burlar as operadoras de telefonia celular. A informação privilegiada consistia na posse de um código – uma seqüência de onze números, seguida por um asterisco, após o qual se podia discar o número do telefone desejado. Larissa revela que essa informação privilegiada circulava entre os rapazes daquela determinada turma ao qual o namorado dela pertencia. Um belo dia, conta-me Larissa,

Eu ouvi ele recebendo uma ligação e fui chegando pertinho, por trás, enquanto ele falava. Aí eu percebi esse número estranho no visor. Mas fiquei na minha. Só mais tarde eu fui perguntando, com muito jeitinho, mas o que foi aquela ligação amor? Tinha um número esquisito, o que era aquilo? Mas nada dele querer me contar o que era. Depois me disse que era um segredo, uma vantagem que eles e os amigos usavam para ligar sem pagar. Eu não desisti até ele me contar direitinho o que era e me passar esses números todos. Mas foi difícil viu? Foi na base de muito beijinho. Mas como ele conseguiu não me contou de jeito nenhum. Só que tem uma coisa, Sandra, esse esquema só dá certo se você ligar de um orelhão ou de um telefone fixo para um número de celular. Se tentar ligar direto de um celular não dá certo.

Curiosa, pergunto se ela ainda tem esse número. Larissa diz que talvez o tenha anotado em algum lugar, “mas faz muito tempo que eu não uso, acho que não dá mais certo, só naquela época, acho que já descobriram.” Revela-me também que o namorado, ao lhe passar a seqüência de números, pediu que ela não comentasse com ninguém, o que não impediu Larissa de passar o número para suas três irmãs, “e a gente ficava ligando direto”. Vendo meu ligeiro desapontamento com a falta do tal número, Larissa me passa mais um dado: que sua irmã mais nova, de dezenove anos, “tem um outro esquema, esse é mais recente, mas tem que ligar depois das onze da noite.” Soube por Larissa que o marido dessa irmã estava na prisão na época do meu trabalho de campo. Não foi possível saber se, como no caso de Larissa, o estratagema

também veio através de pessoas envolvidas com atividades ilícitas. Eu conhecia Amanda, essa irmã, mas não o suficiente para lhe fazer perguntas sobre sua comunicação com seu marido na prisão – compreensivelmente, trata-se de um assunto difícil para as famílias¹²⁵. Entretanto, o que o depoimento de Larissa nos mostra é que, embora as mulheres também se utilizem de tais “esquemas” para burlar as operadoras, a via de acesso à tais informações privilegiadas leva aos homens.

Através do material etnográfico apresentado, procurei relacionar um dos elementos que compõem a nova masculinidade hegemônica globalizada (Kimmel, 2004) – qual seja, o uso de tecnologias de comunicação e informação como índice do sucesso masculino – com as masculinidades periféricas tal como se apresentam entre os jovens do Morro S. Jorge. Nesse percurso, no qual analiso dois conjuntos de práticas relacionadas ao uso de telefones celulares, apresento algumas interpretações à luz das teorias sobre masculinidades, em cotejo com o campo teórico que se propõe estudar os meios de comunicação sob a perspectiva das Ciências Sociais. Sugiro que as tecnologias de comunicação e informação, e em especial os telefones celulares, podem ser levados em conta enquanto elemento constituinte dos processos de incorporação de masculinidade na contemporaneidade. No caso da audição de música, especialmente o funk, sem fone de ouvido, acredito que a prática de ocupar o espaço sonoro em torno de si, no espaço público, forneça um correlato da masculinidade viril relacionada ao corpo esteticamente musculoso. Reconheço que tal proposição, algo ousada, necessita de uma relativização do conceito de corpo, a qual não foi possível aprofundar no breve espaço deste artigo. Entretanto, espero ter podido indicar possíveis linhas de pensamento. Igualmente, sugiro pensar a sociabilidade proporcionada tanto pela troca de música entre jovens via *bluetooth* como pelos relatos de proezas e troca de informações nos fóruns sobre telefones celulares como espaço de *homossociabilidade* – espaços que possibilitam uma performance pública da masculinidade. Argumento também que as “práticas de subversão” bem como o imaginário que circula na comunidade a seu respeito, conferem ao jovem e ao homem um capital de prestígio advindo do fato de poder subverter, ainda que até certo ponto, regras

¹²⁵ Além disso, justamente no dia em que fui procurar Amanda na casa de sua mãe – para pelo menos conversar sobre que novo “esquema” seria esse – encontrei todas as portas fechadas. Chamei por um tempo, e o “olheiro” que estava próximo começou a me encarar, desconfiado. Soube depois que naquele dia de manhã o irmão de Amanda e Larissa havia sido preso, o que acabou inviabilizando a oportunidade para uma conversa.

institucionalizadas e não ser um mero “mané”.

Assim, temos que tecnologias globais impregnam-se de saberes e fazeres locais, desvelando estilos de masculinidade que se constituem na interação e cujos sentidos são constantemente renegociados, muitas vezes reatualizando, sob novas roupagens, estratégias de masculinidade hegemônica tais como a atividade, a agressividade e a performatividade pública. Ao mesmo tempo, reatualizam masculinidades, indicando novos estilos de “tornar-se” e de “ser homem”.

CAPÍTULO VIII

RELIGIOSIDADE E TELEFONES CELULARES



Figura 8.1 Na casa de uma umbandista que passou por uma grave cirurgia, os celulares da família dividem espaço com imagens de santos católicos no pequeno altar improvisado.

CAPÍTULO VIII

RELIGIOSIDADE E TELEFONES CELULARES

8.1 Consumo de tecnologia e valores religiosos: as práticas tecno-espirituais

Ao longo meu trabalho de campo no Morro São Jorge, pude constatar importantes conexões entre o consumo de telefones celulares e a vivência da religiosidade entre evangélicos e umbandistas. Neste capítulo, exploro as maneiras pelas quais os telefones celulares estão presentes no discurso e nas práticas religiosas desses dois grupos, percebendo o celular tanto como mediador positivo quanto negativo. No caso da umbanda, percebo as tensões entre modernidade e tradição que o advento da Internet e do celular provoca. A partir da análise do material etnográfico, argumento que a associação entre religião e uso de telefones celulares, além de aliviar a experiência da pobreza, traz renovadas possibilidades de expressão da identidade religiosa. Sugiro também que a dimensão política está presente, na medida em que suas funcionalidades – em especial o bluetooth e o SMS - auxiliam na disseminação do discurso religioso e na obtenção de novos adeptos. Como veremos a seguir, o interesse deste capítulo consiste em descrever que valores culturais relativos à religião são objetificados através do consumo de telefones celulares entre os evangélicos e umbandistas do Morro S. Jorge.

Nesse registro, vale questionar: quais são as relações entre tecnologia, símbolo da modernidade fluida e acelerada da sociedade conectada, e a religião, caracterizada por dogmas e rituais ancestrais? Para pensar essa relação, é preciso perceber primeiro que, embora pareçam imutáveis, as religiões se reinventam de tempos em tempos, adicionando novos elementos. Desde a impressão da primeira Bíblia por Gutenberg no século XV, as dinâmicas entre tecnologia e disseminação de valores religiosos através dos meios de comunicação têm se mostrado ora tensas, ora colaborativas. Thompson (2001) nos lembra que o desenvolvimento dos meios de comunicação possibilitou, no início da

Idade Moderna, o surgimento de redes de poder simbólico que escapavam ao controle do Estado e da Igreja, mas que ao mesmo tempo podiam e eram usadas por estes em benefício próprio. Na contemporaneidade, o largo uso que as denominações religiosas – no Brasil, especialmente a religião católica e as neopentecostais - fazem da televisão e da Internet para evangelizar (MARIANO, 1999) - mas também o desestímulo do acesso a conteúdos considerados impróprios - bem como as tentativas de retirada do ar de determinados sites da Internet em países cujo Estado não é laico (BARZILAI-NAHON; BARZILAI, 2005), são exemplos das relações ambíguas entre religião e meios de comunicação.

Os estudos sobre as religiões afro-brasileiras de Prandi (2005) e Silva (1995), assim como as análises do pentecostalismo realizadas por Mariz (1994) e Mariano (1999) nos mostram que as religiões estão em constante mudança: transformam-se para adaptar-se às novas demandas da sociedade, desta forma podendo competir de forma mais eficaz no crescente mercado religioso. Neste capítulo, quero sugerir que faz parte dessa dinâmica de transformações a inserção da tecnologia na vivência da religiosidade. Penso que uma boa chave explicativa para a compreensão do grande interesse de evangélicos e umbandistas por telefones celulares no Morro S. Jorge, comunidade carente onde pesquisei, é fornecida por Mariz (1994): tal como a religião, em certa medida os telefones celulares aliviam o sentimento de impotência e abandono comum na experiência da pobreza¹²⁶.

Embora toda uma literatura sobre o uso de telefones celulares tenha florescido nos últimos anos (CASTELLS ET AL, 2007; KATZ, 2008) muito pouco foi escrito a respeito da inserção dos telefones celulares nas práticas e na vivência da religiosidade. Nesse sentido, é pioneiro o trabalho de Campbell (2006). A autora argumenta que os telefones celulares empoderam os fiéis na medida em que tornam-se instrumentos que possibilitam a integração das práticas religiosas ao estilo de vida frenético da contemporaneidade. Entretanto, existem tensões, controvérsias e contínua negociação nesse processo de construção social da tecnologia, como Campbell ilustra através da análise do surgimento do celular “kosher” entre os judeus ultra-ortodoxos de Israel. O aparelho “kosher” (palavra que significa

¹²⁶ Nas palavras da autora: “Religion can be an important instrument in coping with poverty because it destroys poor people’s experiences of being powerless. This sense of powerlessness is common among the very poor, and most religions strive to overcome it with the belief in spiritual power and the possibility of performing miracles” (MARIZ, 1994, p. 143).

‘aprovado pela lei religiosa’) traz um selo especial da operadora de telefonia que atesta que foram desabilitadas funcionalidades consideradas ofensivas¹²⁷ à religião, por possibilitarem acesso à conteúdo profano: acesso à Internet, correio de voz, e envio de mensagens de texto e de vídeo. Campbell utiliza o conceito de “tecnologias *culturadas*” (*cultured technologies*) desenvolvido por Barzilai-Nahon e Barzilai (2005), cientistas políticos, para entender o processo pelo qual uma comunidade ressignifica dada tecnologia, tornando-a parte de sua cultura. Entretanto, entendo que tal abordagem, embora possa ser frutífera, ignora todo um campo de estudos que, nas Ciências Sociais, tem se preocupado com as relações entre comunicação e cultura: a antropologia do consumo. Nesse registro, a afirmação do potencial desalienante do consumo é preciosa para o argumento que propusemos acima, qual seja, a de que o consumo de telefones celulares empodera os habitantes do morro S. Jorge em sua relação com a religiosidade e, assim, alivia sua experiência com a pobreza.

No âmbito dos pesquisadores brasileiros do campo da religião, já em meados da década de noventa Silva (1995) chamava a atenção para a influência das forças modernizadoras e globalizantes no cenário das religiões afro-brasileiras. A aceleração da vida moderna, potencializada pelas novas tecnologias de comunicação e informação como a Internet e os celulares, é apontada por muitos como desagregadora das tradições do candomblé e da umbanda. Silva, entretanto, prefere apostar na análise destas no universo do sagrado e fala, por exemplo, do candomblé na “era do chip” (SILVA, 1995). A questão chamou a atenção do autor na época da morte de mãe Menininha do Gantois, na Bahia, em agosto de 1986. O cortejo fúnebre parou o centro de Salvador e, para exasperação de Silva, no dia seguinte o jornal O Estado de São Paulo (bem conhecido por suas posições conservadoras) publicou um editorial no qual se lamentava a importância dada a uma sacerdotisa de “cultos tribais”¹²⁸. Ao argumentar contra uma visão, no seu entender, simplista e

¹²⁷ Como vimos no primeiro capítulo da tese, em estudo etnográfico sobre o uso de telefones celulares na Jamaica, Horst e Miller (2006) observaram uma prática relacionada ao uso religioso do celular entre pentecostais: a interdição dos *ringtones* seculares, considerados ofensivos, e sua substituição por *ringtones* “cristãos”.

¹²⁸ Transcrevo a seguir a íntegra do editorial, tal como citado em Silva (1995, p. 19): “Diante do cortejo imenso e de importância política que presenças ilustres deram ao ato, resta-nos raciocinar sobre o imenso esforço de educação que é necessário para que o Brasil se transforme em uma nação moderna, em condições de competir com os maiores países do mundo. A importância exagerada dada a uma sacerdotisa de cultos afro-brasileiros é a evidência mais chocante de que não basta ao Brasil ser catalogado como a oitava maior economia do mundo, se o País ainda está preso a hábitos culturais arraigadamente tribais. Na era do *chip*, no tempo

etnocêntrica que relaciona mecanicamente religiões afro-brasileiras e “hábitos culturais tribais”, o autor aponta para uma questão antropológica que merece reflexão:

O que salta aos olhos neste editorial, além da visão simplista e etnocêntrica sobre aquilo que seriam os “hábitos culturais tribais”, aliás já amplamente criticada principalmente pela antropologia, é o fato de apontar para um problema, esse sim menos abordado, que é o da construção em nossos dias da relação entre a modernidade que caracteriza o mundo racional e tecnológico da “era do chip”, e conceitos culturais religiosos que constituem importantes padrões de comportamento simbólico para amplas camadas da população de nossas cidades. Ou seja, o lugar da religião, e mais especificamente do sagrado, e neste caso do sagrado afro-brasileiro, no mundo contemporâneo. (SILVA, 1995, p. 20).

A preocupação de Silva (1995) com as mudanças experimentadas pelas religiões afro-brasileiras também é a de Prandi (2005) que, dez anos depois de Silva, indica uma fragilização das religiões afro-brasileiras frente à massiva expansão das religiões neopentecostais: “[nos últimos] vinte anos, mudou muito a forma como a religião é oferecida pelos mais bem-sucedidos grupos religiosos” (PRANDI, 2005, p. 235). Para Prandi, a própria constituição das religiões afro-brasileiras em grupos pequenos, de caráter familiar e doméstico, contribui para sua fraqueza nesse cenário em que, a partir da década de 80, a religião típica se torna uma religião de massa. Nesse sentido, Prandi sublinha não somente o caráter grandioso dos imensos templos das religiões evangélicas, mas também as constantes transmissões dos cultos pelo rádio e pela TV, tornando o acesso ao discurso religioso imediato e fácil – o que também já foi demonstrado por Mariano (1999). Em contraste, com as religiões neopentecostais, Prandi acredita que a massificação é uma mudança á qual a umbanda e o candomblé não são afeitos, já que

da desenfreada competição tecnológica, no momento em que a tecnologia desenvolvida pelo homem torna a competição de mercados uma guerra sem quartel pelas inteligências mais argutas e pelas competências mais especializadas, o Brasil, infelizmente, ainda exhibe a face tosca de limitações inatas, muito dificilmente corrigíveis por processos normais de educação a curto prazo. Enquanto o mundo lá fora desperta para o futuro, continuamos aqui presos a conceitos culturais que datam de antes da existência da civilização”. (O ESTADO DE SÃO PAULO, editorial da edição de 17 de agosto de 1986).

[...] a vida religiosa de um afro-brasileiro se pauta principalmente pelo desempenho de papéis sacerdotais dentro de um grupo de características eminentemente familiares. Não é à toa que o grupo de culto é chamado de família-de-santo. Mais que isso: as cerimônias secretas das obrigações e sacrifícios não são abertas sequer a todos os membros de um terreiro: há sempre uma seleção baseada nos níveis iniciáticos, não sendo concebível a exposição de todos, muito menos sua divulgação por meio televisivo. (PRANDI, 2005, p. 236).

Embora concordando com Prandi no que tange ao argumento da massificação, gostaria de argumentar que, se a televisão não faz parte das formas de apresentação da religião afro-brasileira aos seus fiéis, as tecnologias de comunicação e informação ((Internet, celulares) estão presentes no cotidiano de vivência de religiosidade de seus adeptos. Prandi (2005) não cita a Internet em sua análise, mas no registro do estudo das religiões afro-brasileiras começam a surgir, na virada para o século XXI, pesquisas que indicam sua inserção nas religiões afro-brasileiras. Tramonte (2001) que conduziu extensa pesquisa em Florianópolis sobre a constituição dos grupos afro-brasileiros locais, em suas trajetórias, práticas e concepções, encerra seu livro com uma breve, porém significativa, análise da presença de páginas na Internet para três dos terreiros que pesquisou. Segundo a autora, além de informações específicas do grupo (como entidades-guia e endereço) há nos sites conteúdos que visam proporcionar um aprofundamento dos conhecimentos religiosos: “sem violar preceitos, o terreiro desvenda suas atividades práticas e orientações espirituais a quem deseja conhecê-las, possibilitando um acesso democrático e contribuindo para a desmistificação da religião. Pode-se afirmar que esta é uma estratégia de expansão de sua influência, na qual a Internet emerge como uma poderosa aliada da modernidade na inserção e veiculação das tradições do povo-de-santo” (TRAMONTE, 2001, p. 469).

