

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Elaine Souza Resende Sklorz

EXPERIÊNCIAS CULTURAIS MÓVEIS E COMPARTILHADAS:
o telefone celular nos horários de pico dos transportes públicos
de São Paulo e de Frankfurt

DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

SÃO PAULO
2012

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC- SP**

Elaine Souza Resende Sklorz

**EXPERIÊNCIAS CULTURAIS MÓVEIS E COMPARTILHADAS:
o telefone celular nos horários de pico dos transportes públicos
de São Paulo e de Frankfurt**

Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo como exigência parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação e Semiótica, sob a orientação do Professor Doutor Amalio Pinheiro.

SÃO PAULO
2012

BANCA EXAMINADORA

À 'Mariazinha', fiel ao propósito, mesmo sem garantias, de que a educação às quatro filhas seria a maior de todas as heranças.

A Eilon, o pai possibilitador, que com assinaturas de revistas esboçou, mesmo sem verbalizar, que eu poderia me aventurar pelos oblíquos e ubíquos caminhos da comunicação.

À Adriana, Silvana e Jackelini, as irmãs que ousaram alterar a trajetória de uma genealogia cabocla.

Ao destino que me colocou na rota do maior de todos os amores, Frank. O príncipe que me propôs fazer dessa travessia uma história que, efetivamente, valesse a pena.

Às minhas estrelas projetadas, Leon e Helena... Imperiosos diamantes que, pela talha e pelo forje, dão sinais ao universo que virão para iluminar minha existência.

AGRADECIMENTOS

As páginas daqui em diante foram produzidas, principalmente, sob muita resistência. Houve, e isso não é só para figurar como mais um clichê de pesquisador, muitos antagonismos, daqueles que inspiram desde um pedido de socorro a um comunicado de desistência.

No fiel da balança estiveram todos aqueles que acreditaram em mim: o CNPq, com seu rico investimento, meus tímidos e escassos “seguidores” e um histórico profissional, o que não é só retórica, que avançou sobre a resignação ao não renunciar.

Por mais que eu pensasse sobre, não dava para voltar atrás.

Os quatro anos do doutorado abrigaram o resumo mais denso de todo o meu singelo percurso humano. E o produto de tudo isso é um texto muito próprio, ainda que com pitadas de muitos colaboradores, a quem requisitei algumas vezes doses de desestabilização.

Dito isso, compartilho com todos aqui o mérito de ter chegado aos “finalmentes”. Os deméritos, tudo bem... São todos meus.

Por essa certeza de que um potencial título de doutora só me aproximará de minhas limitações, é que agradeço a todos aqueles que me mantiveram, ainda que por frágeis teias, ligada à minha realidade e àquilo que verdadeiramente importa em minha trajetória: a grande rede da família, dos amigos, dos mestres e da vasta espiritualidade que nos cerca.

O trabalho aqui é especialmente dedicado ao professor e orientador José Amalio, que me acolheu numa hora difícil, em que, por ausência de rumo, parecia que essa tese não queria mais existir.

Especialmente e nominalmente, meus agradecimentos vão para:

Lúcia Leão, Cecília Almeida Salles, Edilson Cazeloto e Giselle Beiguelman, professores de quem obtive inestimáveis contribuições intelectuais.

Ao CNPq que permitiu dedicação integral ao estudo.

À Cida Bueno, do Programa de Comunicação e Semiótica, portadora não apenas da decisiva notícia: “você ganhou bolsa integral”, como de inúmeras coorientações sobre procedimentos e atalhos burocráticos.

Às pesquisadoras Galciane Neves, grande colaboradora da pesquisa de campo, e Maria Aparecida Morgado, minha orientadora no mestrado e de quem partiu o estímulo para que eu me aninhasse na PUC.

A Roberto Leiser Baronas, o mecânico que se doutorou em linguística, por avaliar minhas incursões iniciais na pesquisa hoje desdobradas nesse doutorado.

A Elton Domingues Rivas pela qualidade das trocas, afetivas e acadêmicas, nesses quatro anos de percurso: do projeto inicial à atual forma.

Aos meus sogros, Ingelore e Georg, pacientes e interessados em um objeto tão alheio à realidade deles.

À Irene Stickel Mueller, Maurenn Schoch e Andreas Schügner pela colossal luta de me infiltrarem no gramático e complexo mundo linguístico teutogermânico.

Aos inspirados colegas de PUC, Mauricio Trentin e Cibele Kerr Jorge.

À Val Lucas, a irmã postiça que ganhei, e que sem motivos aparentes andou semeando seu amor por mim e por minha família.

Aos amigos (re)conquistados e aos ignorados, o meu álibi: Juliana Oliveira Velasco, Francismar Petini, Antônio Francisco Malheiros e Geraldo Chama Júnior.

A Durval Bórnica Junior, da Symposion Gráfica, pelo dedicado trabalho em Excel que resultou no planilhamento dos dados de pesquisa.

Ao competente revisor Luís Fernando dos Reis Pereira pelo impressionante profissionalismo, envolvimento, presteza, seriedade e zelo. Esse trabalho também é dele!

E enfim, no temor de deixar passar em branco grandes colaboradores e incentivadores, parafraseio a romancista Elizabeth Gilbert, em *Comer, rezar, amar* (2006), sobre o ato e a expansibilidade do agradecimento.

No final das contas, porém, talvez todos devamos parar de tentar retribuir às pessoas deste mundo que apoiam nossas vidas. No final das contas, talvez seja mais sábio se render à milagrosa abrangência da generosidade humana e simplesmente continuar dizendo obrigada, para sempre e com sinceridade, enquanto tivermos voz.

Que venha a obra, depois de longa ruminação...

SKLORZ, Elaine Souza Resende. *Experiências culturais móveis e compartilhadas: o telefone celular nos horários de pico dos transportes públicos de São Paulo e de Frankfurt*. 2012. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica). Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

RESUMO. As apropriações culturais dos telefones celulares em uso nos transportes públicos das cidades de São Paulo e de Frankfurt, em situações de lentidão de trânsito, é objeto desta pesquisa. Como objetivo buscou-se identificar de que forma os indivíduos, de posse de seus aparelhos, consomem o tempo envolvido nos deslocamentos prolongados por contínuos engarrafamentos. Como problemática da pesquisa pretendeu-se chegar às traduções locais desse fenômeno global de utilização pervasiva e ubíqua de telefones celulares, mapeando até que ponto esse uso indiscriminado impacta as relações sociais, profissionais e pessoais. Uma maior apropriação de técnicas ou instrumentais digitais, por si só, garantem vantagem no percurso móvel das metrópoles? Em que medida o fato de carregar consigo um celular ou qualquer outra tecnologia móvel afugenta o mal-estar diante de um irremediável congestionamento no trânsito? A condição social e cultural do usuário é extravasada por meio dos hábitos de uso dessas mesmas tecnologias? No recorte estão usuários de metrô, trem e ônibus em trânsito nos períodos de pico de congestionamento: das 7h às 10h e das 17h às 20h em São Paulo e em Frankfurt, na Alemanha. Como hipótese entendeu-se que há traduções locais para a utilização *full time* e em movimento do telefone celular. Por conta dessa ideia de apropriação cultural, o método adotado, que consistiu em levantamento bibliográfico e em reflexões teóricas e epistemológicas sobre o objeto de estudo, também se utilizou da aplicação de questionários entre usuários de celular, em trânsito, nas plataformas de transportes públicos das duas metrópoles. O quadro teórico incluiu postulados de Amalio Pinheiro sobre a América Latina, seus mosaicos e mestiçagens; de Bastide; Maffesoli; Castells; Certeau; Flusser; Bauman; Augé; De Souza e Silva; Santaella; Lemos e Ferrara sobre traduções locais, ambiências, hibridismos, convergência, transformações da cidade, liquidez, espaços urbanos, lugar, territórios, nomadismo, mobilidades e telefone celular. A pesquisa concluiu que os padrões socioculturais de uma população resultam em modos singulares de uso de uma tecnologia. Essas apropriações e reapropriações tecnológicas indicam que as práticas de consumo, muito além da posse, estabelecem modos de ser e de viver que interagem com a construção de subjetividades, o que implica dizer que grupos sociais alijados do acesso às tecnologias digitais, à mobilidade tecnológica, sobretudo por questões econômicas, em alguma medida são alijados dos processos de deslocamento físico e de mobilidade social. O compartilhamento e consumo global de tecnologias promovem uma tensão constante entre a valorização das práticas heterogêneas de cada cultura e a homogeneização da mesma.

Palavras-chaves: telefone celular – território – mobilidade - transporte público - apropriação cultural - espaço urbano.

TITLE: Shared and mobile cultural experiences: the mobile phone in public transportation during rush hours in São Paulo and Frankfurt.

ABSTRACT. The cultural appropriations of mobile phones used in public transportation in situations of stop-and-go traffic in the cities of São Paulo and Frankfurt are the object of this research. As objective it was sought to identify in which way individuals, in the possession of their devices, take the time during the prolonged journeys caused by continuous traffic jams. It was intended to get to local translations of this global phenomenon of pervasive and ubiquitous using of mobile phones, mapping until which point this indiscriminate use impacts social, professional and personal relations. Does a larger appropriation of digital techniques or instruments, by itself, ensure advantage on the route in metropolises? To what extends the fact of carrying along a cell phone or any other mobile technology drives away the discomfort of an infallible traffic jam? Do cultural and social conditions of the user show by their use habits of these technologies? It was analyzed subway and bus users during the periods of traffic jams' peaks: from 7 a.m. to 10 a.m. and from 5 p.m. to 8 p.m. in Sao Paulo and in Frankfurt, Germany. As hypothesis it was understood that there are local translations of full time use and in movement use of mobile phone. Because of this idea of cultural appropriation, the adopted method, which consisted on bibliographic surveys and theoretical and epistemological reflections on the study's object, also used questionnaires among cell phone users, through traffic, on public transportation platforms of the two metropolises. The theoretical picture included postulates of Amalio Pinheiro on Latin America, its mosaics and miscegenations; from Bastide; Maffesoli; Castells; Certeau; Flusser; Bauman; Augé; De Souza e Silva; Santaella; Lemos e Ferrara on local translations, environment, hybridism, similarity, city's transformations, marketability, urban space, place, territory, nomadism, mobility and cell phone. This research concluded that socio-cultural standards of a certain population result in unique ways of use of technology. These technological appropriations and re-appropriations indicate that consumption, way beyond possession, set up ways of being and living that interact with subjectivity's construction, what implies saying that social groups secluded from access to digital technologies and to technological mobility, above all by economical matters, in some extend are secluded from the processes of movement and social mobility. Global sharing and consumption of technologies favor constant tension between the heterogeneity of local practices and the cultural homogenization.

Keywords: Mobile phone – territory - mobility - public transportation - cultural appropriation - urban space

GLOSSÁRIO - LISTA DE SIGLAS, ABREVIATURAS E TRADUÇÕES

3 G = Universal Mobile Telecommunication System (Sistema Celular de Terceira Geração).

BLUETOOTH = padrão para comunicação sem fio de baixo custo e de curto alcance.

BROWSER = navegador que habilita usuários a interagirem com documentos HTML hospedados em um servidor web.

CDMA = Code Division Multiple Access (Acesso Múltiplo por Divisão de Código) é um método de acesso a canais em sistemas de comunicação, tanto para a telefonia celular quanto para o rastreamento via satélite (GPS).

DEVICE = dispositivo, programa ou aparelho.

DESKTOP = computador fixo, de mesa.

E-MAIL = correio eletrônico.

FACEBOOK = rede social que permite troca de links, fotos, vídeos e textos.

FLASH MOBS = aglomerações instantâneas de pessoas em local público para realizar ação previamente combinada com dispersão imediata tão logo concluída a atividade.

FLICKR = rede social exclusivamente para postagem e compartilhamento de fotos.

GADGET = dispositivos eletrônicos portáteis como PDAs, celulares, smartphones, leitores de

MP3, entre outros.

GPS = Global Positioning System (Sistema de Posicionamento Global).

GSM = Global System for Mobile Communication ou Sistema Global para Comunicações Móveis (originalmente, *Groupe Spécial Mobile*) é o padrão mais popular para telefones celulares do mundo.

HTML = Hyper Text Markup Language (Linguagem de Marcação de Hipertexto).

HTTP = Hyper Text Transfer Protocol (Protocolo de Transferência de Hipertexto).

INSTAGRAN = é um serviço de compartilhamento de fotos pelo celular.

MMS = Multimedia Message Service (Torpedo Multimídia).

MOBILE MARKETING = serviços gerados pelas operadoras, de propaganda própria ou de terceiros para a sua base de assinantes através de SMS.

MOBILE ADVERTISING = serviços gerados pelas operadoras, de propaganda própria ou de terceiros através de SMS com premiação ao usuário caso ele aceite a abordagem.

MOBLOGS = blogs alimentados a partir de dispositivo móvel.

MODEM = dispositivos conectáveis a computadores de mesa ou portáteis. Permite o acesso banda larga à internet usando o navegador do computador.

MSN = rede social que permite troca de links, fotos, vídeos e textos.

OPT-IN = listas de permissão das operadoras de telefonia móvel para envio de propagandas. O opt-in é o termo empregado para as regras de envio de mensagens que definem que é proibido mandar e-mails comerciais/spam, a menos que exista uma concordância prévia por parte do destinatário.

OPT-OUT = é o termo empregado para as regras de envio de mensagens que definem que é permitido mandar e-mails comerciais/spam, mas deve-se prover um mecanismo para que o destinatário possa parar de receber as mensagens.

PDA = Personal Digital Assistant (Assistente Pessoal Digital) é um minicomputador com interconexão com um computador pessoal e uma rede sem fios de acesso à internet.

QUIZZ= Jogo de perguntas e respostas, desenvolvido como atividade principal, ou não, dentro de uma campanha promocional de *mobile marketing* ou *mobile advertising*.

RA = Realidade Aumentada.

RFID = Radio-Frequency Identification (Identificação por Rádio Frequência). Método de identificação automática através de sinais de rádio, recuperando e armazenando dados remotamente através de dispositivos denominados etiquetas RFID.

RM = Realidade Mista.

RV = Realidade Virtual.

SMARTPHONE = é um aparelho celular multitarefas que engloba inúmeras funcionalidades como: acesso a e-mails, mensagens instantâneas, internet, GPS, entre outros. Os aparelhos iPhone e Black Berry são exemplos de smartphones.

SMS = Short Message Service (Torpedo).

SPAM = usado para se referir aos e-mails não solicitados, geralmente enviados para um grande número de pessoas.

STOP AND GO ou START-STOP = “parar e andar” – expressão usual na área de mobilidade urbana que designa os movimentos intermitentes de percorrer curtas distâncias no horário de *rush* das grandes cidades.

TDMA = Time Division Multiple Access (Acesso Múltiplo por Divisão de Tempo) é um sistema de celular digital que funciona dividindo um canal de frequência em até três intervalos de tempo distintos. Cada usuário ocupa um espaço de tempo específico na transmissão, o que impede problemas de interferência.

TOUCH SCREEN = tela sensível ao toque.

TWITTER = rede social e servidor para microbloggings que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres).

TWEET = são textos de até 140 caracteres postados na rede social Twitter.

URL = Uniform Resource Locator (Localizador-Padrão de Recursos). É o endereço de um recurso disponível em uma rede (internet ou intranet).

WAP = Wireless Application Protocol (Protocolo para Aplicações sem Fio) é um padrão internacional para aplicações que utilizam o acesso à internet a partir de celulares.

WI-FI = tecnologia que permite a conexão entre vários dispositivos sem fio.

WiMAX = Worldwide Interoperability for Microwave Access é uma rede parecida com WiFi só que com a abrangência metropolitana.

WIRELESS = designa acesso à internet por meio de dispositivos de rede local sem fios.

WWW = World Wide Web ou Rede de Alcance Mundial (Web e WWW) é um sistema de documentos em hipermídia que são interligados e executados na internet.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1:	Campanhas em redes sociais, blogs, internet e impressas a favor do fone de ouvido em transportes públicos	53
Imagem 2:	Usuários de transporte público na região metropolitana de São Paulo em atividades de leitura, música, tricô durante o trajeto..	60
Imagem 3:	Acessórios para personalização de celulares à venda na internet	90
Imagem 4:	Processo de infiltração barroca voltada à personalização do aparato	98
Imagem 5:	Exemplo de processo de creolização ou bricolagem no qual o usuário amplifica o uso instrumental ao agregar novos usos e aspectos	99
Imagem 6:	Exemplo de processo de canibalismo ou destruição criativa, que a partir do desmanche e da apropriação forja o “outro”, que aqui poderia ser um detonador de bomba	100
Imagem 7:	Telefone móvel ilumina mão ferida durante atendimento médico em manifestação no Egito	109
Imagem 8:	Cenas corriqueiras de embarque de passageiros em trens na estação principal de Frankfurt e em ônibus nas ruas da cidade..	119
Imagem 9:	Superlotações não comuns em trechos da Deutsch Bahn com passagem por Frankfurt	121
Imagem 10:	Ônibus e metrô em São Paulo, em dia típico, a partir das 17h...	124
Imagem 11:	Metrô de São Paulo – Estação Sé - em dia típico, a partir das 17h	124
Imagem 12:	Campanha de pontualidade “Garantia 10 minutos” para o Facebook	128
Imagem 13:	Mapa Região Metropolitana de São Paulo apresentado aos entrevistados que demonstraram dúvida sobre sua origem e destino	136
Imagem 14:	Mapa do transporte metropolitano de São Paulo. Ambientes em que houve coleta de dados	139
Imagem 15:	Mapa geral das principais cidades alemãs (imagem à	

	esquerda) e das regiões metropolitanas do país (imagem à direita)	142
Imagem 16:	Mapa da região metropolitana de Frankfurt	143
Imagem 17:	Mapa da Hauptbahnhof (estação de trens e metrô) em Frankfurt onde foram aplicados os questionários	147
Imagem 18:	Pictogramas adesivados nos trens da Deutsch Bahn (ICE, IC e EC) para áreas de descanso (Ruhezone) e áreas com permissão para uso de celulares	149
Imagem 19:	Mapa de linhas partindo e chegando à Hauptbahnhof de Frankfurt	151

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Posse de celular para uso Pessoal.....	33
Gráfico 2:	Pesquisa sobre a relevância do celular na rotina do brasileiro	50
Gráfico 3:	Volume de vendas de smartphones na Alemanha de 2006-2012 (em milhões)	80
Gráfico 4:	Caracterização socioeconômica do usuário e de seus hábitos de viagem	113
Gráfico 5:	As cidades mais engarrafadas do mundo	131
Gráfico 6:	Operadoras de telefonia mais utilizadas nos transportes públicos de São Paulo	140
Gráfico 7:	Evolução no número de telefones fixos e móveis na Alemanha nos últimos 4 anos	145
Gráfico 8:	Qual a operadora de telefonia que você utiliza?.....	152
Gráfico 9:	Clientes móveis (<i>mobile customers</i>) com linhas ativas de celulares da T-Mobile no primeiro trimestre de 2012	153
Gráfico 10:	Base de pré e pós-pagos entre usuários de Frankfurt e São Paulo	154

LISTA DE TABELAS

Tabela 1:	Número de SMS mensais enviados no mundo em milhares	37
Tabela 2:	Infiltração de aparelhagem eletroeletrônica nas residências brasileiras	41
Tabela 3:	Operadoras de telefonia móvel na Alemanha por número de linhas	152

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
 PARTE I - O DISPOSITIVO	28
 CAPÍTULO 1 – O móvel produzido pela integração digital	31
1.1 Mídia tátil: na ponta dos dedos	36
1.2 Brasis em fluxo	40
1.3 Inclusões móveis: o telefone “pai de santo”	42
1.4 Usos desinibidos em lugares públicos	51
 CAPÍTULO 2 – Mobilidades, fluxos e lentidão	58
2.1 Mobilidade híbrida ou ampliada	62
2.2 Imobilidades e lentidões forçadas	66
2.3 Os híbridos produzidos nos fluxos	68
 PARTE II – APROPRIAÇÕES CULTURAIS DO DISPOSITIVO	72
 CAPÍTULO 3 – A produção móvel do “entre”	73
3.1 Consumos e inclusões simbólicas na mobilidade	77
3.2 Propaganda móvel	82
 CAPÍTULO 4 – Tecnologias afetivas, corpos afetados	84
4.1 Apropriações via celular: usos criativos	96
	15

PARTE III – O USUÁRIO E SEUS PERCURSOS NA METRÓPOLE	105
 CAPÍTULO 5 - A escuta em campo	
5.1 Por todo o lado: os ônibus	110
5.2 Metrô: o preferido	112
5.3 Os trens e os outros	114
5.4 Materiais e métodos	115
5.5 Os usuários	125
5.6 São Paulo e seus percursos engarrafados	130
5.7 O telefone celular no(s) transporte(s) público(s) de São Paulo	134
5.8 Frankfurt: a metrópole desobstruída	141
5.9 Telefones celulares no transporte no transporte público de Frankfurt	145
 CAPÍTULO 6 - Experiências compartilhadas em São Paulo e Frankfurt	154
 CONSIDERAÇÕES FINAIS	158
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	167
 APÊNDICES	182

INTRODUÇÃO

Originária do latim *transire*, “ir em frente”, a palavra trânsito, em português, vem sendo ressignificada de tal forma no campo social que passou a acomodar desde o ato de se deslocar, de ir e vir, de passagem, flunar, transitar, viajar, transcorrer até a condição de estar transitório, em transe, marcha, movimento.

Nesta pesquisa, trânsito não é apenas andar – de todas as formas, inclusive com automóveis –, mas também é parar. Trânsito é velocidade, mas também é lentidão. É estar em fluxo, atrelado à cena urbana de movimento e deslocamento de pessoas, coisas e situações, que Augé (2010) chamaria de não lugares (aqueles ambientes da transitoriedade que não se incluem nem na origem e nem no destino), mas que nós, por recusarmos essa aplicação na investigação em tela, chamaremos de lugares nômades, móveis, heterogêneos e descontínuos. Afinal, estar no ônibus, trem ou metrô é estar em algum lugar.

Por conta desse entendimento de trânsito, de viagem¹, forjamos outro termo que, de alguma forma, deriva dele: apagão de deslocamento. Aqui, apagão, terminologia que ganhou força no Brasil nos anos 2001 e 2002 com a crise na geração, fornecimento e distribuição de eletricidade, em nada tem de ver com paralisação total do movimento, com caos ou coisa que o equivalha. Em vez disso tem de ver com pane, com crise, comprometimento do deslocamento, com lentidão grave.

A expressão apagão, emprestada do setor elétrico, tem aparecido na literatura recente do setor de transportes no país. Isso por conta dos sucessivos, quilométricos e cada vez mais frequentes engarrafamentos nos grandes centros urbanos brasileiros. Os tais engarrafamentos, comuns em determinados horários do dia em metrópoles e cidades médias de todo o mundo, em São Paulo se concentram por longos períodos aquém e além do *rush*, em razão de variáveis fatores, que incluem desde a falta estrutural de vias de escoamento de tráfego (as cidades crescem mais que seus modais) ao número crescente da frota de veículos (com a abertura de crédito e o estímulo público ao consumo, as classes C e D também passaram a “consumir” automóveis); do uso

¹ No transporte urbano, a unidade usual (a viagem) tem variadas formas (de recreação, de trabalho, para casa) e é alterada pelo tipo de motorização (ou meio mecânico) que é empregado (transporte público, particular, a pé).

prioritário e preferencial do transporte individual² (por uma questão cultural e de convenção social, o carro está associado à maioria, prestígio, progressão financeira, portanto é consagrado como rito de passagem) em vez do público (uma vez que esse último não cumpre sua função com eficiência e qualidade) à periferização das moradias, haja vista que se vive cada vez mais longe do trabalho.

