

UM OLHAR SOCIAL SOBRE DESDOBRAMENTOS DO USO DE APARELHOS CELULARES E SEUS GADGETS

A SOCIAL LOOK AT THE CONSEQUENCES OF THE USE OF CELL PHONES AND THEIR GADGETS

Jean Jeison Führ¹

Joseane Mariele Schuck²

Maria Claudia Rodrigues³

Marina Caetano⁴

Recebido em 13/02/2024

Aprovado em 13/07/2024

RESUMO

O artigo pretende identificar o papel, as significações e as utilizações que os aparelhos celulares, *smartphones*, *tablets*, bem como os desdobramentos de seu uso na vida e na rotina de seus usuários. A partir de pesquisa empírica junto a duas Instituições de Ensino Superior (IES's) na região metropolitana de Porto Alegre do Estado do Rio Grande do Sul utilizando-se da técnica da análise de conteúdo. Este estudo é produto de um exercício realizado na disciplina de Análise de Dados, desenvolvida no Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Universidade do Vale dos Sinos, em São Leopoldo, no Rio Grande do Sul. Trata-se de um exercício que tem como inspiração o estudo de Laurence Bardin sobre a *Análise de Conteúdo*. O estudo tem como objetivo praticar a análise de conteúdo, a partir da aplicação de uma pesquisa empírica que tem como tema central os artefatos celulares. Assim, buscamos traçar algumas linhas que problematizem os efeitos que o uso deste artefato cultural tem tido sobre a regulação da vida cultural de discentes e docentes universitários.

Palavras-chaves: análise de conteúdo, celular, gadgets.

¹ Mestre licenciado em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Sociólogo graduado bacharel em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Especialista pós-graduado em Saúde Pública (AVM Faculdades Integradas). Graduando em Ciências Jurídicas – Direito pela Universidade Feevale. Assessor Administrativo - funcionário público do município de Nova Hartz - RS. E-mail:

² Doutora em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Mestra em Direito da Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Mestra em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Graduada em Direito pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e Graduada em Relações Internacionais pelo Centro Universitário Internacional do Paraná. Especialista em Relações Internacionais e Diplomacia pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Advogada.

³ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Mestra em Educação, pela Universidade Luterana do Brasil. Grupo e estudo "Cultura e Educação". Pós-graduada em Gestão Empresarial pela Ulbra. Pós-graduada em Informadores Turísticos pela Escuela de Turismo (vinculado a Universidad Rey Juan Carlo), Madrid, ES (2000). Graduada em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, com ênfase em Planejamento Público do Turismo.

⁴ Doutora em Serviço Social, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS). Mestra em Ciências Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Especialista em Gestão do Social pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Bacharel em Serviço Social pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Servidora pública municipal de Gravataí – RS.

ABSTRACT

The article aims to identify the role, meanings and uses of cell phones, smartphones, tablets, as well as the consequences of their use in the lives and routines of their users. Based on empirical research at two Higher Education Institutions (HEIs) in the metropolitan region of Porto Alegre in the State of Rio Grande do Sul using the content analysis technique. This study is the product of an exercise carried out in the Data Analysis discipline, developed in the Postgraduate Program in Social Sciences at the University of Vale dos Sinos, in São Leopoldo, Rio Grande do Sul. It is an exercise that aims to Laurence Bardin's study on Content Analysis was inspired. The study aims to practice content analysis, based on the application of empirical research whose central theme is cellular artifacts. Thus, we seek to draw some lines that problematize the effects that the use of this cultural artifact has had on the regulation of the cultural life of university students and teachers.

Keywords: content analysis, cell phones, gadgets.

DESDOBRAMENTOS SOCIAIS SOBRE O USO DE CELULARES

O presente estudo justifica-se, tendo em vista, a grande disseminação da tecnologia de aparelhos celulares, *smartphones*, *tablets* e similares que tem se intensificado de forma significativa, sendo relevante, portanto, compreender tal fenômeno e suas motivações. Neste contexto, vem ao encontro o sociólogo Manuel Castells quando ressalta a disseminação sem precedentes dos celulares, haja vista apresentar-se como a tecnologia de mais rápida difusão na história da humanidade. Conforme o autor “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” (2008, p. 447).

Como aponta Armand Mattelart, “as novas tecnologias vêm alterar o modo de ver o planeta (2000, p.120)”, nesta direção os celulares estariam incluídos como estas novas tecnologias permitindo a realização de chamadas, o envio mensagens, a conexão à internet, além de várias outras possibilidades de comunicação. Tais possibilidades, sem dúvida, alteram o modo de ver o planeta no sentido da transformação sociocultural que constitui as identidades dos usuários desta tecnologia.

Ao se pensar em dispositivos móveis de comunicação, verifica-se a necessidade de se discutir aspectos que se relacionam com a cultura na contemporaneidade. As práticas educativas do cotidiano entre professores ou alunos estão sendo atrevassadas por este artefato cultural. Vem a corroborar este argumento, um episódio ocorrido em uma das instituições de ensino pesquisadas, onde uma aluna adentrou a sala da coordenação de curso, com uma expressão de profundo desespero, à procura de um multiplicador de tomada, mais conhecido por um “T”, e ao ser questionada sobre a finalidade do uso deste dispositivo, desabafou: “- *Parece que vai acabar o mundo, meu celular está sem bateria*”.

Ainda, o presente artigo tem por finalidade averiguar as diversas funções disponíveis nos aparelhos celulares, não tendo mais a comunicação como função

primordial, em razão da criação de diversos *gadgets* disponíveis nos aparelhos de telefonia móvel, facilitando o desempenho das rotinas dos usuários. Além, de verificar a questão envolvendo o avanço tecnológico e a relação de consumo desenfreada frente aos processos de lançamentos de modelos e de marcas de aparelhos de telefonia móvel.

DISPOSITIVOS ELETRÔNICOS MÓVEIS: O NOVO PARADIGMA CULTURAL CONTEMPORÂNEO

Atualmente, dizer para um(a) aluno(a) para desligar o celular significa o mesmo que dizer para parar de respirar. No entanto, engana-se aquele que pensa que este é um universo apenas dos jovens. Também professores e colaboradores encontram-se conectados 24 horas em dispositivos móveis e possuem semelhante comportamento. Basta dar uma volta pelos corredores das universidades e observarmos corpos levemente inclinados, olhos atentos e iluminados pelas imagens que os dedos inquietos buscam na tela destes dispositivos móveis. Conforme Sérgio Teixeira Jr. a telefonia móvel teve seu início em:

Abril de 1972, quando um pesquisador da Motorola fez a primeira ligação da história com um aparelho maior que um tijolo, que pesava mais de 1 quilo. Desde então, ele mudou muito. Hoje cabe na palma da mão e pesa menos de 100g. Na última década, deixou de ser item de luxo para se tornar o produto de consumo mais cobiçado do planeta (2005, p. 26).

41

Entende-se por dispositivos móveis os denominados “artefatos culturais”, no sentido dado por Paul Du Gay et al (1997, p.5), pois “pertence a nossa cultura, porque construímos para ele um pequeno mundo de significados e este associar o objeto ao significado é o que faz dele um artefato cultural”. Conforme o autor “o significado é intrínseco a nossa definição de cultura (DU GAY et al, 1997, p.5)”. Desta forma, “nos auxilia a interpretar o mundo, a classificá-lo de modo significativo, a atribuir sentido às coisas e eventos, incluindo aqueles que nunca vimos ou experienciamos na vida real mas que ocorrem em filmes, romances, fantasias (DU GAY, et al, 1997, p.7)”. Ainda, de acordo com o autor, os significados borram as fronteiras entre “mundo material” e o “mundo simbólico”, assim “dissolve qualquer distinção entre o chamado “mundo real” e o “mundo da ‘imaginação’, com os seus pequenos objetos do desejo (DU GAY, et al, 1997, p.7)”.

Este “artefato cultural” possibilita pensá-lo como algo intrínseco à cultura no sentido de que “se conecta com um conjunto particular de práticas sociais, específicas de nossa cultura e modo de vida, tipos de pessoas e lugares porque adquiriu um perfil social ou identidade”. Tais dispositivos móveis podem ser lidos como culturais, pois “frequentemente aparece e é representado nas nossas linguagens visuais e na mídia (DU GAY et al, 1997, p.7)”.