Em outro lugar (TRAMONTE, 1999) a autora elenca a existência, já no final do século passado, de inúmeros sites de terreiros de umbanda e candomblé por todo o Brasil (são citados especificamente grupos da Bahia, Rio Grande do Sul, São Paulo e Santa Catarina) além de diversos links para bibliotecas e livrarias especializadas, programas de rádio (como o de Pai Celso de Oxalá em São Paulo) e organizações

não-governamentais. Embora reconhecendo a convergência entre modernidade e tradição presente nessas dinâmicas, e reconhecendo seu caráter positivo como estratégia para aumentar seu campo de influência, a autora indica que a adoção da Internet nas religiões afro-brasileiras não se dá sem conflitos. Nesse sentido, registra em sua análise a preocupação das lideranças religiosas com o controle das informações divulgadas nas mídias eletrônicas; estas, porém segundo a autora (TRAMONTE, 2001) tendem cada vez mais a acolher a complexidade dos fenômenos tecnológicos contemporâneos. Assim, “a informatização dos terreiros das religiões afro-brasileiras é apenas um facilitador para todos aqueles que desejam contatos ou aprofundamento no conhecimento das práticas espirituais” (TRAMONTE, 2001, p. 471). No campo da Comunicação, Freitas (2008) já observou no final do século passado o fenômeno que transporta as religiões afro-brasileiras do mundo da oralidade para o ambiente do hipertexto, o qual denominou “ciberinformatização do candomblé”, tendo como base pesquisa desenvolvida entre 1998 e 2001 para sua tese de doutorado. Diferentemente de Tramonte (2001) que analisou uma comunidade local, a pesquisa de Freitas dedicou-se a analisar as afro-descendências em diáspora, debruçando-se sobre as práticas de adeptos brasileiros que migraram para os EUA. Para o autor, os sites de matriz africana atuam não somente como um espaço de divulgação e preservação do patrimônio simbólico dessas religiões, mas também como uma forma de midiativismo que facilita encontros de adeptos no ambiente *offline*. Significativa também é a questão do segredo ritual: Freitas observou que nas listas de discussão presentes em alguns sites – dos quais participavam iniciados e também simpatizantes - os adeptos avançavam questões sobre interditos e segredos de culto. Entretanto, as hierarquias religiosas mantinham-se no ambiente online, com a manutenção de listas em separado para iniciados e não-iniciados quando o assunto de interesse envolvia segredos rituais (FREITAS, 2008).

8.2 “Porque o Senhor sabe como trabalhar”: os telefones celulares no cotidiano dos evangélicos

Em 2007, após uma primeira fase do trabalho de campo no Morro São Jorge, de caráter exploratório, escrevi um artigo no qual apresentava esses primeiros resultados, constatando que os telefones celulares representam uma parte importante da idéia de “ser moderno”; seu uso constituindo uma forma de “estar-no-mundo”, mediada pela tecnologia, que é característica da cultura contemporânea (SILVA, 2008). Naquela

altura, a questão da religiosidade e dos telefones celulares não foi percebida por mim de forma explícita, embora estivesse presente no discurso de uma de minhas interlocutoras¹²⁹.

Em julho de 2008, retornei ao campo de pesquisa com um olhar mais atento para essas questões. Descobri que Vânia, uma de minhas primeiras interlocutoras, começara dois meses antes de nossa primeira entrevista, em janeiro de 2007, a freqüentar os cultos da Igreja Universal do Reino de Deus que aconteciam no Templo Maior, no centro da cidade. À medida em que o trabalho de campo avançava, era cada vez mais evidente a importância da religião para as pessoas do Morro S. Jorge. Sediadas na própria comunidade há duas igrejas católicas, três templos da Assembléia de Deus e em torno de dez terreiros de umbanda e candomblé (destes últimos tratarei mais adiante). Entre meus interlocutores, uma minoria era católica praticante; a grande maioria era evangélica (da Assembléia de Deus) ou umbandista, sendo que vários se declararam “católico-umbandistas”. Mariz (1994) e Prandi (2005) lembram que esse comportamento pode ser explicado pelas condições de constituição histórica da umbanda no início do século XX - seu sincretismo com a religião católica, em uma época em que ser brasileiro passava obrigatoriamente por ser católico. Além disso, muitos umbandistas também freqüentam a Igreja. Nesse registro, Prandi (2005) chama a atenção para o fato de que os dados estatísticos do Censo brasileiro sobre a quantidade de praticantes das religiões afro-brasileiras não são fidedignos, sempre oferecendo cifras que subestimam o número de seguidores. Entretanto, segundo o autor, “o censo [...] nos permite comparações globais para todo o Brasil ao longo do tempo, que são muito importantes para entendermos o que se passa com as religiões” (PRANDI, 2005, p. 218). De qualquer modo, em sua análise Prandi aponta para uma diminuição do número de praticantes de religiões afro-brasileiras nos últimos vinte anos e para o crescimento das religiões evangélicas.

¹²⁹ Agradeço ao prof. Daniel Miller, do Departamento de Antropologia do University College London, a sugestão de explorar em maior profundidade as relações entre consumo de telefones celulares e religiosidade. Ao discutir as idéias de meu artigo acima mencionado com o prof. Miller durante meu estágio de doutoramento sanduíche em Londres, em 2008, fui questionada a respeito de uma das entrevistas: as repetidas menções à Deus tratavam-se de mera figura de linguagem ou de fato estariam associadas à crença religiosa da entrevistada? Como vimos no capítulo quatro, Vânia, uma empregada doméstica e mãe de quatro filhos, contou de sua alegria quando ganhou seu primeiro celular (usado) de uma patroa, evocando a bondade e a justiça divinas: “Mas Deus como é tão bom, tão bom, como é justo [...] ah meu Deus, será que um dia eu vou ter um celularzinho? Quem sabe né, prá Deus nada é impossível.”

No São Jorge, fiz amizade por acaso com um casal da Assembléia de Deus que adorava telefones celulares: Saulo, vigilante, e Edinéia, dona-de-casa, ambos na faixa dos trinta anos. Moram no alto do morro, em uma casa de madeira em precárias condições, sem forro, cujo assoalho está apodrecendo rapidamente. Eles têm um casal de filhos adolescentes e vários jovens que vivem agregados à família, a quem chamam de “filhos na fé”. Ao me conhecer e saber de minha pesquisa, Saulo se ofereceu para me passar um “louvor” (música gospel) para o meu celular pelo *bluetooth*. Quando Saulo se tornou pastor, comecei a freqüentar os cultos, como observadora¹³⁰ - não todas as segundas, quartas, sextas e sábados, como meus interlocutores, mas sempre que possível. Ali encontrei Magda, irmã de Edinéia, e seu esposo Josevaldo. Indo aos cultos, freqüentando suas casas, convivendo com suas famílias e vários de seus “irmãos da igreja” pude descobrir algumas das formas pelas quais os telefones celulares se integram à vivência religiosa e ao discurso dos evangélicos.

Em primeiro lugar, há uma crença no poder absoluto de Deus, que age em benefício dos fiéis de várias maneiras. Esse ponto já estava presente no discurso de Vânia, que acredita que Deus agiu - porque “para Deus nada é impossível” - para que sua patroa lhe desse um celular de presente. Para os pentecostais, o poder de Cristo é panacéia para todos os males terrenos (MARIANO, 1999) e o telefone celular, presente na vida cotidiana de seus fiéis, se torna um de seus instrumentos. “O celular é uma invenção de Deus” me garante Edinéia. Ao final de um estudo bíblico no templo, ouço D. Martinha, a líder do grupo, contar para suas irmãs de igreja o seguinte episódio:

Irmãs, saibam que o Senhor na Sua sabedoria sempre encontra um jeito de chegar até nós. Vejam o que aconteceu comigo. Vocês sabem, quando eu estava doente eu não podia vir aos cultos. Mas meu marido e meus filhos vinham sempre. E eu estava uma noite em casa, com meu joelho inchado, com muita dor, sozinha, e sem ter ninguém perto. Eu estava precisando muito de

¹³⁰ Embora expressasse meu respeito por sua crença, eu reiterava que estava ali como pesquisadora e explicava meus interesses de pesquisa, que incluíam tanto as práticas dos evangélicos quanto as dos umbandistas. Meus interlocutores não concordavam com a umbanda; porém achei importante que meus interlocutores preferenciais, Saulo e Edinéia, soubessem que eu também freqüentava cultos afro-brasileiros em função da pesquisa, o que foi respeitado. Isso não os impediu de tentarem me fazer “aceitar Jesus” algumas vezes, como vimos no capítulo três.

uma palavra, e pedi ao Senhor para alguém orar por mim. Nisso o meu celular toca, eu atendo e ninguém fala! E eu sem entender nada, com aquela dor... Mas aí eu presto atenção e escuto os louvores, e depois a voz do irmão Saulo pregando. Deus agiu através do celular para que eu estivesse no culto aqui com vocês. Deus agiu fazendo o celular do meu marido ligar para mim, e ele sem saber de nada. Porque ele chegou em casa e eu perguntei, tu ligou para mim, sabia? E ele disse que não, o celular ficou o tempo todo no bolso. Mas eu disse para ele: Deus agiu para aliviar a minha tribulação. Ele fez o celular apertar o botão da discagem rápida, tem o meu número armazenado. Isso é porque o Senhor sabe como trabalhar. Só para vocês verem o poder que Ele tem na nossa vida.

Se “o Senhor sabe como trabalhar” através do telefone celular, seus fiéis certamente também encontram formas muito interessantes de incorporar os celulares à sua prática religiosa. É o caso da corrente de oração que Edinéia realiza todos os dias com sua família e agregados, de manhã e à noite. Quando Saulo está trabalhando, acompanha e participa pelo celular. É importante que isso aconteça porque como chefe de família ele é o líder, explica-me Edinéia: “a gente liga para o número dele e deixa o celular no viva-voz, em cima da cama. Ele escuta a gente, e quando chega a vez dele, ele levanta a voz em oração e ora pelo telefone.” Além disso, segundo Edinéia, quando um “filho na fé” seu está em Palhoça (cidade próxima na qual moram outros familiares) também participa da corrente de oração usando o celular no viva-voz. Essas correntes de oração duram em média meia hora, e Edinéia aproveita o fato de os celulares da família serem da mesma operadora para fazer ligações de graça, utilizando bônus promocionais: “mês passado, comprei R\$ 35,00 de créditos e ganhei mais de quatrocentos reais em bônus. E gastei tudo”.

Os bônus promocionais são importantes para aliviar a pressão econômica advinda do fato de Edinéia e Saulo terem de estar sempre disponíveis para ajudar espiritualmente os residentes do Morro S. Jorge, sejam eles evangélicos ou não. O aconselhamento espiritual por telefone faz parte da rotina do casal: “a gente ajuda as pessoas e já mostra para quem é ‘do mundo’ o caminho da salvação do Senhor”, diz Saulo. A maior parte são ligações recebidas, mas dependendo da gravidade do

caso ambos fazem chamadas do celular: “quando é de outra operadora, por amor a Deus a gente liga.”

Edinéia está sempre com dois celulares e duas baterias, pois não pode ficar incomunicável (“tinha três celulares, um agora eu dei para minha filha”) e o marido também. Ambos recebem várias ligações por dia de pessoas pedindo orações e ajuda:

O Saulo atende celular até no banho, deixa no viva-voz e vai falando com a pessoa. Quando minha filha na fé estava ganhando meu neto, até no hospital me ligavam. Eu atendo muitas pessoas no morro, muitas senhoras. Quase nunca paro em casa, por isso desisti de telefone fixo. Tem vez de ligarem meia-noite pedindo ajuda porque o esposo tá quebrando tudo em casa, porque tá na droga. E a gente como servos de Deus tem que atender.

Uma importante via de ligação dos evangélicos com o sagrado

está na música. Os cultos a que assisti eram na maior parte cantados, interrompidos apenas pelas pregações; e havia nas igrejas corais organizados. Na maior parte do tempo, Saulo usa seus celulares com fone de ouvido – escuta seus hinos e louvores sempre pode; a música nos fones é apenas interrompida quando há chamadas. Celulares de evangélicos são, na imensa maioria dos casos, espaços interditos para a chamada música “do mundo”: no caso da paisagem musical do morro S. Jorge, trata-se principalmente do *rap* e do *funk*, como me explicam James e Adilson, dois jovens



Figura 8.2: Celular com papel de parede evangélico

evangélicos da comunidade. James, de 22 anos, faz do telefone celular uma expressão de sua fé, e em suas palavras

demarca sua estória de conversão: “Agora eu não coloco outras músicas que não sejam de louvor”. O toque de seu celular é um hino religioso do cantor Lázaro – como James, um convertido. Anteriormente à sua conversão, Lázaro era conhecido nacionalmente como vocalista do grupo musical baiano Olodum. James imediatamente oferece-se para transferir a música para meu celular pelo bluetooth.

Como são poucos os membros da Assembléia de Deus que tem acesso à Internet na comunidade, a função *bluetooth* dos telefones celulares cumpre um importante papel na disseminação do discurso religioso presente nos hinos e louvores - quem tem acesso, baixa hinos da Internet e compartilha via telefone celular. É comum a prática de trocar não somente hinos, mas também imagens antes do início e também no final dos cultos. Entretanto, não se trata aqui de pensar em imagens que representem santos, o que para os evangélicos é considerado idolatria. As imagens nos celulares dos evangélicos exaltam a fé na figura de Jesus. Um exemplo está no papel de parede do novo celular de Saulo, que antes pertenceu a uma amiga do casal (Figura 8.2). Segundo ele, “Se a minha vida é do Senhor Jesus, então o meu celular também tem que ser.”



Figura 8.3: Celular ajuda a celebrar o culto da Assembléia de Deus no São Jorge

Há outras maneiras, mais pragmáticas e menos simbólicas do que as imagens de louvor a Jesus e os hinos, pelas quais os celulares integram-se às práticas religiosas através de suas funcionalidades. No caso de Saulo, seu outro celular, em cuja memória há mais de vinte louvores gravados, foi de muita valia quando o equipamento de sua igreja falhou, apenas uma semana após sua posse como pastor. Saulo não teve dúvidas – adaptou um microfone a uma caixa de som e usou seu celular para officiar o culto e auxiliar a performance do coral (Figura 8.3). E o celular ajudou a celebrar o culto por muitas semanas na pequena igreja de trinta metros quadrados, até que fosse recolhido entre os fiéis dinheiro suficiente para consertar o equipamento de som.

Nesse ponto, vale a pena ressaltar que o espaço do templo, incluindo o momento do culto, não é interdito aos telefones celulares. A partir do momento em que este se configura como um “celular evangélico”, em oposição a um “celular do mundo” através do controle de seus conteúdos e de seu uso, não é considerado profano e portanto impróprio no espaço do sagrado. O mesmo acontece com as câmeras digitais dos celulares. Ao contrário da Igreja Católica, por exemplo, onde tirar fotos durante uma missa não é bem visto, não foram poucas as vezes em que vi fiéis tirando fotos ou mesmo filmando durante as pregações – muitas vezes, vários de uma só vez durante o mesmo momento do culto. Nesse sentido, um dirigente da Assembléia de Deus,

Josevaldo, concunhado de Saulo, revela a dimensão do uso dos telefones celulares na captura da experiência religiosa no São Jorge: “você devia vir num culto de domingo, para ver. Às vezes fica aquele mar de celulares, todo mundo querendo tirar foto”.

Na tarefa de disciplinar o celular pra que ele seja “evangélico”, a palavra do pastor é fundamental. Além do cuidado com os conteúdos, nas ligações também é preciso usar o celular de acordo com os preceitos cristãos. “O celular pode ser uma arma do diabo na mão de uma pessoa” afirma Saulo. Edinéia me revela que a temática do uso do telefone celular já se fez presente em mais de uma pregação. Nesse sentido, o telefone celular é visto pelos evangélicos do S. Jorge como um mediador negativo, principalmente em questões relacionadas ao endividamento, à fofoca e à maledicência.

Sim, toda sexta é dia de pregação de disciplina. E o pastor deu uma nota uma vez assim, o celular tem que saber usar. Se faz uma conta, tem que ter a responsabilidade de pagar a conta. Não usar o celular para ligar e falar coisas erradas, fazer fofoca, brigar, não falar alto no telefone, usar o telefone para passar uma mensagem de fé, de amor, de esperança, não para coisas erradas.