Ao se forjar a expressão apagão de deslocamento, há de se distinguir outras expressões relativamente próximas, ainda que diversas, como trânsito, deslocamento e congestionamento/engarrafamento. Deslocamento é a capacidade de se reposicionar continuamente no espaço urbano, de se reterritorializar, de poder estar em qualquer lugar, cá, aqui e acolá, mas também, e por conta disso, de não estar em lugar algum, de não se sentir parte do processo, algo sugerido em Sússekind (1990, p. 24; 77)³ que tem de ver com a noção de inadequação e desconcerto. A expressão está muito próxima do sentido de transitar, mas é diametralmente oposta à semântica de congestionamentos-engarrafamentos-paralisações. Deslocar é alternar. Congestionar é empacar.

Trânsito aqui será o ir e vir, o fluxo das multidões no espaço urbano, quer seja por meio de tração mecânica, animal ou humana e não implica, necessariamente, em congestionamento. Sinônimo de circulação, o excesso de trânsito na cidade resultará em congestionamentos/engarrafamentos quando as vias, que já operam normalmente em sua condição limite/capacidade máxima, não comportarem aumento de demanda (que pode ser definido pela lentidão ou baixa velocidade), promovendo paralisações frequentes em filas, comprometendo o deslocamento por conta da métrica: volume de pessoas *versus* volume de automóveis em vias públicas de capacidade exaurida.

Normalmente, os congestionamentos/engarrafamentos se dão, nos centros urbanos, em horários específicos do dia, denominados de horários de pico: das 7h às 9h e das 17h às 19h⁴. Mas há outras inúmeras formas de congestionamento, inclusive fora das aglomerações urbanas: seja por conta de feriados prolongados, acidentes de trânsito, automóveis quebrados na pista, semáforos com problemas, shows ou eventos relevantes

² O automóvel, assim como o telefone celular, privatiza a ocupação do espaço urbano e figura em destaque no rol dos bens mais cobiçados, sendo sobrepujado apenas pela casa própria e pelo próprio negócio – associados, respectivamente, à conquista de segurança e à independência. Mesmo assim, ocupa, para muitos, o primeiro lugar nessa lista, pois expressa status, poder, realização, liberdade. Em condição mais rebaixada encontra-se apenas o pedestre, esse “cidadão de segunda classe” (MCLUHAN, 1964, p. 250).

³ Cf. SÜSSEKIND, 1990.

⁴ Em São Paulo, esse horário de pico foi ampliado. Segundo a CET, compreende os horários de pico o período das 7h às 10h e das 17h às 20h. Com base nisso, funciona também o horário de rodízio, que estabelece que uma vez por semana carros com determinado final de placa só podem circular no centro expandido da capital, que fica em meio às marginais, das 10h às 17h e das 20h às 7h.

no calendário local ou nacional (Copa do Mundo, Carnaval, Natal, Ano Novo), visitas de ilustres (Papa, chefes de Estado, comitivas esportivas), paralisações de categorias, protestos públicos, chuvas torrenciais, quedas de ponte, desvios e obras.

O trânsito e os engarrafamentos, por mais cancelados que estejam ao e pelo Poder Público, fogem de qualquer controle ao envolver imprevisibilidades de toda natureza, como, por exemplo, os fenômenos climáticos, falhas humanas e/ou mecânicas como as acima listadas.

Considerando os três aspectos (trânsito, deslocamento e congestionamento), o Brasil figura, tendo São Paulo como seu emblemático exemplo, nas listagens de centros mais engarrafados do mundo, sempre entre as três primeiras posições de metrópoles⁵ mundiais com maior problema de mobilidade urbana.

Portanto, estamos a falar neste trabalho de uma crise ou apagão de deslocamento, comum ao trânsito das grandes cidades, provocada pelos frequentes congestionamentos, que por sua vez são derivados de outra cadeia de situações.

Nos engarrafamentos, tudo em volta parece ruir. O trânsito que não flui exacerba em nós a impotência e a ociosidade, de não termos nada para fazer e de não podermos fazer nada contra esse mal-estar promovido por cenários (de tráfego) em câmera lenta que, no geral, dependem mais de exercícios de paciência do que de nossa vontade de não estarmos lá.

Além do rádio e das TVs portáteis (que, por lei, nos autos só podem funcionar no painel dianteiro quando se está parado), há quem tome café da manhã, almoce, corte unhas, se maquie, tire a sobrancelha, leia, estude, troque torpedos e marque compromissos pelo celular. Nesse contexto, este dispositivo se apresenta como a salvaguarda móvel de todo o percurso urbano obstaculizado, que se desdobra em câmera lenta. O celular promoveria mobilidades ao catapultar seu usuário⁶ de cenários obstruídos a planos de tempo “otimizado” e produtivo, tempo este cronológico,

⁵ Metrópole deriva do grego mãe e cidade. Historicamente, muitos estudiosos rejeitam a nomenclatura. Outros adotam o termo conurbação (GEDDES, 1915) que sugere a junção de cidades em crescimento, o que não é o caso de inúmeras metrópoles modernas. Para Blumenfeld (1972, p. 53), há que se diferenciar metrópole de conurbação e de megalópole.

⁶ Ao longo de todo o texto, a expressão “usuário” será vinculada ao elemento humano, individual ou coletivo, que por meio de seus usos e consumos de objetos culturais e tecnológicos torna-se fundamental aos processos que estabelece (e do qual faz parte, ainda que não intencionalmente) no ambiente comunicacional atual. Seus usos tendem a ser inclassificáveis diante da variabilidade de condições em que se dão.

orgânico, utilitarista, tarefeiro, especializado⁷. Ainda que de dentro de um ônibus lotado, preso em algum engarrafamento da cidade, o usuário pode, por meio dessa interface⁸, acionar contatos para promover reuniões remotas, gerenciar afazeres domésticos, rearticular compromissos, enfim, se tornar “produtivo” sob a ótica corrente do capital. É sobre os ganhos de tempo, quantificável, divisível, passível de ser calculado e analisado, que age toda a máquina de propaganda do dispositivo celular.

Considerando o trânsito, a cidade e o aparelho, incorporamos o fator sociocultural como o viés passível de análise. Nossa questão está deslocada tanto para os interstícios das mobilidades (seja ela física ou tecnológica) nas regiões metropolitanas de São Paulo e de Frankfurt, na Alemanha, via transportes públicos e telefonia móvel, quanto para as apropriações⁹ culturais do usuário nesses ambientes em crise de deslocamento físico.

Os usos “prováveis”¹⁰ de uma mídia portátil podem identificar quem dela se serve? E a condição social e cultural do usuário é extravasada por meio dos hábitos de uso dessas mesmas tecnologias?

O debate, ainda incipiente sobre o uso irrestrito de telefone celular¹¹ em situações de lentidão de trânsito, se processa a partir de agora pelo emprego conveniente de aporte teórico e pesquisa de campo.

Nas condições dadas, contemporiza-se se, de fato, o uso de celulares na mobilidade, com todos os recursos de rastreabilidade e busca, impactam sobre o uso do

⁷ O tempo é tema central na obra de Bergson. Vem dele a diferenciação do tempo em fictício e real. O primeiro como exterior (gregário, cronológico, utilitarista, representado, coisificado) e o segundo interior (de potência, duração, de criação, vivido, uno, interpenetrado, indivisível e coeso).

⁸ A interface é o principal elo de comunicação entre o interator e seu aparelho técnico. Interface é um termo atualizado para definir o elo estabelecido entre o complexo “aparelho-operador”, conforme enunciado por Flusser (2002), embora sem usar o termo em si em sua Filosofia da Caixa Preta. A interface permite ao interator realizar as operações de *inputs* e *outputs* em sistemas e aparelhos complexos.

⁹ Apropriação, nesta tese, tem de ver com o entendimento de Martín-Barbero de que trata-se de uma relação definida pelo “direito e capacidade de fazer nossos os modelos e as teorias, venham de onde venham, geográfica e ideologicamente. [...] implica não só a tarefa de ligar, mas também a mais arriscada e fecunda de redesenhar os modelos, para que caibam nossas diferentes realidades, com a consequente e inapelável necessidade de fazer leituras oblíquas desses modelos, leituras ‘fora de lugar’, a partir de um lugar diferente daquele no qual foram escritos” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 19)

¹⁰ Problematicando esse pressuposto, a pedido do doutor Edilson Cazeloto, em 15 de abr. de 2011, o que seriam usos prováveis de mídias móveis? Ao falarmos de uso provável, admitimos a existência de usos improváveis. E o que poderia ser alçado à condição de improvável? Em vez de uso provável do celular, falaremos de função instrumental do celular, que é fazer e receber ligações. Não existe um “uso correto” do celular.

¹¹ Inicialmente a pesquisa se ocupou de cartografar todas as tecnologias móveis utilizadas em transportes públicos coletivos da cidade de São Paulo, durante o horário de pico, para só depois fazer a opção por trabalhar com a telefonia celular, em razão de esta ser a tecnologia móvel mais utilizada nos trajetos.

transporte urbano, podendo “alterar a forma de espera e criar novas dinâmicas de movimento no espaço físico ao redor dessa atividade social” (LEMOS, 2007, p. 130).

Tecnologias utilitárias para cidades paralisadas

Os aspectos fluídos e mestiços da comunicação urbana imperam no *intermezzo*¹² e por conta disso criam uma terceira mobilidade, a híbrida, ambientada no “entre” das duas mobilidades aqui apresentadas: a de deslocamento físico pelo tecido urbano e a mobilidade celular que articula o movimento à comunicação, os espaços (territorial e espectral) à população com suas estações móveis (VICENTIN, 2009, p. 4).

Neste contexto, os apagões são períodos de marcha lenta, do inglês *stop and go*¹³, que ocupam a cena diária não só de São Paulo mas de dezenas de outras capitais brasileiras¹⁴ em determinados horários do dia. Milhares de outras metrópoles mundiais¹⁵, a exemplo da Cidade do México, Nova Iorque, Mumbai, Xangai, Moscou, Bangcoc, Los Angeles, Tóquio, Londres, Pequim, Seul, Nova Délhi, Johannesburgo, também resistem caótica e cotidianamente a essas situações inerentes à ocupação urbana na cidade grande.

Tais engarrafamentos, em se mantendo os desajustes entre transporte público urbano ineficiente, ausência de políticas sólidas de planejamento urbano e crescente frota de veículos¹⁶ nas vias, tendem a se estender por grande parte do dia¹⁷, tornando-se

¹² Quando Deleuze e Guattari (1995), em Mil Platôs, tratam da conceituação de rizoma, eles ampliam também a ideia de *intermezzo*, que é aquilo que se encontra no “meio, no entre as coisas, no inter-ser”.

¹³ Expressão usual na cena urbana que designa em português o “para e anda” intermitente no horário de pico. Em inglês também se usa *start-stop* para a mesma situação.

¹⁴ Além de São Paulo (SP), fazemos referência aqui ao Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Porto Alegre (RS) e Fortaleza (CE) com seus consideráveis e comprometedores engarrafamentos.

¹⁵ Disponível em: <http://www.forbes.com/2009/02/24/traffic-congested-cities-lifestyle-real-estate_congested_cities_full-list.html>; <http://www.forbes.com/2009/02/24/traffic-congested-cities-lifestyle-real-estate_congested_cities.html>; <<http://www.archdaily.com.br/17379/as-10-cidades-mais-congestionadas-do-mundo/>>; <<http://carmagazine.uol.com.br/curiosidades/estudo-traz-lista-com-cidades-mais-congestionadas-da-europa>>. Acesso em: 23 out. 2010.

¹⁶ A referência aqui é para carros de passeio em especial, que em São Paulo funcionam mais como veículos de transporte individual. Dados do Departamento Nacional de Trânsito (Denatran) indicam que na cidade de São Paulo a frota de veículos era de 6,6 milhões de unidades em março de 2012. Cf. Denatran. Disponível em: <<http://www.denatran.gov.br/frota.htm>>. Acesso em: 7 abr. 2012.

¹⁷ Esse fato já é realidade em trechos de relevantes ramais viários em São Paulo, como nas Marginais Tietê e Pinheiros e na Radial Leste, avenidas de tráfego concentrado (23 de Maio, Ponte João Dias, Rebouças, Faria Lima, 9 de Julho, Paulista e Brasil).

a regra e devendo ser entendidos como parte da cena urbana, a exemplo do que ocorre, com significativa frequência, na Cidade do México¹⁸.

Por mais que soem apocalípticas, algo nas previsões tem feito sentido: ainda que não pare, o trânsito de São Paulo nunca será fluído.

Como em 4 de março de 2008, quando por mais de dez horas engarrafamentos em cadeia repercutiram por toda a região metropolitana por conta de uma queda de energia de uma hora nos faróis da zona sul da cidade e de parte dos municípios vizinhos de Embu e Taboão da Serra.

Para diminuir os efeitos de situações como essa, vigora desde 1997 em São Paulo a Operação Horário de Pico, que consiste na aplicação de um sistema de rodízio de veículos, no qual uma vez por semana carros com placas de determinado final, de 0 a 9, são impedidos de rodar no centro expandido da cidade de São Paulo, entre as marginais, nos períodos das 7h às 10h e das 17h às 20h. O descumprimento é penalizado com multa pecuniária e pontuação negativa na carteira de habilitação.

Mas a eficácia desse sistema é amplamente discutida, haja vista que estimulou o acréscimo de frota de veículos, parte em razão da compra de um segundo carro para fugir da regra. O aumento da frota também é responsável por acomodar veículos mais velhos que, mais poluentes, tornaram-se um agravante a mais para a poluição atmosférica.

Certamente, a melhoria do transporte público impactaria sobremaneira numa potencial mudança de hábito dos motoristas. Mais pessoas aderindo aos transportes públicos implicaria, no mínimo, em menos carros transitando nas vias, desde que essa rede pública de prestação de serviços desse conta de distribuir, de forma competente, tal demanda.

Caóticos ou desmantelados, fato é que há quem duvide que os engarrafamentos nas metrópoles brasileiras ou mundiais possam paralisá-las. Para Scaringella, há mais de 40 anos se anuncia um colapso ou travamento total do trânsito que, no entendimento dele, apesar das evidências atuais, ainda é despropositado.

A hipótese de caos generalizado baseia-se em premissa falsa. Seria necessário que a cidade se verticalizasse indefinidamente ou que a taxa de motorização chegasse a níveis estratosféricos, o que nunca irá ocorrer. Entretanto, o que se

¹⁸ Pesquisa da Fundação Dom Cabral de Minas Gerais sustenta que, a partir de 2013, os picos de congestionamento da capital paulista devem se assimilar à cena mexicana, ainda que experiências por ambas as cidades já denotem que entre elas não exista distinção no trânsito.

verifica é o aumento do grau e da extensão da área de deterioração do trânsito na cidade, que acaba contribuindo para a degradação urbana. (SCARINGELLA, 2001, p. 55-59)

E é nesse contexto de sequenciais e frequentes lentidões que a pesquisa se articula. Rememoremos a marca histórica de 293 km de engarrafamento em que mergulhou São Paulo na véspera de Corpus Christi, em 10 de junho de 2009¹⁹. Uma lentidão generalizada que vitimou, inclusive, quem poderia escapar ileso a isso: o usuário de transporte coletivo que, por não circular por corredores expressos, é afetado cotidianamente pelos congestionamentos. Não estamos falando de corredores exclusivos²⁰, que é o que já existe em São Paulo, mas em vias expressas superficiais ou subterrâneas, sem faróis e sem interferência do trânsito de veículos privados, a exemplo do que existe em Frankfurt, a outra metrópole estudada. Os corredores expressos de transporte público se aproximariam, em alguma medida, dos trilhos de trens e metrô. Hoje, a realidade paulistana é de um único corredor com essa configuração de expresso, que é o Expresso Tiradentes²¹, que atende ao eixo sudeste da região e que, segundo dados oficiais, reduz o tempo de percurso pela metade²².

Dentre as previsões negativas pautadas no colapso no trânsito de São Paulo está, numa visão estritamente mercadológica e capitalista, também a de perda de competitividade e de posicionamento estratégico para o mercado externo²³, o que é questionável, uma vez que relevantes centros econômicos mundiais lidam, em grande medida, com os mesmos tipos de problema e ainda assim se mantêm atraentes para o mercado, ou seja, a cidade se viabiliza ainda e apesar de seus congestionamentos. E por mais que se venda a promessa, será que de fato as tecnologias móveis otimizam ou tornam produtivas as horas gastas em deslocamentos?

¹⁹ Cf. <<http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL13128-5605,00-SAIBA+QUAIS+SAO+OS+SETE+MAIORES+CONGESTIONAMENTOS+DA+HISTORIA+EM+SP.html>>; <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u579520.shtml>>. Acesso em: 12 out. 2009

²⁰ Também chamados de “Passa Rápido”, são exclusivos a ônibus, táxis e ambulâncias, com paradas em canteiros centrais de grandes vias e embarque pela esquerda.

²¹ Em São Paulo, há apenas um único corredor expresso de ônibus que atende o eixo sudeste da cidade, chamado de Expresso Tiradentes. Atualmente é formado por vias exclusivas, saindo do Parque Dom Pedro II, utilizando trechos sobre o tampão do Tamanduateí, a via elevada na Avenida do Estado até o Sacomã, e ligação pela Avenida Luis Ignácio de Anhaia Melo ao terminal Vila Prudente.

²² Cf. EMTU. Disponível em: <<http://www.emtu.sp.gov.br/emtu/redes-de-transporte/corredores-terminais/expresso-tiradentes-sacoma.fss>>. Acesso em: 24 fev. 2011.

²³ Estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e da ANTP sustenta que as dez maiores cidades brasileiras perderam anualmente na década de 1990 cerca de 250 milhões de horas de trabalho produtivo nos congestionamentos urbanos. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/pub/livros/transportes.pdf>>. Acesso em: 7 set. 2010.

Na esteira dessa lógica, inúmeros negócios, grande parte informais, irregulares e até ilegais, são gestados a partir dos engarrafamentos, que de tão perenes na cena urbana admitem ambulantes em pleno passeio público²⁴ e corredores viários²⁵. Seja em Atenas, na Grécia, ou em Johannesburgo, na África do Sul, na lentidão das vias pode-se comprar de balas a limpadores de para-brisas, de mapas a guarda-chuvas, de carregadores de bateria de celular a lanternas. De amendoins torrados a biscoitos de polvilho. Pode-se comprar até flores.

- E aí, meu amigo, bão?! Cadê o chefe?
- Tá aqui não. Foi comprar material no centro.
- Então, fala pra ele me ligar no celular que hoje eu já tô carregado²⁶.

Em um nível mais local²⁷, a Rádio SulAmérica Trânsito²⁸, de São Paulo, também é um negócio surgido do engarrafamento. A estação, que é privada, funciona das 6h às 21h com informações exclusivas sobre os corredores²⁹ de trânsito da cidade e suas rotas de fuga. Ao vivo, boletins sobre o tráfego são rebatidos ao público graças ao contínuo fornecimento de conteúdo via torpedos de celular (SMS) ou ligações telefônicas (também por celular) pelos ouvintes em deslocamento na capital³⁰. Sobre essa conexão remota, ainda que esse não seja o ponto em questão, algo deve ser contemporizado. O Código de Trânsito Brasileiro, em seu artigo 252, estabelece multa de R\$ 85,13 mais

²⁴ Conforme legislações federal, estaduais e municipais (vide Decreto do município de São Paulo nº 45.904 de 19 de maio de 2005), passeio público é parte da via, normalmente segregada e em nível diferente, reservada ao trânsito de pedestres e, quando possível, à implantação de mobiliário urbano, sinalização, vegetação e outros fins.

²⁵ A fiscalização contra esse tipo de serviço em vias públicas, na cidade de São Paulo, está a cargo da Guarda Municipal de Trânsito.

²⁶ Diálogo (aos berros) entre um catador de reciclados (puxando sua carroça repleta de madeira de demolição na avenida Francisco Matarazzo) e o porteiro (no seu posto) do Colégio Olga Ferraz da Associação Cívica Feminina (localizado na esquina da rua Ministro de Godoy com a avenida Francisco Matarazzo, bairro Perdizes, zona oeste de São Paulo), no dia 14 de junho de 2012. Enquanto falava, o catador se esgueirava em meio aos carros e ônibus na avenida e de lá avisava ao colega porteiro que esperaria pela ligação de uma autoridade da escola no celular.

²⁷ Em todo o mundo operam rádios exclusivas ao trânsito como esta de São Paulo, inclusive mais tradicionais. Em Frankfurt, por exemplo, todas as rádios geram boletins sobre trânsito (exemplos: <<http://www.swr3.de>>; <<http://www.fhh.de/news-service/verkehr.html>>), que para serem irradiados interrompem a programação.

²⁸ A Rádio SulAmérica Trânsito (92,1 MHz FM) é uma estação de rádio, criada em fevereiro de 2007 na cidade de São Paulo, especializada em serviços de trânsito. A programação é composta por informações ininterruptas de trânsito e boletins ao vivo das ruas de São Paulo das 6h às 21h.

²⁹ Sobre corredores, há de se esclarecer que ainda que se use a expressão “corredor de ônibus”, a via consiste apenas como faixa exclusiva a ônibus e táxis, o que não faz dela um corredor expresso, uma vez que também está sujeita a semáforos.

³⁰ A rádio conta também com uma equipe de profissionais que, em circulação pela cidade, fornecem boletins de tráfego.

quatro pontos na carteira ao motorista que for pego falando ao celular enquanto dirige. Portanto, a Rádio oferece um serviço que se sustenta diuturnamente sobre uma violação legislativa³¹ ao estimular que o seu ouvinte, em trânsito, forneça informações em tempo real sobre as vias em que trafega.

Embora a tarefa de um sistema urbano eficiente de transporte seja deslocar pessoas e produtos de um lugar para o outro em segurança e em tempo hábil, as queixas referentes ao transporte público não são nada recentes. Consta na literatura que no século I, o governo de Roma, na época a maior cidade do Ocidente, estabeleceu um sistema de rodízio para aliviar o tráfego de veículos, restringindo a circulação a apenas um determinado horário noturno (DYCKMAN, 1972, p. 145).

De forma acintosa, o grande tráfego de veículos tornou-se uma reclamação recorrente em todo o mundo com a revolução industrial, no século XIX.

Não existe, em verdade, um ‘problema de transporte’ isolado na metrópole moderna; existem problemas de organização espacial das atividades humanas, de adaptação de facilidades e investimentos existentes, e das necessidades e aspirações do povo no seu problema de transporte e no transporte de seus bens. (DYCKMAN, 1972, p. 146)

De imediato as receitas são múltiplas e partem de todos os lados: vão da restrição do transporte individual, com mais um dia de rodízio, mais impostos a veículos e aumento no valor da hora de estacionamento, a uma maior vascularização de vias na cidade, melhoria no transporte público, e em toda a sua malha, e construção de mais ciclovias. Recriam-se e reciclam-se estratégias quando não se pode reinventar as cidades.

Soluções ou encaminhamentos a esse respeito não serão propostos aqui, por entendermos que essa temática enveredaria para críticas, fora do nosso propósito, à maior de todas as cadeias produtivas do sistema capitalista: a que resulta no automóvel, o modal.

O fato é que não se pode falar de lentidão no trânsito sem se falar dos impactos que tais cenários causam ao transporte público e ao seu usuário que, por se ver sem ter o que fazer, tenta se ocupar ainda que seja fazendo uso do telefone celular.