Na atualidade, fenômenos como o *self* (fotografias pessoais tiradas pelo próprio fotografado) tornaram-se virais com a circulação de imagens em diferentes canais de comunicação. Existem imagens de *self* disseminadas pela *web* fotografadas na frente à espelhos, banheiros públicos, festas, comemorações, parques, exposições de arte, salas de aula, entre outros locais possíveis. Certamente é mais difícil saber quem não tirou o seu *self*.

O presente estudo utiliza o termo de cultura a partir da noção de que todas as práticas sociais são práticas de significação, portanto o termo cultura está associado a produção e a circulação de significado (DU GAY et al, 1997, p.7). Na mesma direção Stuart Hall (1997) assinala que “a cultura tem a ver com a produção e o intercâmbio de significados” e que estes significados são produzidos no “circuito da cultura”. Para o autor são as representações que produzem e fazem circular os significados na cultura, assim a produção de sentidos e significados na cultura e na linguagem muda conforme o contexto histórico e está em permanente deslocamento de sentidos (HALL, 1997).

Nesta direção, pode-se ressaltar a transformação do artefato cultural em estudo, que com o passar do tempo e com a evolução tecnológica implicou a resignificação do seu sentido. Passando de um telefone sem fio para um dispositivo com múltiplas finalidades. Em termos de práticas sociais, este dispositivo sofreu mudanças no uso do dispositivo de chamadas telefônicas utilizadas por executivos, empresários, representantes comerciais, popularizando-se e tornando-se parte de nossas práticas sociais.

Em algumas escolas brasileiras o uso do dispositivo por alunos de ensino fundamental e médio desencadeou uma forma de controle e proibição. Porém novas estratégias foram colocadas em pauta, a fim de utilizar o dispositivo como um recurso pedagógico⁵, tendo em vista a incorporação do dispositivo a vida dos estudantes. Nos cursos de graduação estes dispositivos são utilizados como acesso à plataformas, banco de dados, pesquisas, grupos de estudos, gravação de aulas, fotografias do conteúdo apresentado nas lâminas pelo professor, agendamento da data de apresentação das avaliações, entre outras.

Nesse sentido, vale destacar uma das respostas obtidas por um dos inquiridos na pesquisa ao alegar que o celular possui um papel significativo em sua vida: “- O aparelho celular possui um papel de facilitador na minha vida, pois além de auxiliar assuntos relacionados aos estudos e ao trabalho (network)”.

Em relação aos significados, Hall (1997) assinala que é a partir da *linguagem* que damos sentido as coisas. As mesmas não têm significados “em si”, é o uso que

⁵ Ver PINHEIRO, Regina Cláudia; RODRIGUES, Marcia Linhares. O Uso Do Celular Como Recurso Pedagógico: Nas Aulas De Língua Portuguesa. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/revista/52/09.pdf>. Acessado em 18/11/2014. Ver VIVIAN, Caroline Deprá; PAULY, Evaldo Luis. O Uso Do Celular Como Recurso Pedagógico Na Construção De Um Documentário Intitulado: Fala Sério!. Disponível em <http://pead.ucpel.tche.br/revistas/index.php/colabora/article/viewFile/195/167>. Acessado em 18/11/2014.

fazemos, o que dizemos delas, como as representamos, que constrói os seus significados. Na perspectiva construcionista de Hall o significado é produzido, construído e não simplesmente dado. Segundo ele, a linguagem constrói os significados a partir de *sistemas de representação* que podem ser “sons, palavras escritas, imagens produzidas eletronicamente, notas musicais, até objetos, que significam ou representam para outras pessoas nossos conceitos, ideias e sentimentos (HALL, 1997, p. 1)”. O celular adquiriu status relevante na cultura e portanto em nossas vidas. Ele possui lugar de destaque em nossa vida diária. Encontra-se em cima da mesa durante as refeições, na classe durante os estudos, na cama ao dormirmos e em quase todos os momentos da vida cotidiana. Até mesmo durante a relação sexual!

Outro ponto que se destaca na análise do levantamento de dados da pesquisa realizada está nas respostas auferidas. Principalmente advindas dos homens inquiridos, ao serem questionados sobre a que você compararia o seu celular. E um dos eixos encontrados nas respostas diz respeito ao corpo e sua extensão. Desta forma, para além do considerado bem móvel que é um celular, esta tecnologia foi comparada a um bem não material, ou seja, a extensão do próprio corpo humano.

Num primeiro momento o celular segundo Marshall McLuhan (1979) era apenas um objeto que facilitava as relações sociais. Atualmente os celulares estão significados numa relação afetiva estabelecida entre os indivíduos e seus aparelhos. Seja pela dependência destes em relação aos seus equipamentos, bem como ao conteúdo neles armazenado:

Logo que foi inventado e começou a tornar-se popular, o telefone era visto como um novo meio de diversão e conforto para quem o possuía. Com o passar do tempo o telefone assumiu um papel de objeto imprescindível na vida social, pois ele estabeleceu estreitas relações sociais, com ele problemas como os de distâncias e necessidade de falar com alguém foram resolvidos. Desde então o telefone saiu de seu papel de peça decorativa para o papel de nova extensão humana de grande nível de participação diária na vida social (p. 298 – 308).

Com base em nossos dados percebemos que a tecnologia dos celulares para além de sua utilização convencional no relacionar-se com o outro, passou a ser significado como a própria extensão do corpo humano. Sem seus celulares muitos inquiridos relatam que se sentem como estivessem nus.

Sobre esta questão McLuhan (1979) refere que as extensões de nós mesmos não são mais do que mecanismos para mantermos o equilíbrio, numa auto-amputação para aliviarmos a pressão exercida sobre o sistema nervoso e isso se aplica aos meios de comunicação. Essa nova extensão exige novas relações e equilíbrios entre os demais órgãos e extensões do corpo. Quando percebemos esse uso da nossa extensão tecnológica somos levados a adotá-la.

O PAPEL DOS APLICATIVOS GADGETS NA ROTINA DOS USUÁRIOS DE TELEFONIA MÓVEL

Os celulares apresentam hoje uma série de aplicativos chamados de *gadgets*. O termo *gadget* (provável origem etimológica advinda do francês - *gachette* - significando peças mecânicas variadas) adquiriu grande utilização após o *boom* de vendas de novos aparelhos eletrodomésticos de utilização específica, com origem no final da 2ª Guerra Mundial. Eletrodomésticos inventados para fins únicos como lava-louças elétricas, barbeadores eletrônicos, tostadores de diferentes posições e toda uma gama infindável de aparelhos mecânicos vieram então a serem chamados de *gadgets*.

Símbolo da economia frívola: o *gadget* e sua loucura tecnológica. Faca elétrica para ostras, lava-vidros elétrico, barbeador eletrônico com três posições de corte – estamos mergulhados no excesso e na profusão dos automatismos, num meio de deslumbramento instrumental (LIPOVETSKY, 2009, p.186).

A economia frívola, na qual os *gadgets* se significavam como mercadorias de rápida assimilação, consumo e descarte, vincula-se àquela economia preconizada a partir da década de 1920. Em outras palavras, a economia mundial, que através de seus representantes, percebeu que necessitava acelerar progressivamente o consumo de suas mercadorias produzidas a nível mundial. Para tanto, acordos como o Cartel Phoebus⁶, inovações gerenciais como a de Alfred Sloan⁷ na General Motors, teorizações como a de Bernard London⁸ e demais iniciativas foram influenciando orientações industriais de produção e comercialização que hoje são conhecidas como as leis da obsolescência, da sedução e da diversificação das mercadorias:

A sociedade centrada na expansão das necessidades é, antes de tudo, aquela que reordena a produção e o consumo de massa sob a lei da *obsolescência*, da *sedução* e da *diversificação*, aquela que faz passar o econômico para a órbita da forma moda. “Todas as indústrias se esforçam em copiar os métodos dos grandes costureiros. Essa é a chave do comércio moderno” (LIPOVETSKY, 2009, p.184).