A própria Edinéia teve um problema recente em família relacionado com essa questão. Começou a receber ligações de algumas crianças e adolescentes, dizendo que Saulo era pai delas e que as havia abandonado. Começaram a desconfiar de um sobrinho de quinze anos, que andava meio rebelde – ele teria dado o número da tia por ter levado uma bronca. “Aí a gente passou um hino para o celular dele – aquele mesmo que a gente passou prá ti, Sandra. Lembra? Não deu outra. No dia seguinte ele foi ao culto, os olhinhos marejados, confessou e pediu desculpas.”

Para passar “uma mensagem de fé” os evangélicos apropriaram-se da função SMS do celular: mandam trechos da *Bíblia* por mensagem de texto (Figura 8.4): “A mensagem é conforme o



Figura 8.4: Torpedo evangélico com mensagem bíblica

momento que a pessoa está passando” afirma Magda, irmã de Edinéia. Embora não seja grátis como o *bluetooth*, envolve um custo relativamente baixo – em torno de trinta a cinquenta centavos o torpedão. Seu Josevaldo revela-me que manda em torno de dez mensagens por semana e recebe outras tantas. Ele me explica que já conseguiu pessoas “do mundo” para a igreja com os torpedões: “Quando a mensagem é para alguém da igreja, a gente passa só o capítulo e número do versículo. Quando é uma pessoa que não conhece a *Bíblia*, a gente digita o versículo inteiro.” Outros evangélicos do São Jorge, como Maria, também são adeptos desta prática. Mesmo aqueles cujo celular permanece a maior parte do tempo sem crédito – caso de James – reconhecem a importância das mensagens religiosas via celular: “Ainda bem que tem aquele irmão que mandou a mensagem, é sempre bom estar fazendo isso aí, se eu pudesse estar fazendo direto, eu também gostaria de fazer”.

Assim, a variadas formas pelas quais os telefones celulares são apropriados pelos evangélicos em sua vivência da religiosidade expõem sua visão de mundo e reforçam a performance de identidade religiosa entre os membros do grupo. Igualmente, ao atuarem como instâncias de disseminação do discurso religioso, o consumo de telefones celulares cumprem uma função política – “política” aqui tomada no “sentido amplo de relações, assunções, e competição relacionadas ao poder” (APPADURAI, 1986, p. 57) - auxiliando na obtenção de novos adeptos para a Assembléia de Deus.

8.3 Tradição, modernidade e imaginário tecnológico: a propósito das religiões afro-brasileiras

Provinda de camadas médias, eu nunca havia tido qualquer tipo de contato mais próximo com religiões afro-brasileiras embora, obviamente, soubesse de seu significado¹³¹. Assim, não suspeitava que as práticas relacionadas à essa crença religiosa pudessem ter ligação relevante com o meu tema de pesquisa. Entretanto, ao visitar os moradores em suas casas, percebi um objeto onipresente: um quadro

¹³¹ Prandi (2005) argumenta que as religiões afro-brasileiras estão presentes na alma brasileira e demonstra seu extravasamento para a cultura popular através da análise de variadas canções que, ao longo do século vinte, mencionaram diversos sacerdotes religiosos, orixás e entidades. No âmbito de meu objeto de estudo, penso que o próprio termo pelo qual os celulares que só recebem ligações são conhecidos popularmente – celular “pai-de-santo” dá conta da grande força das religiões afro-brasileiras no imaginário popular brasileiro.

com a imagem de São Jorge, geralmente logo acima da porta. Também notei muitos altares caseiros com imagens diversas (Figura 8.5). Além disso, logo descobri que a maior parte da família de Vânia, minha interlocutora evangélica, era umbandista: seus sete irmãos e suas irmãs, sua mãe e os próprios filhos de Vânia. Assim, percebendo o papel fundamental das religiões afro-brasileiras no Morro S. Jorge, passei a me perguntar se, como no caso dos evangélicos, os celulares teriam um papel na vivência religiosa de seus adeptos.

Foi no aniversário de D. Catarina, mãe de Vânia, que pude pela primeira vez ter contato com a umbanda.

Como seu aniversário coincide com a data da festa de Cosme e Damião, no final de setembro, D. Catarina promove à tarde em sua casa uma festa com distribuição de doces para as crianças ao final. Nessa festa, os convidados, vestidos com roupas infantis, cantaram e dançaram ao som do tambor; e “receberam” (entraram em transe e incorporaram) as “beijadas” (espíritos de crianças), que brincaram a tarde toda, tomando refrigerante em mamadeiras e se lambuzando com bolos confeitados. Durante o transe, notei um rapaz usando uma filmadora e algumas pessoas tirando fotos e filmando com seus celulares. A convite, comecei a freqüentar alguns terreiros

Três semanas depois fui entrevistar Nena, membro de outra família com quem eu tinha contato. Nena é mãe solteira de dois filhos, de dez e quinze anos e trabalha como auxiliar de limpeza; tem vários namorados a quem constantemente pede presentes e, às vezes, se prostitui para conseguir uma renda extra. Na comunicação com “namorados” e “clientes”, o celular é fundamental.

Com Nena descobri que os telefones celulares entraram no circuito de bens que fazem parte do esquema de reciprocidade existente entre fiéis e suas entidades. De acordo com Prandi (2005) as entidades e os orixás fazem parte de um panteão que segue uma hierarquia: orixás no alto, e as entidades da tradição umbandista (pretos-velhos, índios, caboclos e outros) mais abaixo. As entidades, assim, são espíritos que acompanham e são incorporados pelos praticantes. Nas palavras de Marina, os pretos-velhos:



Figura 8.5: Altar afro-brasileiro na casa de Marisa

[...] eram todos escravos quer foram trancados na senzala e muitos foram até mortos com chicote, brasa, tiveram uma morte muito triste. E então hoje a gente recebe eles porque foi um jeito de eles poderem se livrar. Pra eles foi uma libertação eles poderem pegar um corpo meu, ou de outra moça, ou de outra mãe-de-santo [...].

Muito embora Nena me diz que sua entidade é “[...] da parte da ‘esquerda’, ela é mais pro mal que pro bem. Depende do que tu pedir pra ele. Se tu pedir pra cortar o pescoço de alguém ele corta, se tu pedir pra te curar ele te cura, se tu pedir um emprego ele te dá.” Nena queria um celular novo, mas teve que negociá-lo com sua entidade, que em troca quis um anel dourado. Anteriormente, já havia “ganho” outros celulares de sua entidade. “Os presentes eu peço e ela vai me dando. Como este celular aqui que eu pedi para o meu namorado, primeiro ele disse que ele não ia me dar”. Fascinada, pergunto: “Mas eles entendem que vocês precisam?” “Entendem que a gente precisa, tanto que ela me deu”. Nena acredita que a intercessão de sua entidade fará com que seus namorados fiquem mais suscetíveis aos seus apelos por presentes (“porque eu sou namoradeira, se os meus namorados não me dão nada eu não quero namorar não”), sejam eles celulares ou outros objetos que esteja necessitando.

Mas antes da negociação, era preciso resolver um problema, já que as entidades, como Nena me explicou, não sabem o que é celular: “Porque ela não sabe o que é um celular, saber ela não sabe, ela nem gosta”. A aparente dificuldade de comunicação, porém, não deteve Nena.

Aí eu pedi, eu quero um celular novo. Eu quero um celular “de flip”. Só que ela não sabe o que é um celular, nem o que é flip, né, aí eu mentalizo ela e vou falando, vou perto da roupa dela e peço. Aí eu explico para ela, digo, “eu quero um que abre e fecha, assim”. Aí... achei um, achei outro [...] Na mesma semana ela botou cinco celulares na minha mão. Aí até que eu achei um que era parecido, mas ele não era de flip, era só a capinha dele. Aí eu disse não é esse que eu quero...! Isso foi acontecendo em uma semana, quinze dias. Aí eu dei um para o meu filho, outro eu “passei nos trocos”. Tu vende, transforma tudo em comida para dentro de casa. Até que aí apareceu um

beeem bonitinho, pequeninho... Coisa mais fofinha ele era, desse tamanhinho assim, só que ele tinha antena. Mas achei. Aí fiquei contente.

Nena acredita que é preciso agradar as entidades constantemente, pois seu poder sobre a vida das pessoas é imenso – elas podem até interferir no funcionamento dos celulares. Nena me conta o que sua entidade pode fazer quando enraivecida – como, por exemplo, prejudicar seus relacionamentos amorosos, fazendo com que um namorado não recebesse suas ligações no celular:

Porque “ela” me tirou ele. Eu ligava para ele e ele não me atendia... Esse meu namoradinho, na época a gente tava meio brigado, ela me tirou, ela me cegou para eu não poder ver ele. Ele ligou para mim e eu não atendi. O telefone não tocou. E realmente tinha essa ligação. Mas porque “ela” [diz com ênfase] estava brava comigo, ela fez o telefone não tocar. Não tocou o telefone. E eu passei por ele no centro [da cidade] e ele me viu e eu não vi ele. Eu não vi ele, tava armada a confusão, ela me fez não ver ele. [Respondo, entre espantada e fascinada: Ou seja, se a entidade quiser ela é mais poderosa que a Brasil Telecom! Ela age!] É. Eles tem um poder assim, que é inexplicável. A minha mesmo, ela só faz quando ela quer.

Com a evolução tecnológica, melhor ainda do que ter celular “de flip” era ter um celular com várias funções – e o bluetooth se tornou uma das mais cobiçadas. Nena não se fez de rogada – pediu para outro namorado esse celular mais moderno. Ante sua hesitação, Nena mais uma vez agiu:

Aí eu fui pro barracão, e ela me disse que se eu desse uma coisa pra “ela”, ela fazia ele me dar o celular. Minto, nem foi no barracão, ela me “virou” na rua. Aí eu disse eu dou, mas quero ver o meu celular. Isso foi na quarta-feira. Aí no sábado de manhã, ele tava me ligando. “Qual celular que tu quer?” Eu disse olha lá como tu fala comigo! “Queres o celular ou tu não quer?” Assim eu também não quero. “Tá amorzinho”, diz

ele. “Desce. Qual o celular que tu quer?” Aí fomos na loja e ele me deu o celular que eu pedi. Ele tirou novinho na loja.

A entidade também é capaz de fazer Nena economizar seus créditos: “Quando eu quero muito falar com uma pessoa, eu vou lá nas coisas ‘dela’, e peço para ela. Mentalizo bem a pessoa que eu quero falar, e a pessoa acaba me ligando.”

Se para Nena há uma percepção positiva do celular enquanto mediador de sua relação com o sagrado, por outro lado percebi entre meus interlocutores tensões trazidas pela modernidade – aqui representada pelo advento das novas tecnologias de comunicação e informação – e a valorização da umbanda como prática tradicional.

Um primeiro caso etnográfico a ser considerado é a da própria



Figura 8.6: Celular sendo usado na assistência durante uma gira

presença dos aparelhos celulares nos terreiros e barracões da umbanda (Figura 8.6). O espaço do terreiro é geralmente interdito aos celulares, especialmente para quem está “girando com o santo.” É o que me asseveram um pai e uma mãe-de-santo, D. Cema, com quem conversei. Em alguns terreiros do S. Jorge, os celulares devem ser colocados pelos filhos-de-santo ao lado do *peji* (altar), desligados; em alguns, devem ser deixados no quartinho onde se coloca a roupa de santo e se deixam objetos pessoais; em outros, pode-se deixar o aparelho

no silencioso¹³². Entretanto, esquecimentos ocorrem, principalmente na *assistência* (platéia da sessão, que não está ali para “trabalhar com o santo”), como me diz Marina, que freqüenta um terreiro no

do São Jorge: “Mas tem gente na assistência que se esquece, ou deixa normal porque acha que ninguém vai ouvir por causa do tambor”. Sebastiana, umbandista que tem dois filhos iniciados como *ogãs* - tocam atabaques e cantam nas sessões - destaca tanto a questão do respeito à religião (“se a gente está dentro de uma igreja, tu vai lembrar de desligar

¹³² Essas diferenças se explicam pelo fato de que cada terreiro tem autonomia administrativa e ritual (Prandi, 2005).

o celular; no terreiro de umbanda é a mesma coisa”) quanto a questão da performance física durante o transe: “prá trabalhar até o brinco já atrapalha, dependendo do tamanho, como é que tu vai girar com o santo? Porque o santo vai rodar”.

Nas sessões a que compareci, vi algumas vezes praticantes com o celular no bolso, que checavam o aparelho nos intervalos e, como já haviam me dito, portar celulares na assistência era comum (Figura 8.5) D. Cema diz que em seu terreiro a ordem para os filhos-de-santo é deixar os celulares desligados mas, no caso dos visitantes, há esquecimentos: “Porque a gente não tem... E se caso vem alguém e o celular toca, vai atender na rua”. Marina, uma iniciada na umbanda, me conta que “teve um preto velho que falou uma vez, a gente até riu... Teve o celular da moça que tocou, bem engraçado”. Washington, um jovem ogã de vinte anos, fala sobre as normas a respeito de celular em seu terreiro:

Todo mundo já sabe que é pra desligar o celular. Que deixar o celular ligado lá é mico. Tá todo mundo concentrado lá e teu celular tocando, não dá. O meu eu deixo ali no altar, mas desligado. Todo mundo respeita. Quando toca é a pessoa de fora, alguém da assistência, que esqueceu de desligar; meio raro, mas às vezes acontece. Aí eu já vi entidade se manifestar e pedir respeito, pra respeitar o guia que tá na Terra.

Marina dá mais detalhes dos motivos:

Porque quebra a corrente, a gente diz. É a mesma coisa ta eu e tu no terreiro, batendo palma, se concentrando pro santo, pro orixá, e eu ficar te incomodando, cochichando no teu ouvido. Ali já tá quebrando a corrente. O meu orixá não vai vir e eu não tou deixando o teu se manifestar também porque eu tou tirando a tua concentração. E tem que ter uma concentração.

Em outras entrevistas, surgiram relatos a respeito de entidades que teriam atendido ligações. Marina me diz que “o preto-velho que viveu há não sei quanto tempo não vai saber o que é... Eles falam dos

celulares porque é um barulho que na época deles não tinha.” Assim, pude perceber que o assunto gerou muita controvérsia entre meus interlocutores. As amigas Ivete, Larissa e Joana caem na risada quando pergunto se é a entidade ou a pessoa que atende o celular: “Olha, há controvérsias, mas a gente não quer duvidar da pessoa... Que ela esteja finjindo [que estava com a entidade incorporada].” Insisto: “Mas a pessoa tá ‘virada’?” “É, como se tivesse com a entidade incorporada”. Ivete lembra-se de um caso que presenciou: “Tinha esse homem que estava ‘arriado’ com a pomba-gira, foi lá no meio da sessão, o celular estava no bolso, tocou e ele atendeu”. As três mulheres acreditam que, se uma pessoa atende um celular como esse homem é porque não está verdadeiramente incorporada. Ivete faz uma piada que faz as amigas explodirem de rir: “Como é que uma entidade vai atender um celular? O que é que ela ia dizer? ‘Me desculpe, mas meu *cavalo* tá ocupado, sou eu que tou na linha agora. Sai da linha que o meu *cavalo* tá ocupado!’?”

Paulina também revela que entre as mães-de-santo também há comentários sobre a polêmica envolvendo entidades e celulares: “É mãe grande, babá grande que comenta isso. Porque eu tou trabalhando faz dois anos só, não sei muito, mas elas sabem. Tu acha que uma babá ia comentar se fosse certo? Não ia”. Em outra ocasião, Paulina comentou sobre a relação entre celulares e santos, lembrando outro caso controverso: aqui, o umbandista não estava em uma sessão, mas em meia a suas atividades cotidianas. A seu lado, um primo comenta que soube “de uma entidade que atendeu o celular. E foi verdade.” Mas Paulina tem outra opinião:

Eu soube também de uma bicha que arriou e começou a atender o telefone na rua. É uma bicha... uma pessoal normal que trabalha na umbanda, só que ele é gay. Homossexual, então... Olha que falei bonito, né? Então ele arriou a pomba-gira dele né, que ele tem, ele desenvolve uma pomba-gira. Foi pra rua atender telefone! Isso eu vou ser bem sincera pra ti, trabalho na umbanda dois anos. Não vou dizer pra ti que eu entendo muita coisa. Agora eu tou falando sério. Eu vou pegar a minha preta-velha e a minha preta-velha vai tá atendendo telefone? Vou pegar uma pomba-gira pra atender telefone? Pára. [Mas Paulina pára um pouco e pondera] Mas, cada orixá é cada orixá, né, e eu não vou me meter. Ele sabe o que faz.