³¹ A Associação Brasileira de Medicina de Tráfego (Abramet) sustenta que os acidentes de trânsito provocados pelo uso do celular são a quarta maior causa depois de excesso de velocidade, uso de álcool e drogas e cansaço. Essa prática, de teclar e dirigir simultaneamente, aumenta o risco de acidentes em 23 vezes, de acordo com estudos do Instituto de Transportes da Universidade Tecnológica da Virgínia, nos EUA. Disponível em: <<http://www.brasilcaminhoneiro.com.br/V4/comportamento/direcao/>>. Acesso em: 25 jun. 2012.

Material de análise

Toda nova tecnologia necessita de uma nova guerra. (MCLUHAN, 1971, p. 98)

O método adotado na pesquisa consistiu na aplicação de questionários, anotações em caderno de campo, observação participante, levantamentos bibliográficos, reflexões teóricas e epistemológicas sobre o objeto de estudo.

A proposta de investigação se desdobra em três partes que, distribuídas cada qual em capítulos, discorrem sobre mobilidades e deslocamento físico³²; cidades; usos; usuários; e apropriações culturais do telefone celular.

Optamos por mobilizar a bibliografia sobre telefone celular somente, e de acordo, com os argumentos apresentados na tese, ou seja, voltados a abordagens do dispositivo³³ e dos seus processos culturais (sujeitos/circunstâncias) envolvidos durante situações semelhantes ainda que em geografias diversas (São Paulo e Frankfurt).

A bibliografia sobre celular e outras tecnologias móveis foi obtida, em grande medida, via meios virtuais, quer fossem por sites, grupos de discussão, comunidades ou portais tecnológicos públicos ou privados³⁴, bases de pesquisa, tutoriais publicados por empresas que atuam na área ou por pesquisadores universitários.

Para desenvolver a parte empírica da investigação, foram realizadas em São Paulo entrevistas durante os seis primeiros meses de 2010, retratando as movimentações gerais desses usuários em transportes públicos coletivos (ônibus, metrô e trem). Os 120 entrevistados foram selecionados por procedimento de sorteio aleatório, em plataformas

³² Dr. Lucrécia D'Aléssio Ferrara contemporizou, durante apresentação parcial desta pesquisa em sessão temática do 1º Confibercom, em 02 de agosto de 2011, que no contexto da pesquisa a expressão deslocamento físico atende mais que mobilidade física. Isso porque ela entende que mobilidade física está atrelada à acessibilidade e temas relativos às limitações físicas por mobilidade reduzida.

³³ Dispositivos de comunicação móvel são os aparelhos tecnológicos portáteis com acesso à rede sem fio (wireless), tais como notebook, handhelds ou PDAs (Personal Digital Assistants), consoles portáteis de videogame (Nintendo DS, Sony PSP, Microsoft Xbox 360, Nintendo Wii, Sony Play Station 3 entre outros), assim como os telefones celulares.

³⁴ Cf. WirelessBrasil - <<http://www.wirelessbrasil.org/>>; Consultoria Teleco – <<http://www.teleco.com.br/>>; Anatel – <<http://www.anatel.gov.br/>>; Dia a Dia Bit a Bit <<http://terramagazine.terra.com.br/silviomeira/blog>>.

de embarque de metrô ou terminais³⁵ integrados de ônibus, metrô e trem. O grupo foi submetido a 29 perguntas com questões objetivas que consumiam em média 7 minutos.

Nesse jogo de aproximação, também foram aplicados na Hauptbahnhof³⁶ de Frankfurt, na Alemanha, em janeiro e em novembro de 2011, 34 questionários a usuários de transporte público, nos mesmos moldes do material brasileiro. As peculiaridades desse apontamento constam do capítulo sobre materiais e métodos (Parte III), que abriga ainda outros registros de campo.

A pesquisa em tela pretende demonstrar como se dão as traduções locais desse fenômeno global de utilização em movimento de telefones celulares e de que público *versus* privado e profissional *versus* pessoal se mesclam em ambientes coletivos em crise de mobilidade física. Como o usuário classifica o uso de tecnologias móveis em ambientes com circulação comprometida? Quais as funcionalidades do aparelho que mais o atendem numa situação dessas? O telefone celular pode ser usado de forma criativa em ambientes de estresse?

No caso em questão, figuram como *corpus* usuários de ônibus, metrô e trem da maior metrópole brasileira, São Paulo, e, em menor medida, da região metropolitana de Frankfurt, a maior economia europeia. Mas por que São Paulo e Frankfurt?

As escolhas por São Paulo e Frankfurt não foram por acaso ou conveniência, mas motivadas por afetos.

São Paulo por ser uma grande representação do que venha a ser o Brasil em todas as suas articulações, tramas, singularidades e fragmentos.

Frankfurt, por sua vez, foi se delineando como um ambiente que acomodaria outro viés dessa pesquisa a cada uma das oito viagens consecutivas que fiz à cidade a partir de 2008. Na época, Frankfurt, a exemplo de São Paulo, apresentou-se como palco representativo de apropriações e traduções da adoção de uma tecnologia massiva como o celular, por conta de seu (também) peculiar perfil sociocultural (vide Parte III).

³⁵ Terminais são áreas onde as linhas têm seu ponto de chegada ou de partida. Em São Paulo são, ao todo, 28 terminais municipais e 1 intermunicipal. Em todos há quiosques de diversos serviços, caixas eletrônicas e posto de atendimento para solicitação, recarga ou aquisição do cartão Bilhete Único. No Brasil e em São Paulo, o modo principal de viagem se dá da seguinte forma: metrô, trem, ônibus, transporte fretado, transporte escolar, lotação, táxi, automóvel particular, passageiro de automóvel, motocicleta, bicicleta, outros e a pé.

³⁶ Hauptbahnhof é a estação central (principal) de transportes urbanos de Frankfurt am Main, a segunda maior da Alemanha e uma das mais relevantes da Europa.

Por derradeiro, essa expansão teórico-argumentativa aqui exposta avançou na tentativa de se materializar numa potencial, ainda que provisória, cartografia³⁷ do uso do celular em São Paulo e em Frankfurt. Vejamos como isso se desenrola.

I

O DISPOSITIVO

³⁷ Cartografia aqui não é representação de fronteiras, de filtro ou censura, nem se dá como simplificação, mas como espaço movente e de conexões.

PARTE I – O DISPOSITIVO³⁸

O viajante chegou ao porto movimentado de sua imobilidade de onde navega sem sair do lugar e onde se planta deslocando célere e obsessivamente o eixo de sua concentração.

Carlos Vogt³⁹

A literatura acadêmica existente sobre tecnologias móveis⁴⁰, em especial sobre telefone celular, é tão recente quanto a relacionada a novas mídias⁴¹ como a internet. Este terreno ainda carece de pesquisas críticas e não hegemônicas, que fujam do relato único, e que estejam atreladas a uma “antropologia do deslocamento e da mobilidade”⁴², aos processos culturais envolvidos no uso e no consumo desse dispositivo, que há pouco entrou na maioria⁴³.

Portátil, a interface atua também no desconforto de seu usuário, que, em seu *jus sperniandi*⁴⁴, se desloca, em alguma medida, sem sair do lugar⁴⁵, a exemplo do que propõe essa investigação quando forja a expressão “apagão de deslocamento urbano”.

³⁸ Dispositivo (hodierno, por ser tratar de telefone celular) compreendido a partir da classificação ampliada de Agamben a partir de Foucault, como o que passa a ser “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes” (AGAMBEN, 2009, p. 40).

³⁹ Do editorial “A longa marcha para a imobilidade”, de 10 abr. 2009. Revista eletrônica ComCiência. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=45>>. Acesso em: 17 nov. 2009.

⁴⁰ Entende-se por tecnologia móvel todos os dispositivos de comunicação de voz ou dados que funcionam por meio de redes de comunicação sem fio. A comunicação móvel de alto desempenho possibilita acesso móvel à internet, intranet e extranet, entretenimento, informação, serviços de localização, envio de mensagens de texto e serviços avançados de voz.

⁴¹ Entender novas mídias a partir da conceituação de Manovich (2005, p. 26) de que se trata do estudo dos objetos e paradigmas culturais capacitados (distribuídos e expostos) por todas as formas de computação, não apenas pela rede ou ainda por atividades artísticas baseadas no computador. Em algum momento, as mídias modernas e as tecnologias de telecomunicações, a exemplo do telefone celular, passaram por uma etapa de nova mídia (p. 37). E no campo das ideias, novas mídias podem ser entendidas como rearticulação e codificação de tendências puramente culturais (p. 40).

⁴² Termo vinculado ao teórico Marc Augé (2010).

⁴³ Em todo o mundo, o uso civil e portátil do celular, da forma como hoje o conhecemos, remonta à década de 1990.

⁴⁴ Usado no sentido laico e restrito como “direito de esperar”.

⁴⁵ Para Zenão de Eléia, o movimento, tal como as mudanças e as transformações físicas, nada mais era do que ilusões provocadas pelos nossos sentidos. Para propor que o movimento não existe, Zenão concebeu argumentos ou paradoxos, que até hoje são objeto de muita discussão entre filósofos e cientistas. A ele é atribuído o fundamento da dialética, e a noção de distância de tempo.

Os celulares são, também para Santaella (2007), pontos de conexões móveis que garantem mobilidades ao usuário em trânsito. “Alguém que fala no telefone celular é parte e ao mesmo tempo está mentalmente afastado, até certo ponto, do contexto dos indivíduos que ocupam a mesma área espacial” (SANTAELLA, 2007, p. 236).

Nas bases documentais consultadas, percebe-se a crescente complexificação dos estudos em torno do tema telefone celular, fato que só o afasta da rejeição inicial acadêmica, que o via como fenômeno menor, raso e transitório. Em parte, os ensaios de qualidade e pertinência vêm amparados por esquemas teóricos de estudiosos como Castells, Virilio, Bauman, Mitchell, Rheingold e Eco.

Bauman aponta o telefone celular como a interface que melhor representa as relações de espaço-tempo no contexto que denominou de “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)

Beiguelman também fala de adequação do dispositivo ao usuário e à vida em sociedade. Para ela, as tecnologias móveis se servem dos fluxos impostos pelo próprio usuário e por seus usos desconexos.

Afinal, o que são os dispositivos de comunicação móvel se não ferramentas de adaptação a um universo urbano de fluxo intenso, mediado por códigos alfanuméricos, onde o leitor/interator está sempre envolvido em mais de uma atividade, relacionando-se com mais de um dispositivo e desempenhando tarefas múltiplas e não-correlatas. (BEIGUELMAN, 2005, p. 158)

Vem de Castells e outros (2009), antes dele incorporar o celular em sua obra, o termo “sociedade em rede móvel” sobre o papel das tecnologias de comunicação e informação – e, em especial, da internet – para a expansão do fenômeno que se tornou conhecido como globalização. Na época, o autor argumentava que a internet, em termos históricos, tinha se disseminado mais rapidamente do que qualquer outro meio de comunicação (CASTELLS, 1999). Mais de uma década depois, ele repassa aos celulares o título de tecnologia sem fio mais pervasiva e ubíqua⁴⁶ da história da humanidade.

⁴⁶ Pervasividade e ubiquidade são premissas básicas para uma nova configuração do espaço urbano, onde tecnologias sem fio são popularizadas a fim de gerar um padrão nômade de vida. A computação ubíqua se distingue da pervasiva, pois tem como princípio o “desaparecimento” de ferramentas que propiciam a conexão. As tecnologias se dissipam nas coisas do dia a dia até se tornarem indistinguíveis. O conceito de

Se o processo de globalização repercutiu sobre a ideia de espaço, redimensionando-o ao admitir amplitudes impensadas aos meios virtuais, também reconheceu que, mesmo supra, todo meio virtual tem como arrimo um meio físico. Por vezes, a mobilidade tecnológica será gerada no deslocamento ou nas limitações físicas desse mesmo deslocamento.

Para a formulação de critérios e provocações nessa tradução cultural do fenômeno de difusão dos telefones celulares aqui proposta, autora muito relevante foi De Souza e Silva (2004) e seus comparativos de uso de telefonia celular entre finlandeses e japoneses e entre brasileiros e estadunidenses.

Em sua pesquisa, De Souza e Silva reforça nosso entendimento de que não se pode propor algo tão generalizante como uma “cultura mundial sobre telefones celulares”, como alguns arvoram por aí, por conta da heterogeneidade cultural de usos e de usuários de tecnologias no “entre”, no *intermezzo* (DELEUZE; GUATTARI, 1995), ao redor e por sobre as bordas do globo.

Da mesma forma, haja vista de que se trata de uma tecnologia global, uma análise socioantropológica dos processos comunicacionais relacionados aos telefones celulares insere-se em uma problemática cara 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.

E é por considerar como fundantes essas implicações culturais envolvidas na combinação usuário-tecnologia-ambiente, que esta investigação combina discussão teórica com a prática cotidiana do uso nos dois destinos escolhidos, São Paulo e Frankfurt. Parte disso, exposto a partir de agora.

computação pervasiva refere-se somente à possibilidade de ser carregado pelo usuário, ou seja, basta ser um dispositivo portátil. A computação pervasiva já trabalha com a conexão entre dispositivos distribuídos de forma perceptível e imperceptível ao usuário. O ambiente pervasivo requer uma variedade de dispositivos interconectados, tanto móveis quanto fixos.

CAPÍTULO 1 - O MÓVEL PRODUZIDO PELA INTEGRAÇÃO DIGITAL

Certamente, o telefone celular é hoje a tecnologia pessoal mais disseminada no planeta. Estimativas indicam que em pouco mais de duas décadas de implementação, os celulares ativos superaram a casa dos 6,1 bilhões de linhas, ou seja, um alcance de mais de 87%⁴⁷ da população mundial, que atualmente beira os 7 bilhões de habitantes. Pela sua condição portátil, é também o dispositivo móvel mais relevante no contexto wireless⁴⁸ atual. Sua popularização aponta para a incorporação do padrão de vida nômade e indica que o corpo humano se transformou em um conjunto de extensões ligadas a um mundo híbrido, pautado pela interconexão de redes e sistemas *on* e *off line* (BEIGUELMAN, 2009).

Levantamento cruzado entre dados do IBGE e da consultoria Teleco aponta que há atualmente no Brasil 43 milhões de linhas telefônicas fixas contra 255 milhões de linhas móveis, o que implica dizer que o “plantel” de aparelhos móveis é quase seis vezes maior que o de fixos. Há de se considerar que não é apenas a portabilidade⁴⁹ do aparelho que conta neste momento. A limitada e escassa infraestrutura, mais as dificuldades impostas pela geografia, acrescida da alta carga tributária das tarifas telefônicas, tornam o celular a melhor (ou única) opção em muitas áreas não só do Brasil como da América Latina⁵⁰.

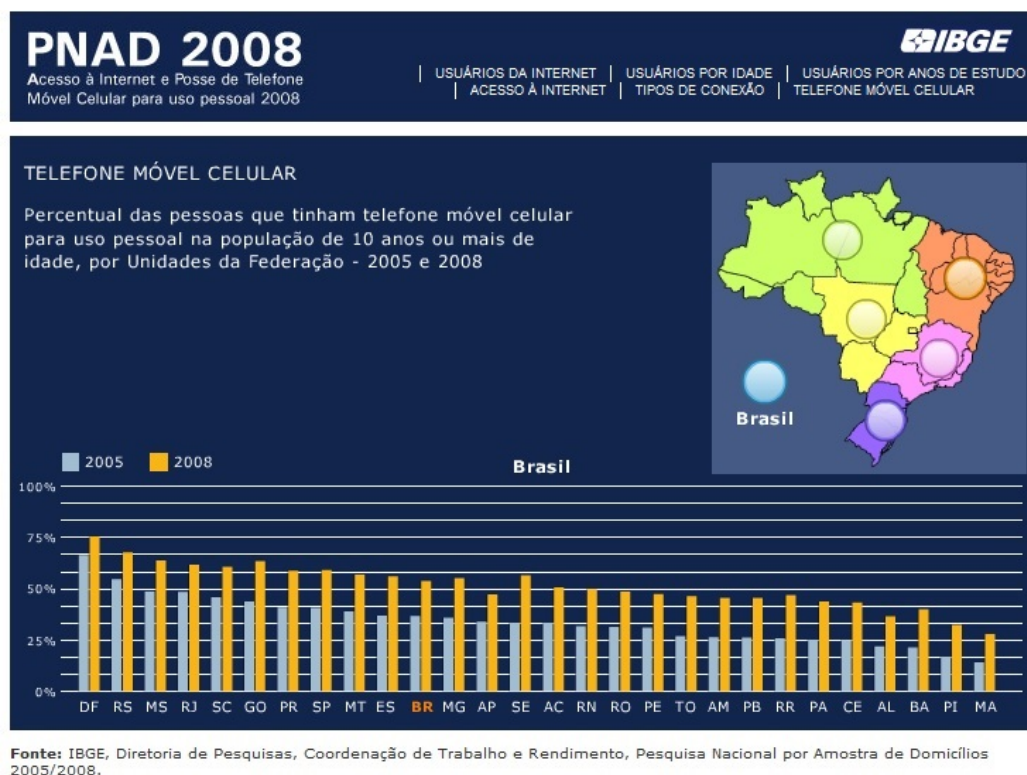
⁴⁷ Esse dado, divulgado pela UIT, Wireless Intelligence, GSA/Informa e Teleco, deve ser relativizado, uma vez que se trata de uma média que ignora, por exemplo, os mais de 1,6 bilhão de miseráveis no mundo (Fonte: Pnud - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, divulgado em 1 de fev. de 2011) que sobrevivem com menos de US\$ 1 por dia, aos quais, portanto, telefonia e tecnologias de ponta são temas completamente fora de pauta. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/pais/celular.asp>>. Acesso em: 18 jul. 2012.

⁴⁸ Wireless aqui é sinônimo de rede sem fio.

⁴⁹ A portabilidade está associada ao *design* do telefone quando pode ser facilmente transportado por conta das dimensões e volume.

⁵⁰ África, Ásia, regiões do leste europeu e do continente norte-americano também têm o mesmo problema infraestrutural (ausência de torres de transmissão).

Gráfico 1: Posse de celular para uso Pessoal – PNAD 2008.



Nas projeções, o Brasil aparece como o quinto maior mercado mundial de celulares, atrás apenas da China, EUA, Índia e Rússia, e à frente do Japão – pioneiro na adoção da tecnologia -, com 255 milhões de celulares em uso⁵¹. Com esse índice, o número de linhas no país passa a superar o de habitantes, que segundo o Censo 2010 é de 192 milhões.

A teledensidade, que é a relação do número de celulares habilitados por habitantes, está atualmente em 130 aparelhos para cada 100 habitantes, um percentual flutuante que carece de contínuas atualizações.

Porém, há de se atentar que, embora haja atualmente 255 milhões de linhas ativas de celulares no país, isso não significa que todo brasileiro possui uma linha ou um aparelho de telefone celular⁵², ainda que haja no imaginário coletivo uma ideia de

⁵¹ Dados divulgados pela Anatel indicam que o Brasil terminou o mês de maio de 2012 com 255 milhões de celulares e uma densidade de 130 cel/100 habitantes. Disponível em: <www.teleco.com.br>. Acesso em: 18 jun. 2012.

⁵² Também fora das estimativas está o município de Barcelona, no Rio Grande do Norte, no qual vários moradores têm o aparelho celular, mas por falta de sinal o utilizam para funções secundárias como tocador digital, videogame portátil, câmera fotográfica e despertador. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1262747-6174,00-EM+MUNICIPIOS+SEM+SINAL+DE+CELULAR+APARELHO+VIRA+LAZER.html>. Acesso em: 03 fev. 2011. Porém, Barcelona não aparece nos levantamentos da Anatel em setembro de 2011. Segundo a agência, apenas 7 municípios no país (que juntos totalizam pouco mais de 50 mil habitantes)

performance ideal (ou idealizada) da tecnologia celular, que é de cobertura total do território pela rede, e de conexão ininterrupta que não se materializa. Essa expectativa de conjugar mobilidade comunicacional e territorial de maneira uniforme e irrestrita só faz sentido nos levantamentos das operadoras de telecomunicações.

Contrariando projeções da consultoria Teleco⁵³, o IBGE apontou em levantamento realizado em 2008 que 53,8%⁵⁴ da população brasileira possuía celular para uso pessoal, contra os 79,2% sugeridos pela consultoria, que se baseou na correspondência simples e direta de 150,6 milhões de linhas por 189 milhões de habitantes da época.

Soma-se às desvantagens do fixo o fato do móvel ser portátil (miniaturizado, portanto um dispositivo nomádico), pessoal⁵⁵, conectável à internet e permitir consumo, acesso e produção de informação em tempo real a um custo controlável (quer seja por créditos ou por pacotes de serviços pré-estabelecidos).

Nesse contexto, apesar de ter uma tarifa mais alta que o pós-pago, o celular pré-pago domina a cena diária móvel por permitir a seu usuário participação no sistema telefônico mesmo sem créditos habilitados para consumir em ligações telefônicas.

Além disso, há ainda o uso compartilhado de telefones celulares em comunidades de baixa renda, uma adaptação atualizada do já tradicional modelo de “empréstimo” do fixo à família e vizinhança implementado (e ainda em uso) nessas mesmas comunidades, como que reproduzindo os antigos PSs (postos de serviços de telefonia fixa) ou orelhões comunitários, em que um único número atende a um raio de vastos quarteirões ou quadras, se configurando como um telefone celular público (DE SOUZA E SILVA, 2006; SILVA, 2010; PELLANDA, 2009a, 2009b). Esse tipo empréstimo se infiltrou de tal forma em determinadas comunidades que, institucionalizado, passou a figurar, por exemplo, em currículos de busca de emprego como “telefone para recados”.

não possuem cobertura de nenhuma operadora de celular. São eles: Cajazeirinhas-PB; Cristino Castro-PI; Nazária-PI; Antônio Olinto-PR; Paula Freitas-PR; Paulo Frontin-PR; Grossos-RN. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/cobertura.asp>>. Acesso em: 4 set. 2011.

⁵³ Teleco é uma consultoria colaborativa na internet que atua desde 2002 especificamente sobre o tema telecomunicação no Brasil e no mundo. Está sediada em São José dos Campos (SP).

⁵⁴ A pesquisa foi realizada com pessoas de 10 anos de idade ou mais que tinham telefone móvel celular para uso pessoal, por Grandes Regiões, segundo o sexo e os grupos de idade - 2008. Fonte: IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2008. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2008/tabelas/tab_posse.pdf>. Acesso em: 11 maio 2010.

⁵⁵ O termo tecnologia pessoal deve ser relativizado, uma vez que em inúmeras comunidades o telefone celular é compartilhado.

No Brasil, acomodações desse tipo se replicam com relativa fluidez. Pellanda (2009b) aponta uma delas, um pouco mais alinhada à falta de aplicação de políticas sólidas na área das telecomunicações. Segundo o autor, o país reúne um modo bem particular também no que tange à expansão da telefonia móvel, contrastando bolsões altamente desenvolvidos, onde a sofisticação tecnológica se impõe e regiões em que a pobreza clama pelo mais básico. De um lado se assemelhando a regiões da África, em que problemas até hoje não sanados de infraestrutura com a telefonia fixa alavancaram o uso da telefonia móvel, e de outro, por conta da privilegiada condição econômica e também logística, a exemplo da cidade de São Paulo com sua teledensidade⁵⁶ de 152,14 linhas de celular/100 habitantes.