⁶ Cartel Phoebus (1924-1939) foi o primeiro cartel mundial organizado pela empresa suíça de lâmpadas incandescentes Phoebus em articulação com as demais empresas líderes do mercado como a General Electric, a OSRAM, a Philips e as Lâmpadas Teta. As empresas acordaram que as lâmpadas durariam apenas 1000 horas mesmo com tecnologia para que as mesmas pudessem durar até 100.000 horas.

⁷ Alfred Pritchard Sloan Júnior (1875-1966) foi o presidente-executivo da General Motor americana de 1923 a 1937 quando instituiu um conjunto de procedimentos padrões para segmentação e diversificação ostensiva das séries automotivas que aumentaram os lucros da grande companhia automobilística.

⁸ Bernard London era um agente imobiliário que em 1932 havia proposto acabar com a Grande Depressão de 1929 lucrando à custa da sociedade através da obsolescência planejada das mercadorias sob forma de lei a ser promulgada pelo governo norte-americano.

As referidas leis não seguiram cartilhas de discursos únicos ou de aplicações mundiais uniformes. Levou-se alguns anos para que Brooks Stevens⁹, Victor Lebow¹⁰, Gordon Moore¹¹ e outros mentores intelectuais promovessem uma verdadeira significação frívola da economia de consumo dos *gadgets* e similares. Stevens, do contrário de London, percebeu que não era necessário formular leis impositivas fomentando a obsolescência programada das mercadorias. Pelo contrário, indo de encontro com aquilo que já evidenciava Lacan (1992, p.153), isto é que “(...) pequenos objetos a que vão encontrar ao sair, no pavimento de todas as esquinas, atrás de todas as vitrines, na proliferação desses objetos feitos para causar o desejo (...)” dos sujeitos fomentava de forma natural e espontânea a própria obsolescência programada dos objetos. Os objetos que não mais se encontravam atrás das vitrines ou dos pavimentos de todas as esquinas, automaticamente seriam considerados obsoletos pelos próprios consumidores. Não necessariamente por não cumprirem mais suas funções. Mas fundamentalmente por não serem mais objetos de desejo por parte dos consumidores.

Com o advento da eletrônica e da informática o termo *gadget* começou a ser empregado para designar a variedade de dispositivos eletrônicos portáteis de interação como celulares, *smartphones*, MP3's, Ipad's, MP4's, Ipod's e demais aparelhos similares. Na informática em específico, os sistemas operacionais, os navegadores e as ferramentas de área de trabalho podem ter aplicativos ou softwares agregados as suas plataformas de serviços, ferramentas ou módulos. Estes aplicativos ou softwares são chamados correntemente como *gadgets*, ou também como *widgets*, dependendo do uso linguístico corrente. Nos celulares modernos em que as funcionalidades do *smartphone* (funcionalidades agregadas para além da comunicação falada em função do seu acesso a rede mundial de computadores através da internet com dados móveis) se popularizaram onde os *gadgets* se multiplicaram em suas diversas aplicabilidades práticas e teóricas no cotidiano de seus usuários. Ainda, segundo Gilles Lipovetsky (2009, p.187), “o triunfo intelectual do *gadget* não terá sido, sem dúvida, senão a tradução desse momento inaugural do consumo de massa atordoado pelo chamariz tecnológico” que os mesmos propiciam.

Na pesquisa em questão percebe-se a partir das comparações e dos diversos papéis atribuídos aos celulares, pelos inquiridos, que os dispositivos não apresentam apenas uma funcionalidade ou atribuição tecnológica comunicacional, mas sim que os

⁹ Brooks Stevens (1911-1995) foi um designer industrial americano de móveis, eletrodomésticos, automóveis e motocicletas que popularizou o termo “obsolescência programada” depois de ministrar uma conferência sobre publicidade na cidade de Minneapolis em 1954.

¹⁰ Victor Lebow foi um economista e ensaísta americano que ficou conhecido por sua formulação sobre o consumo capitalista expressa em 1955 num artigo publicado no *Jornal of Retailing*.

¹¹ Gordon Earle Moore é co-fundador da Intel e autor de artigo publicado na *Electronics Magazine* de 19 de abril de 1965 em que preconizou a afirmação de que a cada 18 meses a capacidade de processamento dos computadores dobra enquanto os custos permanecem constantes. Desde 1965 aparentemente a afirmação de Moore se efetivou que chega a ser tratada como a Lei de Moore.

diversos *gadgets* existentes facultam inúmeras aplicações em que os celulares são utilizados (como computador ou similar, como relógio, como rádio, como televisão, como bloco de notas, como diário, como documento, como agenda, como enciclopédia, como jornal, como livro, como revista, como despertador, como ferramenta de trabalho, como carteira, entre outras) e por esta razão não desempenham apenas um papel comunicacional.

E mesmo levando em conta o aspecto primordial pelo qual o celular fora criado, que é a sua aplicabilidade comunicacional, o celular através de *gadgets*, das redes sociais tais como: *Facebook, Messenger, Google Hangout, Skype, Twitter, Whatsapp, Viber* entre outros, permitem outras formas mais rápidas, baratas e práticas de comunicação em relação à tradicional forma de comunicação, qual seja: a falada.

Nesse sentido, em relação às novas interações comunicacionais, Lipovetsky (2009, p.274) analisando as novas interações comunicacionais chega a fazer uma análise negativa destas ao afirmar que consumimos “(...) mensagens, já não falamos uns com os outros (...). A era da comunicação de massa é deterioração da comunicação inter-humana”:

Se é verdade que a publicidade pode contribuir para lançar modas, é mais verdade ainda dizer que é a própria moda na ordem da comunicação, é antes de tudo comunicação frívola, uma comunicação na qual o “conceito” é *gadget* (LIPOVETSKY, 2009, p. 219).

46

Gilles Lipovetsky ao apresentar suas considerações na obra “*O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*” (2009, p. 295) considera que uma “(...) nova geração narcísica está em marcha, tomada pela febre da informática e do performativo, dos negócios e do barômetro-imagem”. A análise de dados realizada reflete de certa forma algo nesta perspectiva quando percebemos o status performativo atribuído por nossos inquiridos ao celular perante seus amigos e familiares. A importância do celular no trabalho e no estudo, também percebida em nossa pesquisa, demonstra as inúmeras aplicações que os *gadgets* presentes nos celulares hoje possibilitam. O “(...) *gadget* pôde aparecer como a essência e a verdade do objeto de consumo, utensílio nem realmente útil nem realmente inútil (...) à gratuidade técnica mais ou menos ostensiva” com que o mesmo pode ou não ser utilizado para fins de trabalho, estudo ou outra utilização possível conforme Lipovetsky (2009, p. 186) pontua.

O celular em suas diversas apresentações não é mais comprado, utilizado ou descartado apenas por sua função comunicacional, ou ainda mesmo, por todas as demais funções que hoje estão incorporados ao mesmo em razão dos diversos *gadgets* que foram inventados e estão disponíveis. O celular, assim como quase todas as demais mercadorias utilizadas como fetiche pela publicidade são comercializadas

evidenciando um caráter dessubstancializado de suas novidades introduzidas e por sua aparente utilidade homogênea, segundo aduz Lipovetsky:

Já não gostamos das coisas por elas mesmas ou pelo estatuto social que conferem, mas pelos serviços que prestam, pelo prazer que tiramos delas, por uma funcionalidade perfeitamente permutável. Nesse sentido, a moda desrealiza as coisas, *dessubstancializa-as* através do culto homogêneo da utilidade e da novidade (2009, p.204).

De acordo com os levantamentos auferidos na pesquisa, somente os inquiridos pelo sexo masculino efetuaram comparações do celular com carro, carteira, cueca, extensão do corpo e alimento; e somente inquiridos do sexo feminino efetuaram comparações do celular com agenda e despertador; não deixam de nos evidenciar que objetos como o celular são consumidos através das imagens formuladas por nossa individualização enquanto sujeitos:

Consumimos, através dos objetos e das marcas, dinamismo, elegância, poder, renovação de hábitos, virilidade, feminilidade, idade, refinamento, segurança, naturalidade, umas tantas imagens que influem em nossas escolhas e que seria simplista reduzir só aos fenômenos de vinculação social quando precisamente os gostos não cessam de individualizar-se (LIPOVETSKY, 2009, p. 203).