Para Paulina, é justamente quando a suposta entidade usa a palavra “celular” que o adepto denuncia sua falsa incorporação, ou seja, “que não trabalha bem” ou, no mínimo, que “vacila”: “Mas quando é orixá, o orixá não manda pegar o celular. O orixá não sabe que existe o celular. Ele simplesmente vai dizer, ‘desliga essa coisa aí’”. E acrescenta, revelando os comentários no São Jorge a respeito de “certa pessoa”: “A preta-velha dela pede celular, a pomba-gira dela pede celular, não tem como. Ela pode trabalhar bem, mas que vacila, vacila. E tem um monte de gente que vê, né”. O que não significa absolutamente dizer que esses seres sobrenaturais não reconhecem a presença do celular; apenas não o denominam por esse termo. Marina explica que as entidades colocam apelidos nos artefatos da modernidade, que não existiam na época em que eles viviam: “Carro, por exemplo, é bicho-de-fogo. Para eles tudo [o que para nós é familiar] não é normal”. Foi assim que descobri que os celulares podem incomodar orixás, pretos-velhos e entidades. Foi Nena quem primeiro me revelou um dos nomes pelos quais o celular é conhecido no mundo espiritual:

Quando tem celular no “barracão”, geralmente quando toca um celular eles (os santos) dizem ó, tem um grilo berrando, e eles não gostam. Porque interrompe, pra eles atrapalha. Quando eles se referem a celular, é como uma coisa que não presta, porque para eles não presta. Porque eles já passaram dessa vida, eles só vem como um espírito, eles não vivem o dia-a-dia, eles nunca usaram isso no tempo deles.

Marina confirma que os celulares são “grilos” para as entidades, mas revela que há nomes alternativos: “O preto velho da minha mãe, ele diz que é ‘taca-taca’. Também já ouvi chamarem de *karé-karô*, acho que é porque ‘eles’ ouvem o pessoal na *assistência* dizer alô.” D. Cema, mãe-de-santo de sessenta e seis anos e líder comunitária, lembra de um determinado preto-velho: “acho que é o pai Altair que diz o alô-kalé. E depois também tem o ‘macaco preto’. Tudo apelido que eles chamam para o celular. Mas que eu conheça mesmo assim eles não atendem o celular não”.

Reconhecida na comunidade como uma umbandista que “trabalha bem”, Nena tenta subverter a norma da proibição dos celulares para os que estão girando com o santo, pois seus namorados costumam ficar muito chateados quando ela não atende as ligações; querem sempre

saber onde ela está. Seria ela a “certa pessoa” sobre quem Paulina comentara anteriormente? Penso que não, pois de acordo com os relatos da própria Nena, seu transe é real e, portanto, no momento do transe ela mesma, Nena, não pode perceber que seu celular está tocando, como revela seu próprio relato:

Ligaram pra mim eu estava com a entidade “virada”. E aí eu não atendi, depois que eu voltei em si, né, eu vi que tinha uma ligação perdida e retornei, aí a pessoa estava braba porque eu não atendi. A minha sorte é que a pessoa sabe que eu trabalho [na umbanda]. Aí eu expliquei, eu não tinha como atender, não tinha jeito. Aí a pessoa ficou mais calminha.

Devido a esses inconvenientes, Nena tenta negociar as tensões entre sua necessidade de estar disponível para os namorados e a entrada do celular na sessão justificando que é a sua entidade que manda atender a chamada. Dessa forma, sua entidade a ajuda a não perder as ligações do namorado. De acordo com Nena, a entidade pede que a irmã atenda as ligações:

Porque às vezes... Como eu falei eu tenho vários namorados. E tocou, eu estava com “ela”, aí ela sabia que ia tocar, e mandou eu atender. Ela sabe de tudo. Eles chamam a gente de burra. Quer dizer, nós estamos na Terra e eles são um espírito, eles vêem além. Aí a minha irmã foi e disse que eu tinha que falar com essa pessoa de qualquer jeito. Aí “ela” disse ‘pega o grilo que a coisa tá no grilo’. No caso a coisa era o dinheiro, que tava no grilo. Aí o telefone tocou e a minha irmã atendeu e pediu para ele ligar mais tarde, que bem naquela hora eu não podia atender.

8.4 “Meu celular é de São Jorge”: umbanda e telefones celulares

Um segundo caso etnográfico a ser considerado diz respeito à mediação da Internet e dos celulares nas práticas religiosas. Dos terreiros de umbanda do São Jorge, dois possuem sites na Internet. Ter imagens de sessões de umbanda no celular é tolerado pelas lideranças religiosas do S. Jorge devido ao caráter individual e privado dessa

tecnologia. O advento do celular com câmera, nesse caso, nada mais faz do que reatualizar uma prática que já ocorria anteriormente, com as câmeras fotográficas analógicas.

Ter uma representação visual da prática religiosa é importante para os umbandistas e candomblecistas, principalmente pelo caráter oral e visual dessas práticas religiosas. Os álbuns de fotos impressas são substituídos ou complementados com as fotos digitais, que são armazenadas no computador (para os que o tem) e no celular (caso da maioria). D. Cema, por exemplo, me mostrou um álbum de fotos do ritual de sua feitura como mãe-de-santo: “Essa é da minha deitada. A gente se recolhe num domingo e fica até o outro sábado. Outro álbum continha fotos das festas-de-santo e outros rituais: “Essa é a minha mãe criadeira. Essa é das comidas que a gente entrega pros orixás. Essa foi da festa de preto-velho lá no padrinho. Do Washington, recebendo a guia. Para nós é uma recordação”.

Não apenas as câmeras – antes analógicas, agora digitais, a maior parte nos celulares – são utilizadas com frequência pelos umbandistas. As filmadoras também fazem parte do universo da umbanda. Nena que diz que “tem gente que filma. E depois passam os CDs e até os DVDs”. D. Cema, por exemplo, tem a sua camarinha registrada em fita VHS. Mas ficou desconsolada quando o filho, por descuido, acabou desgravando a fita: “Ainda vou pedir emprestada a do meu pai-de-santo”. Sua filha tem uma filmadora. Nena queria filmar uma saída de santo com seu Nokia 2760, mas o celular filmava pouco tempo: “Como agora teve a sessão lá, agora sábado vai ter uma saída de santo. Semana retrasada teve uma que eu queria ter filmado... Teve uma saída dos meus orixás, Iansã que eu sou filha de Iansã, e eu queria ter filmado. Mas aí eu desisti de filmar, porque é pouquinha memória”.

Mas é a circulação das imagens no espaço público – ainda que seja um espaço público virtual, como a Internet – que é considerada problemática. D. Cema, entre indignada e resignada, reconhece que

Tem muito [umbandistas que usam celulares para fotografar ou filmar as sessões]. Tem o pessoal de Almas e Angola, que adoram, tem até filmadora. Tem um de [cita outro bairro] que fez uma festa e até eles filmaram os santos, tudo, e eles tão botando até na Internet porque tem muitos deles que tem Internet. Credo! Qualquer hora vão fazer consulta pela Internet.

No caso da Internet, a preocupação de alguns adeptos é com os segredos da umbanda. Ouvi críticas de Vasco, um *ogã* de vinte e oito anos, à publicação de sessões ou “giras” em geral em sites da Internet como o YouTube: “é uma falta de respeito, qualquer um fica sabendo os segredos da nossa religião, tu vê gente ‘girando com o santo’ e tudo. Isso não acho certo, porque é importante o segredo na umbanda.”

Inevitavelmente, os telefones celulares são candidatos a fazer parte de um imaginário em que as relações entre a prática umbandista e os aparatos tecnológicos da modernidade são povoadas por tensões. Meus achados etnográficos não encontraram nenhum relato conclusivo sobre o uso de celulares para, por exemplo, se fazer trabalhos de umbanda. O relato de D. Cema, porém, é revelador no sentido de apontar o que pais e mães-de-santo podem estar pensando a respeito.

Olha eu não desacredito não! [que o celular também esteja no meio dos trabalhos]. Eu não desacredito. Porque da maneira que ta... Eu tou vendo pessoas que entraram para o terreiro ontem e já tão se achando... [daqui a pouco já querem virar mãe de santo, digo] Sim, sim! Tem pessoas que entraram, só tiveram confirmação de um santo, ah! Já tão fazendo um monte. Com certeza vão sim. Eu acredito que sim. Agora eu não. Se depender de mim, nunca. Do jeito tradicional. Continuo batendo no peito, manezinha.

D. Cema, paradoxalmente, me responde positivamente quando pergunto se é possível fazer um trabalho de umbanda pelo telefone: “Existe, existe. E aconteceu com nós”. Não foi a única. Seu padrinho, pai-de-santo de outro terreiro da comunidade, também me passou um relato parecido. Não tem celular por opção, mas através do telefone fixo já fez trabalhos de umbanda: “Foi um trabalho até para os Estados Unidos. A pessoa tinha um restaurante que tava indo mal. Eu disse tudo o que tinha que fazer, e o negócio prosperou”. No caso de D. Cema, foi diferente: ela ainda não era mãe-de-santo, e foi através desse pai-de-santo que nunca viu pessoalmente que fez uma descoberta importante:

[Foi com...] Um pai-de-santo lá de Pernambuco. Nós consultava com ele pelo telefone. Ele dizia o que a gente tinha que fazer, o que não tinha. E a consulta era paga, a gente depositava o dinheiro pelo Correio. Trabalho feito. Isso já faz mais de

oito anos. Eu nem tinha feito a minha coroa. Basta que eu nem sabia que era filha de Oxum. Todo mundo dizia que eu era filha de Iemanjá. [D. Cema diz que um dia a filha fez uma consulta com ele pelo telefone, gostou e marcou para a mãe]. E foi ele, de lá, que disse que eu era filha de Oxum. [Aí que a senhora descobriu?] Não. Fiquei calada, não sabia, porque ele sem ver, sem nada? Pelo telefone? Aí ele mandou eu fazer uma oferenda pra cigana na praia. Ele não sabia que eu trabalhava com a cigana. Quando eu fui deitar, quando eu fui jogar búzios – que a gente quando vai deitar tem que jogar búzios com o pai-de-santo para ver – aí quando eu fui jogar búzios para o meu pai-de-santo, aí o búzios deu que eu era filha de Oxum. Eu contei a estória para ele no telefone, foi assim e assim [...] Ele via a consulta numa bola de cristal. De lá ele via e dizia tudo pra gente. Compra isso, faz assim, faz assado, bota umas rosas vermelhas na praia, tudo assim. Ele mandava o número da conta e era depositado.

Outro ponto em que o celular é visto como mediador negativo está na captura de imagens. São muitos os adeptos que desejam ter uma imagem no celular que os mostre com a sua entidade incorporada, revela-me Natália, uma mãe-de-santo do candomblé¹³³. Segundo ela, algumas entidades até “gostam e fazem pose”, mas outras, como os Exus, “não gostam de foto nem de serem filmados. A minha [*entidade*] é raro, porque ou sai vermelho no meio, ou sai preto... Eu fui ver agora na filmagem.”

D. Cema tem mais sorte; mostra-me várias fotos de seu álbum (impresso, à moda antiga) em que ela ou amigos aparecem em transe. Em uma delas, aponta e explica: “eu tava com a pomba-gira. A pomba-gira cigana não usa o preto nem o vermelho, é só o estampado e o amarelo. Os outros só tem tudo preto e o vermelho”. Outras fotos são da mãe criadeira (“Aqui ela tá incorporada também, com a Maria Padilha”), do pai-de-santo e do marido de uma de minhas interlocutoras,

¹³³ Não é incomum no morro S. Jorge que praticantes de distintas vertentes das religiões afro-brasileiras freqüentemente mais de um terreiro, como me explica Natália: “Várias religiões, os rituais são diferentes, candomblé, umbanda, Almas e Angola, Jeje, Batuque, só que a gente visita todas”. Para uma discussão mais aprofundada de similaridades e diferenças entre os rituais, assim como de suas dinâmicas atuais na interação com o ambiente urbano na contemporaneidade, vide, entre outros, Prandi (2005) e Silva (1995).

Janaína: “Aqui é o meu pai-de-santo, ele recebe o Sete Encruzilhadas. Esse... Um rapaz aqui agora que trabalha com o Zé Pilintra”. Além dessas, há na parede outra foto enquadrada, muito boa, mostrando D. Cema na cachoeira; ela conta que essa foi tirada por sua filha com o celular:

A gente tem fotos do dia das giras, as festas com os santos... Ali na minha tenda eu tenho foto da minha camarinha, tenho com oxum, tenho com ogum. Eu tenho foto na cachoeira, da preta-velha, elas tiraram fotos com o celular, e a minha filha mandou fazer [revelar]. Ela tirou com o celular dela e tá lá na tenda.

Se para D. Cema não houve maiores problemas em conseguir fotos suas em momentos de transe ritual, nos relatos da maior parte de meus interlocutores umbandistas essa relação surge como bastante problemática. Nesse sentido, Sebastiana diz que “alguns santos gostam de bater foto, principalmente quando é *beijada*, criança gosta de deixar bater foto”. D. Cema concorda que “tem santos que gostam e ficam bem, e tem santos que não, e fazem de tudo para que a foto não chegue a bater”. Mas acrescenta com uma piscadela: “Aí as pessoas... Batem a foto de repente, escondido. Sai meio atravessadinha a foto. Mas que tem, tem”.

Nena é uma das umbandistas que sempre quis muito ter um registro imagético de sua entidade em seu celular. Nena explica que “é o meu corpo virado com o espírito dela. E eu queria ver como é que eu ficava virada com ela, totalmente diferente”. Mas havia um grande problema: a entidade de Nena, ao contrário das de D. Cema, odeia ser fotografada: “Se ela te ver com uma câmera na mão ela te vira as costas. Ela não se mostra pra ti, de jeito nenhum”. Certa feita, seu sobrinho de treze anos tirou uma foto de Nena com sua entidade incorporada, sem a entidade perceber. Inocentemente, mostrou para esta a imagem. Mas o resultado foi desastroso:

O meu sobrinho de treze anos tirou uma foto “dela” [Nena incorporada com sua entidade]. Porque eles não gostam, eles se sentem presos, não sei o que eles passaram na outra vida que eles se sentem presos. Eles não suportam se ver presos. A maioria. Outras não, até fazem pose. Então a minha entidade odeia foto. Se ela te ver com uma

câmera na mão ela te vira as costas. Ela não se mostra pra ti, de jeito nenhum. E ele foi lá e mostrou para ela. E ela quase quebrou a máquina, diz que ela fez o maior “bafão”. “Porque ia quebrar, ia quebrar e ia quebrar”. Enquanto ele não tirou a foto do celular, ela não sossegou. E ela fez o meu sobrinho mostrar o celular pra ela sem a foto, pra ter certeza que ele tinha apagado. E disse que só não ia quebrar ele, porque ele trabalha para ela. Se ele não trabalhasse, ela quebrava ele todinho. Diz que foi o maior bafão. A minha [entidade] é bem desbocada. Eu sou desbocada, mas ela me ganha. Ela me chama de linguaruda. Nessa hora eu queria ser uma mosquinha, queria escutar, queria ver, mas eu estava com ela. Ela não gosta e não deixa.

Mas Nena acabou conseguindo a cobiçada foto presenteando sua entidade com um par de brincos especialmente cobiçados por esta última: “A única vez que ela deixou eu tirar uma foto *pra mim* [diz com ênfase] até foi nesse celular eu acho [...] eu comprei um brinco e ela queria, e eu disse que eu não ia dar pra ela. Aí ela disse que se eu desse o brinco para ela, ela dava a foto pra mim. E deu. Só que até apagou a foto, eu apaguei sem querer”.



Figura 8.7: Celular de São Jorge

Se não for possível ter sua foto “virado com o santo”, expressa-se a identidade religiosa através do uso de outras imagens como papel de parede no celular ou no arquivo de imagens do aparelho. Nesse caso, o celular torna-se novamente um mediador positivo. Foi o que observei em muitos celulares de adeptos: fotos dos filhos vestidos com “roupas do santo”; festas de santo nos terreiros; imagens de Iemanjá e de Cosme e Damião.

Especialmente interessante é o caso do “celular de S. Jorge”, devido à representatividade dessa entidade religiosa no panorama das religiões afro-brasileiras.

Explico: trata-se da prática de usar a imagem de S. Jorge, ou Ogum, como papel de parede no celular. (Figura 8.7). Como vimos, a imagem de S. Jorge é extremamente popular na comunidade, e está presente não apenas em quadros do santo nas casas,

mas em camisetas, (Figura 8.8) correntes usadas no pescoço e em tatuagens, como a que tem no braço um dos filhos de D. Catarina. Dessa forma, o que temos é a passagem da representação física da imagem de São Jorge nos quadros para o mundo virtual – a captura da *imagem de uma imagem* - através de seu registro na tela dos celulares. Assim, forma-se uma nova instância de expressão de uma identidade religiosa em uma ecologia comunicativa onde a fé em São Jorge (Ogum) já era representada pictoricamente em camisetas, tatuagens e pingentes. Nesse sentido, Carlos Alberto explica a percepção de Ogum na comunidade: “Ogum é guerreiro, eu nasci no dia de Ogum. S. Jorge é um símbolo de guerrilha na realidade. Tem muito a ver com as dificuldades que a comunidade passa e a força para superar essas dificuldades. Tem muito a ver a característica da comunidade, com a umbanda.”.