Por conta da infraestrutura falha, inclusive energética, em várias partes do mundo o acesso às telecomunicações foi inaugurado, não faz muito tempo, pela telefonia celular. Nesses lugares, por falta de fornecimento contínuo de energia é impensável o uso satisfatório de eletroeletrônicos, como por exemplo, o acesso à internet via computadores de mesa, laptops e outros equipamentos que recrutem mais eletricidade que a cota disponível. São os celulares, operados por baterias com duração variável de horas a dias, que garantem os únicos canais de comunicação da comunidade aos serviços essenciais programados pelos poderes públicos.

Ainda assim, por mais que os critérios da agenda política voltados à inclusão e à emancipação digital não ofereçam condições isonômicas de uso em todo o mundo aos usuários de internet ou telefonia celular, há um esforço voluntário, coletivo e colaborativo de se promover conexões globais mediadas tecnologicamente por meio de trocas culturais e afetivas, que já se dão, com relativa fluidez, pelas redes sociais de relacionamento.

As telecomunicações impõem forçosamente uma associação; foi-nos imposta uma situação implosiva – e potencialmente explosiva. As comunidades humanas que vivem a diferentes velocidades, com níveis muito diferentes de experiência social são lançadas de encontro umas às outras sem aviso nem mediação. Não há protocolo que nos prepare para estes confrontos desorganizados, não há treino para o comportamento social ou coletivo. Quanto mais noção temos da globalidade, mais ficamos conscientes das identidades locais, e mais as protegemos: é esse o paradoxo da aldeia global. O hiperlocal é o complemento inevitável do hiperglobal. (KERCKHOVE, 1997, p. 243)

⁵⁶ Teledensidade é a equação resultante do número de linhas telefônicas por habitante.

Entendemos que o celular de fato está forjado na vida cotidiana, mas adversamente ao que sustenta Santaella (2007, p. 233) não acreditamos que o dispositivo fundou novas formas de viver e de se comunicar. Isso já seria uma exaltação tecnológica insustentável.

1.1 Mídia tátil: na ponta dos dedos

“No princípio era o Verbo [...] todas as coisas foram feitas por meio dele”⁵⁷. E assim se deu com o celular, que inicialmente tinha como uso instrumental as comunicações telegráficas e urgentes (por conta do alto custo) de transmissão e recepção de voz em tempo real.

Isso ainda não se modificou, mas veio sofrendo incorporações, em maior volume com o surgimento dos *smartphones*, celulares “amigáveis” de utilização e navegação intuitivas⁵⁸ e simplificadas, que acomodam do acesso móvel à internet, à alimentação de redes sociais na mobilidade, envio de mensagens de texto SMS, e da ampla utilização, por exemplo, de aplicativos de fotos, vídeos e jogos, por meio de toque de tela.

Mas será que ainda é possível classificar os aparelhos celulares entre inteligentes e não inteligentes? Entre *smartphones* e celulares comuns? Entendo que não, uma vez que essa distinção, que remonta à década de 1990, baseia-se em critérios que cotidianamente são superados. E isso acontece conforme se sofisticam a demanda dos consumidores por aparelhos mais completos a valores menos proibitivos que aquele do desejado iPhone, ícone da “experiência”⁵⁹ vendida como *smartphone*.

Marco de um processo tecnológico de canibalização dos computadores em nossa vida, o celular de hoje estabelece uma comunicação tátil que se afasta cada dia mais da chamada de voz, por conta de suas singularidades, ao mesmo tempo que a preserva.

Embora global, a tendência tátil de uso do dispositivo encontrou reforços no Brasil (mas não somente aqui) em razão do universo majoritariamente de pré-pagos. Ou seja, o alto custo das ligações faz com que usuários, de um país com tradicional vocação

⁵⁷ Citação bíblica, de uso corrente, que consta em João 1:1-3, no qual Verbo é interpretado por Deus, mas que na frase relacionada é utilizado no seu sentido literal de “Palavra” dita, falada, expressada.

⁵⁸ Intuitivo aqui tem de ver com o manejo de determinada ferramenta tecnológica baseado no repertório cultural adquirido na vivência do mundo real.

⁵⁹ Experiência é o apelo mercadológico aplicado pela Apple para comercializar seus notebooks, tablets e celulares.

oral, optem pela troca de mensagens como mecanismo de contenção de gastos, muito embora o custo médio unitário dos SMSs, segundo levantamento da UIT (União Internacional de Telecomunicações), seja o dobro do praticado no mundo e que o serviço dispute espaço com outros mensageiros instantâneos (Twitter e e-mail, por exemplo). Ainda assim, o SMS continua crescendo não só aqui como por toda parte. Em 2010, passou a representar 73% de todas as mensagens pessoais enviadas⁶⁰ no Brasil. Fora daqui, vide o gráfico abaixo, a Venezuela é líder absoluta no envio de mensagens. Seus 28 milhões de habitantes dispararam, em média, 280 mil SMS por mês, levando a França, quase duas vezes e meia mais populosa (65 milhões de habitantes), à segunda colocação, com 179 mil torpedos por mês.

Tabela 1: Número de SMS mensais enviados no mundo em milhares. (Teleco – jun. de 2012)

SMS no mundo

SMS/celular/Mês	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11
EUA	ND	591,4	ND	ND	ND	ND	ND
Venezuela	197,0	223,0	256,0	257,0	258,0	272,0	280,0
França	120,6	130,0	134,0	159,6	172,4	179,2	179,3
Portugal	131,2	136,7	137,6	140,3	134,4	137,3	139,4
Argentina	111,0	109,0	112,0	131,0	129,0	126,0	141,0
China	87,5	85,6	87,5	96,8	79,3	79,4	82,3
Guiana Francesa	56,1	58,8	62,7	73,0	76,1	78,6	80,5
México	60,5	58,9	57,8	65,0	71,2	73,4	74,8
Colômbia	14,2	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Peru	13,2	12,9	12,5	14,2	15,0	ND	ND
Espanha	12,1	12,4	12,4	12,6	11,6	11,0	ND
Chile	11,0	8,6	8,8	8,7	8,7	8,1	8,0

Fonte: Org. Reguladores
Nota: Valores em Milhares

Nos centros urbanos, o SMS substitui, seguramente e com regularidade entre determinados grupos de usuários, ligações telefônicas e e-mails. Sua efetividade se dá pela larga visualização de suas mensagens, definidas por *opt in* e *opt out* (relevância, motivos afetivos, relacionais e pelo aspecto de credibilidade que reproduz). Isso porque

⁶⁰ Cf. *Dossiê Mobilize* de Ricardo Cavallini, Léo Xavier, Alon Sochaczewski. Disponível em: <www.mobilizebook.com.br>. Acesso: 19 ago. 2011. Fonte - TNS GTI (Global Telcoms Insights) 2010 Study.

o SMS, via de regra, quando deriva de telefones particulares (excluem-se os institucionais, inclusive de comitês políticos em períodos eleitorais) conta com o grau de proximidade e confiança mantidos entre seus interlocutores. Diferentemente das redes sociais, com seus filtros elásticos e relativamente superficiais (e sob o risco de *hackers*), as agendas de contato de um celular só acomodam pessoas com algum grau de proximidade (parentesco, laços afetivos ou profissionais), relevância ou deferência (contatos imprescindíveis, quer sejam para a trama diária ou em situações ocasionais). Tanto é verdade, que um dos métodos mais comuns e eficientes para se devolver ao dono um aparelho perdido é ligar para um dos seus contatos de agenda. Portanto, o fato do torpedo ser originado de um celular (identificável pelo número, vinculado a alguém com alguma proximidade e relação de confiança a ponto de ter meu número em sua agenda de contatos) transfere à informação repassada todo um estatuto de credibilidade que pertence a seu usuário.

Assim como a internet, os torpedos via celular, por sua troca horizontal de informações, “liberadas” de constrangimentos políticos e econômicos, é, nessas situações ideais, uma forma de aprofundamento da participação democrática⁶¹ e tem, por conta de sua livre circulação, agilidade, espontaneidade e instantaneidade, papel de grande relevância em inúmeras mobilizações e movimentos político-sociais. Exemplos dessa fluidez não faltam, até mesmo em regimes totalitários, tais como os desvelados pela Primavera Árabe⁶², em que, num contexto atípico e insurgente, houve a produção de imagens e sua posterior distribuição ao mundo, também via celular, com recepção visual pelos mais variados tipos de telas. Em situações de conflito como essas, principalmente derivadas de governos autoritários, o celular e sua condição instrumental, que favorece o flagrante e a denúncia, atinge de forma particular uma audiência que, por consumi-lo, também consome seu contexto de produção, formatos e atributos estéticos.

Imagens nesses contextos são produzidas e consumidas com o corpo inteiro. Um manifestante empurra o policial para conseguir o melhor ângulo de filmagem. Em resposta, o policial o empurra de volta. Ele cai no chão, mas continua gravando. A câmera é dada para outro manifestante que termina de

⁶¹ Discussão sobre democracia e internet, aqui deslocada para os SMSs, proposta por Cazeloto durante aula na pós-graduação em Comunicação da Unip (campus Indianópolis), em 26 de maio de 2011.

⁶² “Primavera Árabe” denomina uma sucessão de protestos e revoluções populares em países muçumanos (Tunísia, Egito, Iêmen, Marrocos, Síria) contra a opressão de regimes políticos totalitários, que resultou em inúmeras mortes, em 2010 e 2011 de forma mais intensa, mas que ainda se desdobra até o momento.

gravar a cena filmando seu colega sendo arrastado pelos pés e preso pela polícia. Em minutos, um *link* é publicado no Twitter e a multidão na manifestação o acessa por meio das telas *touch screen* de seus *smart phones*. Não é apenas o olho que produz e consome essas imagens, é o corpo todo que está imerso na experiência de recepção. A mão carrega a câmera, o corpo dribla obstáculos, se arrisca em ações performáticas em busca da melhor posição. (SILVA, 2012, p. 37)

Em igual contexto, as mensagens de texto, aliadas a fotos e vídeos autorais realizados via celular, assumem valor social, como reforço do laço grupal e comunitário, ao desvelar memórias e reter a ideia de duração (BERGSON, 1974). Quantos não são e foram os casos noticiados em todo o mundo de mensagens de texto que salvaram vidas ou que resultaram em curiosas e surpreendentes histórias, a exemplo da narrada acima?⁶³ Em tais casos, o torpedo via celular tem estreita vantagem sobre a internet que, em pelo menos 12 países⁶⁴, recebe ingerências políticas do governo, via censuras e restrições vigorosas a conteúdos, formatos e abrangência. Esse monitoramento da informação por determinados regimes, quer sejam totalitários ou ditos democráticos, do que é ou não nocivo aos seus pretensos interesses, suprime não apenas o visível na rede, como também direitos civis à liberdade de expressão e de acesso à informação, mas, em outros planos, também regula afectos (Deleuze) e impulsos vitais.

Profissionalmente, o SMS se mostra também como um recurso eficiente de acionamento físico, não só quanto aos agendamentos como aos desdobramentos de compromissos. Afinal, por esse meio evita-se eventuais desconfortos promovidos pelas ligações, quase sempre inoportunas por interromperem outras atividades. Mesmo com o celular no modo silencioso, as tentativas de nos encontrarem são gravadas, quer seja por meio de ligações não atendidas ou de mensagens de texto.

Amplamente difundido graças aos programas de televisão com suas enquetes e votações, a interação via SMS tem poucas barreiras de uso. Essa interação satisfatória do usuário atual de celular que emite SMS/MMS com a televisão e outras mídias levou tempo para ser consolidada. Para tanto houve e ainda há uma catequização do uso da ferramenta desde que o celular se popularizou no país, há 20 anos, quer seja pelos

⁶³ Disponível: <<http://info.abril.com.br/aberto/infonews/012007/08012007-18.shl>>; <<http://www.cybersociedade.com.br/medico-salva-vida-de-um-jovem-utilizando-mensagem-de-texto-por-celular/>>; <<http://www.youtube.com/watch?v=JewXLr7CP0Q>>. Acesso: 19 maio 2012.

⁶⁴ Segundo relatório do Reporters without borders, em 2012, em pelo menos 12 países há restrições severas para o livre uso da internet. São eles: Síria, Cuba, Bielorrússia, Turcomenistão, Uzbequistão, China, Arábia Saudita, Irã, Birmânia ou Myanmar (Burma), Vietnã e Coreia do Norte, Bahrain. Disponível em: <<http://en.rsf.org/>>. Acesso em: 21 jul. 2012.

programas de tevê, a exemplo dos *realities* e sorteios, quer pelas próprias operadoras por meio dos sucessivos e ininterruptos *Quizzes* com premiações em bônus de ligação ou em espécie. Mas, dentre outros inúmeros protagonistas relevantes no cenário de marketing via SMS, estão os políticos e suas estratégias de persuasão. Em anos eleitorais, na tentativa de “cooptar” o “eleitor alheio” para comícios e programas eleitorais na televisão, sobram SMSs simpáticos com congratulações de aniversário, comunicados de reuniões e lembretes sobre número e legenda do candidato. Esse marketing, que no Brasil ainda não sustenta qualquer eficiência, é feito a partir de “bancos coletivos de números de celular” vendidos por empresas da área.

A diferença do antes e do agora tecnológico está também na configuração do receptor que, de homogêneo passou a heterogêneo e reticente, em meio a dispositivos inteligentes e a mensagens cada vez mais numerosas.

1.2 Brasis em fluxo

A comunicação móvel a que nos referimos ao longo do texto vai muito além da telefonia móvel, ainda que nesta pesquisa nossas abordagens tenham eleito o telefone celular como recorte desse aspecto móvel da tecnologia atual. Assim, tratamos das múltiplas conexões entre mobilidades (física e informacional) a partir do dispositivo telefone celular, no espaço da cidade, feitas pelos usuários dessa mídia em particular.

No Brasil, a telefonia celular é razoavelmente recente, teve início em dezembro de 1990 no Rio de Janeiro com a liberação de 10 mil terminais⁶⁵ a um custo unitário de US\$ 22 mil. Dados da ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) são de que, na época, o número inicial de usuários de telefonia móvel no Brasil dispostos a arcar com esse custo foi de aproximadamente 700 pessoas.

Para De Souza e Silva (2004, p. 202), a história do desenvolvimento dos telefones celulares é uma história de não desenvolvimento, afinal foram necessárias três décadas para a primeira ligação (a comunicação *wireless*, sem fio, que seria a base para os celulares, remonta à década de 1940 nos Estados Unidos) e mais dez anos para a comercialização dos telefones pela japonesa NTT DoCoMo, em 1979. Depois desse percurso, ainda levou-se mais de uma década para que os celulares fossem assimilados

⁶⁵ Sobre lançamento e avanço da tecnologia, cf. DIAS, 2002. Estudiosos como Ferrari (2003, p. 111) sustentam que o ano de implantação da tecnologia celular é 1993 e não 1990. Isso porque consideram que vale, nesse momento, o período em que a tecnologia foi amplamente disponibilizada ao mercado.

culturalmente. Uma vez no gosto popular, em 22 anos⁶⁶, desde que aportou no Brasil, o celular se expandiu de tal forma que arrebatou o número de aparelhos de rádio no país e ameaça tomar o posto do televisor, líder absoluto em domicílios brasileiros nos últimos 50 anos.

Tabela 2: Infiltração de aparelhagem eletroeletrônica nas residências brasileiras.

Domicílios

% com	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Rádio	87,9%	87,8%	87,8%	88,0%	87,9%	88,1%	88,9%	87,9%	81,4%
Televisão	90,0%	90,1%	90,3%	91,4%	93,0%	94,5%	95,1%	95,7%	95,0%
Telefone (Fixo ou Celular)	61,7%	62,0%	65,4%	71,6%	74,5%	77,0%	82,1%	84,3%	87,9%
Microcomputador	14,2%	15,3%	16,3%	18,6%	22,1%	26,6%	31,2%	34,7%	38,3%
Microcomputador com acesso à Internet	10,3%	11,5%	12,2%	13,7%	16,9%	20,2%	23,8%	27,4%	N.D.
Total de Domicílios (milhares)	48.036	49.712	51.753	53.114	54.610	55.770	57.557	58.577	57.324

Nota: Até 2003, não inclui a população da área rural de Rondônia, Acre, Amazonas, Roraima, Pará e Amapá.

Fonte: Teleco. Disponível em: <www.teleco.com.br>. Acesso em: 29 maio 2011.

Para muitos, o telefone portátil veio também como primeira experiência computacional, além de “telecomunicacional”. Por serem mais baratos que os *notebooks* e computadores de mão, tornaram-se acessíveis para um número maior de usuários (DE SOUZA E SILVA, 2004, p. 185, 296). “Essa apropriação da internet via telefone celular e não computador fixo é ainda mais significativa. Os novatos da rede, com seus celulares à mão, estão intensificando e ou inventando práticas sociais”, sustenta Vaz (2010, p. 23) tal qual Santaella (2007, p. 233).

Essas práticas a que se refere Vaz do uso móvel da internet via celular amplificam as apropriações do tempo, espaço e das vivências coletivas. Nos “lugares nômades”, sejam eles aeroportos, aeronaves, transportes públicos e privados, eventos sociais, é corrente o uso da internet via celular na tentativa de mitigar lapsos de ócio ou de espera eventual.

Para Pellanda, o celular “interage com os indivíduos e expande as habilidades naturais para outras possibilidades. A ‘distância’ entre os indivíduos e as máquinas

⁶⁶ Comercialmente, o celular chegou às prateleiras em 1993, mas o primeiro celular lançado no Brasil foi pela Telerj, na cidade do Rio de Janeiro em 1990, seguido da cidade de Salvador. Informação consagrada. Replicada também na Wikipédia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Telefone_celular>. Acesso em: 15 nov. 2010.

diminui a cada possibilidade de portabilidade, usabilidade e ergonomia” (PELLANDA, 2008, p. 2301-2309).

[...] no momento em que celulares começam a conectar com a Internet e oferecem algumas de suas funções – livros, jornais, revistas, conversas por texto ao vivo ou não, telefonia, videoconferências, rádios, gravação de músicas, fotografia, televisão – o celular se torna uma casa remota para comunicações, uma casa móvel, um *pocket hearth*, um meio de viagem da mídia. (LEVINSON, 2004, p. 53)

Assim, em vez de comunicação, da forma como a concebemos, a maior troca que se dá via telefone celular é de informações, em se levando em conta a distinção entre informação e comunicação sugeridas por Wolton (2010) e Marcondes (2004). Ambos entendem que quanto mais rápido avançam as tecnologias, que por sua vez resultam em aumento de quantidade e velocidade de informação, mais lento é o nosso progresso na comunicação, uma vez que não conseguimos ampliar nossa capacidade de processamento. “Os receptores, destinatários da informação, complicam a comunicação. A informação esbarra no rosto do outro. Sonhava-se com a aldeia global. Estamos na torre de Babel” (WOLTON, 2010, p. 15).

Em um paralelo, Virilio reforça tal tese ao questionar essa condição atávica das tecnologias de atropelamento das coisas pela velocidade, prescindindo, em muitos casos, de reflexão.

Em primeiro lugar, quero dizer que o mundo da velocidade instantânea leva à inércia. De alguma maneira, a lentidão das sociedades antigas anuncia a inércia das sociedades futuras. A rapidez absoluta leva à inércia e à paralisia. A interatividade prescinde do deslocamento físico e da reflexão, por conseguinte, o aumento constante da velocidade nos levará à inércia. O problema já não diz respeito tanto à lentidão ou à velocidade, mas à inteligência do movimento. Quando me perguntam: “Acaso é preciso diminuir?”, eu respondo: “Não, é preciso refletir”. (VIRILIO, 2010)

1.3 Inclusões móveis: o telefone “pai de santo”⁶⁷

Assim que chegou ao Brasil, há 22 anos, o telefone celular era exclusivista por natureza, principalmente por conta do seu alto custo unitário. Mas foi em 1998, com a regulamentação do pré-pago pela Anatel⁶⁸, que se deram condições para a massificação

⁶⁷ Telefone “Pai de Santo” é uma metáfora corriqueiramente utilizada para se referir aos celulares pré-pagos sem crédito que, por esse motivo, não fazem ligação, só recebem, a exemplo dos Pais de Santo, autoridades máxima do terreiro de Candomblé e Umbanda, por receberem entidades. O termo é recorrente nos trabalhos de Silva (2010).

⁶⁸ Anatel é a Agência Nacional de Telecomunicações, órgão federal que regula o setor no país.

da tecnologia. Bastaram dois anos para que os pré-pagos superassem os pós-pagos em estados como Rio de Janeiro e Espírito Santo. No país, do total de acessos à rede de telefonia móvel⁶⁹, 81,83% correspondem a telefones pré-pagos e 18,17 % a pós-pagos⁷⁰.

O modo pré-pago de telefone celular, disponibilizado no Brasil a partir de junho de 1999, responde pela grande vascularização da comunicação móvel no país, um fenômeno que, até os dias atuais, impacta sobre a ampliação de acesso e de inserção tecnocultural.

Apesar do custo do minuto ser, em média, três vezes mais caro se comparado aos pós-pagos, o modo pré-pago garante flexibilidade de uso (e pagamento) ao usuário quando admite tanto o recebimento de ligações, ainda que o telefone não possua créditos, quanto a realização de chamadas a cobrar para outros números.

O pré-pago também é uma jogada comercial das operadoras contra a inadimplência, já que, na época do surgimento dos celulares, todos os assinantes falavam primeiro e pagavam depois (modelo pós-pago). Então era comum os usuários se endividarem pelo uso desregrado e experimental da nova tecnologia e, por conta disso, terem a linha suspensa até liquidação da dívida, que avançava por meses. Com o novo modo de telefonia, o prejuízo de até 10% sobre o faturamento mensal⁷¹, registrado em 1999, diminuiu significativamente.

Das 255 milhões⁷² de linhas móveis no país, 202,7 milhões são de pré-pagos. A escala é próxima nos estados. São Paulo, por exemplo, conta com 60,663 milhões de linhas⁷³, das quais 77,27% pré-pagas, ou seja, 46,8 milhões de linhas funcionam a base de crédito. Da mesma forma, na cidade de São Paulo também imperam os pré-pagos. Atualmente, das cerca de 32,9 milhões de linhas, 22,9 milhões são da base pré-paga. A maior cidade do país também conta com uma das maiores concentrações de linha telefônica móvel por habitante. Na média, a teledensidade é de 152,14 celular/100 habitantes. Dados semelhantes sobre Frankfurt não serão confrontados nesta pesquisa

⁶⁹ Dados da Anatel divulgados pela agência estatal de notícias, a Agência Brasil, em 12 de out. de 2010. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/home;jsessionid=4E9ECF8CDBFEBBCA463E6AFA40DAE5FB?p_p_id=56&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-3&p_p_col_pos=4&p_p_col_count=5&_56_groupId=19523&_56_articleId=1085366>. Acesso em: 15 nov. 2010.

⁷⁰ Dado atualizado em 10 de maio de 2012. Disponível: <www.teleco.com.br>.

⁷¹ Cf. DIAS, 2002.

⁷² Todos os números apresentados no parágrafo foram atualizados em 25 de junho de 2012, baseados em dados da Anatel, disponíveis em: <<http://www.teleco.com.br/ncelddd.asp>>.

⁷³ Idem.

em razão da não-publicidade deles, por mais que tenhamos empenhado exaustivas buscas, tanto *in loco* quanto virtuais, nos órgãos responsáveis.

Quanto a São Paulo, o que significa uma base pré-paga tão ampla?