Os celulares assim como outros artefatos culturais são constantemente modificados e diferenciados, tendo em vista seu constante estado de desejo por parte dos sujeitos do consumo. As leis da obsolescência, da sedução e da diversificação são insistentemente engendradas para que o consumo não seja refreado em sua ânsia pela novidade.

No mesmo sentido, Lipovetsky (2009, p.188) afirma que paralelamente “(...) ao processo de miniaturização técnica, a forma moda engendra um universo de produtos ordenado pela ordem das microdiferenças”, assim como o mercado de celulares se organiza e se estrutura. Versões de celulares são lançadas em curto período de tempo, tornando obsoleto os modelos anteriores. Muitas vezes tais lançamentos apenas introduzem um novo algarismo numérico ao final do nome técnico dos aparelhos, sem nenhuma grande alteração tecnológica introduzida de fato. Talvez assim como Lacan (1992, p.71) em seu Seminário XIX postulou que não “é um idealismo dizer que os pensamentos são estritamente determinados quanto o último *gadget*” de celular é criado e disponibilizado na rede mundial de computadores e aparelhos móveis.

O avanço tecnológico e as relações de consumo e consumismo

No tocante aos constantes processos de novos lançamentos de modelos e de marcas de aparelhos de telefonia móvel, vem corroborar o que dispõe a obra de

Douglas e Isherwood (2006), *O mundo dos bens*, na qual os autores filiam-se a um protesto contra a sociedade de consumo, estando o consumo relacionado ao investimento. Para eles o consumo excessivo é mais preocupante que a obesidade das pessoas. O discurso percorre pela existência de uma sociedade a qual tem três propósitos de restrições para que as pessoas consumam bens, sendo eles: bem-estar material, bem-estar psíquico e exibição. Os dois primeiros estão ligados as necessidades humanas como alimentação, vestuário e moradia, por exemplo. Já o último está relacionado às demandas da sociedade.

Douglas e Isherwood (2006) tendem a refletir sobre a importância de discutir sobre o consumo relacionando com o processo social, sendo parte integrante do mesmo sistema social. De acordo com os autores a palavra bem é tratada como mercadoria transitória, cuja categoria caracteriza-se como racional, da mesma forma que o celular também pode se tornar uma mercadoria transitória para algumas pessoas. Os bens podem transmitir valores a partir do ser que os escolheu, podem eles ser descartados ou substituídos. Ainda, de acordo com os autores o pobre não necessariamente é pobre, pois o nível que será avaliado de pobreza ou riqueza se dá pelo seu envolvimento social e não pelas posses.

Desenvolveram uma maneira de medir o envolvimento social comparando os padrões de consumo. Esta relação se dá com o ser racional, das escolhas racionais. Os padrões de consumo também tendem a excluir. Esta noção de exclusão se percebe nitidamente em relação aos bens que os pobres tendem a comprar, bem como os bens que não conseguem adquirir e que desejariam ter.

Como o valor é conferido pelos juízos humanos, o valor de cada coisa depende de seu lugar numa série de outros objetos complementares. Em vez de tomar um objeto de cada vez, e encontrar a informação que ele transmite, como se fosse um rótulo indicando uma coisa, a abordagem antropológica captura todo o espaço de significação em que os objetos são usados depois de comprados (DOUGLAS E ISHERWOOD, 2006, p. 41).

Percebe-se, portanto a predominância do debate envolvendo a economia e a antropologia como questão primordial para os autores, ou seja, a busca em encontrar a ligação da teoria econômica, desvendar o lugar onde termina o mercado e inicia as relações pessoais. Além disso, Douglas e Isherwood (2006) abordam a teoria utilitarista, como sendo o desejo derivado da percepção dos indivíduos sobre suas necessidades. Afirmam que a demanda do consumir comanda a produção, e a produção por sua vez comanda a tecnologia, tendo esta, efeitos na vida humana. Considerando os resultados da tecnologia, os consumidores se agrupam, formando distintos ambientes sociais.

O consumo começa onde termina o mercado. O consumo é “(...) uma área de comportamento cercada de regras que demonstram que nem o comércio nem a força

se aplicam a essa relação, que é livre.” (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2006, p. 104). O consumo é um processo que está presente em todas as categorias sociais, vejamos:

(...) é evidente que os bens têm outro uso importante: também estabelecem e mantêm relações sociais. Essa é uma abordagem (...) frutífera em relação ao lado material da existência, alcançando uma idéia muito mais rica dos significados sociais do que a mera competitividade individual” (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2006, p. 105).

Alegam ainda, que a função essencial do consumo é a capacidade de dar sentido, ou seja, sugerem tratar as mercadorias como algo não verbal para faculdade humana de criar, bem como nenhum ser humano existe sem estar vinculado à cultura de sua época e lugar, “pois, a cultura é um padrão possível de significados herdados do passado imediato, um abrigo para as necessidades interpretativas do presente” (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2006, p. 111).

A partir desta discussão, pode-se estabelecer uma relação entre mercadoria útil em determinado momento da sociedade, e mercadoria passada, sem vida útil, em outro momento da sociedade, a qual denomina-se de mercadoria desgastada. A vinculação entre ambas pode apresentar relação similar no momento de posse para diferentes indivíduos, de diferentes classes sociais. Para alguns, o valor simbólico de determinada mercadoria com a vida útil pode não ter o mesmo valor simbólico do que para outro indivíduo. Bem como ao contrário, se trocar a mercadoria útil pela mercadoria desgastada. O que se pretende afirmar, a partir da reflexão de Douglas e Isherwood (2006), é que as mercadorias, independentes do nível de utilidade que se apresentam na sociedade, podem transmitir diferentes significados para distintos indivíduos, e neste caso mencionamos o celular como sendo uma mercadoria com inúmeros significados, conforme se verificou no resultado da análise dos dados auferidos na pesquisa empírica.

Os autores (2006) avançam na discussão sobre bens e sociedade, trazendo ao debate a reflexão sobre o significado das coisas, ou seja, dos bens e mercadorias. Afirmam que no cotidiano social as sociedades têm rituais, já estabelecidos e reconstruídos ao longo do tempo. Os bens são acessórios de rituais da sociedade. Percebe-se que os bens e objetos que tem determinado significado em certa época e lugar, ocupando culturalmente formas diferentes nas variadas sociedades. As escolhas realizadas racionalmente estão entrelaçadas ao conceito de racionalidade econômica dos indivíduos.

As inovações são criadas, algumas permanecem, outras desaparecem. Os maiores destaques são o telefone e a televisão, criados respectivamente nos séculos XIX e XX, sendo considerados bens duráveis no domicílio. Mas com o crescimento industrial, a sociedade também cresceu envolvendo novos e mais altos custos de vida. Novas formas de bens foram criadas, bem como novas profissões para responder a

demanda das novas necessidades de bens (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2006). Considera-se procedente a reflexão dos autores, relacionando-as com a invasão de inúmeras novas tecnologias inventadas e lançadas no mercado, com frequência praticamente diária. Acredita-se que a sociedade segue a linha tecnológica de aquisição e busca por melhores técnicas de equipamentos sofisticados e práticos para o cotidiano dos indivíduos, sendo a telefonia móvel um deles.

Alguns economistas que trabalham com o consumo como parte do processo de produção de um domicílio, acreditam que o próprio domicílio é um produtor de serviços de si mesmo. A produção no início da história econômica estava ligada a produção de riqueza a partir da terra, além de ser considerada fonte de riqueza também era considerada fonte de poder. Atualmente a produção está focada na tecnologia, sendo a educação um investimento em capital humano, facilitando e proporcionando vantagens para o comércio internacional (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2006).

Observa-se que a tecnologia invadiu o mercado da produção de bens de consumo, tornando as populações consumidoras de mercadorias por vezes desnecessárias. O incentivo a educação tecnológica está explícito nas ruas, jornais, e demais meios de comunicação, impulsionando os indivíduos a dedicarem-se a ciência tecnológica, aumentando o nível intelectual nesta área, e consequentemente aumentando o ciclo econômico que envolve a tecnologia em determinada nação.

PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

50

A pesquisa em questão tem como inspiração o estudo de Laurence Bardin sobre a análise de conteúdos, a partir da aplicação de uma pesquisa empírica que tem como tema central o aparelho celular e suas tecnologias afins. Na mesma perspectiva a autora destaca que “a formação em análise do conteúdo se faz pela prática” (BARDIN, 2011, p.56). Segundo a autora trata-se de “um conjunto de técnicas de análise das comunicações” (BARDIN, 2011, p. 37). Assim, pode-se definir a análise de conteúdos:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens (BARDIN, 2011, p.48).

Para Bardin (2011, p.44) “a intenção da análise de conteúdos é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção, ou de recepção, inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos, ou não)”. Desta forma, na visão da autora “o analista é como um arqueólogo, pois este trabalha com vestígios, que podem ser manifestações de estados, de dados ou de fenômenos” (BARDIN, 2011, p.45).

Nesta direção, o analista trata de deduzir de maneira lógica “conhecimentos sobre o emissor da mensagem ou sobre o seu meio” (BARDIN, 2011, p.45). No mesmo sentido, existem três etapas a serem realizadas pelo analista: a descrição; a inferência; e a interpretação. O presente artigo buscou-se esgotar este percurso ao realizar a aplicação prática, elaborando e aplicando três questões abertas sobre a utilização do aparelho celular e seus derivados, com o objetivo de problematizar os efeitos que o uso deste artefato cultural tem tido sobre a regulação da vida cultural dos usuários.

Na primeira etapa da pesquisa empírica, o grupo de analistas¹² reuniu-se para elaboração de três questões abertas: 1) *A que você compararia o seu celular?* 2) *Se o seu celular falasse, o que ele lhe diria?* 3) *Qual o papel do celular em sua vida?* Após a elaboração e concordância das questões, foi-se a campo para realizar a pesquisa com os universitários, momento em que se coletaram os dados, e após se partiu para a etapa de *descrição analítica*.

Segundo Bardin (2011, p.41) a *descrição analítica* busca o “tratamento da informação contida nas mensagens”. Nesta etapa optou-se por transcrever as respostas para uma planilha de Excel e depois criar categorias a partir da frequência de presença de um determinado termo, como, por exemplo: “comunicação”.

Na etapa de *inferência* buscou-se deduzir de maneira lógica os dados classificados em categorias. Segundo Bardin (2011, p.45) a inferência é o procedimento intermediário entre a fase de descrição analítica e a fase de interpretação. Nesta direção Bardin (2011, p.45) argumenta que, as inferências podem responder a dois tipos de problemas: o que levou a determinado enunciado; quais as consequências que determinado enunciado vai provavelmente provocar, bem como o analista busca estabelecer uma “correspondência entre as estruturas semânticas ou linguísticas e as estruturas psicológicas, ou sociológicas (condutas, ideologias, atitudes) dos enunciados” (BARDIN, 2011, p.47).

Na fase de *interpretação*, buscou-se apresentar os dados em formato de gráficos com apoio um texto de análise que é apresentado na seção *Apresentação de dados e a análise dos resultados*, qual seja: a utilização do aparelho celular, *smartphone* e *tablet*, conforme será demonstrado a seguir.

APRESENTAÇÃO DE DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa foi realizada com uma amostra de 121 (cento e vinte e um) estudantes universitários provenientes do universo de duas universidades localizadas na região metropolitana de Porto Alegre – RS.

Nesta amostra aproximadamente 44,63% (quarenta e quatro vírgula sessenta e três por cento) ou 54 (cinquenta e quatro) pessoas eram do sexo masculino enquanto

¹² Autores deste artigo.

aproximadamente 55,37% (cinquenta e cinco vírgula trinta e sete por cento) ou 67 (sessenta e sete) pessoas eram do sexo feminino.

Quanto ao quesito idade realizamos apenas um delimitador para revelar que apenas 23,14% (vinte e três vírgula quatorze por cento) aproximadamente ou 28 (vinte e oito) pessoas possuem trinta e um anos ou mais e que 76,86% (setenta e seis vírgula oitenta e seis por cento) aproximadamente ou 93 (noventa e três) pessoas possuem trinta anos ou menos.

Gráfico 1 – Sexo dos entrevistados

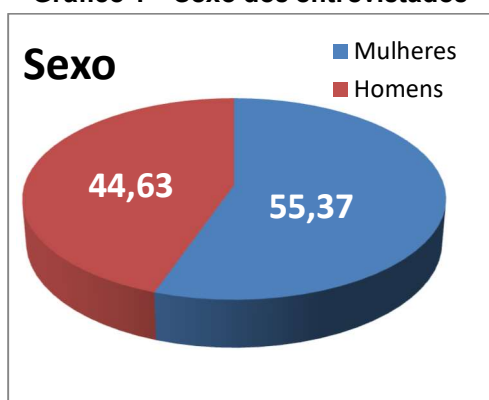
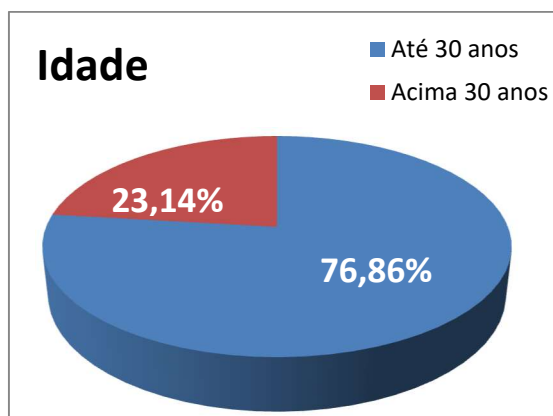


Gráfico 2 – Idade dos entrevistados

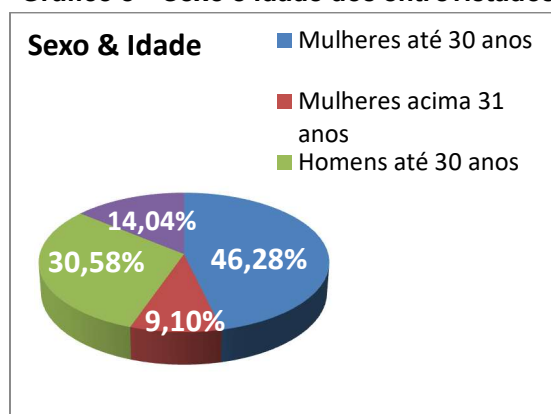


Quando confrontamos os indicadores sexo e idade chegamos aos seguintes dados: aproximadamente 9,10% (nove vírgula dez por cento) ou 11 (onze) pessoas são do sexo feminino com trinta e um anos ou mais; aproximadamente 14,04% (quatorze vírgula quatro por cento) ou 17 (dezessete) pessoas são do sexo masculino com trinta e um anos ou mais; aproximadamente 30,58% (trinta vírgula cinquenta e oito por cento) ou 37 (trinta e sete) pessoas são do sexo masculino com trinta anos ou menos; e aproximadamente 46,28% (quarenta e seis vírgula vinte e oito por cento) ou 56 (cinquenta e seis) pessoas são do sexo feminino com trinta anos ou menos. Quanto

aos cursos que os universitários questionados cursavam temos uma plêiade de 11 (onze) cursos representados na pesquisa realizada.

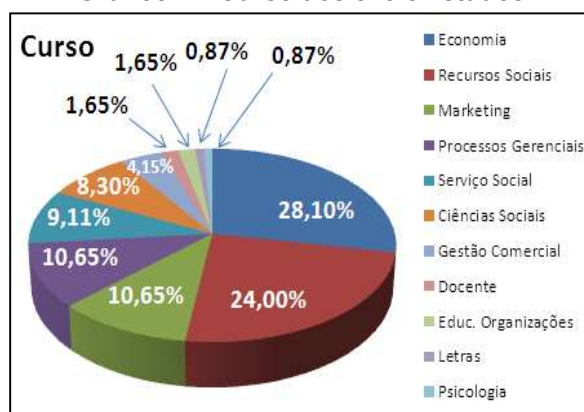
O curso com maior número de inquiridos foi o curso de Economia com aproximadamente 28,10% (vinte e oito vírgula dez por cento) ou 34 (trinta e quatro) alunos; seguido pelo curso de Recursos Humanos com aproximadamente 24% (vinte e quatro por cento) ou 29 (vinte e nove) alunos; empatados em terceira colocação estão os cursos de Marketing e Processos Gerenciais com 10,65% (dez vírgula sessenta e cinco por cento) ou 13 (treze) alunos; o curso de Serviço Social vem logo em seguida com aproximadamente 9,11% (nove vírgula onze por cento) ou 11 (onze) alunos; segue o curso de Ciências Sociais com aproximadamente 8,30% (oito vírgula trinta por cento) ou 10 (dez) alunos; aparece o curso de Gestão Comercial com aproximadamente 4,15% (quatro vírgula quinze por cento) ou 5 (cinco) alunos; além de aproximadamente 1,67% (um vírgula sessenta e sete por cento) ou 2 (duas) pessoas representando os docentes e alunos do curso de Educação nas Organizações; além de aproximadamente 0,85% (zero vírgula oitenta e cinco por cento) ou 1 (um) aluno tanto para o curso de Letras como de Psicologia.