Figura 8.8: Camiseta com a imagem de São Jorge, ou Ogum

Foi Patrícia, filha de Sebastiana, quem fotografou um quadro com a imagem de S. Jorge para usar como papel de parede; depois, transferiu a imagem para o celular da mãe pelo *bluetooth*. “E enquanto esse celular tiver comigo, esse S. Jorge fica aqui”, garante ela, que também usa uma



Figura 8.9: Corrente de São Jorge

corrente do santo (Figura 8.9). Peço que ela me mande a imagem por *bluetooth*. “Meu celular é de S. Jorge, de Ogum, porque ele é um protetor. A Priscila botou o S. Jorge no meu celular e no dela porque o S. Jorge já é um protetor não importa a religião”. Mesmo não sendo umbandista, passo a adotar a imagem de S. Jorge como protetor de tela.

Alguns dias mais tarde, encontro Janaína no Projeto. Ela aprova a mudança “Isso é proteção, Sandra, é proteção pra caramba”.

O celular de Sebastiana foi o primeiro “celular de S. Jorge” que vi; pude posteriormente fotografar mais alguns e soube da existência de vários outros. Um desses celulares é o de D. Nereide, esposa do filho

mais velho de D. Cema. Quando mostro o celular para D. Cema, fica espantada: “Ó! Como que conseguiram isso?” Mas gosta, lembrando da prática de se usar a imagem de São Jorge na carteira, e acredita que o telefone celular pode perfeitamente integrar-se à essa ecologia comunicativa da imagem de S. Jorge: “A pessoa que tem fé, é assim... Porque o santo devoto dele é o São Jorge. Aí ele usa uma oração na carteira, uma foto de São Jorge na carteira, então quer dizer que usando no celular é uma boa idéia”.

Há um último caso digno de nota no qual o celular atua como instância de expressão da fé religiosa. E não somente isso: através da função bluetooth, a celular atua como uma espécie de Internet, possibilitando o compartilhamento de informações e arquivos eletrônicos. Dessa forma, pode-se argumentar que o celular, na comunidade, ajuda a diminuir a exclusão digital. SMS e *bluetooth* são, assim, duas funcionalidades importantes do celular na socialização de informações entre os umbandistas e candomblecistas do S. Jorge, principalmente os mais jovens. Pelas mensagens de texto avisa-se, por exemplo, onde e quando haverá festas de santo ou quem tem uma foto boa de uma “gira” (sessão); e o *bluetooth*, mais do que possibilitar uma renovada forma de expressão de identidade religiosa, como vimos acima, também joga um papel importante na obtenção e distribuição dos *pontos*. Os *pontos* são a música ritual da umbanda, dos quais há inúmeras variações. Nas palavras de D. Cema,

Cada entidade tem o seu ponto, para descer e para subir. Pontos diferentes. Tem de Iemanjá, de Iansã, de Ogum... Vários e vários pontos. Com esses pontos a gente tá invocando eles pra vir na Terra trabalhar, fazer sessão. Pontos de agradecimento, para abrir o terreiro, para fazer defumação.

Mais uma vez, o celular aqui torna-se parte de uma ecologia comunicativa e reatualiza antigas práticas. Os pontos são gravados em CDs e podem ser comprados em casas especializadas em artigos de umbanda. Além da grande quantidade de pontos já existentes, novos pontos são criados constantemente. Por isso, é hábito entre alguns ogãs – como Washington, neto de D. Cema – gravar os pontos no gravador do celular. Natália comenta que “de dois ogãs que eu conheço é assim, eles tem o celular com infravermelho que grava certinho, os pontos, as rezas, fica sem chiado, é ótimo”. Esse material pode depois ser transferido para

CDs para ser compartilhado com outros umbandistas: “às vezes ele tá cantando pontos, nós não soubemos. Ele bota pra tocar pra gente aprender e ele não ter que cantar sozinho”.

Além disso, é aqui que o bluetooth entra como auxiliar na prática da religiosidade. Segundo Natália, “É bom [ter celular com bluetooth] porque tem pontos novos que o pessoal não sabe, e aí passa um pro outro. Geralmente vem do Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro.” Um de seus amigos, Rael, de trinta anos, é um dos *ogãs* mais respeitados d S. Jorge. Seu toque de celular é um canto ritual em idioma ioruba. Desde criança, Rael usava gravadores para registrar pontos novos, e é quem está sempre atrás de novidades, obtidas por vezes da Internet (quando ele acessa da lan-house ou da casa do primo que tem acesso) ou nos vários terreiros que ele visita e toca tambor.

Rael avisa Natália por SMS quando há novidades de rezas e pontos, como ela me conta: “Porque assim, ó. Tem celular que dá e o que não dá. Como o meu já é pouco, o Rael grava e [...] manda a mensagem dizendo, olha, tem um ponto novo. Aí ele vem aqui em casa e a gente troca.” Nesse caso, como o celular de Natália não tem cartão de memória como o de Rael, ela passa os pontos para seu computador, que não acessa a Internet (quando ela precisa usar visita o irmão). Nesse sentido, Natália reafirma o papel do telefone celular na vivência da religiosidade: “Tem os pontos, as imagens e as rezas, isso tudo é troca, também. Que aí vem uma reza nova, manda, as imagens, que depois dá de ampliar, também, antigamente era difícil”.

Natália já havia confirmado minha hipótese do papel do celular na disseminação da música ritual, mas foi Rael quem me esclareceu sobre a presença do celular no treinamento dos *ogãs* adolescentes, reiterando assim outra hipótese de pesquisa. Muito embora um *ogã* se faça ritualmente, através do cumprimento de obrigações iniciáticas (PRANDI, 2005) o que observei no morro S. Jorge foi que o telefone celular auxilia informalmente no aumento do capital de conhecimento desses jovens filhos-de-santo. O *ogã* é o responsável por “segurar a gira” –são eles que “puxam os *pontos*” e devem fazê-lo com segurança e entusiasmo, contagiando os demais participantes. As giras são longas, podendo durar três horas (às vezes mais) e o ritual é todo cantado; as invocações aos orixás e santos católicos são mínimas. Saber a maior quantidade possível de pontos confere prestígio e é um sinal de experiência, me diz cheio de orgulho Vasco, outro *ogã* experimentado: “Eu sei mais de trezentos pontos de cor. Posso virar a noite na gira sem repetir nenhum”. Como hoje em dia há cada vez mais pontos, afirma Rael, “é por isso que os *ogãs* ficam ouvindo os *pontos* no celular.

Porque computador nem todos têm, e assim eles treinam em qualquer lugar. E eles vivem pegando pontos novos pelo *bluetooth*.”

Ao longo deste capítulo, descrevi como a vivência da religiosidade afeta e é afetada em função da inserção dos telefones celulares nas redes sociais da comunidade pesquisada. Argumentei que os telefones celulares são apropriados por evangélicos e umbandistas do morro S. Jorge de forma culturalmente significativa, objetificando valores de suas respectivas crenças religiosas. Tanto os membros da Assembléia de Deus quanto os adeptos de religiões afro-brasileiras ressignificam os usos dos telefones celulares em seu discurso e em suas práticas cotidianas levando em conta os preceitos e características de suas crenças religiosas; desta forma, revestem o consumo de tecnologia de um sentido religioso.

Prandi (2005) afirma que desde tempos remotos as religiões apresentam-se como eternas, mas na verdade estão sempre mudando para adaptar-se aos novos constrangimentos sociais e culturais. Nesse sentido, espero que esta breve etnografia das práticas culturais que explora as intersecções entre religiosidade e consumo de tecnologia entre os habitantes do morro S. Jorge possa contribuir para a discussão mais abrangente do lugar do sagrado na modernidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A etnografia é a jornada intelectual por excelência da Antropologia. Ao incluir para sua produção, como sublinha Geertz (2005), as instâncias do “estar lá” – o trabalho de campo – e do “estar aqui” – a escrita do texto etnográfico – a etnografia exige do antropólogo, ao longo de todas as etapas da investigação empírica, o exercício de um olhar, de uma escuta e de uma escrita que devem necessariamente ser informados pela teoria antropológica.

Se inicio estas considerações finais lembrando as premissas básicas do método etnográfico, é precisamente para demarcar a especificidade de sua importância para o objeto de estudo que nos propusemos iluminar nesta tese de doutorado: o consumo de tecnologia entre grupos populares. Os estudos sobre consumo foram por muito tempo caracterizados, como ressalta Miller (1987; 1995) por uma abordagem ensaística que, ao prescindir da investigação etnográfica, produzia análises de cunho moralista que não levavam em consideração as experiências concretas dos agentes sociais em suas práticas socioculturais.

Assim, ao se filiar às premissas teórico-metodológica do campo de estudos que tem se consolidado como Antropologia do Consumo, esta tese buscou dar uma contribuição no sentido da crítica a uma visão limitada, totalizante e moralizadora das práticas de consumo, presente não somente no discurso do senso comum, mas em alguns segmentos da academia. Nesse sentido, vale lembrar que, no Brasil, as práticas de consumo entre grupos populares são um campo de investigação ainda pouco explorado. Na Antropologia brasileira, como lembra Barros (2007) em seu estudo sobre escolhas de consumo entre empregadas domésticas, os estudos sobre grupos populares no ambiente urbano focaram suas lentes analíticas nas temáticas da importância da família e do trabalho como elementos fundamentais para a constituição da identidade das classes trabalhadoras. É como se, tal qual na crítica feita por Fonseca (2000) em relação as temáticas dos estudos sobre as “classes operárias” das décadas de setenta e oitenta, os “pobres” estivessem ocupados demais em simplesmente sobreviver no dia-a-dia,

face aos constrangimentos econômicos impostos pelas estruturas de dominação capitalista. O que se observa, dessa forma, é um discurso em torno do consumo – que se torna ainda mais mordaz no que tange às classes populares – que se caracteriza pela crítica de fundo moral, como se aos membros das camadas populares fosse apenas facultado o “direito” de consumir pela via da razão utilitária ou prática. São justamente a complexidade, os paradoxos e as nuances presentes nas práticas concretas de consumo do cotidiano que a abordagem etnográfica aos estudos do consumo consegue dar visibilidade.

Além do argumento em favor da abordagem etnográfica, este estudo procurou contribuir para a visão de que o consumo é central para se pensar a cultura material na contemporaneidade, como tem defendido Miller (1987, 1995, 2002, 2007). Se pensar o consumo pela perspectiva do simbólico, como fez Baudrillard em sua obra, já permitiu uma primeira superação das teorias que imputavam ao ato de consumir uma inerente “razão prática”, admitir a dimensão material das práticas de consumo permite revelar em um nível maior de complexidade a riqueza das relações pessoa-objeto. Nesse registro, o argumento segue em favor da superação do usual dualismo presente nas análises de tais relações. Trata-se de pensar, fundamentalmente, em uma abordagem dialética – nas quais ambos, pessoa e objeto, constituem-se mutuamente. É nesse registro que torna-se possível elaborar o conceito, como fez Appadurai (1986), de que os objetos, tal como as pessoas, têm vida social. Se, pelo viés moralista, o consumo é visto como atividade fútil e mesmo perigosa, o estudo antropológico do consumo vai além, percebendo que este é central na constituição das identidades na contemporaneidade. Para as Ciências Sociais, o consumo é um processo complexo que vai muito além do momento da compra. Assim sendo, torna-se possível desvelar, como buscamos fazer ao longo deste estudo, o papel do consumo – e, em especial, do consumo de tecnologias de comunicação e informação, como argumentamos – na construção da noção de pessoa na cultura contemporânea.

Neste ponto, postos os temas centrais da abordagem etnográfica do consumo e da dialética das relações pessoa-objeto, pontos nodais na construção desta tese, cabem agora algumas considerações sobre os telefones celulares como objeto de estudo nas Ciências Sociais. Como argumentei ao longo do capítulo um, surpreende que a tecnologia de comunicação que mais rapidamente se difundiu ao longo da História da humanidade, como lembra Castells (2008), ainda seja tão pouco estudada, seja nas Ciências Sociais, ou mesmo no campo de estudos da Comunicação. Penso que o caráter recente desse objeto empírico (os

celulares tornaram-se populares, de forma geral, há menos de doze anos) possa ser parte da resposta; desconfio, porém, que para muitos pesquisadores os telefones celulares possam parecer um objeto de estudo carente de legitimidade, em comparação a outros de maior visibilidade e tradição na Antropologia, como os estudos de recepção televisiva ou, mais recentemente, a Internet. Além disso, há que se considerar os desafios metodológicos que, como bem lembra Livingstone (2007) colocam-se no estudo das tecnologias móveis: o telefone celular, enquanto mídia, é tanto um objeto quanto um texto; e para ambos, é preciso considerar os contextos envolvidos. Entretanto, acredito que o constante florescimento de toda uma literatura sobre a apropriação e consumo de telefones celulares (especialmente por parte de pesquisadores dos chamados países de “Primeiro Mundo”) e, mesmo, com a recente adesão ao campo de pesquisadores importantes, como Manuel Castells, dê testemunho da visibilidade que os telefones celulares têm adquirido nos últimos cinco anos como objeto de pesquisa, bem como da crescente percepção de sua centralidade para a compreensão da vida social na contemporaneidade. Como também procurei mostrar no primeiro capítulo, as dimensões culturais do consumo de telefones celulares são fortemente marcadas pelas questões do global e do local. Um tecno-objeto globalizado, como o telefone celular, é apropriado de forma culturalmente significativa, deixando-se impregnar pelos contextos culturais locais. Nesse sentido, as especificidades não somente culturais, mas também políticas e econômicas dos chamados “países em desenvolvimento” ou mesmo do “*global south*”, têm motivado estudos em torno da associação do consumo de telefones celulares com projetos de desenvolvimento, bem como de sua utilização em projetos de inclusão social e digital, como mostrei através do recurso à algumas fontes jornalísticas.

Na fase de desenho metodológico da pesquisa, preocupei-me em pensar possibilidades de recortar um objeto que se mostrava pleno de possibilidades investigativas. Em princípio, um estudo comparativo entre camadas médias e populares pareceu-me a melhor estratégia para traduzir empiricamente a tarefa a que me propunha; e cheguei mesmo a iniciar entrevistas também com indivíduos de camadas médias em uma primeira fase de trabalho de campo. Entretanto, as limitações de tempo e recursos, inerentes a um curso de doutorado, levaram-se a optar pelo foco nas camadas populares – da qual resultou uma rica etnografia, que acredito ter conseguido revelar nos capítulos etnográficos da tese. Ainda assim, como de qualquer forma estudos sobre os telefones celulares nas ciências humanas e sociais são escassos no Brasil, penso que maiores

estudos sobre camadas médias, ou mesmo estudos de caráter comparativo, seriam de grande valia para a consolidação do campo no Brasil.

Feita a opção pelas camadas populares, realizei o trabalho de campo em um bairro popular de Florianópolis, que neste estudo chamei de “Morro São Jorge” para proteger o anonimato dos participantes da pesquisa. Adotei como estratégia metodológica a combinação de uma etnografia no sentido mais clássico do termo, com o movimento de colocar o material etnográfico do São Jorge em diálogo com contextos culturais mais amplos. Assim, argumentei na primeira parte do capítulo três, onde reflito sobre os desafios que a globalização coloca para o trabalho de campo e a produção etnográfica (já que os telefones celulares são um artefato globalizado) que este estudo constitui o que Marcus (1998) denomina “etnografia estrategicamente situada”. Não se trata de uma etnografia multissituada, já que a presença física da pesquisadora se concentrou no Morro São Jorge; mas tampouco é uma etnografia estritamente clássica, que tende a isolar o campo de pesquisa de outros contextos, tomando-o como todo homogêneo. Seguindo o autor, argumento que o campo de pesquisa do São Jorge é local apenas circunstancialmente; ao incluir neste estudo, por exemplo, uma análise de todo um imaginário sobre ligações a cobrar presente na música popular brasileira, motivada por meus achados etnográficos na comunidade pesquisada, acredito ter alcançado uma compreensão mais ampla de meu objeto de estudo em termos etnográficos.

Por que estudar as dimensões culturais do consumo de telefones celulares nas camadas populares? Um primeiro argumento pode ser estatístico, como mostrei no início do capítulo cinco – no Brasil, oitenta por cento dos acessos aos serviços de telefonia móvel pessoal (SMP) são pré-pagos; e, desde 1998, ano da privatização das telecomunicações, mais de cem milhões de brasileiros passaram a usar telefones celulares. De que forma os telefones celulares estavam mudando a vida dessas pessoas? Informada que estava pela literatura antropológica mais clássica, bem como por toda a recente produção em torno do tema dos impactos dos telefones celulares na sociedade e cultura contemporâneas, entretanto, eu buscava respostas para questões mais amplas do que as de caráter mais utilitário, como por exemplo as discutidas pelos estudos denominados pela sigla inglesa *M4D* (*Mobiles for Development*). Sem negar ingenuamente a relevância de tais reflexões, este estudo propôs-se a ir além de questões como o papel dos telefones celulares na geração de renda e na inclusão social/digital.