A expansão dos celulares em países como o Brasil se deve também às operadoras locais e a seus modelos de negócio que tentam fidelizar uma clientela formada massivamente por usuários de baixo consumo (que representam mais que 75% da população nacional), historicamente desprezados pelos grandes conglomerados econômicos.

O questionamento sempre foi: como a base de pré-pago evoluiu tanto enfrentando tarifas superiores ao do pós-pago e crescendo justamente nas classes de menor poder aquisitivo? E a resposta não tardou a aparecer. Uma ação teria repercutido sobre toda a base de telefonia móvel no país, gerando a expansão do modo pré-pago de telefone: a chamada a cobrar automática.

Quem recebe uma chamada a cobrar automática garante sobrevida à linha⁷⁴ e aos limitados créditos de quem liga. Isso implica dizer que quem paga a chamada do usuário de pré-pago é o usuário de pós-pago e de telefonia fixa, que retorna ligações curtas ou não completadas, atende chamadas a cobrar ou responde aos códigos presentes no número de toques (três toques no celular podem significar uma gama de possibilidades)⁷⁵, que se configuram, segundo Leão⁷⁶, como uma aplicação disruptiva⁷⁷ do telefone celular, por motivação variada, da financeira ao hábito generalizado que acontece aqui no Brasil como em outros países da América Latina, mas que não se dá em nenhuma medida na Alemanha. Lá, os planos para celulares pós-pagos (Vertrag) desestimulam a adesão a um pré-pago (Pre-paid) ao garantir ligações e premiações aos assinantes baseadas no custo único de minuto, independente da operadora de destino ou de origem da ligação. Lá, o pré-pago teve seu momento de incentivo entre 2003 e 2005, quando cada minuto originado de um pós para um pré resultava, para este último, em um crédito de 0,10 centavos de Euro para uso em SMS e em ligações. Ainda assim, pode-se assegurar que não existe na Alemanha, em volume que mereça menção, o

⁷⁴ Segundo a Associação Nacional dos Prestadores de Serviço Móvel Celular (Acel), em abr. de 2000 a base do pré-pago já era superior a do pós-pago nos estados do Rio de Janeiro e do Espírito Santo.

⁷⁵ Os “toquinhos” podem indicar: “já cheguei”; “estou te esperando”; “me ligue de volta”; “cheguei bem, em segurança”.

⁷⁶ Afirmções da profa. dra. Lúcia Leão em 07 de nov. de 2011, na PUC/SP, durante banca de qualificação desta tese.

⁷⁷ O uso disruptivo indica que a tecnologia não é fechada em sim, não vem com bula, com um modo único de uso.

expediente “dos toquinhos”, tão comum no Brasil. A prática, descrita por essa pesquisadora a entrevistados, amigos e familiares na Alemanha, foi tida como odiosa e altamente reprovável.

O fato de eu fazer isso vai implicar em eu permitir que façam isso comigo. Eu não gostaria de passar por isso e nem de fazer com que alguém também viva essa experiência desagradável. É extremamente deselegante e desnecessário. Não entendo por que alguém poderia querer ter um celular se não tem meios para mantê-lo. Eu não tenho mais dinheiro que meus amigos. Por que eu deveria pagar pela ligação deles?⁷⁸

A fala de Ewa se sustenta sobre alguns padrões comportamentais nem sempre compreensíveis, de partida, em um contexto cultural tão diverso como o nosso. Primeiro que a fala se baseia em aspectos caros ao relevo social e simbólico de onde vive a entrevistada, no qual o eu (ich) e o você (du ou Sie⁷⁹) são muito demarcados nos contatos. Chegar ao nível de amizade com alguém requisita investimentos, principalmente, de tempo. Quando se alcança esse platô, não se arrisca perdê-lo com comportamentos considerados nocivos tanto a si como ao outro, que seria, no exemplo de ligar a cobrar para alguém, permitir (abrir precedentes) que esse outro também devolva a dispendiosa “gentileza”, o que configuraria um atentado contra a programação financeira do amigo ou familiar. O fato de não existir variação muito considerável entre os salários (58,8% dos entrevistados declararam receber entre 2.000 e acima de 3.000 Euros por mês), limita desigualdades sociais que avalizariam de alguma forma atitudes que, como essa descrita, aqui podem ser consideradas solidárias e altruístas e, portanto, aceitáveis, mas não lá. Afinal, no Brasil, tornou-se clichê que quem tem mais crédito no celular liga (ou retorna a ligação) para quem tem menos, talvez por conta da compreensão, quase generalizada, que além de visível é sensível, das desigualdades sociais e financeiras, que derivam em formas particulares de julgamento sobre a adequação ou inadequação dessa prática. Cá, duas situações demonstram bem isso: o *ringtone* “tem pobre ligando pra mim” que institucionaliza a ligação a cobrar nos celulares com o aproveitamento (apropriação ou canibalismo) da mesma melodia das

⁷⁸ Ewa Vogel Mueller, 33 anos, assistente de produção em uma fábrica de implementos automotivos, que há 9 anos vive em Darmstadt, na região metropolitana de Frankfurt. (tradução nossa) Depoimento colhido em 30 de nov. de 2011, na Hauptbahnhof de Frankfurt.

⁷⁹ Du e Sie correspondem a “você” em português. O primeiro é informal e o segundo formal. E é pelo formal Sie que todas as pessoas se tratam até que adquiram intimidade suficiente (e autorização do interlocutor) para se tratarem por Du, o que pode demandar tempo. As crianças são exceção por serem tratadas de Du, muito embora elas tratem os mais velhos de Sie.

ligações a cobrar recebida nos fixos, já folclorizada no país⁸⁰. A segunda por conta de um jogo de pergunta-e-resposta corrente nos primeiros segundos de ligação entre celulares: “Eu tenho créditos. Você quer que eu te ligue? Então, desliga que eu ligo”.

Isso só confirma que não é o dispositivo ou a tecnologia que determina modos de uso, mas o usuário e sua necessidade imediata, o que permite inferir que atribuir ao dispositivo ou à tecnologia os modos de uso, é não avaliar na integralidade o usuário, suas circunstâncias, necessidades e a dinâmica cultural na qual está inserido. A tecnologia não é um sistema fechado. Ela é disruptiva (CERTEAU, 1994; LEÃO, 2011), movida por premências, modos de uso, e de convivência, alterados por processos culturais também em permanente mudança. Não seria razoável imaginar que a humanidade é completamente determinada, sem diálogos e mediações, pelas máquinas que produz.

No Brasil, o telefone celular serve, em muito, não apenas para conversar como também para demonstrar a intenção de estabelecer uma conversa. Vejamos o exemplo dos toques ou dos SMS que podem sugerir que quem tem mais crédito deva ligar para quem tem menos.

Outro uso comum é a mescla de telefone celular com orelhão. Liga-se de um orelhão para receber ligação no celular ou o contrário, por meio de toques de celular, alguém comunica que espera um retorno telefônico que, em algumas comunidades, acontece por meio do orelhão.

O motivo de toda essa engenharia é óbvio, afinal não se deve entabular uma conversa por celular sem pesar os impactos financeiros sobre o orçamento mensal. Apesar do inconveniente do uso, a principal razão para a utilização 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, p. 5).

Esse híbrido, composto por estrutura pública de telefonia fixa mais telefone celular, tornou-se, assim, uma prática que parece ser tipicamente brasileira, não sendo frequente sua descrição na literatura sobre telefones celulares relativa a outros contextos culturais⁸¹.

⁸⁰ Música que antecede a gravação automática “chamada a cobrar. Para aceitá-la, continue na linha após a identificação” da Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações).

⁸¹ HORST, Heather et. al. Mobile phone appropriation in the *favelas* of Rio de Janeiro, Brazil. *New Media & Society*. Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/content/13/3/411.full.pdf+html>>. Acesso em: 19 maio 2012.

Em países da Europa, como por exemplo a Itália, o número de telefones públicos está diminuindo devido à disseminação dos celulares (FERRARIS, 2008).

Mas uma mistura híbrida de portátil e orelhão ou portátil e telefone fixo existiu entre as décadas de 1980 e 1990, resguardando-se as particularidades, em outro momento móvel tecnológico, quando da implantação de outro sistema de localização, o *pager* ou bip⁸². Aparelho portátil, antecessor do celular, que, ao receber mensagens, sinalizava por bipes que uma ligação, fosse de telefone fixo, residencial ou público, deveria ser feita para a central de mensagens para coletar o chamado específico. Mas ao contrário do que, eventualmente, ocorre com o celular, quem tinha bip buscava ser encontrado. A linha pré-paga no Brasil, acessível ao grande público, pavimentou um novo caminho para a telefonia móvel soterrando de vez o indefectível *pager*.

A respeito da custosa saga do pré-pago, estudo⁸³ realizado em 20 países⁸⁴, pela rede de pesquisas Diálogo Regional sobre Sociedade da Informação (Dirsi), da Universidade de San Andrés, em Buenos Aires, aponta que a ligação de pré-pago no Brasil é a mais cara⁸⁵ da América Latina. No geral, o gasto médio com pré-pago na América Latina é quase o dobro daquele de países da Europa e nos Estados Unidos. A elevada carga tributária no Brasil, em grande parte, contribui para esse quadro de uso de pré-pago para enviar mensagens, fazer ligações a cobrar e receber ligações. Curiosamente, ainda que na Europa as tarifas de pré sejam menores, em Frankfurt é a base de pós-pagos que mais cresce. Lá, o pós da operadora O2, por exemplo, cresce a uma taxa anual acima de

⁸² O pager foi um dispositivo que, através de uma rede eletrônica, contatava pessoas. Entre as décadas de 1980 e 1990, alcançou grande popularidade. Interligava uma central, através de transmissões de rádio, até o usuário. Passivo, somente recebia mensagens sem o poder de devolver informações para uma central. Por isso, diferentemente das tecnologias móveis atuais, não podia ser rastreado. Funcionava com pilhas comuns.

⁸³ Estudo realizado pela rede de pesquisas sobre o setor de telecomunicações na América Latina Diálogo Regional sobre Sociedade da Informação (Dirsi) e desenvolvido pelo economista Hernan Galperin, da Universidade de San Andrés, em Buenos Aires – divulgado em 6 de jul. de 2010 – com dados do segundo semestre de 2009. Disponível em: < <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/07/ligacao-de-pre-pago-no-brasil-e-mais-cara-da-america-latina-diz-estudo.html> >. Acesso em: 19 jan. 2011.

⁸⁴ Os países pesquisados foram Brasil, Honduras, Uruguai, México, Argentina, Venezuela, Peru, Nicarágua, Panamá, El Salvador, Chile, República Dominicana, Colômbia, Guatemala, Trinidad e Tobago, Equador, Bolívia, Paraguai, Costa Rica e Jamaica.

⁸⁵ Em novembro de 2010, a Vivo, juntamente com a consultoria Teleco, desmentiram essa informação. Segundo eles, a cesta elaborada pela União Internacional de Telecomunicações, pelo Diálogo Regional sobre La Sociedad de La Información, e pela UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development, da ONU) “é arbitrária e não representa o perfil de consumo do brasileiro. Ela representa o perfil do consumidor europeu”. Para chegar aos valores, o economista teria se baseado na cesta de baixa renda de telefonia criada pela Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE). Nessa cesta, estão incluídas 30 ligações variadas (local e de longa distância) de dois minutos e o envio de 33 mensagens de texto por mês. Seguindo esse critério, que não leva em conta promoções, é que o estudo teria chegado à média de US\$ 45 mensais.

12,5% enquanto o pré por volta de 2%⁸⁶. Cá, a base pré se mantém acima de 80% há mais de dez anos e isso diz muito sobre o usuário e sobre seus modos de uso. Afinal, se a base pré-paga é elevada e se assim se mantém justamente nos países em que há maior desigualdade social, isso implica dizer que, de alguma forma, ainda que tangencial, o modo pré, do ponto de vista do usuário e a partir das relações horizontais de uso e suas conexões financeiras, pode ser entendido como uma forma, ainda que não programada, de acomodação de diferenças sociais e de distribuição de renda (ou seria de dívidas?). É como se grande parte do público marginal do pré-pago tivesse encontrado uma forma de inserção, ainda que claudicante, no modo capitalista de existência e de consumo deste objeto-signo: o celular pré e seus acessos limitados, pela falta de aporte financeiro necessário para seu funcionamento ideal, mas com um uso real que, efetivamente, dentro de suas características, “funciona”, inclusive sob aquele ponto de vista fetichizado. Caminhando por esse circuito, seria razoável conjecturar que o aparelho pré-pago funciona também como distribuidor de ônus, ao evidenciar, por meio de suas precariedades, as desigualdades de um país ou região que dispõe de um serviço que não foi programado para existir da forma como está. Numa situação mais prática, como é que se explica a naturalização desse fenômeno não só brasileiro, mas também latino-americano, de alguém ligar a cobrar ou promover toques, ambos ocasionados por falta de injeção de créditos no aparelho, para “comunicar” ao seu interlocutor que deseja falar de um modo “subsidiado” por não ter como arcar com os custos da ligação? Um expediente de traços barroquizantes tão comum desse lado do Atlântico e impraticável na alemã Frankfurt como anteriormente exposto. Então também estamos a falar do celular fetichizado, embrenhado não só em uma economia política como também em uma economia cultural. Uma tecnologia que mais à frente será chamada de “tecnologia menor” que, por estratégia do capital, é descentralizada para o consumo marginal das periferias para justamente promover o consumo em massa. Exemplo que reaviva nossa memória colonial, na qual o Estado e as forças do capital “tiveram” de converter a contragosto seus escravos em potenciais “consumidores” de seus produtos industrializados se quisessem ter para quem vender. Algo reatualizado na segunda gestão do governo Lula (PT), com o convite à classe C para o consumo e ao

⁸⁶ A operadora O2, da Telefónica Germany, diz ter algo por volta de 51,5% de linhas pós-pagas e 48,5% de linhas pré-pagas. Até o primeiro trimestre desse ano, a companhia afirma ter registrado um crescimento de 12,5% nas vendas de pós-pagos contra 1,9% dos pré-pagos. Nessa proporção, em menos de uma década, a O2 terá retirado os pré-pagos da sua plataforma de produtos e pacotes. Disponível em: <<http://www.telefonica.de/news/303/msg/0/4448/0/telefonica-germany-im-1-quartal-rekordergebnis-bei-vertragsneukunden.html>>. Acesso em: 16 maio 2012.

endividamento, o equivalente à máxima da economia popular de que “o pobre precisa gastar para a economia girar”.

Nesse contexto, a comunicação móvel vem transformando atividades econômicas e sociais de maneira relevante. Várias funções autônomas da economia formal e informal, como vendedores externos, taxistas, manicures, motoboys e entregadores, em geral, que subsistem de seus escritórios ambulantes, são acionados por meio da plataforma celular. Tais atividades impactam sobre a economia nacional e sobre a renda de uma significativa parcela de brasileiros que orbitam, de forma remota e com “negócios móveis”, por setores da prestação de serviços *delivery*, expressos ou em domicílio.

A tecnologia é relevante ao país para a camada da população sem acesso a telefones fixos. Áreas populosas, mas informais, como as favelas ou áreas rurais, que não têm infraestrutura para receber cabeamento e realizar ligações. Há ainda, e isso deve ser dito, o desinteresse econômico das empresas e o desinteresse legislativo do poder público em viabilizar tal acesso.

Mas a tecnologia sem fio transpõe esse problema ao não prescindir de dispositivos fixos. Uma única base de transmissão de telefonia celular pode representar a habilitação de ilimitadas linhas (PELLANDA, 2009b, p. 16). Com o aparelho móvel, se o sinal não é bom de dentro de casa, o usuário sai à cata de sinal ideal. Essa flexibilidade, aliada a uma expansibilidade voluntária, é um dos principais fatores da ampla disseminação da tecnologia no Brasil.

As mais de 255 milhões de linhas de telefonia celular no Brasil potencializaram o uso do telefone celular, que hoje estão muito além dos serviços de voz e de dados, seja de forma emancipatória seja de forma criminal⁸⁷, a exemplo dos golpes originados de presídios (DIAS et al., 2002) em que detentos exigem por ligação telefônica a cobrar pagamento de resgate em troca da liberação de um ente querido, alegadamente sequestrado⁸⁸.

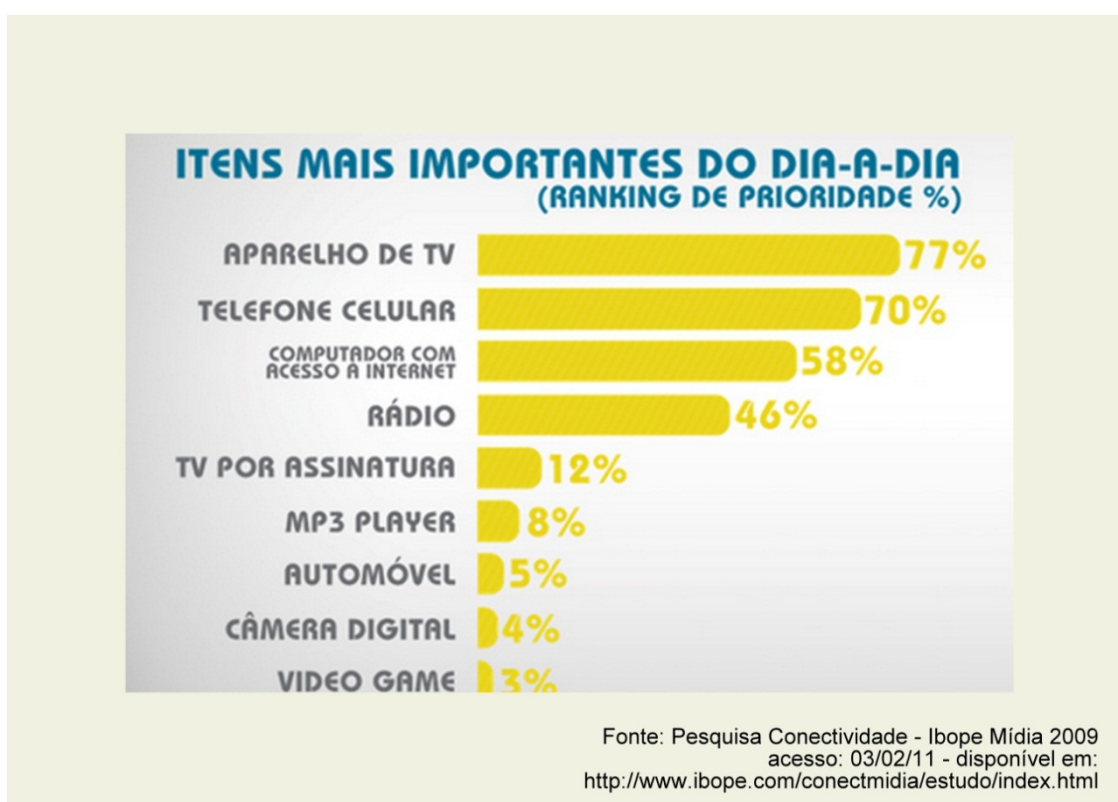
Na teoria, há quem sustente que, atualmente, não apenas adotamos ou não o celular, mas “nos casamos” com ele. Movida por essa máxima, a Pesquisa Especial

⁸⁷ Bar, Pisani e Weber (2007) incluem essa prática no processo criativo canibalista ou de destruição criativa.

⁸⁸ O trote do falso sequestro é um golpe aplicado por presidiários brasileiros, principalmente originados de penitenciárias cariocas e paulistas, desde 2007, que, apesar de largamente divulgado, faz vítimas até hoje.

Conectividade⁸⁹, realizada em 2009 pelo Ibope, na região metropolitana de São Paulo, apontou, na época, a exemplo de pesquisa Teleco (cf. gráf. 3 – p. 25), que no Brasil essa mídia só perde para a televisão em grau de prioridade diária. E supera, de longe, o computador de mesa, aquele eletroeletrônico doméstico, fixo, rígido, que embora tenha chegado primeiro, décadas antes, foi atropelado por esse dispositivo otimizado à exaustão para se tornar acessável e sacável, mesmo quando há impedimentos de uso, como por exemplo na hora do sono ou durante um voo.

Gráfico 2: Pesquisa sobre a relevância do celular na rotina do brasileiro.



Se o aparelho celular é tão imprescindível na rotina de inúmeras famílias brasileiras, como item de “segunda” necessidade, é porque seu uso está cada vez mais capilar nessas mesmas famílias. Assim sendo, é corrente, em inúmeros núcleos familiares, além dos pais, os filhos e agregados também disporem de seu próprio aparelho.

⁸⁹ Dados extraídos de ferramentas do Ibope como Target Group Index, Pesquisa Especial Conectividade, NetRatings Ibope Nielsen On-line, de 24 a 28 de ago. de 2009. Disponível em: <http://www.infoglobo.com.br/Anuncie/Conectimidia_2009_EventoOGlobo.pdf>. Acesso em: 2 mar. 2010.

De pai para filho, o dispositivo funciona como uma coleira eletrônica com o monitoramento por LBS (Location Based Services), que dá condições de rastreabilidade, interceptação e vigilância à distância (ainda que esta vigilância esteja atrelada ao aparelho e não ao usuário)⁹⁰: veja como exemplo os celulares e Ipads produtos de roubo que são recuperados de ladrões por conta de *softwares* de posicionamento e localização⁹¹.

Ao contrário do que ocorre com a linha de telefonia fixa, com a televisão e o computador, eletroeletrônicos domésticos de uso coletivo, a linha de celular é, de partida, uma tecnologia de uso individual que possibilita conectividade permanente com voz e dados em um contexto onde os aparelhos são “hiper-pessoais”⁹² (PELLANDA, 2009b, p. 10). No Brasil, a aquisição dos celulares obrigatoriamente é vinculada ao CPF⁹³.

Santaella sugere que essa conexão contínua promovida pelo celular cria espaços de “presença-ausência”, em que interações face a face são interrompidas por ligação ou por mensagens de texto e retomadas até nova interrupção, assim como “estreita relações” ao “estar sempre lá”, à mão (SANTAELLA, 2007, p. 238).

1.4 Usos desinibidos em lugares públicos

Certa vez, numa sala onde eu estava dando uma palestra, Alain Badiou encontrava-se na plateia e seu celular (que para piorar era meu – eu havia emprestado a ele) começou a tocar de repente. Em vez de desligá-lo, ele educadamente me interrompeu e pediu que falasse mais baixo para ele poder ouvir o interlocutor com mais clareza [...] (ŽIŽEK⁹⁴, 2011a, p. 7)

⁹⁰ As câmeras de televigilância nas ruas das grandes cidades diferem da vigilância incorporada pelos dispositivos móveis. As primeiras são fixas e não se importam com as pessoas num primeiro momento, são “máquinas de vigiar” que se mantêm ali, presentes em sua ausência, para as quais, muitas vezes, a figura humana não interessa”. (BRASIL, 2003, p. 8). Já a vigilância permitida pelos celulares com sistemas de localização e etiquetas são tão móveis quanto o aparelho e seu usuário.

⁹¹ Cf. material sobre arrastão ao bar The Joy, na região central da cidade de São Paulo, em que os ladrões foram interceptados pela polícia graças às informações emitidas pelo GPS instalado em um *smartphone* roubado na ocasião. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/1108009-arrastao-em-bar-na-regiao-central-de-sp-foi-o-25-do-ano.shtml>>. Acesso em: 24 jun. 2012.

⁹² Pellanda (2009, p. 10) entende por hiperpessoal os aparelhos usados única e exclusivamente por uma só pessoa, ao contrário do computador que não é de domínio pessoal, mas compartilhado ou coletivo, seja ele restrito ou não.