Gráfico 3 – Sexo e Idade dos entrevistados



53

Gráfico 4 – Curso dos entrevistados



Vale ressaltar que os 121 (cento e vinte e um) questionários foram aplicados por dois diferentes professores universitários em cada um dos universos acadêmicos citados anteriormente. A grade dos questionários aplicados continha além das especificações acima apresentadas (sexo/idade/curso) as seguintes questões:

- 1) A que você compararia o seu celular?
- 2) Se o seu celular falasse, o que ele lhe diria?
- 3) Qual o papel do celular em sua vida?

Importante mencionar que por uma diferente abordagem na aplicação dos questionários em aproximadamente 26,44% (vinte e seis vírgula quarenta e quatro por cento) ou em 32 (trinta e dois) questionários a questão três não foi realizada. Denota-se nos demais 73,55% (setenta e três vírgula cinquenta e cinco por cento) aproximadamente ou 89 (oitenta e nove) questionários as questões foram aplicadas em sua completude e tabulados de igual maneira. Na primeira questão: “A que você compararia o seu celular?” Chegou-se a uma gama de 60 (sessenta) itens/verbetes, os quais o aparelho celular foi comparado, e na unificação destes itens/verbetes foi possível chegar a 20 (vinte) categorias aproximativas, quais sejam:

- 1) computador / *notebook* / *tablet*;
- 2) amigo / amiga / parente / família / irmão / cachorro / companheiro;
- 3) bolsa / roupa / cama;
- 4) comunicação;
- 5) recurso necessário / necessidade / facilitador / objeto / item indispensável / vida / oxigênio;
- 6) relógio / rádio / *tamagoshi* / brinquedo eletrônico / aparelho eletrônico;
- 7) bloco de notas / cartas / diário / documento;
- 8) carro;
- 9) guia / pessoas / secretária / terapeuta / robô;
- 10) agenda / registro geral / memória;
- 11) enciclopédia / jornal / livro / revista;
- 12) celular / telefone / ligações;
- 13) despertador;
- 14) bêbado / drogas que fazem mal / vício;
- 15) ferramenta / ferramenta de trabalho;
- 16) televisão;
- 17) carteira / cueca;
- 18) extensão / órgão do corpo;
- 19) alimento;
- 20) vigilância.

A partir destas respostas é possível relacioná-las ao referencial teórico abordado no desenvolvimento deste artigo, vindo ao encontro Hall (1997) ao abordar os significados das coisas. Percebe-se que para diferentes pessoas os significados se

alteram, e são atribuídos novos sentidos, comprovando que há inúmeras funcionalidades no mesmo aparelho.

Diante desta tabulação perante a questão proposta não foi possível chegar a uma inferência que correspondesse o indicador de idade ou de curso, para uma possível análise à luz de formulações teóricas que evidenciassem alguma correlação com as indicações comparativas do celular com itens/verbetes. Entretanto, quando se colocou o indicador sexo percebeu-se algumas possibilidades de inferência e correlação com os itens / verbetes ao qual o celular foi comparado, como por exemplo, nas seguintes categorias comparativas somente pessoas do sexo masculino fizeram menção, senão vejamos:

Item 8) carro 5 (cinco) menções; Item 12) celular / telefone / ligações 4 (quatro) menções; Item 17) carteira / cuca 2 (duas) menções; Item 18) extensão / órgão do corpo 2 (duas) menções; Item 19) alimento 1 (uma) menção.

Por outro lado, nas seguintes categorias comparativas somente pessoas do sexo feminino fizeram menção: Item 10) agenda / registro geral / memória 5 (cinco) menções; Item 13) despertador 3 (três) menções; Item 20) vigilância 1 (uma) menção.

Gráfico 5 – Itens / Verbetes comparado ao celular

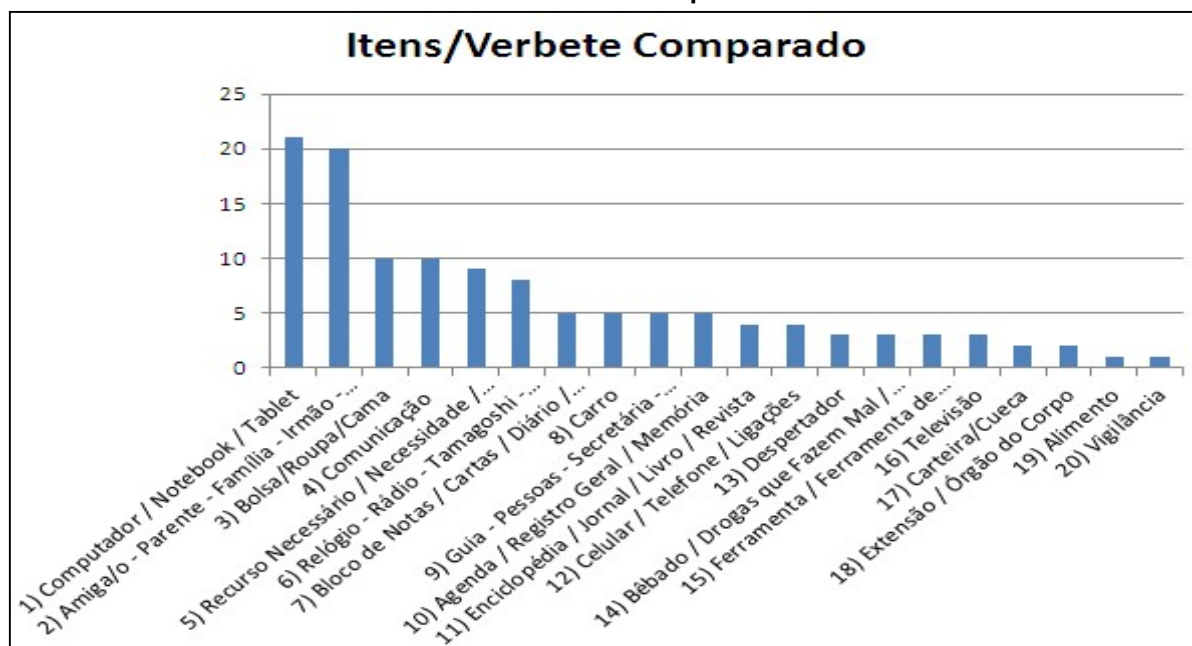


Gráfico 6 – Itens / Verbete comparado ao celular – sexo masculino

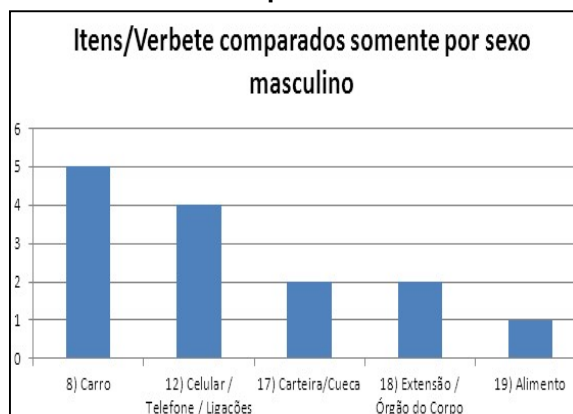
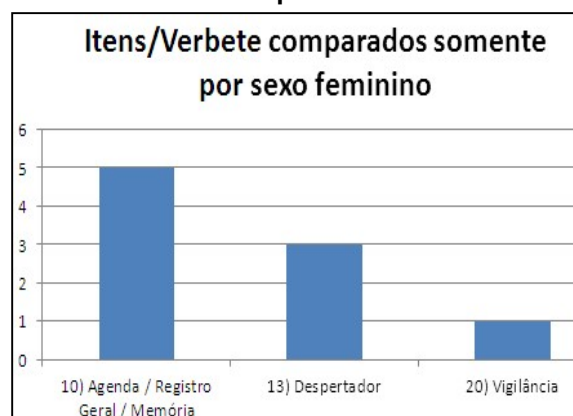