E o que o encontro etnográfico com os habitantes do São Jorge revelou, de fato, foi toda uma gama de temáticas antropologicamente fascinantes, relacionadas ao consumo de telefones celulares, que surgiam do relato daqueles que se tornaram meus interlocutores. Interlocutores esses que, se incluíam adolescentes e adultos jovens como a maior parte dos estudos sobre celulares realizados na América do Norte (por exemplo, CARON; CARONIA, 2007) e na Europa (LING, 2004; FORTUNATI, 2002) foram em grande parte adultos com mais de trinta anos de idade. O investimento de significados feito nos processos de consumo, sua reverberação nas percepções de si e do outro, as relações entre gêneros e gerações, as relações entre celulares e o exercício das emoções, bem como seu papel na construção de um modelo de masculinidade entre os jovens do São Jorge, foram temas que, a partir do trabalho de campo, foram traduzidos analiticamente no texto etnográfico pela ótica da teoria antropológica. Nos próximos parágrafos, revisito alguns dos achados etnográficos mais marcantes.

O capítulo quatro revela a complexa gama de significados investidos nos telefones celulares pelos moradores do Morro São Jorge, em seus processos cotidianos de consumo tecnológico. Inspirada pela abordagem da domesticação da tecnologia (SILVERSTONE, 2006), bastante utilizada em estudos de apropriação tecnológica no ambiente doméstico, e que foi reatualizada para o estudo de tecnologias móveis, como os telefones celulares, por Haddon (2003), mostro que para os moradores do Morro São Jorge os telefones celulares funcionam como uma instância de mediação simbólica entre o global e o local. Nesse registro, os telefones celulares são apropriados simbolicamente enquanto ícones de modernidade, constituindo uma ligação efetiva com a lógica do tempo acelerado e perpetuamente conectado da contemporaneidade. É nesse sentido que os telefones celulares constituem uma forma de, nas palavras de meus interlocutores, “estar no tempo”: ou seja, possuir um telefone celular significa estar, de alguma forma, incluído nas vastas mudanças tecnológicas tão características da modernidade.

Entretanto, ao lado do investimento simbólico, há também os usos de caráter mais pragmático. Uma das respostas mais frequentes sobre a razão de se ter um telefone celular, no São Jorge, era “para ser localizado”. Se, de um lado, os contatos mais frequentes são com as redes de sociabilidade mais próximas (família, amigos), de outro, a posse de um telefone celular pode significar uma possibilidade real de geração de renda, ou de melhoria nas condições de vida, ou no reconhecimento como cidadão e consumidor. Muitos interlocutores

atestaram que possuir um número de telefone celular é requisito básico a fornecer no ato de preenchimento de uma ficha de emprego, ou no cadastro para comprar a crediário em uma loja. Igualmente, dado que a maioria não possui telefone fixo, o telefone celular funciona como mediador entre os habitantes e as redes de proteção social do governo. Assim, é constante a preocupação em manter o telefone celular sempre carregado – para não perder a ligação que pode trazer o sonhado emprego, ou a chamada da assistente social que está tratando do cadastro para a reforma da casa. Nesse registro, Sorj (2003), escrevendo sobre as relações entre cidadania e tecnologias de comunicação e informação entre camadas populares, observou que possuir um endereço de e-mail equivale a possuir um endereço de moradia (no sentido de um “local”, senão físico mas virtual, no qual a pessoa possa ser localizada). Sua falta condena ao isolamento social e cada vez mais constitui condição de cidadania, de um *existir no mundo e para o mundo*. No caso do São Jorge, a mesma analogia do “e-mail como moradia” é possível em relação aos telefones celulares, como mostram os exemplos acima. E é nesse jogo entre duas categorias fundamentais para pensar a modernidade que surge o título desta tese. A categoria tempo (“estar no tempo”) e a categoria espaço (“estar no mundo”), surgem na fala dos moradores do São Jorge como modos fundamentais de relacionamento com seus telefones celulares.

No capítulo cinco, argumento que a posse de um telefone celular não é o mesmo que seu uso, mostrando como os habitantes do São Jorge valem-se de estratégias e táticas, no sentido de DeCerteau (1994) para um consumo que inclui o uso da criatividade. Como enquadre teórico que ilumina as práticas de consumo que buscam fazer frente aos constrangimentos econômicos provocados pelo alto custo dos serviços de telefonia móvel no Brasil, elegi uma abordagem teórica que dá conta das relações assimétricas de poder entre consumidores e produtores/provedores de aparelhos e serviços de telefonia. Com muitos pontos em comum com a abordagem da domesticação tecnológica da escola inglesa de estudos de mídia de Roger Silverstone (embora não citem autores) o enquadre teórico proposto por Bar, Pisani e Weber (2007) revela-se produtivo para pensar o consumo tecnológico em relação às dinâmicas culturais latino-americanas: assim, a categoria da *creolização* tecnológica revela os hibridismos culturais – enquanto estratégia para subverter o poder das operadoras, por exemplo - que perpassam a combinação *celular-orelhão*, bem como a prática de se fazer ligações a cobrar, ou a estratégia de usar o celular como um *celular pai-de-santo*.

Entre o capítulo cinco e o capítulo seis, lanço uma ponte entre os domínios dos aspectos econômicos e os domínios da corporalidade e do exercício das emoções nas práticas de consumo. Aqui, o telefone celular surge como uma tecnologia afetiva, que mobiliza produções identitárias – nas quais, muitas vezes, o celular se transforma, de mero instrumento de comunicação, em acessório de moda - e, além disso, transforma o aparelho celular em um *locus* de afetos e de memórias. Essa mirada sobre as emoções na relação de consumo traz a questão da humanidade dos objetos de nosso cotidiano. Miller (2001), nesse registro, evoca argumentos em favor de se pensar na humanidade do carro. No São Jorge, por sua vez, o que observei foi a ligação emocional e humanizadora com o telefone celular que, principalmente para as mulheres, é expressada através do uso de termos como “companheiro”, “filho”, “amigo” e “guerreiro” na descrição da importância dos celulares em suas vidas. Curiosamente, para os homens, também ocorre de falar dos celulares como se fossem “filhos”, mas, nesse caso, para realçar seu papel como provedor da família – assim, o celular é aquele que precisa ser “sustentado” com sacrifício financeiro, como se faz com um filho.

O papel do telefone celular nas relações de gênero e entre gerações foi o tema do capítulo sete. Uma análise contemplando celulares e relações de gênero, embora não fizesse parte das inquietações iniciais em relação ao objeto de estudo, foi se revelando cada vez mais necessária conforme o trabalho de campo avançava e recebíamos, como resposta a uma das pergunta-chave do roteiro de entrevista (“para que ter um celular?”) respostas como a de minha interlocutora Helena: “para achar os maridos”. Aguçada a escuta etnográfica, nosso argumento, a partir da análise dos dados etnográficos, foi o de que o consumo de telefones celulares engendra micropolíticas do cotidiano que, especialmente entre os casais, pode refletir hierarquias tradicionais de gênero, mas também guarda o potencial para subvertê-las. Assim como no capítulo cinco, a prática do empréstimo de celulares também se revela nas dinâmicas das relações entre gêneros e gerações no São Jorge. Assim, ao contrário de argumentos presentes na literatura sobre consumo de celulares em contextos culturais norte-americanos e europeus (LING, 2004) nos quais o aparelho celular surge como um artefato de uso exclusivamente individual, o que observamos no São Jorge foi um uso, muitas vezes, coletivo e compartilhado. Pode-se, dessa forma, pedir emprestado o celular para se fazer uma ligação quando o próprio aparelho está sem créditos ou, como me mostraram as mulheres do São Jorge através de seus relatos saborosos, descobrir que muitos homens acobertam as infidelidades conjugais de amigos emprestando-

lhes o celular para que possam ligar para as amantes. Entre as mulheres, o que se observa é, ao contrário, uma grande preocupação em manter em privacidade o número de seu celular. Na última parte do capítulo, analisei o papel do consumo de música nos celulares (especialmente dos gêneros *rap* e *funk*) enquanto estratégia de performance de uma masculinidade hegemônica entre adolescentes e jovens adultos do Morro São Jorge. Nesse percurso, percebo, como coloca Kimmel (2004), a crescente relevância do consumo tecnológico (celulares, notebooks, etc) como elemento fundamental no modelo emergente de masculinidade hegemônica e globalizada. Assim, é por esse ângulo que interpretei a prática, freqüente entre os jovens do São Jorge, de ouvir música em volume alto no celular, sem fone de ouvido, ocupando desta forma o espaço sonoro em volta em espaços públicos. Sugeri pensar que tal ocupação equivale, em um conceito relativizado de corpo, a outro elemento presente no modelo de masculinidade hegemônica: a valorização do corpo viril e musculoso.

No último capítulo da tese, convidei o leitor a mergulhar em um mundo que, se de início me trouxe experiências de estranhamento, logo revelou achados etnográficos fascinantes: o das práticas tecno-espirituais. Este capítulo, no qual tratei da relação entre telefones celulares e a vivência da religiosidade entre evangélicos e umbandistas, foi fruto de achados de pesquisa um tanto quanto inesperados. Especialmente significativas, acredito, foram a constatação das tensões entre os pólos da modernidade e da tradição trazidas pela integração dos telefones celulares na vivência da religiosidade, bem como – no caso da umbanda – do papel das tecnologias móveis na disseminação do patrimônio imaterial dessa religião afro-brasileira, consubstanciado no uso do *bluetooth* pelos jovens *ogãs* do São Jorge e na prática de usar a imagem de São Jorge (Ogum, na umbanda) no celular como sinal de devoção e proteção. Acredito que a intensa convivência que tive, ao longo do trabalho de campo, com interlocutores evangélicos - e, especialmente, com os umbandistas, em outros contextos sociais no São Jorge, como o grupo de alfabetização para adultos – tenha favorecido convites a contextos de observação e à conseqüente formulação de análises que, de outra forma, acredito teriam passado despercebidas.

Fundamentalmente, inspirada pela visão do consumo como uma prática cultural e um processo dialético de interação entre pessoas e objetos, este estudo buscou, acima de tudo, realçar a riqueza e complexidade das dimensões materiais e simbólicas envolvidas nos processos cotidianos de consumo. Para além de discursos moralizantes que tomam o ato de consumir como marcado, ora pela futilidade, ora

como responsável pela desagregação do social, espero com este trabalho ter conseguido evidenciar que o consumo não desumaniza os agentes sociais em uma “sociedade consumista”. Através das estórias dos moradores do São Jorge com seus celulares, espero ter logrado sublinhar, ao longo das análises, a profunda humanidade intrínseca ao ato de consumir.

REFERÊNCIAS

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

ALMEIDA, Miguel Vale de. **Senhores de Si: uma interpretação antropológica da masculinidade.** Lisboa: Fim de Século, 1995.

ALVES, Carlos Eduardo Azen. **Um Estudo Sobre o Uso de Telefonia Celular nas Classes de Baixa Renda.** Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.

ANATEL. Brasil ultrapassa 121 milhões de celulares. 2008. Disponível em <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=15290> Acesso em: 08 abr. 2008.

ANATEL. **Relatório Anual 2008.** Brasília: Agência Nacional de Telecomunicações, 2008. Disponível em: <www.anatel.gov.br> Acesso em: 17 dez. 2009.

ANATEL VAI REFORÇAR FISCALIZAÇÃO DE CELULAR PRÉ-PAGO. **Portal G1**, 2009. Disponível em: <www.g1.com.br > Acesso em: 16 jan. 2010.

APPADURAI, Arjun. Introduction: commodities and the politics of value. In: APPADURAI, Arjun (org.). **The Social life of things: commodities in cultural perspective.** Cambridge: Cambridge University Press, 1986, p. 3-63.

__. Disjunção e diferença na economia cultural global. In: FEATHERSTONE, Mike (org.). **Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade.** Petrópolis (RJ): Vozes, 1999, p. 311 – 327.

__. **Modernity at Large: cultural dimensions of globalization.** Minnesota University Press, 1998.

ARAGÃO, Marianna. Ligação no celular (quase) de graça. **O Estado de**

São Paulo, 16 dez. 2009. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br>> Acesso em: 14 jan. 2010.

ARCHAMBAULT, Julie Soleil. Being cool or being good: researching mobile phones in Mozambique. **Anthropology Matters**, vol. 11, no. 2, 2009. Disponível em: <www.anthropologymatters.com> Acesso em: 20 out. 2009.

BANKS, Ken. And Then Came the Nigerian Elections: the story of Frontline SMS. **Stanford Journal of African Studies**, spring/fall 2007. Disponível em: <www.kiwanja.net> Acesso em: 20 dez. 2009.

BAR, François; PISANI, Francis; WEBER; Matthew. Mobile technology appropriation in a distant mirror: baroque infiltration, creolization and cannibalism. In: **Seminário sobre Desarrollo Económico, Desarrollo Social y Comunicaciones Móviles en América Latina**. Buenos Aires: Fundación Telefónica, 2007. Disponível em: <<http://abaporu.net>> Acesso em: 20 ago. 2009.

BARBOSA, Lúvia; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, Lúvia; CAMPBELL, Colin (orgs.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 21 – 36.

BARBOSA, Lúvia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BARBOSA, Lúvia; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, Lúvia; CAMPBELL, Colin (orgs.). **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BARROS, Carla. **Trocas, hierarquia e mediação**: as dimensões culturais do consumo em um grupo de empregadas domésticas. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Instituto de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, COPPEAD, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

BARROS, Carla. Apropriações de tecnologias digitais e usos de celulares nas camadas populares. In: **Anais do XIV Congresso Brasileiro de Sociologia**. Rio de Janeiro, 2009. 1CD.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2003.

BARZILAI-NAHON, Karine.; BARZILAI, Gad. Cultured technology: Internet and religious fundamentalism. **Information Society**, ano 21, n. 1, p. 25-40, ago. 2005.

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

BAUDRILLARD, Jean 1981. A Sociedade de Consumo. Lisboa: Edições 70.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BELL, Genevieve. The age of the thumb: a cultural reading of mobile technologies from Asia. In: GLOTZ, Peter; BERTSANI, Stefan; LOCKE, Cris (orgs.). **Thumb Culture: the meaning of mobile phones for society**. Bielefeld, Germany: Transcript Verlag, 2005.

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

BONETTI, Alinne; FLEISCHER, Soraya. Diário de campo: (sempre) um experimento etnográfico-literário? IN: BONETTI, Alinne; FLEISCHER, Soraya (orgs.). **Entre Saias Justas e Jogos de Cintura**. Florianópolis/Santa Cruz do Sul: Editora Mulheres/EDUNISC, 2007.

BORELLI, Silvia Helena Simões; ROCHA, Rose de Melo. Juventudes, mídiatizações e nomadismos: a cidade como arena. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, vol. 5, nr. 13, p. 27-40, jul.2008.

BOURDIEU, Pierre. **La Distinction: critique sociale du jugement**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1979.

BRUNO, Fernanda. Mediação e Interface: incursões tecnológicas nas

fronteiras do corpo. In: FRAGA DA SILVA, Dinorá; FRAGOSO, Suely (orgs.). **Comunicação na Cibercultura**. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2001.

CALDERARI, Juliana. Bota o fone, por favor! **Folha de São Paulo**, Caderno Folhateen, 9 fev. 2009.

CAMPBELL, Colin. A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAMPBELL, Heidi. Texting the faith: religious users and cell phone culture. In: KAVOORI, Anandam; ARCENEUX, Noah (orgs.). **The cell phone reader: essays in social transformation**. New York: Peter Lang Publishing, 2006, p. 139-154.

CARDOSO, Ruth. Aventuras de antropólogos em campo ou como escapar das armadilhas do método. In: CARDOSO, Ruth (org.). **A Aventura Antropológica: teoria e pesquisa**. 4^a. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1986.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. **O Trabalho do Antropólogo**. 2. ed. Brasília: Paralelo 15; São Paulo: Editora UNESP, 2000.

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

CARVALHO, Morillo. Internet é mais cara nos países pobres do que nos ricos, afirma especialista. **Portal Inclusão Digital**, 2007. Disponível em: <<http://www.inclusaodigital.gov.br/inclusao/noticias>> Acesso em: 13 jan. 2010.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Identidade**. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.2). São Paulo: Paz e Terra, 1999.

__. Afterword. In: KATZ, James E. **Handbook of Mobile Communication Studies**. Cambridge: MIT Press, 2008, p. 447-451.

CASTELLS, Manuel; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, Mireia; QIU, Jack Linchuan; SEY, Araba. **Mobile Communication and Society: a global perspective**. Cambridge: MIT Press, 2007.