⁹³ Exigência que passou a vigorar a partir da Lei Federal 10.3/2003, de 18 de jul. de 2003, que dispõe sobre o cadastramento de usuários de telefones celulares pré-pagos. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.3.htm>. Acesso em: 3 ago. 2010.

⁹⁴ Slavoj Žižek é um teórico esloveno, expoente atual da crítica cultural e política pós-modernista. Tal comentário é parte da dedicatória da obra.

Compute, ao estresse do deslocamento em transportes públicos, a inconveniência dos alto-falantes portáteis. Celulares, MP3, MP10, todos, invariavelmente, dispõem de alto falantes, um dispositivo que os habilita para animados campeonatos diários de som dentro de lotações públicas.

O incômodo alcançou tal nível que tramitam em todo o país regulamentações sobre o que é aceitável e/ou suportável dentro de transportes públicos, e estabelecendo a obrigatoriedade do fone de ouvido em tocadores de música e em celulares, quando estes estiverem nessa função. E não estamos falando exclusivamente de passageiros. Na tentativa de impedir no corpo o efeito sintomático de um trânsito lento, quando tudo ameaça parar, motoristas, sejam eles de transportes públicos ou privados - a despeito das penalidades previstas em lei -, também sacam seus telefones celulares.

Sobre o encurtamento das distâncias e o desaparecimento das bordas entre os espaços públicos e privados, Ferraris faz uma reflexão oportuna:

Podemos chamar isso de a queda da vergonha, porque, na verdade, a pessoa que fala ao celular se transforma em um fenômeno interessante que não pode ser analisado somente em termos moralistas, ainda que um pouco de moral e de boa educação é sempre bem-vinda. Mas o fato de a pessoa criar o seu próprio espaço imaginário, o espaço de sua relação com o interlocutor do outro lado, e não pensar no espaço físico em que se encontra ao falar com seu interlocutor, é como se este estivesse presente aqui; ela gesticula como se fosse um louco pelo fato de que fala sozinha, consigo mesmo. Agora, com os celulares, com fone de ouvido, fica a dúvida se a pessoa é louca ou se está com o fone. Pelos celulares, as pessoas dizem coisas muito íntimas, como as brigas de casais [...]. Pode-se dizer que com o celular o privado se faz público de modo exagerado, a privacidade é tirada de dentro de casa e levada para a rua, para o trabalho e para muitos outros lugares. Eu, que também participo deste debate, notei que não são apenas questões sentimentais, mas também de negócios, de escândalos políticos e eucarísticos, muitos dos quais são provocados pelos celulares, enquanto as pessoas continuam falando ao celular como se não fosse a coisa mais “interceptável” do mundo. (FERRARIS, 2008, p. 161)

As cidades de São Paulo e Vitória⁹⁵, por exemplo, lutam ingloriamente contra o mal do “alto falante portátil”. Em São Paulo, uma placa com o texto da Lei 6.681/65⁹⁶

⁹⁵ Em Vitória (ES), um decreto municipal (14.794/09) proíbe o uso de aparelhos sonoros no Sistema Municipal de Transporte Coletivo, no modo “alto falante”, salvo quando há utilização de fones de ouvido. A pena é de “expulsão” do usuário do veículo. Desde 10 de maio de 2012, está em vigor Lei Estadual 9.832, com mesmo teor que a municipal, com multa de 200 (duzentos) Valores de Referência do Tesouro Estadual - VRTEs. Disponível em: <http://governoservico.es.gov.br/scripts/porta180_1.asp?documento=0198322012.doc>. Acesso em: 19 maio 2012. Iniciativas semelhantes tramitam em Juiz de Fora (MG), Porto Alegre (RS), Sorocaba (SP).

⁹⁶ O texto da lei expresso em placas no interior dos veículos de transporte público da região metropolitana de São Paulo é: “proibido o uso de aparelhos sonoros”.

está afixada em toda a frota de transporte público, o que não limita nem intimida o uso dos dispositivos pelos apelidados “DJs⁹⁷ de Busão”.

Projetos de lei tramitando nas câmaras municipais e assembleias legislativas de todo o país⁹⁸ preveem multa de até R\$ 200,00, seja para passageiro, motorista ou cobrador, além da expulsão a quem atentar contra o sossego alheio.

A liberação é exclusiva aos fones de ouvido, desde que utilizados individualmente sem qualquer difusão externa de som. Afrontas feitas, não há fiscalização da lei, ainda que, em São Paulo, a Secretaria de Transportes da capital disponibilize um número para denúncias⁹⁹.



Imagem 1: Campanhas em redes sociais, blogs, internet e impressas a favor do fone de ouvido em transportes públicos. Fonte: Bancos de imagens de domínio público (Google e fontes diversas).

⁹⁷ Da expressão em inglês *disc jockey* ou do português disc-jóquei, que designa o profissional que de composições musicais já existentes produz mesclas de novos sons para animar plateias de clubes, boates, danceterias e shows em espaços abertos.

⁹⁸ Consultar banco de leis da Câmara Municipal. Disponível em: <<http://www.camara.sp.gov.br/legislacao.asp>>. Acesso em: 3 dez. 2011.

⁹⁹ O Disque Denúncia para este caso é: CTBel 0800-911314, de segunda a sexta-feira, das 7h às 19h.

Queixas semelhantes são feitas por quem circula em metrópoles estadunidenses, como Nova Iorque e Los Angeles. Motoristas de táxi e ônibus falam acintosamente ao celular enquanto dirigem¹⁰⁰, em descumprimento às legislações de trânsito existentes e também às regras de boa convivência.

Tais recorrentes usos vêm provocando mudanças nos hábitos sociais¹⁰¹, promovidas em grande escala a partir do uso civil da telefonia móvel e, nos últimos anos, do acesso móvel à internet¹⁰², demarcadoras sim do estabelecimento de uma incompreensão generalizada dos tênues limites entre espaços públicos e privados. Sobre isso, Žižek (2011b, p. 9) problematiza que “quanto mais acesso ao espaço público universal o usuário individual tem, mais esse espaço é privatizado”.

Registros da pesquisa em campo também apontam para outro viés: a praxe entre os usuários de fazerem uso de suas próprias mídias móveis, a exemplo de tocadores de música e *games*, tanto para não ouvir *playlists* alheios quanto para evitar eventual contato indesejado com outros passageiros, atitude de quem não quer estar onde está.

Essa estratégia de isolamento, de não querer se relacionar com o outro, assegura Sevcenko (1998, p. 585) ao sublinhar as relações entre as novas técnicas, o rádio e as grandes cidades, liga-se estreitamente à metropolização: ao modo como a experiência de viver nas grandes cidades modernas, planejadas em função dos novos fluxos energéticos e marcadas pela onipresença das novas tecnologias.

Onipresença dada pela possibilidade de estar conectado a vários espaços simultaneamente, com um mínimo de deslocamento físico. Nessa condição, torna-se menos nítida a barreira entre espaço público e privado (PELLANDA, 2006, p. 203), o que altera drasticamente a sensibilidade e os estados de disposição dos seus habitantes, deteriorando o contato físico entre as pessoas (VIRILIO, 2000, p. 87).

¹⁰⁰ A profa. dra. Lúcia Leão em 07 de novembro de 2011, durante qualificação desta pesquisa, relatou ter vivenciado essa situação, por mais de uma vez, em transportes públicos e coletivos de metrópoles estadunidenses.

¹⁰¹ Teria o celular livre acesso para a transgressão mesmo quando seu porte não é tolerado, a exemplo de cinemas, reuniões de trabalho, concursos públicos, provas, espetáculos, cerimônias e transportes públicos? Em razão das indiscrições que provoca já passou a figurar em manuais de etiqueta e de estilo, como hábito a ser domesticado. Em inglês, já existe literatura sobre *m-etiquette*, ou etiqueta móvel.

¹⁰² Tanto a internet, com o largo uso que fazemos dela atualmente, quanto a telefonia celular remontam à década de 1990. Em 2000, entrou no mercado a tecnologia da internet móvel. A rede é acessada por meio de telefones celulares com um *software* simples, o *microbrowser*, capaz de interpretar mais textos que imagens. Os *microbrowsers* foram criados, exclusivamente, para acessar WAP (*Wireless Application Protocol*), em português Protocolo para Aplicações sem Fio.

Afinal, tanto lá, em Frankfurt, como aqui, em São Paulo, coexistem tanto a vida nervosa (SIMMEL, 1967) da metrópole quanto a atitude blasé¹⁰³ de quem vive nela. Tudo isso promovendo o embotamento de sentidos¹⁰⁴, em atitudes impessoais, classificadas como fúteis, desconectadas do humano, despreocupadas com o social e desvinculadas do aspecto romântico (e inocente) decalcado do ser rural.

A essência do caráter blasé é o embotamento frente à distinção das coisas; não no sentido de que elas não sejam percebidas, como no caso dos parvos, mas sim de tal modo que o significado e o valor da distinção das coisas e com isso das próprias coisas são sentidos como nulos. (SIMMEL, 2005, p. 581)

Caiafa (2002) diz que habitar uma cidade é experimentar de alguma forma a vizinhança de estranhos. A que Wirth (1967, p. 109)¹⁰⁵ atribui a essa indiferença um mecanismo de proteção contra “exigências pessoais e expectativas de outros”.

Simmel (1967) postulava que o indivíduo e o grupo realizam-se em um ambiente social artificialmente produzido por eles mesmos (a cidade moderna) e onde são dominados pelo aspecto tecnológico da existência. A tecnologia condiciona os ritmos e os ritos da vida moderna nos centros urbanos, bem como afeta a produção da cultura midiática.

O isolamento¹⁰⁶ com distanciamento das relações afetivas de que trata Simmel, “durante minutos e até horas inteiras, olhando-se¹⁰⁷ face a face, sem se dirigir a palavra” (SIMMEL apud BENJAMIN, 2000, p. 68), aqui apresentado por meio do uso instrumental e original do fone de ouvido, é necessário nos grandes centros urbanos, em que as pessoas estão permanentemente expostas aos mais variados e persistentes estímulos nervosos, para que os indivíduos metropolitanos adotem certa “vida mental” de forma a resistir à vida em sociedade. Portanto, a atitude blasé, quer seja mediada

¹⁰³ Blasé aqui tem sentido de indiferença, incapacidade de reagir a novas sensações com a energia apropriada. “A essência da atitude blasé consiste no embotamento do poder de discriminar [...] o significado e valores diferenciais das coisas, e daí as próprias coisas são experimentados como destituídos de substância.” (SIMMEL, 1967, p. 15 -16).

¹⁰⁴ O embotamento de sentidos é um meio de preservar a vida subjetiva e a perda da sensibilidade, fruto do bombardeio de imagens e sons no mundo contemporâneo. O excesso de informações e estímulos externos dificultam a reflexão e a contemplação da realidade.

¹⁰⁵ Da citação “a reserva, a indiferença e o ar blasé que os habitantes da cidade manifestam em suas relações podem, pois, ser encarados como instrumentos para se imunizarem contra exigências pessoais e expectativas de outros” de Wirth (1967, p. 109).

¹⁰⁶ Post do blogueiro Bruno Chagas sobre os incômodos provocados na coletividade por passageiros de ônibus que se arvoram em ouvir música em alto volume. Disponível em:

<<http://brneo.wordpress.com/2010/06/21/irritacao-sonora>>;

<http://www.brasilwiki.com.br/noticia.php?id_noticia=27208>. Acessado em: 11 nov. 2010.

¹⁰⁷ Melhor seria: “se esquivando”.

(THOMPSON, 2008) por fone de ouvido ou por outros eletroeletrônicos, é uma proteção à vida em sociedade.

Costumo ouvir muito (munido de um fone de ouvido, claro) no ônibus, seja para me distrair com uma música ou acompanhar emissoras de notícias como a CBN. Mas a utilidade principal do finado *gadget* [o fone de ouvido – grifo meu] era outra: manter-me alheio ao resto do mundo, tornando a viagem mais suportável. Andar de transporte público em São Paulo é uma experiência surreal em vários sentidos. São superlotações, atrasos, baboseiras proferidas e conversas fiadas de todos os tipos e tamanhos, que beiram os limites da sanidade [sic]. E o mesmo advento de tecnologia que trouxe até mim os arredios *players* levou-os também até as outras pessoas. São MP3, 10 ou 200 com som embutido, celulares com rádio, tocadores e TV... Só o bom-senso que não vem incluído no pacote.¹⁰⁸

Nessa nova conformação urbana, de experienciação da metrópole, replicam-se signos e mensagens que, em geral, com as atuais condições tecnológicas a partir do uso de *gadgets*, fragmenta o espaço público em inúmeras unidades privadas. São multidões que circulam entre o espaço da visibilidade (esfera pública) e o espaço de ocultamento (esfera privada). Em busca de lugar e exposto às intensidades e complexidades (de informação, imagens, representações culturais e sociais) da metrópole, seu habitante passa a negá-la, indo do prazer de vivê-la à intenção de se afastar do centro dela.

É da lavra de Caiafa a máxima, que aqui compartilho, de que as cidades engendram todo um meio propício ao movimento.

A experiência com a variedade de estímulos nas ruas, com esses desconhecidos que cruzam nosso caminho – e com quem uma comunicação em alguns casos pode se estabelecer – modeliza afetos, perceptos, produz, enfim, subjetividade. Para admitir os processos urbanos como componentes subjetivos é preciso conceber uma subjetividade fora do sujeito, em constante atualização e processualidade, à mercê de componentes heterogêneos. (CAIAFA, 2002, p. 93)

Uma vez que a comunicação por telefone celular acontece tanto em ambientes públicos quanto privados, pessoal e particular simplesmente passam a ter fronteiras elásticas.

Cônsolo (2008) entende que a interpenetração de público e privado acontece por que aqui, no Brasil, a oralidade, no exercício de mídias móveis, não reconhece nos espaços¹⁰⁹ físicos limitações para a sua livre dilatação. Talvez porque aqui se apresente involuntariamente o falatório latino e se cultive, de variadas formas, a intervizinhança

¹⁰⁸ Bruno Chagas, idem, post de 21 de jun. de 2010.

¹⁰⁹ Espaço aqui é sinônimo de esfera.

entre mesclas de gente migrante e solar de hábitos contraditórios, de repertório proliferante e barroquizante¹¹⁰.

Seres humanos são frequentemente mais famintos por informações do que por comida. Um telefonema pode interromper subitamente um jantar. Na verdade, é tão irresistível uma chamada telefônica – que pode ser de qualquer pessoa, incluindo a pessoa que mais nós queremos ouvir, seja para lazer ou negócios, até para uma chamada de telemarketing – que pode ter preferência sobre qualquer coisa, incluindo namorar. Teóricos da mídia chamam este efeito como “*telephonus interruptus*”. (LEVINSON, 2004, p. 44)

Castells¹¹¹ diz que as pessoas, nessa situação, criam seu espaço privado ignorando aqueles à sua volta. Santaella (2007, p. 247) assevera que isso se dá porque nessa situação produz-se “uma ilha de intimidade no oceano dos ambientes públicos” e “se o espaço privado está sendo erodido na proporção do crescimento da conectividade em qualquer lugar e em qualquer tempo, o inverso também é verdadeiro: com o celular, a vida privada invade o espaço público” (SANTAELLA, 2007, p. 246). Essa intrusão a que fazemos referência só pode ser controlada mediante a vontade de quem opera o dispositivo. Não há lei municipal, estadual ou federal que dê jeito nisso.

¹¹⁰ Contribuição do prof. dr. Amalio Pinheiro em reunião de orientação de 20 de nov. de 2011.

¹¹¹ Cf. CASTELLS et al. The Mobile Communication Society: A cross - cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology. *International Workshop on Wireless Communication Policies and Prospects: A Global Perspective: 2004*. Disponível em: <<http://arnic.info/workshop04/MCS.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2010.

CAPÍTULO 2 – MOBILIDADES, FLUXOS E LENTIDÃO

Não somente o transporte e a comunicação, mas também a segregação da população urbana tendem a facilitar a mobilidade do homem individual. Os processos de segregação estabelecem distâncias morais que fazem da cidade um mosaico de pequenos mundos que se tocam, mas não se interpenetram. (PARK, 1967, p. 67)

Permita-se imaginar dentro de um táxi a caminho do aeroporto. Em uma hora seu voo parte. Na cidade de destino, uma plateia o aguardará para uma palestra. Enquanto isso, aqui, o trânsito não flui. Nos últimos 30 minutos o táxi só percorreu 3 km. Faltando 12 minutos para o embarque, você ainda está em meio a um congestionamento que não cessa. Voo perdido, só resta ligar do celular, ainda de dentro do táxi, para avisar aos seus anfitriões sobre o ocorrido e submeter toda a situação ao crivo do verossímil, já que não há apresentação de provas.

Em um cenário desses, em que medida o fato de carregar consigo um *notebook* com acesso à internet, um celular, um Ipad¹¹² ou qualquer outra tecnologia móvel afugenta o mal-estar diante de irremediável impotência? O *slow motion*¹¹³ do trânsito intenso (do ir e vir, do circular pela cidade) é acelerado pelo uso do celular? Em algum momento pode-se esperar que essas tecnologias deem conta de situações limítrofes (e cada vez mais comuns nas grandes metrópoles) como as narradas? A vida cotidiana nos grandes centros se resolve com “muletas” tecnológicas, a exemplo do telefone celular, que nos mantêm incólumes diante da lentidão estafante do trânsito?

Para Pinheiro¹¹⁴, a resposta a todas as perguntas é não. Afinal, “não há aparelho celular que resolva a angústia de quem está atrasado ou ausente”. Porém, corrente teórica hegemônica sugere que essa crise pode ser sim, em parte, gerenciada, compensada ou contornada com a utilização de dispositivos tecnológicos como o celular, para ludibriar a ociosidade e o desejo de não estar ou vivenciar os apagões de deslocamento.

¹¹² Ipad é um dispositivo da Apple no formato *tablet* (em português o equivalente a prancheta) sensível ao toque que está numa zona intermediária entre o *notebook*, o telefone celular (iPhone) e a tela de um computador de mesa.

¹¹³ Refere-se à dimensão social do tempo, de ociosidade, espera, agonia.

¹¹⁴ Afirmação feita por Amalio Pinheiro durante banca de qualificação de tese, em 7 nov. 2011, na PUC/SP.

O “cidadão do mundo” (VIRILIO, 2000, p. 88), superconectado, esquece com relativa frequência que, ainda que esteja no ciberespaço, também habita o plano físico, o que não o livra de desgostos desse ou de qualquer outro tipo. Levinson (2004, p. 60) diz que nessas circunstâncias, em vez “do nosso senso de lugar desaparecer ele vai estar em todos os lugares”.

Cíclica, essa discussão caminha pelo duplo viés de mobilidade, seja a promovida pelo locomover-se, deslocar-se pela cidade, seja a interfaceada por mídias móveis, no caso em questão, o telefone celular.

Começa na movimentação física do sujeito e das informações que circulam, passando pelas tecnologias que operam na mobilidade, e pela cidade que acomoda esses percursos até chegar ao usuário, o sujeito físico, que provisoriamente estacionado ou sob lentidão forçada produz mobilidade ainda que híbrida, ambientada no “entre” do deslocamento físico pelo tecido urbano e da mobilidade celular.

Mobilidade física, social, espacial, urbana, digital, tecnológica, informacional, temporal, cultural. Mobilidade aqui é plural. Afinal, são muitas mobilidades¹¹⁵ (ou a ausência delas) em questão, todas com os mais diversos sentidos e aplicações.

Aqui, nos ateremos a duas, especificamente. Uma relacionada aos deslocamentos, ao *flanar*¹¹⁶ pelo espaço urbano, que denominaremos de mobilidade física e a outra à mobilidade de dados e de informações (de recepção e emissão de informações), amplificada pela conexão móvel dos aparatos¹¹⁷ tecnológicos, a qual chamaremos de mobilidade celular, informacional, digital ou tecnológica, tal qual Lemos (2007b)¹¹⁸ se refere em suas pesquisas. Esta última, a mobilidade tecnológica, nem sempre se dá na mobilidade física, assim como o contrário, a mobilidade física nem sempre dá condições de mobilidade tecnológica¹¹⁹.

Por vezes, como se atestará ao longo do trabalho, a mobilidade tecnológica será gerada no deslocamento ou nas limitações físicas desse mesmo deslocamento. Aliás, é

¹¹⁵ Firmino da Silva (2009, p. 71) retoma o que Dourish, Anderson e Nafus (2007), na análise da inter-relação entre tecnologia e mobilidade, também sugerem que mobilidade deve ser dita no plural, em decorrência das várias formas que ela adquire na relação com a computação e a cidade, expondo novas experiências deslocadas dos lugares de trabalho fixos.

¹¹⁶ Flanar aqui está relacionado ao *flanêur* de Baudelaire, do sujeito que percorre a cidade com um olhar além.

¹¹⁷ O termo “aparato” aqui vem de Flusser e engloba conotações de aparelho.

¹¹⁸ Cf. LEMOS, 2007b. Antes de Lemos, Sheller e Urry (2006) também já categorizavam a mobilidade em informacional e física, ainda que ampliadas sob outros aspectos.

¹¹⁹ A separação entre mobilidades, informacional e física, aparecem em inúmeros textos de Lemos como, por exemplo, em Cultura da Mobilidade (2009a, p. 28-35).

disso de que tratam os dados colhidos em campo. Das produções resultantes do impedimento físico de deslocamento, quando o usuário de transportes públicos das grandes cidades nos horários de pico¹²⁰ gera mobilidade tecnológica por meio do telefone celular na tentativa de camuflar potenciais apagões de deslocamento.

Esta pesquisa refuta essa ideia de compensação, ainda que dê voz a afirmações em outro sentido, colhidas em entrevistas e em pesquisa documental. Uma compensação que muitos dizem negociar ao circular pelos engarrafamentos das grandes metrópoles com “kits contra o tempo ocioso” ou passatempos¹²¹, compostos por inúmeros e variados socorros, quais sejam: livros, bordados e outras artes manuais, músicas ou outras obrigações ou *hobbies*. Essas “soluções” comuns entre usuários de transporte público são planejadas e postas em uso contra iminentes apagões de deslocamento, para amenizar o estresse da espera e da falta de previsão de chegada. Ainda assim, de posse de todo esse arsenal, não há como fingir que não se está lá, em trânsito ou na lentidão dele.



Imagem 2: Usuários de transporte público na região metropolitana de São Paulo em atividades de leitura, música, tricô durante o trajeto. Fonte: Bancos de imagens de domínio público (Google e fontes diversas).

¹²⁰ O inglês *rush hour* é entendido em português como os horários de pico ou de ponta, em que volumosas concentrações humanas, resultantes do início e/ou final de expediente de trabalho, se deslocam em vias públicas, quer por meio de transportes públicos coletivos ou individuais privados.

¹²¹ Muitos passageiros (ver pesquisa de campo) argumentam que nada fazem, que se desligam de tudo e ficam apenas observando “o movimento, a movimentação” durante o percurso.

Essa política de “aproveitamento do tempo cronológico” faz sentido em cidades com trânsito obstruído como São Paulo, nas quais essa operação de “mudança de lugar” sequestra até 5 horas diárias de milhares de pessoas em marcha¹²². Cercados, em algum momento, pelo congestionamento do horário de pico que os encapsula dentro de transportes públicos, os viajantes recrutam permanentemente soluções criativas para a construção de passatempos e distrações.