Gráfico 7 – Itens / Verbete comparado ao celular – sexo feminino



Na segunda questão “Se o seu celular falasse o que ele lhe diria?” procedeu-se a duas correlações com os indicadores, uma vez que se conseguiu estabelecer 7 (sete) diferentes palavras chaves que evidenciasse os seguintes nexos significativos das frases formuladas pelos inquiridos, vejamos:

- 1) utilização (referência as formas, intensidades e modos de uso do celular);
- 2) esquecimento (referência aos possíveis esquecimentos intencionais ou não);
- 3) comunicação (referência ao ato de se comunicar das diferentes formas);
- 4) sentimento (referência a sentimentos que os estudantes expressavam);
- 5) vício (referência a reflexões sobre o poder viciante do celular);
- 6) objeto (referência a condição de objeto do celular);
- 7) cuidado (referência a necessidade de cuidado perante a utilização do celular).

A correlação realizada entre estas 7 (sete) diferentes palavras chaves e aglutinadoras dos sentidos frasais perante o indicador sexual revelaram que:

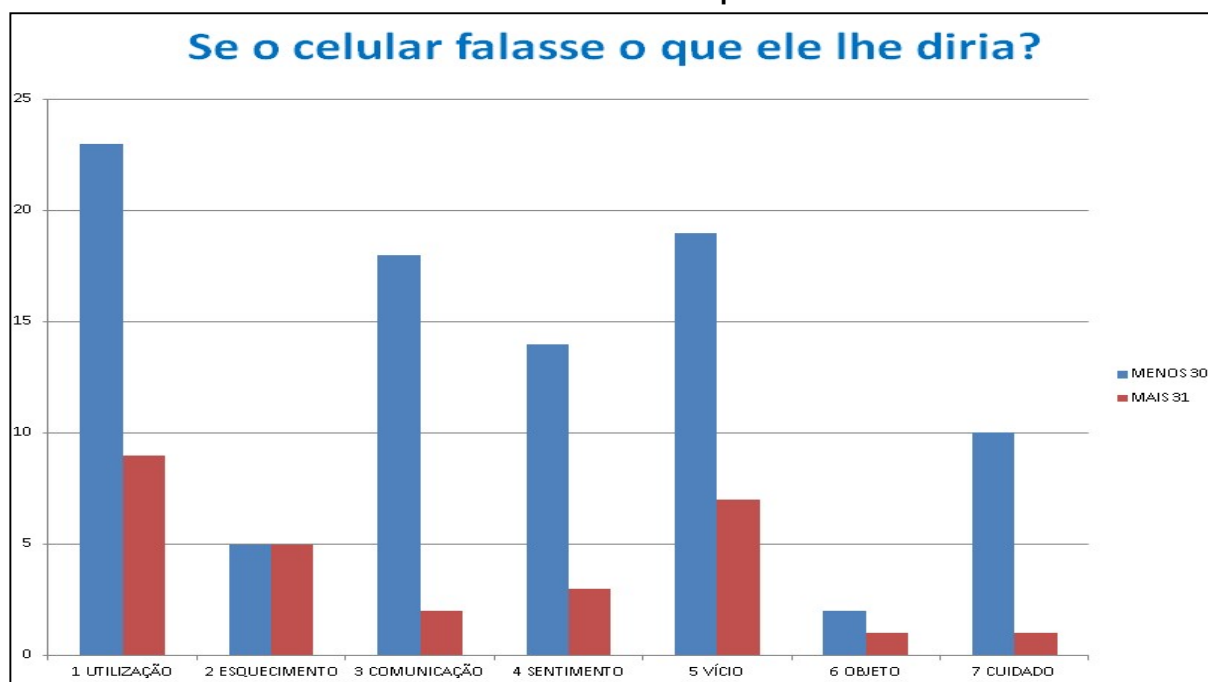
- 1) homens e mulheres em igual medida problematizam questões nas formas de utilização do celular;
- 2) homens evidenciaram problematizar o esquecimento, os sentimentos, o vício, o papel de objeto do celular e o cuidado em maior medida que as mulheres;
- 3) mulheres evidenciaram problematizar em maior medida que homens o papel comunicacional do celular.

Estas respostas podem se relacionar com as reflexões de Du Gay (1997), quando aborda sobre o simbólico, e neste sentido percebe-se que as entrevistas atribuem diferentes formas, sejam elas materiais ou imateriais aos aparelhos celulares, *smartphones* e *tablets*, vivendo de certa forma em um “mundo real” em que a concretude do ato se dá através da materialização das funções do aparelho e do “mundo da ‘imaginação’” em que o vício, por exemplo, pertence ao inconsciente da mente humana.

A correlação efetuada na segunda questão perante o indicador idade deve ser contrabalanceada já que a quantidade de participantes da pesquisa que possuíam mais de 31 anos era menor que a quantidade de participantes com menos de 30 anos de idade. Mesmo assim na palavra-chave esquecimento o índice se revelou equânime entre as faixas na amostra.

Nota-se que este artefato cultural, como já mencionado, passou por transformações importantes na sociedade, deixando então de ser apenas um meio de comunicação, mas tornando-se também, através de sua materialidade, em algo essencial na vida cotidiana das pessoas, ocupando até mesmo parte de suas mentes via a funcionalidade do lembrete.

Gráfico 8 – Se o celular falasse o que ele lhe diria?

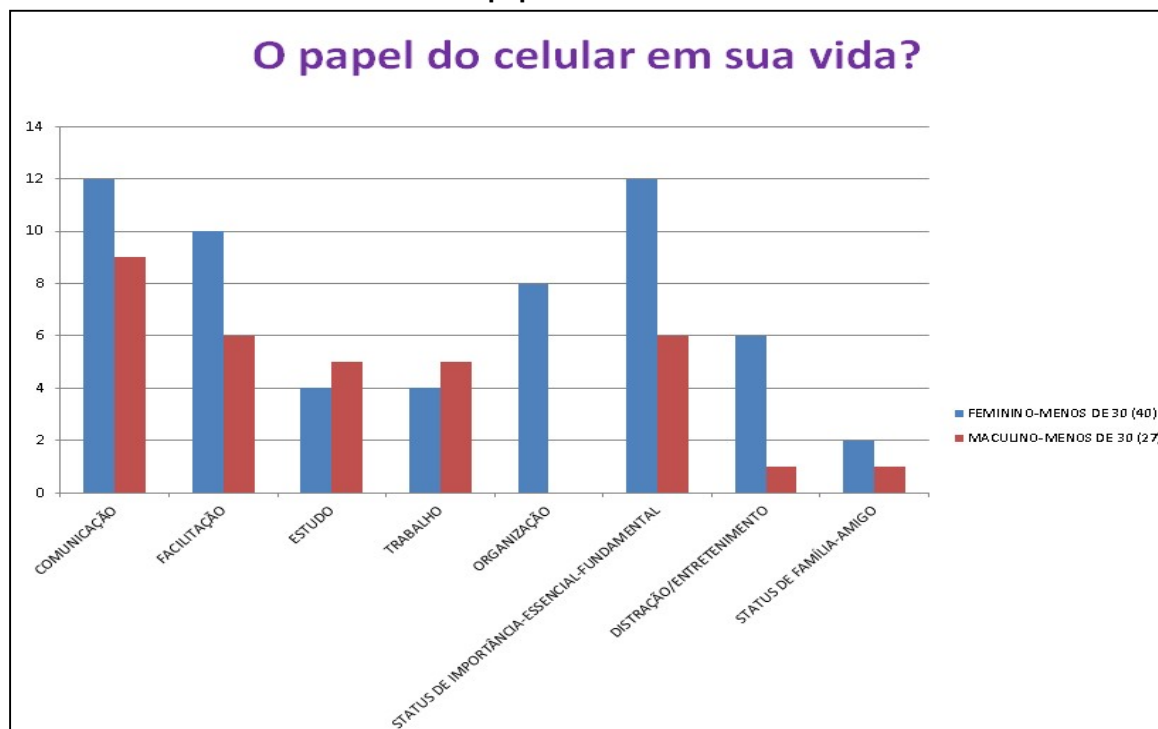


Na terceira questão “O papel do celular em sua vida?” sintetizou-se de igual modo a ampla gama de respostas fornecidas através de frases, evidenciando significados que pudessem ser aproximados através de palavras-chave. Estabeleceu-se 8 (oito) diferentes palavras chaves que evidenciaram os seguintes nexos significativos das frases formuladas pelos inquiridos:

- 1) comunicação (referência ao ato de se comunicar nas diferentes formas);
- 2) facilitação (referência as facilidades que o celular possibilitava);
- 3) estudo (referência ao papel que o celular possibilita aos estudos);
- 4) trabalho (referência ao papel que o celular possibilita no trabalho);
- 5) organização (referência ao papel de organização que o celular possibilita);
- 6) status / importância / essencial / fundamental (referência ao papel primordial);
- 7) distração / entretenimento (referência ao papel de lazer do celular);
- 8) família / amigo (referência ao papel substitutivo de família e amigos).

Verifica-se na primeira correlação ao confrontar com os indicadores idade (pessoas com menos de 30 anos) e sexo com as palavras chaves sintetizadas que os homens não utilizam o celular como ferramenta de organização pessoal. No entanto, o único índice em que os mesmos superam o sexo feminino é na utilização do celular como ferramenta de estudo e trabalho, ficando em menor percentual em todos os demais quesitos para as mulheres.

Gráfico 9 – O papel do celular em sua vida?



Por outro lado, ao expor os dados da amostra em que o indicador idade é mais elevado (acima de 31 anos) ocorrem alguns detalhes em relação à faixa anteriormente apresentada:

59

- 1) homens e mulheres se igualam no quesito comunicação e utilização para estudo;
- 2) mulheres continuam evidenciando o papel facilitador em bem maior medida que os homens e aparecendo isoladas na exposição do papel organizativo do celular;
- 3) homens por sua vez aparecem isolados na utilização do celular como símbolo de status entre familiares e amigos e também evidenciando em maior medida a essencialidade do celular com grande utilização no trabalho.

Conforme pontuado por Lipovetsky (2009), os aparelhos eletrônicos são utilizados até mesmo no trabalho como facilitador das atividades laborais na vida e no cotidiano das pessoas. Da mesma forma, pode-se citar Douglas e Isherwood (2006), que abordam a ressignificação das coisas, podendo ser os celulares materiais com novas atribuições na sociedade de hoje, fazendo parte inclusive do trabalho, das relações sociais e pessoais das pessoas entrevistadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depreende-se da pesquisa empírica realizada junto as Instituições de Ensino Superior (IES's), na qual propôs a aplicação de três questionamentos aos sujeitos entrevistados: 1) a que você compararia o seu celular; 2) se o seu celular falasse o que ele lhe diria; e 3) qual o papel do celular em sua vida, que os aparelhos celulares, *smartphones* e *tablets* se apresentam como um novo paradigma cultural contemporâneo na vida e na rotina destes usuários. Além disso, os desdobramentos do papel e do uso destes aparelhos vem proporcionar relevantes mudanças na vida destas pessoas, seja ele nos diferentes cenários que compõe. A vida social, o trabalho, os relacionamentos, são exemplos de espaços que o celular modificou tais esferas, conforme abordado na análise de conteúdo do presente estudo.

Nota-se que tais mudanças sociais, são fruto de inovações tecnológicas no âmbito das telecomunicações, assim como são responsáveis pela transformação do cenário sociocultural da denominada sociedade em rede, a qual passou a integrar a telefonia móvel em seu cotidiano há cerca dos últimos dez anos, período em que a disseminação desta tecnologia obteve um crescimento sem precedentes e jamais vista antes na história da humanidade.

No que tange a utilização dos aparelhos celulares e afins, vale destacar que os mesmos se caracterizam por serem mercadorias descartáveis, que apresentam e transmitem diferentes significados para distintos indivíduos, vindo corroborar o mercado tecnológico que estimula o consumo, fazendo com que os modelos adquiridos fiquem obsoletos, havendo então a necessidade da aquisição de um modelo de última geração.

Neste contexto, as contribuições teóricas possibilitaram a compreensão destas mudanças culturais na vida dos sujeitos, indicando que uma nova etapa está modificando as relações nas suas diversas áreas, principalmente na faixa etária realizada na pesquisa, os jovens, sendo possível denotar que os aparelhos celulares são de fato extensão do nosso corpo, conforme aborda McLuhan (1979), isso se aplica aos meios de comunicação em geral, exercendo uma função de mantenedores do equilíbrio, fazendo estes, parte do cotidiano e aliviando a tensão dia a dia, e ocasionando na adoção destas novas tecnologias.

A utilização da telefonia celular possibilita um novo olhar sobre a vida interrelacional e social dos sujeitos entrevistados, pois tal tecnologia propiciou uma sociedade contemporânea caracterizada pelo imediatismo, pelo instantâneo, não sendo mais a função primordial do aparelho celular a comunicação falada, mas sim se prioriza a comunicação através dos dispositivos denominados *gadgets*, os quais foram incorporados aos aparelhos e possibilitam, por sua vez, outras formas de

comunicação, seja por meio das redes sociais, seja através dos mais variados aplicativos disponíveis aos usuários.

Do mesmo modo, conforme a apuração da análise dos dados da referida pesquisa, estes sujeitos relacionam o aparelho celular, *smartphone* e *tablet* como algo indispensável em suas vidas, ressaltando que alguns relatos referem o artefato cultural como um companheiro, um amigo, assim como uma extensão do próprio corpo humano. Por vezes, desesperam-se quando não estão na posse de seu aparelho, ou quando termina a bateria do mesmo, sendo que o artefato cultural em questão proporciona novos sentidos e significados a vida das pessoas, tornando-se imprescindível ao cotidiano e a rotina de seus usuários, e na sua ausência nota-se que alguns sujeitos entrevistados sentem-se de certo modo excluídos de seu convívio social, sentindo a necessidade de estar a todo o tempo na posse de seu aparelho, como se o mesmo representasse a extensão do próprio ser.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CAETANO, Marina. **Famílias coletoras de materiais: uma nova perspectiva de renda a partir da resignificação do material**. Projeto de qualificação de dissertação de mestrado em Ciências Sociais na Universidade do Vale do Rio dos Sinos, em 28/05/2014.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: do conhecimento a ação política**. Conferência promovida pelo Presidente da República 4 e 5 de Março de 2005 | Centro Cultural de Belém. Disponível em: http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/Sociedade_em_Rede_CC.pdf, acesso em 29 de Novembro de 2014.

CASTELLS, Manuel. *Afterword*. In: KATZ, James E. **Handbook of Mobile Communication Studies**. Cambridge: MIT Press, 2008.

DU GAY, Paul; HALL, Stuart; JANES, Linda; MACKAY, Hugh; NEGUS, Keith. **Doing Cultural Studies: The Story of the Sony walkman**. London: Sage/ The open University, 1997. Tradução Leandro Belinaso Guimaraes; Maria Cecília Braun; Maria Isabel E. Bujes.

DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

HALL, Stuart. **A Centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo**. Educação & Realidade, Porto Alegre v22, n2, p.15-46, JUL/DEZ, 1997.

LACAN, Jacques. **O Seminário XVII: O avesso da psicanálise**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992. 172 p.

LACAN, Jacques. **O Seminário XIX: O saber do Psicanalista**. Recife: Centro de Estudos Freudianos do Recife, 1992. 132 p.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. 347 p.

MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação**. Trad. Laureano Pelegrin. São Paulo/Bauru: EDUSC, 2000.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de Comunicação como Extensões do Homem**. 5 ed. Editora Cultrix São Paulo, 1979

TEIXEIRA JR., Sérgio. **Ele mudou até a vida**. Exame, São Paulo, ano 39, Ed. 844, n. 11, p. 24-30, 2005.