CECCHETTO, Fátima Regina. Galeras funk cariocas: os bailes e a constituição do ethos guerreiro. In: ZALUAR, Alba; ALVITO, Marcos (orgs.). **Um Século de Favela**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1998. p. 145-165.

_____. **Violência e Estilos de Masculinidade**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.

CHISLENKO, Alexander. **Legacy Systems and Functional Cyborgization of Humans**. 1995. Disponível em: <http://www.eff.org/Net_culture/Cyborg_anthropology/are_you_a_cyb_org.article>. Acesso em: 20 jul. 2006.

CLIFFORD, James. **The Predicament of Culture: twentieth century ethnography, literature and art**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1988.

_____. Spatial practices: fieldwork, travel, and the disciplining of anthropology. In: CLIFFORD, James. **Routes – travel and translation in the late twentieth century**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1997.

CLIFFORD, James; MARCUS, George (orgs.). **Writing Cultures: the poetics and politics of ethnography**. Berkeley: University of California Press, 1986.

CRUZ, Renato. Levi-Strauss terá celular xavante. **O Estado de São Paulo**, 18 set. 2005. Disponível em: <http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=4932> Acesso em 02 jun. 2007.

CRUZ, Renato. Consumidor usa vários chips para economizar. **O Estado de São Paulo**, 19 abr. 2009. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br> > Acesso em: 14 jan. 2010.

CRUZ, Valdo; RODRIGUES, Fernando. Governo define salário mínimo de R\$ 510,00 para 2010. **Folha de São Paulo**, 22 dez. 2009. Disponível

em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro>> Acesso em: 10 fev. 2010.

DAMATTA, Roberto. O Ofício de Etnólogo, ou como ter “anthropological blues”. In: NUNES, Edson (org.). **A Aventura Sociológica**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

DeCERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia. Vol. 3**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1996.

DIRKS, Nicholas B., ELEY, Geoff, ORTNER, Sherry. Introduction. In: DIRKS, Nicholas B., ELEY, Geoff, ORTNER, Sherry (orgs.). **Culture, Power, History: A Reader in Contemporary Social Theory**. Princenton: University of Princenton Press, 1994.

DONNER, Jonathan. User-led innovations in mobile use in sub-Saharan Africa. **Receiver**, nr. 14, 2005. Disponível em: <<http://www.receiver.vodafone.com>> Acesso em: 18 ago. 2009.

__. Shrinking fourth world? Mobiles, development, and inclusion. In: KATZ, James E. (org.). **Handbook of Mobile Communication Studies**. Cambridge: MIT Press, 2008a, p. 29-42.

DONNER, Jonathan. Research approaches to mobile use in the developing world: a review of the literature. **The Information Society**, vol. 24, nr. 3, may 2008b. Disponível em: <www.jonathandonner.com> Acesso em: 20 dez. 2009.

DONNER, Jonathan; VERCLAS, Katrin; TOYAMA, Kentaro. Reflections on Mobile Active 2008 and the M4D landscape. Paper presented at Mobile Active 2008 Congress, Johannesburg, South Africa, 2008. Disponível em: <www.jonathandonner.com> Acesso em: 20 dez. 2009.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

DOUGLAS, Mary. **Pureza e Perigo**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

DUARTE, Luiz Fernando Dias. **Da vida nervosa nas classes trabalhadoras urbanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

DURHAM, Eunice. A pesquisa antropológica com populações urbanas: problemas e perspectivas. In: CARDOSO, Ruth (org.). **A Aventura Antropológica: teoria e pesquisa**. 4^a. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1986.

__. Malinowski: uma nova visão da antropologia. In: THOMAZ, Omar Ribeiro (org.). **A Dinâmica da Cultura: ensaios de antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

DUMONT, Louis. **O Individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna**. Rio de Janeiro: Rocco, 1985.

ECKERT, Cornelia; ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. **O Tempo e a Cidade**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2005.

EGLASH, Ron. Technology as material culture. In: TILLEY, Christopher; KEANE, Webb; KÜCHLER, Susanne; ROWLANDS, Michael; SPYER, Patrícia (orgs.). **Handbook of Material Culture**. London: Sage, 2006, p. 329 – 340.

ELIAS, Norbert. **A Sociedade de Corte**: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

ELLWOOD-CLAYTON, Bella. Unfaithful: reflections of enchantment, disenchantment... and the mobile phone. In: HÖFLICH, Joachim; HARTMANN, Maren (orgs.). **Mobile Communication in Everyday Life**: ethnographic views, observations and reflections. Berlim: Frank & Timme, 2006, p. 123 – 144.

EVANS-PRITCHARD, E.E. Trabalho de campo e tradição empírica. In: **Antropologia Social**. Lisboa: Ed. 70, 1978.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERRARIS, Maurizio. Uma filosofia do celular ou os avatares que este meio de comunicação está introduzindo em nossas vidas. Entrevista

concedida a Tomás Vasquez Arrieta. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, vol. 5, nr. 12, p. 151-166, mar. 2008.

FISCHER, Claude. **América Calling: a social history of the telephone to 1940**. Berkeley: University of California Press, 1992.

FONSECA, Claudia. **Família, fofoca e honra: etnografia de relações de gênero e violência em grupos populares**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2000.

FONSECA, Claudia. Cavalo amarrado também pasta: honra e humor em um grupo popular brasileiro. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n.15, ano 6, 1991. p. 27-39.

FONSECA, Claudia. Quando cada caso NÃO é um caso: pesquisa etnográfica e educação. **Revista Brasileira de Educação**, nr. 10, jan-abr. 1999, p. 58-78.

FOOTE-WHYTE, William. **Sociedade de Esquina: a estrutura social de uma área urbana pobre e degradada**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

FORTUNATI, Leopoldina. Italy: stereotypes, true and false. In: KATZ, James E.; AAKHUS, Mark (eds.). **Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance**. Cambridge: Cambridge University Press, 2002, p. 42-62.

FOUCAULT, Michel [1975]. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**. 35ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

FOUCAULT, Michel. **As Palavras e as Coisas**. 7ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

FREITAS, RICARDO. Religiões afro-derivadas em rede: mídia alternativa para minorias étnico-raciais, religiosas e nacionais nos EUA. In: TRIVINHO, Eugênio; KISHIMOTO, André Franzosi; LIMA, Paulo Alves de. **Anais do Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura**. São Paulo: CENCIB/PUC-SP, CAPES, 2008. Disponível em: <<http://www.cencib.org/simposioabciber>> Acesso em: 14 jan. 2010.

FRUET, Henrique; MANSUR, Alexandre. A nova geração conectada. **Época**, São Paulo, ano 9, 1 ago. 2006.

GARCÍA-CANCLINI, Nestor. **A Globalização Imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.

GASTALDO, Édison. A forja do Homem de Ferro: a corporalidade nos esportes de combate. In: LEAL, Ondina Fachel (org.). **Corpo e significado: ensaios de antropologia social**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1995. p. 207- 225.

____. "O complô da torcida": futebol e performance masculina em bares. **Horizontes Antropológicos**, Dez 2005, vol.11, no.24, p.107-123.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1989.

____. **Nova Luz Sobre a Antropologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

____. **Obras e Vidas: o antropólogo como autor**. 2^a. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

____. **Local Knowledge**. New York: Basic Books, 1983.

____. An Inconstant Profession: the anthropological life in interesting times. **Annual Review of Anthropology**, n. 31, p. 1 – 19, 2002.

GINSBURG, Faye D.; ABU-LUGHOD, Lila; LARKIN, Brian. **Media Worlds: anthropology on new terrain**. Los Angeles: University of California Press, 2002.

GIOBELLINA BRUMANA, Fernando. El etnólogo y sus fantasmas. In: **Sonãndo con los Dogon – en los orígenes de la etnografía francesa**. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2005.

____. **Sentidos de la Antropologia. Antropologia de los sentidos**. Cádiz: Universidad, Servicio de Publicaciones, 2003.

GIUMBELLI, Emerson. Para além do “trabalho de campo”: reflexões supostamente malinowskianas. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**,

vol. 17, nr. 48, fevereiro de 2002.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

GOLDMAN, Márcio. Uma Categoria do Pensamento Antropológico: a noção de pessoa. **Revista de Antropologia**, São Paulo, USP, vol. 39, n.1, p. 84-107, 1996.

GOMES DE LIMA, Lúcio Flávio. **Subjetividade e novas tecnologias: um estudo da mediação tecnológica, de telefones celulares, nas interações de jovens**. 2006. 152f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. 2006. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br> Acesso em: 18 jul. 2009.

GOVERNO DESISTE DE CRIAR O BOLSA-CELULAR. **Portal G1**, 11 nov. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL1382643-5598,00-GOVERNO+DESISTE+DE+CRIAR+O+BOLSA+CELULAR.html>> Acesso em: 10 jan. 2010.

GROSSI, Miriam Pillar. Masculinidades: uma revisão teórica. **Antropologia em Primeira Mão**, v. 75, p. 1-37, 2004. Disponível em: <http://www.antropologia.ufsc.br>. Acesso em 12 jun. 2009.

GROSSI, Miriam. Na busca do “outro”, encontra-se a “si mesmo”. IN: **Trabalho de Campo e Subjetividade**. Florianópolis: Laboratório de Antropologia, Grupo de Estudos de Gênero e Subjetividade, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social/UFSC, 1992.

GUPTA, Akhil; FERGUSON, James. Culture, Power, Place: ethnography at the end of an era. In: GUPTA, Akhil; FERGUSON, James (orgs). **Culture, Power, Place: explorations in critical anthropology**. Duke University Press, 1997.

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, USA: 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**, 46 (1), 2008, p. 87 – 109.

HANNERZ, Ulf. Being there...and there...and there! Reflections on multi-site ethnography. **Ethnography**, 4(2): p. 201-216, 2003.

__. Fluxos, Fronteiras, Híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional. **Mana**, 3 (1), p. 7 - 39, 1997.

HARAWAY, Donna J. A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century. In: HARAWAY, Donna J. **Simians, Cyborgs, and Women: the reinvention of nature**. New York: Routledge, 1991.

HARTMANN, Maren. The triple articulation of ICTs. Media as technological objects, symbolic environments and individual texts. In: BERKER, T; HARTMANN, Maren; PUNIE, Y; WARD, K. (eds.). **Domestication of Media and Technologies**. Milton Keynes, Reino Unido: Open University Press, 2006, p. 80-102.

HARVEY, David. **A Condição Pós-Moderna**. 12^a. ed. São Paulo: Ed. Loyola, 2003.

HINE, Christine. Virtual ethnography. Conference Proceedings of Internet Research and Information for Social Scientists, 25-27 March 1998, Bristol, UK. Disponível em: <http://www.sosig.ac.uk/iriss/papers/paper16.htm> Acesso em: 20 jun. 2007.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. London: Sage Books, 2000.

HORST, Heather; MILLER, Daniel. From kinship to link-up: the cell phone and social networking in Jamaica. **Current Anthropology**, 46 (5), p. 755-778.

HORST, Heather; MILLER, Daniel. **The Cell Phone: an Anthropology of Communication**. Oxford; Berg, 2006.

HORST, Heather. Media Practices in Brazil, part V: mobile phones. **Futures of learning**. Irvine, California: Annenberg Center of

Communication, 2009. Disponível em: <http://futuresoflearning.org/index.php/Firda_08/tag/brazil> Acesso em: 02 jul 2009.

__. Book review of Mobile Communication and Society. **Futures of learning**. Irvine, California: Annenberg Center of Communication, 2008. Disponível em: <<http://futuresoflearning.org>> Acesso em: 02 jul 2009.

IBGE. PNAD 2005-2008 (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios). **Acesso à Internet e Posse de Telefone Móvel para Uso Pessoal 2008**. Rio de Janeiro: IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), 2009. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2008/internet.pdf>> Acesso em: 18 jan. 2010.

INGOLD, Tim et alii. Human worlds are culturally constructed. In: INGOLD, Tim (org.). **Key Debates in Anthropology**. London/New York: Routledge, 1998.

ITO, Mizuko. Mobile phones, Japanese youth, and the re-placement of social contact. In: LING, Rich; PEDERSEN, Per E. (eds.). **Mobile communications: re-negotiation of the social sphere**. London and New York: Springer, 2005, p. 131 – 147.

ITO, Mizuko. Introduction: personal, portable, pedestrian. In: ITO, Mizuko; OKABE, Daisuke; MATSUDA, Misa (eds.). **Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life**. Chicago: The MIT Press, 2005b, p. 1-16.

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

KATZ, James E.; AAKHUS, Mark (eds.). **Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance**. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

KATZ, James E.; AAKHUS, Mark. Conclusion: making meaning of mobiles – a theory of Apparategeist. In: KATZ, James E.; AAKHUS, Mark (eds.). **Perpetual contact: mobile communication, private talk,**

public performance. Cambridge: Cambridge University Press, 2002, p. 301 – 318.

KATZ, James E.; SUGIYAMA, Satomi. Mobile Phones as Fashion Statements: the Co-creation of Mobile Communication's Public Meaning. In: LING, Rich; PEDERSEN, Per E. (orgs.). **Mobile communications: re-negotiation of the social sphere**. New York: Springer, 2005, p. 63-81.

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

KATZ, James E. (org.). **Handbook of Mobile Communication Studies**. Cambridge: MIT Press, 2008.

KAVOORI, Anandam; CHADA, Kalyani. The cell phone as a cultural technology: lessons from the Indian case. IN: KAVOORI, Anandam; ARCENEUX, Noah. **The Cell Phone Reader: essays in social transformation**. New York: Peter Lang, 2006, p. 19 – 44.

KIMMEL, Michael S. Globalization and its mal(e)contents – the gendered moral and the political economy of terrorism. In: KIMMEL, Michael S.; HEARN, Jeff; CONNELL, Raewyn (eds.). **Handbook of studies on men & masculinities**. London and New York: Sage, 2004.

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.

LATOUR, Bruno. **Ciência em Ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora**. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

LASEN, Amparo; HAMIL, Lynne. Mobile world: past, present, and future. New York, Springer, 2005.

LASEN, Amparo. **Affective Technologies: emotions and mobile phones**. Surrey: The Digital World Research Centre, 2004. Disponível em: <www.surrey.ac.uk/dwrc/Publications/AllPubs.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2006.

LEACH, Edmund. **Sistemas Políticos da Alta Birmânia**. São Paulo: EDUSP, 1996.

LÉVI-STRAUSS, Claude. Introdução à obra de Marcel Mauss. In: MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

LE BRETON, David. Adeus ao Corpo. In: NOVAES, Adauto (org.) **O Homem-máquina: a ciência manipula o corpo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

LEMISH, Dafna; COHEN, Akiba. On the gendered use of mobile phone culture in Israel. **Sex Roles**, 52 (7/8), Abr. 2005, p. 511 – 521. Disponível em <www.springerverlag.com>. Acesso em: 20 jan. 2010.

LEMONS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos dispositivos híbridos móveis de conexão multirredes (DHMCM). **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, vol. 4, nr. 10, p. 23-40, jul.2007.

LEMONS, André. Mobile communication and new sense of places: a critique of spacialization in cyberculture. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 16, p. 91-108, dez. 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

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

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**. São Paulo, Companhia das Letras, 1991.

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

_____. "I have a free phone so I don't bother to send SMS, I call" – The gendered use of SMS among adults in intact and divorced families. In: HÖFLICH, Joachim; HARTMANN, Maren (orgs.). **Mobile Communication in Everyday Life: ethnographic views, observations**

and reflections. Berlim: Frank & Timme, 2006.

LUKES, Steven. Conclusion. In: CARRITHERS, M. et alii. (orgs.). **The Category of Person: anthropology, philosophy, history**. Cambridge: Cambridge University Press, 1985, p. 282-303.

McCRACKEN, Grant. Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné, Melanésia**. São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MARCUS, George. The Uses of Complicity in the Changing Mise-en-Scène of Anthropological Fieldwork. In: ORTNER, Sherry B. (org.). **The Fate of "Culture": Geertz and Beyond**. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1999.

MARCUS, George E. e FISCHER, Michael. **Anthropology as Cultural Critique: An Experimental Moment in the Human Sciences**. Chicago: The University of Chicago Press, 1986.

_____. Ethnography in/of the World System: the emergence of multi-sited ethnography [1995]. In: MARCUS, George. **Ethnography Through Thick and Thin**. Princeton: Princeton University Press, 1998.

_____. Multi-sited Ethnography: Five or Six Things I Know About It Now. Trabalho apresentado no **Problems and Possibilities in Multi-sited Ethnography Workshop**, 27-28 junho 2005. University of Sussex, 2005. Disponível em [www.seweb.uci.edu/cls/research/workinggroup/ufiles/Five or Six.pdf](http://www.seweb.uci.edu/cls/research/workinggroup/ufiles/Five%20or%20Six.pdf) Acesso em: 18 jun. 2007.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil**. São Paulo: Loyola, 1999.