Esses fluxos que correspondem aos deslocamentos do sujeito na própria cidade, no qual se vai de casa para o trabalho, têm no seu universo sensível não apenas o lugar de moradia e, na outra ponta, o lugar da atividade profissional. Aqui, a cidade será, cada vez mais, o trajeto entre os dois, a ponto de Virilio e Lotringer (1984, p. 63) afirmarem que não habitamos o estacionário, mas o tempo gasto mudando de lugar. “Toda mídia libera e cria constrangimentos no espaço e no tempo. A comunicação implica movimento de informação e movimento social: saída de si no diálogo com o outro e fluxo de mensagens carregadas por diversos suportes” (LE MOS, 2009b, p. 28).

Partindo das perspectivas de mobilidade, física e tecnológica, que na pesquisa em questão estão intrinsecamente relacionadas, forja-se um conceito de apagão de mobilidade urbana¹²³, aqui ligado ao deslocamento físico, e apresenta o usuário imobilizado¹²⁴ que se mantém móvel por meio de seus suportes e funcionalidades conectáveis.

Mas afinal, quantas mobilidades existem? Teóricos da mobilidade (BONß; KESSELRING¹²⁵, 2001; KELLERMAN¹²⁶, 2006; LEMOS, 2009) contextualizam que até o final do século XVIII houve uma mobilidade tradicional; seguida no século XIX por uma territorial com a instauração do Estado-nação; a globalizada (com os meios de

¹²² Ver depoimento infra, 5.6 - São Paulo e seus percursos engarrafados., p. 124.

¹²³ Nos moldes deleuzianos, tal qual como ele concebia a fabricação de conceitos, nos apropriamos da locução “apagão de mobilidade urbana” utilizada de forma recorrente em estudos sobre trânsito e mobilidade urbana, para ressignificar da melhor forma, a nosso ver, a condição aqui estudada de uso de tecnologia móvel na imobilidade física ou de deslocamento do grande centro, promovida pelos corriqueiros engarrafamentos de trânsito, que prolongam percursos e consomem horas. Nessas situações de crise ou de apagão de mobilidade é o aparelho de telefone celular que reconecta o usuário ao mundo móvel, uma vez que seu portador encontra-se na imobilidade física, em um apagão de deslocamento. Portanto, estamos falando de pelo menos duas mobilidades. A primeira relacionada a uma mídia portátil, móvel, e a outra à condição física de seu operador, o usuário, quando impossibilitado de se deslocar.

¹²⁴ Para Lemos, não há mobilidade sem imobilidade (2009b, p. 29).

¹²⁵ O texto que baseou a categorização de Kellerman e depois de Lemos é dos alemães Wolfgang Bonß, e Sven Kesselring (2001), chamado “*Mobilität am Übergang von der Ersten zur Zweiten Moderne*”. O texto foi produzido com o apoio da Universidade Técnica de Munique, que mantém o Centro de Pesquisas em Mobilidade e Transporte, do qual Kesselring faz parte.

¹²⁶ KELLERMAN, 2006.

transporte e comunicação do século XX); e a atual, que é a virtualizada, com as redes telemáticas e os dispositivos de conexão móvel e sem fio.

Que fique claro: tal categorização (mobilidade tradicional; territorial; globalizada e atual) foi produzida na Europa por teóricos centro-europeus. Portanto, é representativa, não há dúvida, mas não encontra a mesma ressonância em contextos não hegemônicos, ambivalentes e periféricos, a exemplo do Brasil. Aliás, há sempre de se olhar com certa desconfiança para sucessões lineares que delimitam períodos, cercam povos e loteiam hábitos como se tudo o que já existiu ou que esteja em processo pudesse ser contabilizado.

Quando falamos em uso do telefone celular em trânsito estamos falando da condição *on* (ligada) e *off* (desligada) que delimita o estar disponível e acessável. Existe sim uma distância abissal entre estar acessável e estar acessível. Acessável tem de ver com conectável, com a possibilidade de ser rastreado ou encontrado. Acessível, no que diz respeito ao telefone celular, tem de ver com a vontade de querer ser encontrado. E essa é uma particularidade muito individual que tecnologia alguma pode burlar. E quem está acessável é o aparato e não o usuário. “Não há objetos no espaço, há espaço nos objetos, os objetos não estão localizados, criam localizações. O espaço como o tempo são funções dos elementos, ou melhor, dos conjuntos ou sistemas de elementos” (BRANDÃO, 2002, p. 251).

Uma vez acessável, o celular irá depender da atitude (criativa) do usuário que vai definir o uso durante o trajeto, de querer ou não atender a uma ligação, afinal o aparelho pode ser emprestado ou deixado intencionalmente no modo silencioso.

Quanto maior o grau de desenvolvimento da técnica, mais claro fica a importância que esta técnica tem na formação das sociedades humanas. Vale esclarecer, que a tecnologia não determina a sociedade. Nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica [...] de forma que o resultado final depende de um complexo padrão interativo [...] A tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas. (CASTELLS, 1999, p. 43)

2.1 Mobilidade híbrida ou ampliada

Até o século XX, os meios de comunicação de massa não dispunham de ferramentas ubíquas como o celular, capazes de promover essa mobilidade híbrida, a que Lemos (2009b, p. 29) chama de ampliada. O conceito de computação ubíqua pode

ser aplicado aos telefones celulares pela sua condição pervasiva, em que atuam também como computador pessoal, tanto em capacidade de armazenamento, nível de interação e relacionamento, quanto em produção de conteúdo.

Em Lemos (2009b, p. 29), a mobilidade é ampliada quando amplifica as dimensões física (extensibilidade) e informacional (acessibilidade) e admite uma relação diretamente proporcional: quem detém mais mobilidade física também detém mais mobilidade informacional e ambas as dimensões aumentam ou diminuem de acordo com a imediatividade e a instantaneidade exigidas.

O autor percebe uma correlação entre deslocamento nos meios virtuais e nos meios físicos. Para ele, a mobilidade digital, de certo modo, determina o “volume” de mobilidade física e instrumental passível a cada usuário.

Pensemos, por exemplo, naqueles que se deslocam em transportes públicos e/ou privados, nos que têm acesso à Internet por banda larga ou linhas discadas, nos que podem viajar o mundo e nos que nunca saem dos seus lugares de nascimento. Parece haver hoje uma correlação e ampliação dos poderes já que quanto maior a potência de mobilidade informacional-virtual, maior é a mobilidade física e o acesso a objetos e tecnologias. (LE MOS, 2009b, p. 29)

Aqui, Lemos fala de acessibilidade digital, de inclusão social via inclusão tecnológica. Mas será que uma maior apropriação de técnicas ou instrumentais digitais, por si só, garantem vantagem no percurso físico móvel? É crível a máxima de que grupos sociais alijados do acesso às tecnologias digitais, sobretudo por questões econômicas, também estão sendo alijados dos processos de deslocamento, de mobilidade social e de aquisição dessas mesmas tecnologias?

Desde que a tecnologia celular escapou do uso restrito por executivos japoneses para cair no gosto popular, ela trouxe consigo um viés compreensivo que possibilitou que mesmo se estando no lugar mais improvável, que seja da cabine de uma colheitadeira de soja em uma fazenda do interior de Mato Grosso¹²⁷, se tenha acesso a uma tecnologia móvel equiparável (e acessável) à disponibilizada a um diretor da sede mundial da Nestlé, em Vevey, na Suíça. “Os transeuntes nas calçadas se beneficiam tanto, se não mais, da internet quanto os fazendeiros” (JOHNSON, 2008, p. 214).

¹²⁷ Observa-se que o crescimento de linhas de celular é consideravelmente maior nas regiões onde há deficiência de linhas fixas, como o Norte e o Centro-Oeste do Brasil. Por exemplo, Cuiabá, a capital do estado de Mato Grosso, tem uma das maiores concentrações de linhas de celular do Brasil por habitante (16ª posição). Atualmente são 141,20 linhas para cada grupo de 100 habitantes. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/ncelddd.asp>>. Acesso em: 12 maio 2012.

O celular é tomado como instrumento central de conexão entre “os diferentes”, não só no sentido óbvio de que pode estabelecer uma conexão telefônica, mas principalmente como ponto comum e unânime que aproxima personagens remotos. Um rebelde afegão passa a ter uma condição midiática tão (des)vantajosa quanto a de um soldado americano em área de ocupação. Via celular, ambos registram e postam suas produções em rede mundial. Isso se desdobra sem dúvida em conflitos, mas desta vez não tão assimétricos.

O atual papa fala ao celular. O presidente dos Estados Unidos também. A popstar Lady Gaga manda torpedos. Adele, a cantora mais reproduzida no último ano, faz postagens móveis no Facebook. Todos eles, assim como nós, dispomos do mesmo rol de aplicativos, dispositivos e condições de conexão. A variação, é óbvio, se dá pelo uso, por aspectos estéticos, econômicos, de distinção social, que podem resultar no luxo e excepcionalidade de um aparelho de até R\$ 16 milhões¹²⁸. Mas nada mais que isso.

Essa ideia de acesso ampliado, em grande medida, inclusivo, antes de ser tida como acrítica ou otimista, reconhece que o celular é um meio que democratiza os acessos e a cultura, ao deixar de ser exclusivo de uma minoria privilegiada de “intelectuais burgueses”¹²⁹.

Ainda que enxerguemos isso, temos a clara noção de que a democratização do celular vem com outros combos, nem sempre contabilizados: a ampliação e a nossa submissão ao controle, ao poder e à vigilância (chips de rastreamento de aparelhos, escutas ilegais, hackeamento de dados, exposição em rede de informações íntimas). O aparelho convergido, convertido e integrado é um fenômeno tecnológico e cultural com variantes regionais de usos que abre possibilidades, mas, como contrapartida, nos imprime restrições.

E o contraponto, dentre tantos, aponta para um controle total do “intelecto geral” (ŽIŽEK, 2011b, p. 8) com a mediação e monitoramento de tudo aquilo que for produzido pela conexão total e localização permanente, vide pacotes de minutos e aplicativos de *smartphones*. Nesse cenário, negocia-se com a privacidade, a própria ou a alheia, com as relações sociais mediadas, com o tempo e com o espaço. “Portanto, tudo

¹²⁸ A joalheria inglesa Stuart Hughes, especialista em fabricar *gadgets* de luxo, lançou o celular mais caro do mundo: o iPhone 4 Diamond Rose, a 5 milhões de libras, ou R\$ 16 milhões. Revestido com 500 diamantes rosas que somam mais de cem quilates. Disponível em:

<http://stuarthughes.com/newdawn/product_info.php?products_id=102>. Acesso em: 12 maio 2012.

¹²⁹ Cf. ENZENSBERGER, 1974. O autor foge do tom apocalíptico dos frankfurtianos (teóricos da Escola de Frankfurt) para validar o que entende como um progresso da massificação, quando a massa passa a desfrutar de um conteúdo antes só disponível à burguesia e suas castas.

é acessível, mas mediado por uma empresa que possui tudo, *software* e *hardware*, dados e computadores. [...] o acesso global se baseia cada vez mais na privatização quase monopolista da nuvem que oferece o acesso” (ŽIŽEK, 2011b, p. 9).

E, a respeito dessas interpenetrações das mobilidades que estamos tratando, é possível sustentar que a mobilidade tecnológica permite que haja ampliação da capacidade de deslocamento e até de ocupação virtual de um lugar na trama real, uma ressignificação dos espaços de presença, que se imbrica no exercício de vigilância.

Neste contexto, a mobilidade, que antes poderia, em certos casos, ser uma forma de escapar à vigilância ou transgredi-la, se torna seu meio privilegiado: estar em movimento ou ser móvel significa, muitas vezes, estar sujeito à vigilância e ao monitoramento uma vez que não há mais distância material, espacial, temporal ou informacional que se interponha entre o sistema de vigilância/monitoramento e o sujeito/objeto vigiado. (BRUNO, 2009, p. 138-139)

Para Rheingold (2002, p. 27), quando o assunto é telefone celular, estamos a falar de dois espaços: “o espaço em que ocupam fisicamente e o espaço virtual da conversa (o espaço conversacional)”. Como exemplo temos as teleconferências nas quais membros ausentes se fazem telepresentes, via Skype¹³⁰ ou outro *software*, compartilhando momentos e comemorações enquanto perdurar a conexão. E isso, que fique claro, pode ser feito sim e a qualquer tempo a partir de um telefone celular com conexão à internet. Com o programa *Team Viewer*¹³¹, por exemplo, pode-se até mais: que de outros terminais remotos pessoas autorizadas entrem em sua máquina (celular) e nela faça alterações, inclusive com sua participação direta (ou não).

Não é que o celular apague as distâncias ou promova a telepresença, mas com ele experimenta-se uma transformação da distância. Pela integração, o celular deixou de ser apenas um instrumento de comunicação, mas também de memória (percorrendo todos os seus processos: apagamento, manutenção ou feitiço), algo improvável para inúmeras outras mídias massivas portáteis como o computador de mão ou até mesmo a máquina fotográfica.

E é sobre a relevância dessa ideia de memória portátil que se refere, entre outras coisas, Koskinen (2003). Segundo ele, houve com o celular uma mudança na motivação

¹³⁰ Skype é um *software* que permite comunicação pela internet através de conexões de voz e vídeo sem custos entre usuários do software, que também é gratuito.

¹³¹ O *Team Viewer* estabelece um acesso remoto a qualquer computador ou servidor em todo o mundo, habilitando controles passivos do computador por outro usuário que, à distância, se comporta como se estivesse sentado à frente da sua máquina.

de se tirar fotografias (fotografias de viagens, por exemplo), que pode demarcar o fim do cartão postal. Originalmente, uma fotografia era usada como substituto da memória. Tirava-se uma foto para não se esquecer da aparência de um lugar ou de uma pessoa. Hoje, com a fotografia digital móvel, tirar uma foto é um meio de comentar o presente e criar sociabilidade.

A grande quantidade de espaço nas memórias rígidas (HDs) dos dispositivos também favorece esse tipo de produção. O descarte faz parte do processo de produção, diferentemente da câmera analógica em que o descarte era evitado a fim de se evitar o encarecimento do clique.

2.2 Imobilidades e lentidões forçadas

Logo, se a condição móvel desterritorializa o ciberespaço, ela permite algo próximo às bilocações¹³² da literatura sacra ou à ubiquidade que nos é mais familiar, mas é territorializada na mesma medida, por meio de territórios (vigiados e controlados) a exemplo de perfis em redes sociais populares como Twitter, Orkut e Facebook. A comunicação converte o tempo num lugar (TRIVINHO, 2001). Uma vez na rede e contrariando Augé (2010) sobre seus não lugares, o indivíduo pode pertencer a um lugar de trânsito e um lugar social¹³³, a exemplo dos transportes públicos.

A mobilidade não deve ser vista apenas como o percurso entre pontos, ou o acesso à determinada informação (LEMOS, 2009b). Isso sim nos interessa. A mobilidade não é neutra e revela formas de poder, controle, monitoramento e vigilância, devendo ser lida como potência (SENNETT, 2006, p. 143) e performance.

Neste percurso, sucedendo narrativas sobre tecnologias móveis em ambientes móveis temporariamente imobilizados, uma provocação relevante não pode ser esquecida: como se comportam mídias móveis em ambientes fixos? E mais, como se processam essas mesmas mídias móveis em sociedades fixas, não nômades

¹³² Bilocação aqui sugere viagens “mentais” ou virtuais, em que o indivíduo se projeta para ambientes virtuais quando impossibilitado fisicamente de fazê-lo. Dessa forma, um mesmo indivíduo estaria em “dois lugares”. Originalmente, a palavra bilocação é associada a figuras santificadas, o que não se constitui como nossa intenção. Aqui, diz respeito à presença simultânea de uma pessoa em dois lugares diferentes.

¹³³ Cf. De Souza e Silva (2004) no qual lugar social aparece como espaços usados para comunicação. Disponível em: <<http://www.souzaesilva.com/research/phd/DefenseSlidesPhD.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2012.

(MAFFESOLI, 2001) e não curvilíneas, diferentes da brasileira (BASTIDE, 1959; LAPLANTINE, 1993, 1997)? Haveria uma cisão entre mundo móvel e mundo não móvel?¹³⁴

Portanto, não só mobilidade deve estar no plural. Imobilidade, no sentido de paralisia, estagnação, marcha interrompida, também deve. Imobilidades desveladas não apenas pela questão física de deslocamento, mas pelo veio tecnológico, aquele que pode limitar o acesso aos meios, sejam eles materiais ou virtuais.

Sobre isso, Lemos (2009b, p. 29) considera que os estreitos vínculos entre as mobilidades e imobilidades as mantêm enredadas, uma vez que “os meios de transporte e de comunicação, incluindo aí os novos dispositivos móveis, implicam em mobilidades constrangidas por imobilidades infraestruturais e dificuldades de acesso e de deslocamento”.

No entremeio das questões de mobilidade e imobilidade físicas ou operacionais, estas já discutidas, outros cenários coexistem como o da lentidão no trânsito das grandes cidades. Lentidão aqui pode ser entendida como o “entre” da condição de movimento e da ausência dele. Nessa pesquisa, é relatada com períodos de *stop and go*, de andar e parar, nas quais o complexo tecido urbano móvel, composto por gente e por máquinas, se reveza na desconfortável sensação de avanços e pausas sucessivas capazes de ampliar/prolongar o tempo consumido¹³⁵, de espera nos deslocamentos, nas viagens e trajetos até os respectivos destinos. Nessa condição, o usuário de telefone celular, esteja ele em um transporte público ou em seu automóvel, tem de lidar com o mesmo sentimento de impotência a que fazíamos referência em parágrafos anteriores.

Estar conectado, acessável e móvel é uma condição nova para pensar tempo e espaço neste século. O telefone celular é um dispositivo que atende às duas situações: mobilidade e conexão em/à rede sob uma fronteira cada vez mais circunscrita à infraestrutura tecnológica do equipamento ou da localidade por onde se está circulando.

¹³⁴ Em banca de qualificação desta tese, no dia 07 de nov. de 2011, na PUC/SP.

¹³⁵ Por tempo consumido, entenda-se o tempo cronológico, especializado, das horas gastas além das previstas em função de engarrafamentos e lentidão no trânsito. A cena é muito variável. O envio do SMS/TORPEDO, por exemplo, inicialmente era da cultura de quem estava parado. Afinal, parado dava para revirar a lista de contatos. Porém, nos últimos anos, com a prática do usuário, o envio de SMS também se dá no movimento. A mudança de comportamento, depois de gerar inúmeros incidentes, como atropelamentos e acidentes, está resultando em multa e apreensões em todo o mundo. Disponível em: <<http://g1.globo.com/planeta-bizarro/noticia/2012/05/cidade-multa-pedestre-visto-enviando-torpedo-enquanto-caminha-nos-eua.html>>. Acesso em: 14 maio 2012.

Assim, os dispositivos móveis¹³⁶ agregam aos indivíduos a capacidade “de estar simultaneamente consigo mesmo e em rede” (CASTELLS et al., 2004, p. 239).

A mais atual revolução na área móvel continua sendo a conexão sem fio à internet, o que para Lévy (1993, p. 102) se configura num “envoltório técnico” determinante para a evolução cultural e as atividades cognitivas.

O celular representa um dispositivo para o desenvolvimento de várias práticas no espaço urbano, tais como produção, consumo ou circulação de informação, pois se constitui num objeto caracterizado pela portabilidade, conectividade e mobilidade (HEMMENT, 2005) e isso ganha outra dinâmica em cidades que, como São Paulo, “atrai gente que vem não para consumi-la, mas para habitá-la, no sentido forte que esse gesto assume na cidade: misturar-se, viver a irresolução que a cidade oferece, o desequilíbrio das regras da segregação e da identidade” (CAIAFA, 2007, p. 38).

Haveria uma diferença no padrão de uso dos telefones celulares em outros contextos culturais diferentes? Nesse sentido, Horst e Miller (2006) nos mostram que os telefones celulares são apropriados de maneiras muitas vezes peculiares.

Para entender esses modos de apropriação dos telefones celulares, é preciso antes de tudo compreender os padrões culturais das sociedades em questão, no caso específico os usuários de transporte público e de celular em trânsito em São Paulo (Brasil) e Frankfurt (Alemanha). Nesse ponto, torna-se importante pensar em um conceito que reflita 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, que estará em foco na PARTE II.

2.3 Os híbridos produzidos nos fluxos

No âmbito dos objetos técnicos, o 'futuro' comparece na forma de cada novo indutor de nomadismo e velocidade inscrito num instrumento: à fluidez da telefonia celular e da Internet, acrescenta-se, por exemplo, o híbrido 'Internet móvel', ou seja, Internet pelo celular para gente em trânsito. (SODRÉ, 2002, p. 15)

O celular resulta de uma aliança entre comunicação e movimento (VICENTIN, 2008, p. 13). Isso se deve, fundamentalmente, no entendimento de Levinson (2004, p.

¹³⁶ Santaella (2007, p. 199) define dispositivos móveis como “tecnologias da conexão contínua”.

13), ao fato da tecnologia comungar duas necessidades precípua do ser humano: andar e falar, “ou seja, de se comunicar e se mover ao mesmo tempo”.

A mobilidade é a grande inovação da telefonia celular. Além da mobilidade, outra característica que vem acompanhada do celular é sua condição lúdica de oferecer, de forma portátil, entretenimento e prazer por meio de dezenas de aplicativos.

Portátil, móvel, ubíquo, pervasivo e nômade (MAFFESOLI, 2001) também são condições imanentes não apenas desse aparato tecnológico atual que nos é caro, mas também de toda a complexa e milenar estrutura humana, que essencialmente é amparada no nomadismo, inscrita nas origens da civilização.

Maffesoli (2001, p. 28) aponta que "trata-se [o nomadismo] de uma tendência geral de uma época que, por uma volta cíclica dos valores esquecidos se liga a uma contemplação daquilo que é", o encontro que produz culturas mistas. Um reinício da "circulação" que atravessa a vida cotidiana, após o fechamento praticado durante toda a modernidade.

O nomadismo é uma característica essencial da nossa espécie. Os processos civilizacional e industrial nada mais são do que formas de controle social com o intuito de barrar e disciplinar o errante, o vagabundo, o *flâneur*, figuras vistas como disfuncionais à sociedade racionalista e disciplinar. [...] O próprio da vida social é o deslocamento, o nomadismo e a errância. (LEMOS, 2009b, p. 30)

Mas o nomadismo atual tem lá suas peculiaridades. Lemos (2009b) o classifica como virtual, que ambientado pela cibercultura cria territorialização em meio a movimentos no espaço urbano. Os nômades virtuais buscam os territórios informacionais e por mais que suas experiências sejam mediadas por pontos tecnológicos, de transmissão de informações, suas experiências partem de lugares, portanto, têm dimensão espacial e sentido de lugar.

A localização é mais um elemento do processo de imersão em um ambiente de ubiquidade (MITCHELL, 2003). A questão geográfica, que de certa forma foi esquecida no princípio da internet, volta potencializada pela comunicação móvel em formatos completamente originais. A geografia se une ao ambiente informacional, que é a base do ciberespaço, para criar um outro entendimento sobre os espaços sociais.

Com o acesso móvel à internet, o nomadismo se inverte, pois atraídas pela questão da socialização as pessoas podem estar em lugares como universidades ou bibliotecas, mas não necessariamente para buscar uma informação contida naquele

espaço. As atividades sociais deixam de estar vinculadas aos lugares. O deslocamento físico não se impõe como necessário.

Assim sendo, essa atual cultura da mobilidade se baseia não apenas no consumo, mas também em criação e distribuição de conteúdos em tempo real.