MARIZ, Cecília Loreto. **Coping with poverty: pentecostals and christian base communities in Brazil**. Philadelphia: Temple University Press, 1994.

MARKMAN, Jon. Cell phones are the new cigarettes. **MSN Money**, 19 out. 2006. Disponível em: <www.msnmoney.com> Acesso em: 20 jan. 2008.

MARQUES, Gerusa. Anatel quer proibir bloqueio de aparelho celular. **O Estado de São Paulo**, 13 jan. 2010. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br>> Acesso em: 12 jan. 2010.

MARVIN, Carolyn. **When Old Technologies Were New: thinking about electric communication in the late nineteenth century**. New York: Oxford University Press, 1988.

MAUSS, Marcel. Uma categoria do espírito humano: a noção de pessoa, a noção do “eu”. [1938]. In: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Edusp, 1974, vol. 1, p. 207-241.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. In: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 10^a ed. São Paulo: Cultrix, 1995.

MENDONÇA, Paula. O Brasil após a privatização das telecomunicações. **Guiando Telecom**, 2010. Disponível em: <www.guiandotelecom.com.br> Acesso em: 20 jan. 2010.

MILLER, Daniel. **Material Culture and Mass Consumption**. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

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.

MILLER, Daniel (org.). **Car cultures**. Oxford: Berg, 2001.

MILLER, Daniel. **Teoria das Compras**. São Paulo: Nobel, 2002.

MILLER, Daniel. Coca-Cola: a black sweet drink from Trinidad. In: MILLER, Daniel (org.). **Material Cultures: why some things matter**.

London: University College London Press, 1997.

MILLER, Daniel. Pobreza da Moralidade. **Antropolítica**, nr. 17, p. 21-43, 2 sem. 2004.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul/dez. 2007.

MILLER, Daniel; SLATER; Don. **The Internet: an ethnographic approach**. Oxford: Berg, 2000.

MING, Laura. Viva a Alta Rotatividade. **Veja**, São Paulo, ano 41, ed. 1505, nr. 180, abr. 2006, p. 96.

MOORE, Henrietta L. Anthropological theory at the end of the century. In: MOORE, Henrietta (org.). **Anthropological Theory Today**. Cambridge: Polity, 1999.

NAFUS, Dawn; TRACEY, Karina. Mobile phone consumption and concepts of personhood. In: KATZ, James E.; AAKHUS, Mark (eds.). *Perpetual contact: mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002, p. 206 – 221.

NASCIMENTO, Francisca Silva do. **Os Últimos Serão dos Primeiros: uma análise sociológica do uso do telefone celular**. 2004. 133f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2004. Texto completo enviado por correio eletrônico.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Jovens e celulares: a cultura do atalho e da sociabilidade instantânea. In: ROCHA, Everardo; ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda (orgs.). *Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens*. Rio de Janeiro: PUC-Rio : Mauad Ed., 2006, p. 53 – 70.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Celulares: a emergência de um novo tipo de controle materno. **Psicologia & Sociedade**, 18(3), set/dez. 2006, p. 88-96. Disponível em: <www.scielo.com> Acesso em: 20 jan. 2010.

__. Celulares: um “presente do céu” para mães de jovens. **Psicologia &**

Sociedade, 19 (3), p.108 – 116, 2007.

NINIO, Marcelo. Telefonía no Brasil está entre as mais caras. **Folha de S. Paulo**, Caderno Dinheiro, 2 mar. 2009, p. B3.

OKABE, Daisuke; ITO, Mizuko. Keitai in Public Transportation. In: ITO, Mizuko; OKABE, Daisuke; MATSUDA, Misa (eds.). **Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life**. Chicago: The MIT Press, 2005. p. 205-217.

OLIVEIRA, Jane Souto de; MARCIER, Maria Hortense. “A palavra é: favela”. IN: ZALUAR, Alba; ALVITO, Marcos (orgs.). **Um Século de Favela**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

ORTNER, Sherry B. Theory in Anthropology since the Sixties. In: DIRKS, Nicholas B., ELEY, Geoff, ORTNER, Sherry (orgs.). **Culture, Power, History: A Reader in Contemporary Social Theory**. Princeton: University of Princeton Press, 1994.

PELLANDA, Eduardo Campos. Mobile communication: the Brazilian paradox. **Wi: Journal of Mobile Media**, nr.3, summer 2009. Disponível em: <<http://wi.hexagram.ca>> Acesso em: 14 ago. 2009.

PEIRANO, Mariza. **A Favor da Etnografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1995.

—. **Uma antropologia no plural: três experiências contemporâneas**. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 1992.

PEREIRA, Vinícius Andrade. Reflexões sobre as materialidades dos meios: embodiment, afetividade e sensorialidade nas dinâmias de comunicação das novas mídias. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, Unisinos, vol. 8, nr. 2, p. 93-101, 2006.

PEREIRA, Vinícius Andrade. Marshall McLuhan, o conceito de determinismo tecnológico e os estudos dos meios de comunicação contemporâneos. **Unirevista**, vol.1, nr. 3, jul. 2006. Disponível em: <www.unisinos.unirevista.br> Acesso em: 20 out. 2009.

PEREIRA, José César. 2010. Comunicação pessoal .

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

PERTIERRA, Raul. Mobile phones, identity and discursive intimacy. **Human Technology – an interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments**, vol 1 (1), abr. 2005, p. 23 – 44. Disponível em <www.humantechnology.jyu.fi> Acesso em: 20 abr. 2007.

PINTO, Michele de Lavra; PACHECO, Janie. Consumo, moralismo e o programa Bolsa-Família: padrões e percepções de um grupo de baixa renda. IN: PINTO, Michele de Lavra; PACHECO, Janie (orgs.). **Juventude, Consumo e Educação 2**. Porto Alegre: ESPM, 2009.

PLANT, Sadie. On the Mobile. 2002. Disponível em: <www.motorola.com> Acesso em: 27 ago. 2009.

POMBO QUE LEVAVA CELULAR PARA PRESOS É CAPTURADO NO INTERIOR DE SP. **Portal G1**, 28 abr. 2009. Disponível em: <www.g1.com.br> Acesso em: 14 jan. 2010.

PRANDI, Reginaldo. **Segredos guardados: orixás na alma brasileira**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

PROJETO DE INCLUSÃO AMPLIA USO DE TECNOLOGIAS MÓVEIS. **Pauta Social**, 27 mai. 2008. Disponível em: <www.pautasocial.com.br> Acesso em: 14 jan. 2010.

RABINOW, Paul. **Antropologia da razão: ensaios de Paul Rabinow**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999

RADCLIFFE-BROWN, A. R. Preface [1940]. In: FORTES, Meyer; EVANS-PRITCHARD, E. E. **African Political Systems**. Oxford: Oxford University Press, 1975.

REGIS, Fátima. A Subjetividade Ciber: ciborgues, ciberespaço e cyberpunk. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. São Leopoldo/RS, UNISINOS, vol. 4, n.2, p. 60-77, 2002.

RHEINGOLD, Howard. *Smart mobs: the next social revolution*. New York: Basic Books, 2003.

RIAL, Carmen. Os fast-foods, uma homogeneidade contestável na globalização cultural. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 3, n. 5, 1997, p. 140-180.

RIAL, Carmen. Rúgbi e judô: esporte e masculinidade. In: PEDRO, Joana Maria; GROSSI, Miriam Pillar (orgs.). **Masculino, Feminino, Plural: gênero na interdisciplinaridade**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 1998.

RIAL, Carmen. O Manezinho. **Jornal da Fundação Franklin Cascaes**, jun. 1994. Disponível em: <http://www.cfh.ufsc.br/~antropos/48.%20Contatos%20Fotograficos%20e%20manezinho.pdf>> Acesso em: 18 jan. 2010.

RIAL, Carmen. Pesquisando em uma grande metrópole: fast-foods e studios em Paris. In: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina (orgs.). **Pesquisas Urbanas: desafios do trabalho antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

RIAL, Carmen. Rodar: a circulação dos jogadores de futebol brasileiros no exterior. **Horizontes Antropológicos**, vol. 14, nr. 30, 2008b. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832008000200002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 nov. 2009.

RIFIOTIS, Theophilos. Antropologia do Cibereespaço. Questões teórico-metodológicas sobre pesquisa de campo e modelos de sociabilidade. **Antropologia em Primeira Mão**, v. 51, Florianópolis, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social/UFSC, 2002. Disponível em: <http://www.antropologia.ufsc.br>. Acesso em 12 jun. 2009.

RIVERS, W. O método genealógico na pesquisa antropológica [1910]. In: CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto (org.). **A Antropologia de Rivers**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1991.

ROUANET, Sérgio Paulo. O Homem-Máquina Hoje. In: NOVAES, Adauto (org.) **O Homem-máquina: a ciência manipula o corpo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

RÜDIGER, Francisco. **Elementos para a Crítica da Cibercultura:**

sujeito, objeto e interação na era das novas tecnologias de comunicação. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SAHLINS, Marshall. *Cultura e Razão Prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

SAHLINS, Marshall. O "Pessimismo Sentimental" e a Experiência Etnográfica: Por Que a Cultura não é um "Objeto" em Via de Extinção (Parte I). **Mana**, nr. 3 (1), p. 41-73, 1997a.

__. Sahlins, M. 1997a. O "Pessimismo Sentimental" e a Experiência Etnográfica: Por Que a Cultura não é um "Objeto" em Via de Extinção (Parte II), in Mana 3 (2), p. 103 – 150, 1997b.

__. Adeus aos Tristes Tropes: a etnografia no contexto da moderna história mundial. In: SAHLINS, Marshall. **Cultura na Prática**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

__. **História e Cultura: apologias a Tucídides**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Eds., 2006.

SCHWARTZ, Gilson. "We are as we move on": motoboys iconomic evolution in São Paulo. **Wi: Journal of Mobile Media**, nr.3, summer 2009. Disponível em: <<http://wi.hexagram.ca>> Acesso em: 14 ago. 2009.

SIBILIA, Paula. **O Homem Pós-Orgânico**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

SILVA, Vagner Gonçalves da. **Orixás da metrópole**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

__. **O Antropólogo e Sua Magia**: trabalho de campo e texto etnográfico nas pesquisas antropológicas sobre religiões afro-brasileiras. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SILVA, Sandra Rubia. Vivendo com celulares: identidade, corpo e sociabilidade nas culturas urbanas. In: BORELLI, Silvia; FREIRE FILHO, João (orgs.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008, p. 311-331.

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.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. IN: VELHO, Otávio G. **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Eds., 1979.

SIMMEL, Georg. Filosofía de la moda. In: Sobre la individualidad y las formas sociales. Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes, 2002 [1904], p. 360 – 387.

SIMMEL, Georg. A Chapter in the Philosophy of Value. In: SIMMEL, Georg; LEVINE, Donald (org.). **On individuality and social forms**. Chicago, University of Chicago Press, 1971, p. 47-67.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Três Momentos da História das Telecomunicações no Brasil**. 2^a. ed. São Paulo: Dezembro Editorial, 1999.

SLATER, Don. **Cultura de consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SORJ, Bernardo. **brasil@povo.com: a luta contra a desigualdade na Sociedade da Informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.; Brasília, DF: UNESCO, 2003.

SOUZA, Ângela Maria de. **A Caminhada é Longa... E o Chão tá Liso: o movimento hip-hop em Florianópolis e Lisboa**. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2009.

SOUZA E SILVA, Adriana. Cell phone use among low-income communities – an initial study of technology appropriation in the favelas of Brazil. **Receiver**, nr. 20, 2008. Disponível em: <<http://www.receiver.vodafone.com>> Acesso em: 23 ago. 2009.

__. Interfaces móveis de comunicação e subjetividade contemporânea de ambientes de multiusuários como espaços (virtuais) a espaços (híbridos) como ambientes de multiusuários. Tese (Doutorado em Comunicação Social), Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.

__. Cell phones and places: the use of mobile technologies in Brazil. IN: MILLER, H. (org.), **Societies and Cities in the Age of Instant Access**. Dordrecht: The Netherlands, Springer, 2007, p. 295 – 310.

__. Interfaces of hybrid spaces. IN: KAVOORI, Anandam; ARCENEUX, Noah. **The Cell Phone Reader: essays in social transformation**. New York: Peter Lang, 2006, p. 19 – 44.

SPIGLIATTI, Solange. Operadora não pode cobrar crédito obtido em trote. **O Estado de São Paulo**, 5 set. 2009. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br> > Acesso em: 14 jan. 2010.

STOCKING JR., George. **Observers observed. Essays on ethnographic fieldwork**. Wisconsin, The University of Wisconsin Press, 1983.

__. **Race, Culture and Evolution: essays in the history of anthropology**. Chicago: The University of Chicago Press, 1982.

TELECO. Estatísticas de Celulares no Brasil. **Teleco: Informações em Telecomunicações**, 2010. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/ncel.asp> > Acesso em: 14 jan. 2010.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 3ª. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

TOMITA, Hidenori. Keitai and the Intimate Stranger. In: ITO, Mizuko; OKABE, Daisuke; MATSUDA, Misa (eds.). **Personal, portable, pedestrian: mobile phones in Japanese life**. Chicago: The MIT Press, 2005, p. 183 – 201.

TORPEDOS MOBILIZAM BRASILEIROS. **Portal G1**, 11 mar. 2009. Disponível em: <www.g1.com.br > Acesso em: 14 jan. 2010.

TRAMONTE, Cristiana. **Com a Bandeira de Oxalá: trajetórias, práticas e concepções das religiões afro-brasileiras na Grande Florianópolis**. Itajaí: UNIVALI, 2001.

__. Os sítios e os sites do candomblé na Internet: a convivência entre modernidade e tradição. **Vozes & Diálogo**, Revista do Laboratório de Mídia e Conhecimento do CEHCOM/UNIVALI. Vale do Itajaí, ano 3,

nr. 3, abr. 1999, p. 50 – 55. Itajaí: Laboratório de Mídia e Conhecimento, 1999. 96p.

TURKLE, Sherry. **A Vida no Ecrã: a identidade na era da Internet.** Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

VALLADARES, Lícia do Prado. **A Invenção da Favela: do mito de origem a favela.com.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

VEBLEN, Thorstein. A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

VEIGA, Edison. Venda de cartões telefônicos aumenta, apesar da popularização dos celulares. **Veja São Paulo**, ed. 2024, jun. 2007. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/revista/edicao-2024/venda-de-cartoes-telefonicos-aumenta-apesar-da-popularizacao-dos-celulares>> Acesso em: 22 jan. 2010.

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In: NUNES, Edson (org.). **A Aventura Sociológica.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

__. O Desafio da Proximidade. In: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina (orgs.). **Pesquisas Urbanas: desafios do trabalho antropológico.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

__. O antropólogo pesquisando em sua cidade: sobre conhecimento e heresia. **O Desafio da Cidade: novas perspectivas da antropologia brasileira.** Rio de Janeiro: Campus, 1980.

__. **Individualismo e Cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

VICÁRIA; Luciana; FERREIRA, Thaís. A nova era dos nômades digitais. **Época**, São Paulo, ano 12, ed. 528, nr. 528, jun. 2008, p. 114 – 120.

VICENTIN, Diogo Jair. **A Mobilidade como Artigo de Consumo: apontamento sobre as relações com o aparelho celular.** Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP, 2008.

VIEIRA, Cristina. Orelhão: um amigo do bolso. **Hora de Santa Catarina**, 29 jan. 2008, p. 5.

VINCENT, Jane. Emotional attachment and mobile phones. In: LASSEN, Amparo; HAMIL, Lynne. **Mobile World: Past, Present, and Future**. New York, Springer, 2005, p. 117-122.

VINCENT, Jane. "I just can't live without my mobile!". **Receiver**, nr. 15, 2006. Disponível em: <http://www.receiver.vodafone.com> Acesso em: 18 ago. 2009.

VIRILIO, Paul. **A Arte do Motor**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

—. **Cibermundo: a política do pior**. Lisboa: Teorema, 2000.

WELZER-LANG, DANIEL. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. **Revista de Estudos Feministas**, 2001, vol.9, no.2, p.460-482.

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

ZALUAR, Alba. **Integração Perversa: pobreza e tráfico de drogas**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.

ZALUAR, Alba. Pesquisando no perigo: etnografias voluntárias e não acidentais. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, Oct. 2009 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132009000200009&lng=en&nrm=iso>. access on 04 Mar. 2010. doi: 10.1590/S0104-93132009000200009.

ZALUAR, Alba; ALVITO, Marcos. Introdução. IN: ZALUAR, Alba; ALVITO, Marcos (orgs.). **Um Século de Favela**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.