Mas não se pode vincular, de forma genérica nesse momento, qualquer uso do celular na mobilidade como sendo uma experiência locativa¹³⁷, uma vez que é o aparato que é acessável e não a pessoa (que pode ou não ser acessável e ser acessível). Portanto, locatividade está atrelada a um lugar e a um objeto e não ao usuário.

O uso do aparelho pode ser locativo, mas não o usuário. Afinal não se pode desprezar a criatividade, o jogo de cintura e o livre arbítrio do usuário que não quer ser encontrado ou rastreado. E isso acontece a todo o tempo. Para me livrar da tentativa de rastreamento posso emprestar o celular para outra pessoa, deixá-lo em casa, desligá-lo, dizer que estou em um lugar estando em outro.

Os usos culturais de uma determinada tecnologia dão nova dimensão à ideia de lugar, espaço, tempo e deslocamento, resultando em mudanças sensíveis no modo de viver citadino, ao se desdobrar em práticas ubíquas¹³⁸ na heterogeneidade da cidade e na estranheza de seu cotidiano.

[...] por causa da natureza da sociedade baseada em conhecimento, organizada em torno de redes e parcialmente formada de fluxos, a cidade informacional não é uma forma, mas um processo, um processo caracterizado pelo predomínio estrutural do espaço de fluxos. (CASTELLS, 1999, p. 423)

Para Lemos (2008), esse espaço movente, híbrido, composto da relação entre o espaço eletrônico e o físico é o território informacional. E por territórios informacionais ele entende as áreas de controle do fluxo informacional digital em uma zona de

¹³⁷ Podemos definir mídia locativa (*locative media*) como “um conjunto de tecnologias e processos informacionais cujo conteúdo informacional vincula-se a um lugar específico”. Suas aplicações podem ser de cunho artístico ou de prestação de serviço a um usuário. Locativo é uma categoria gramatical que exprime lugar, como “em”, “ao lado de”, indicando a localização final ou o momento de uma ação. As mídias locativas são dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo da informação está diretamente ligado a uma localidade. Trata-se de processos de emissão e recepção de informação a partir de um determinado local. Isso implica uma relação entre lugares e dispositivos móveis digitais até então inédita (LEMOS, 2007, p. 2; 2008).

¹³⁸ Ambiente ubíquo é aquele onde toda tecnologia de informação está aplicada em sistemas interligados. Esta conexão pode ser feita de diferentes maneiras, desde simples redes sem fio até a identificação por frequência de rádio. Estes são apenas alguns dos mais básicos atrativos de New Songdo, uma cidade que já está em construção na Coreia do Sul desde 2006, com previsão de inauguração para 2015, que promete ser a comunidade mais digitalizada de todo o planeta. O projeto da cidade promete uma Songdo previsível, rica, sustentável, tecnológica. Disponível em: <<http://www.songdo.com/>>. Acesso em: 9 fev. 2011.

intersecção entre o ciberespaço e o espaço urbano, com o acesso e o controle informacional realizados a partir de dispositivos móveis e redes sem fio.

O mundo vivido é clivado, pela primeira vez, estruturalmente, em duas dimensões: uma material, representada pelas extensões da pólis; outra, imaterial, representada pelo universo espectral das redes. Glocaliza-se, assim, a experiência: por via da tela, o que é próprio do global se ata ao que é próprio do local, numa mistura irreversível, fazendo com que a mente e o corpo não habitem nem uma nem outra esfera de ação, mas tão-somente uma terceira, um não-lugar, meio físico, meio crepitação imagética: o reduto glocal de recepção e retransmissão. (TRIVINHO, 2001, p. 65)

Dessa forma, há de se sustentar que os indivíduos carregam consigo seus próprios territórios. Uma parte disso está se tornando aparente através do uso crescente de celulares, *laptops* e memórias móveis, que permitem que alguém carregue sua biblioteca pessoal inteira, com acesso e comunicações imediatos, não importando a localização (KELLERMAN, 2006) ainda que possam ser localizáveis por sistemas de posicionamento. De Souza e Silva¹³⁹ é uma entusiasta desses sistemas incorporados ao celular. Para ela, “[...]a possibilidade de utilização de sistemas de posicionamentos (*location awareness*) coloca o celular como tecnologia substancialmente diferente não apenas do telefone comum, mas também do computador pessoal. Permitindo determinar com exatidão a localização do usuário no espaço físico, ele faz do celular um equipamento capaz de, simultaneamente, mediar as relações dos usuários entre si em espaços remotos e entre o usuário e o espaço físico em que se encontra”.

Celulares, Palms, Ipods e navegadores são alguns dos exemplos de redes móveis que carregam em si dispositivos capazes de localizar seu usuário, dar roteiros a esse mesmo usuário, fotografar, filmar, enviar arquivos, acessar internet, falar ao telefone, promover bate-papos, fazer *downloads*, realizar operações bancárias e promover o *m-commerce* (comércio móvel).

Este rol de serviços e facilidades se popularizou e virou produto de prateleira também na década de 1990, com a “civilização” do uso dos satélites do *Global Positioning System* (GPS) para localização, serviço antes exclusivo aos militares.

¹³⁹ Cf. Posicionamento: criando novos significados para a tecnologia celular. Disponível em: <<http://www.souzaesilva.com/publicatons/05publications/magazines/M&M0905/M&M.jpg>>. Acesso em: 4 mar. 2012.

II

APROPRIAÇÕES CULTURAIS DO DISPOSITIVO

PARTE II – APROPRIAÇÕES CULTURAIS DO DISPOSITIVO

No que tange ao binômio espaço/tempo, os longos e habituais transcurso da história, bem como a geografia do planeta são submetidos à lógica da instantaneidade: desaparecem. Tudo se dobra à tutela da imediatez. Ao mesmo tempo que o planeta é sacudido pela desterritorialização, ele se reterritorializa na e através das redes. (TRIVINHO, 2001, p. 64)

CAPÍTULO 3 - A PRODUÇÃO MÓVEL NO “ENTRE”

Há 20 anos, aos domingos, ligo para minha mãe, na tentativa de diminuir os 2.000 km que nos separam. Nesses dias, depois de desfiarmos o estoque de causos providenciais, armazenados na semana, e da despedida demorada, voltamos às nossas rotinas com a convicção de que as trocas afetivas, ainda que mediadas, deslocaram a distância e a impossibilidade de contato físico para o próximo final de semana. A ligação telefônica de que ambas fazemos uso, como pílulas contra a saudade, tem uma relevante dimensão espacial que impacta diretamente sobre nossas formas de conduzir o cotidiano.

Mas nem sempre foi assim.

Nosso histórico de ligações longas, quase extenuantes, é recente. Remonta a mais ou menos dois anos, pelos idos de abril de 2010. E isso não tem de ver com brigas familiares, reaproximações ou eventos passionais que o equivalham. Tem de ver sim com uma promoção de operadora de celular¹⁴⁰ que, em busca da fidelização de clientela e da ampliação da base de móveis, estabeleceu a cobrança única de 25 centavos, relativa sempre ao primeiro minuto, para ligações trocadas entre linhas da mesma operadora. Certamente esse não foi um marco telefônico exclusivo à minha família, que de posse de um chip da mesma operadora fala entre si à exaustão, sem sobressaltos com fatura.

Não foi apenas o celular, como ferramenta de comunicação, que mudou nos últimos anos, mas sobremaneira o que se transformou neste percurso foram as formas de comunicação do aparato com o usuário e vice-versa, do ambiente e das relações estabelecidas (e restabelecidas) entre eles.

¹⁴⁰ Cf. Promoção Infinity 25 centavos da operadora Tim em vigência de 31/03/2010 a 31/03/2016.

Disponível em:

<http://www.tim.com.br/_staticfiles/_pweb/link/Regulamento_promocacao_infinity_025centavos_2016.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2012.

Em alguns casos, não importa mais a sua constituição *offline*, mas o binômio formado por características *offline/online*. Nessa configuração, o usuário está e não está presente, ao mesmo tempo, partilhando uma existência no plano material concomitante ao ciberespaço por meio do celular. A chamada de voz, característica da interação face a face e de outras mediações, deixa de ser nesses casos o recurso comunicacional preponderante, o que pode parecer contraditório em um telefone. O texto, via mensagens SMS, ganha importância na relação com a prótese técnica.

Informações que, reduzidas ao objeto desta pesquisa, poderão ser confrontadas no capítulo da análise dos dados coletados em campo como fragmento relevante desta investigação.

Comunidades e redes sociais também estão no celular. Elas podem ser divididas entre as tradicionais, que são as baseadas na web (YouTube, Facebook, Orkut, MySpace e Twitter), e as móveis, aquelas especialmente formuladas para dar a localização física de seus usuários, a exemplo da Brightkite, Flickr, Foursquare, Gowalla e Urbanspoon.

Lançada comercialmente na Coreia do Sul, em 2003, a rede social móvel cresceu, em apenas três anos, mais que a antiga rede baseada na internet e hoje já supera sua irmã da web, gerando mais do que o dobro em faturamento em todo o mundo.¹⁴¹

A respeito das redes sociais móveis, De Souza e Silva (2006) propõe dois meios de coordenação possíveis pelo celular. O primeiro de microcoordenação, derivado de contatos rápidos de toda a sorte, e o segundo de macrocoordenação, este sim voltado para a criação de redes sociais móveis em que o celular aparece como um mecanismo coletivo de comunicação remota. Exemplo da macrocoordenação e mobilização com caráter político e social podem ser os eventos relâmpagos *flash mobs* ou os *smart mobs*¹⁴² (RHEINGOLD, 2002).

Tanto os *smart mobs* quanto os *flash mobs* são ações que possuem uma lógica advinda do uso dos aparelhos móveis que, indiscutivelmente, vem apresentando novas formas de mobilizações sociais e de comunicação, por trazerem novas interfaces, novos formatos culturais e artísticos. (CÔNSOLO, 2008, p. 43)

¹⁴¹ Tomi Ahonen é autor dos livros *Mobile as the 7th of the Mass Media e Communities Dominate Brands* (Editora Futuretext) e elaborou o que chama de teoria dos “8Cs do Celular” (comunicação – consumo – conta bancária e crédito – comerciais – criação – comunidade – cool – controle). Cf. AHONEN, 2009. Disponível em: <<http://luisaleilamonteiro.blogspot.com.br/2009/10/dossie-mobile-os-8cs-do-celular.html>>. Acesso em: 20 out. 2010.

¹⁴² O termo *smart mobs* ou multidões inteligentes é utilizado por Rheingold para se referir às diversas transformações que a cultura digital imprime ao nosso cotidiano, da internet sem fio aos atuais códigos de barra em QRCode.

Conectado à internet e em movimento, o usuário da telefonia celular abriu seu espaço na produção desterritorializada de conteúdo e informação a partir da conexão móvel garantida pelo padrão 3G¹⁴³.

Nos últimos anos, grupos de comunicação em todo o mundo expandiram seus investimentos em *mobile* habilitando canais interativos via redes colaborativas entre espectadores/leitores e mídia. É cada vez mais comum notícias e factoides distribuídos como conteúdo informativo e originários de pessoas comuns, antes apenas receptores da programação engessada dos meios de comunicação.

Tevês brasileiras como Globo e Record têm canais interativos para receber vídeos e flagras feitos por todos os meios digitais dos quais os espectadores dispõem. Mais que crédito pela imagem ou eventual citação em texto ou vídeo institucional, o telespectador/ouvinte quer como recompensa fazer parte de todo o processo de produção de conteúdo das emissoras. Tal qual previa Gillmor (2004) com seu “cidadão repórter, que capta e publica tudo o que vê”. A sensação de pertencimento faz dele um colaborador ativo e altamente conectado a novas ocorrências que possam interessar aos veículos. Para as emissoras isso representa o seu projeto fundante e onipresente, de estar por toda parte. Qualquer pessoa de posse de um aparelho e com acesso à rede pode tornar-se, potencialmente, um produtor e um difusor de conteúdo audiovisual.

Se por um lado há o grupo de espectadores que atuam voluntária e graciosamente, de forma colaborativa, por outro há os profissionais da captação e produção de flagrantes via celular, alguns deles formados dentro das próprias redes de comunicação, conforme atesta Firmino da Silva (2009, p. 69-88) quando faz referência às experiências brasileiras de produção de conteúdo via tecnologias móveis a exemplo de iniciativas da Band, Globo, Cultura, Jornal do Commercio do Recife e os portais de notícia JC Online, NH Jornal e revista Época de São Paulo.

Com denominações que se repetem, de Repórter Celular, Redação Móvel, Notícia Celular, centrais jornalísticas produzem o que chamam de jornalismo móvel a partir de plataformas móveis, como aparelhos celulares, *notebooks* com conexão Wi-Fi e 3G, câmeras de vídeo digital que permitem a instantaneidade ubíqua da notícia em diversos formatos, sejam eles textuais, imagéticos ou audiovisuais. Mas há de ser dito que as experiências no Brasil com celular como plataforma de produção começaram

¹⁴³ A tecnologia 3G ou terceira geração permite o acesso em banda larga através de dispositivos móveis como aparelhos celulares em trânsito.

antes mesmo da implantação das redes 3G, conforme garante Firmino da Silva (2009, p. 81).

Com a convergência de funções embutidas nos aparelhos, tais como câmera fotográfica e de vídeo, *web browser*, editor e visualizador de textos em vários formatos, conexões 3G, Wi-Fi e Wi-Max, o celular ou o conjunto de tecnologias móveis torna-se uma plataforma móvel ideal para a prática jornalística pela sua capacidade multimídia como dispositivo híbrido (LEMONS, 2008; LEVINSON, 2004; FIRMINO DA SILVA, 2009, p. 76).

Em todo o mundo, campeonatos e festivais mundiais premiam os mais surpreendentes, temáticos e conceituais vídeos feitos a partir de mídias portáteis, como o celular. Alguns desses festivais, como o Vivo Art.Mov¹⁴⁴, em nível nacional, dentre outras iniciativas¹⁴⁵, movimentam um largo mercado não mais apenas de pesquisadores e estudantes mas, sobretudo, numa referência a Glauber Rocha, ao universo de usuários de telefonia cheios de ideias, mas com apenas uma câmera na mão.

Se por um lado, pessoas comuns usando celulares podem se tornar fornecedores de conteúdo para veículos de comunicação e ao mesmo tempo potenciais candidatos a festivais de vídeo celular¹⁴⁶, figuras influentes do cenário político mundial, como o atual presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, usam serviços móveis, do SMS ao Twitter, via celular, seja para fortalecimento de seu projeto político seja como mídia de aproximação social. Consta que na campanha de Obama, o SMS foi usado para aumentar o engajamento dos eleitores. Para tanto, ele formou durante três anos sua própria lista de aderidos, em vez de optar pelas listas à venda, com contatos desconhecidos. *Obamamobile*¹⁴⁷ envolveu mais de 40 canais de comunicação, de adesivos a aplicativos para celular, todos com o cuidado de promover conversas, *feedbacks* e não apenas conteúdo propagandístico e unilateral.

De olho no mercado, a Apple lançou em 2007 um dos mais bem sucedidos (e cobiçados) projetos na área de telefonia móvel em todo o mundo, o *smartphone* iPhone. Como um computador de bolso, o iPhone opera por comandos de toque de tela, função

¹⁴⁴ Cf. mais informações no site: <<http://artemov.net/>>.

¹⁴⁵ Em <www.cinemanocelular.com.br>, há, por exemplo, o Gradiente Cine Mobile, uma entre as dezenas de mostras e festivais que se pautam em vídeos feitos por celular.

¹⁴⁶ Nomenclatura utilizada pelos artistas multimídia Nacho Duran e Mariana Rillo, professores de vídeo de bolso (vídeo correspondências). Cf. <<http://www.feitoamouse.org/videoblog/>>.

¹⁴⁷ *Obamamobile* foi o marketing digital premiado, desenvolvido pelo núcleo de campanha que elegeu Barack Obama presidente estadunidense em 2008. Disponível em: <<http://www.mobilemarketer.com/cms/news/advertising/2462.html>>. Acesso em: 15 mar. 2010.

de aproximação (*zoom in*) e afastamento (*zoom out*) com a ponta dos dedos (movimento de pinça), acesso à internet, edição de fotos, câmera fotográfica de alta resolução, vídeos, planilhas, textos, tocador de música, reproduutor de vídeo, GPS e uma biblioteca de mais de 500 mil aplicativos¹⁴⁸.

De alto custo, o iPhone segrega. “Embora somente uma elite possa realmente viver de uma maneira importada, o desejo de viver assim é geral, tanto devido às influências externas, como devido à imitação da elite nacional ocidentalizada” (GUARESCHI, 1987, p. 71). Ainda assim, a categoria de *smartphones* tem sido líder de vendas. Apenas no primeiro trimestre de 2012 foram comercializadas 35,1 milhões de unidades¹⁴⁹, volume 88% mais que no mesmo período do ano anterior. Os três modelos da geração 4S, de 16 Gb, 32 Gb e 64 Gb, custam, no Brasil, entre R\$ 1.599,00 a R\$ 2.599,00¹⁵⁰. Mas na impossibilidade de ter Apple, outros *smartphones* entram na disputa, com possibilidade de acesso à internet e de *download* de aplicativos. “Quando falamos de acesso à internet e outras coisas, o smartphone é causa, mas também é consequência. Todos os hábitos adquiridos e conquistados no acesso via computador serão transferidos para o celular.”¹⁵¹

Canibalizador de outras mídias, o celular é um acessório permanente de mão ou de ouvido (vide fone com tecnologia *bluetooth*), mesmo quando não há ligações em curso. Um dispositivo multitarefas que, em seu processo de interferência contínua e direta e de sobreposição de afazeres, se vende como expensor do tempo cronológico, capaz de fazer “render” as intransponíveis 24 horas do relógio.

3.1 Consumos e inclusões simbólicas na mobilidade

Por detrás do véu tecnológico, (por detrás) dos véus políticos de democracia, aparece a realidade, a escravidão universal, a perda da dignidade humana, substituída por uma liberdade de escolha pré-fabricada... A forma consumista (*commodity form*) torna-se universal, enquanto que ao mesmo tempo, com o desaparecimento da competição livre, a qualidade inerente ao bem de consumo deixa de ser um fator decisivo na sua comerciabilidade. (MARCUSE, 1973, p. 14-15)

¹⁴⁸ Aplicativos podem ser baixados direto do site da loja eletrônica da Apple, fabricante do iPhone. Disponível em: <<http://www.apple.com/br/iphone/built-in-apps/app-store.html>>. Acesso em: 12 abr. 2012.

¹⁴⁹ Cf. Levantamento da Teleco. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/vendors/apple.asp>>. Acesso em: 2 maio 2012.

¹⁵⁰ Preço direto da loja eletrônica da Apple. Disponível em: <http://store.apple.com/br/browse/home/shop_iphone/family/iphone/iphone4s>. Acesso em: 18 maio 2012.

¹⁵¹ Disponível em: <<http://smeira.blog.terra.com.br/>>. Acesso em: 10 ago. 2011.

A partir de 1998, o telefone celular se desenvolveu para ganhar uma nova capacidade: a de consumo, sob as mais variadas dimensões, simbólicas e/ou culturais. Além de ferramenta de comunicação, ele se tornou um “aparelho multiuso de consumo massivo de mídia”, um fetiche¹⁵² mercadológico, tal qual postulou Marx¹⁵³ em sua crítica à mercadoria e ao capital.

O fetichismo do celular, decalcado do fetichismo da mercadoria, revela um mundo onde as relações sociais ocorrem através das coisas, de processos de mercantilização de bens, nos quais os valores são subvertidos. Nessa nova ordem, estabelece-se a “mercadoria-signo” de Baudrillard¹⁵⁴, na qual o valor de uso do bem sucumbe ao valor de troca, ou seja: aquilo que a mercadoria promete, do ponto de vista simbólico, é mais relevante do que aquilo que ela efetivamente realiza, do que sua funcionalidade. Em tal contexto, tal promessa se constitui na projeção e no desejo por comportamentos considerados únicos, fora dos padrões. A mercadoria (o celular), exercendo fascinação sobre seu usuário para além do valor de uso do aparelho, da sua finalidade, projeta uma relação social idealizada inicialmente pela propaganda, qual seja: de *status*, em alguns casos de personificação do glamour, do bom gosto, sofisticação, adequação, ascensão profissional e pessoal, além de trazer características de exclusividade. Assim, seu largo uso se deve a aspectos subjetivos, como a adesão aos apelos do consumo e, em alguns casos, a um novo estilo de vida encarnado e propalado pelo consumo de tal produto.

Essa caracterização pela estetização do objeto, a demarcação de uma “personalidade” do celular, distinguindo-o do restante dos itens da prateleira, é o que Baudrillard chamou de mercadoria-signo que, ao lado de outros expedientes de promoção, compõe a cultura do consumo, no qual a prática das compras “deixa de ser simples apropriação de valor de uso para tornar-se o consumo de signos e imagens”¹⁵⁵.

Sobre isso, quando Simmel (1967, p. 27) fala das limitações (brevidade e escassez) dos intercâmbios sociais na metrópole em vista da cidade pequena, ele também aponta a necessidade premente do homem do século XIX em se distinguir, quer

¹⁵² Para Marx, o fetiche é um elemento fundamental da manutenção do modo de produção capitalista, no qual o capitalista produz imagens consideradas ideais para que o consumidor seja induzido a comprar determinados produtos. Consiste numa ilusão que naturaliza um ambiente social específico, revelando sua aparência de igualdade e ocultando sua essência de desigualdade.

¹⁵³ Cf. MARX, 2005.

¹⁵⁴ Cf. BAUDRILLARD, 2002.

¹⁵⁵ Cf. CANEVACCI, 1990, p. 132.

seja pelo aparelho personalizado, exclusivo, ou por aplicativos interessantes, compartilháveis (compartilhamento “livre” de informações, assim como nos fazem crer as redes sociais); o *upload* de fotos (Twitter, Flickr, Instagram); e o acesso a contas de e-mail e pagamento de contas (funções antes atribuídas exclusivamente ao universo das aplicações em computadores, com sistemas operacionais).

Atualmente, o dispositivo é um mecanismo de diferenciação social, como bem posicional (experimente circular com um modelo iPhone 4S de R\$ 2.599,00 e no dia seguinte com um Vodafone 150, que custa, em média, 15 dólares). E é o usuário quem o assume também como *bem posicional*, auferindo *status* por seu valor comercial, marca do fabricante, conectividade e capacidade de armazenamento de dados.

O aparelho, em inúmeros cenários culturais, é utilizado na construção da identidade individual dentro da teia urbana (LAIGNIER; MARTINS; RIZZARO, 2010, p. 11).

Baudrillard (2002), Bauman (2007), Lipovetsky (2007) e Sennett (2006b), ao analisarem o consumo, ou a cultura de consumo, perceberam que o poder de atração dos objetos é diretamente proporcional à potência que levam consigo, suas eventuais capacidades, sejam elas materializáveis ou não.

O que motiva o consumo, ao cabo, não é o objeto em si, ou sua utilidade mais pragmática (valor de uso), mas sua capacidade potencial e aparente de realizar algo que esteja além de suas condições imediatas (valor abstrato, de troca). De fato, o que se percebe é o desejo do consumidor de que os objetos ultrapassem a si mesmos, em suas possibilidades imanentes. Incluir a percepção de movimentos, inclinações e toques nos aparelhos é uma resposta da indústria da telefonia móvel a um consumidor que busca, além da objetividade e da praticidade na manipulação de seu aparelho, soluções estéticas e de *design* capazes de agregar valor à experiência de uso.

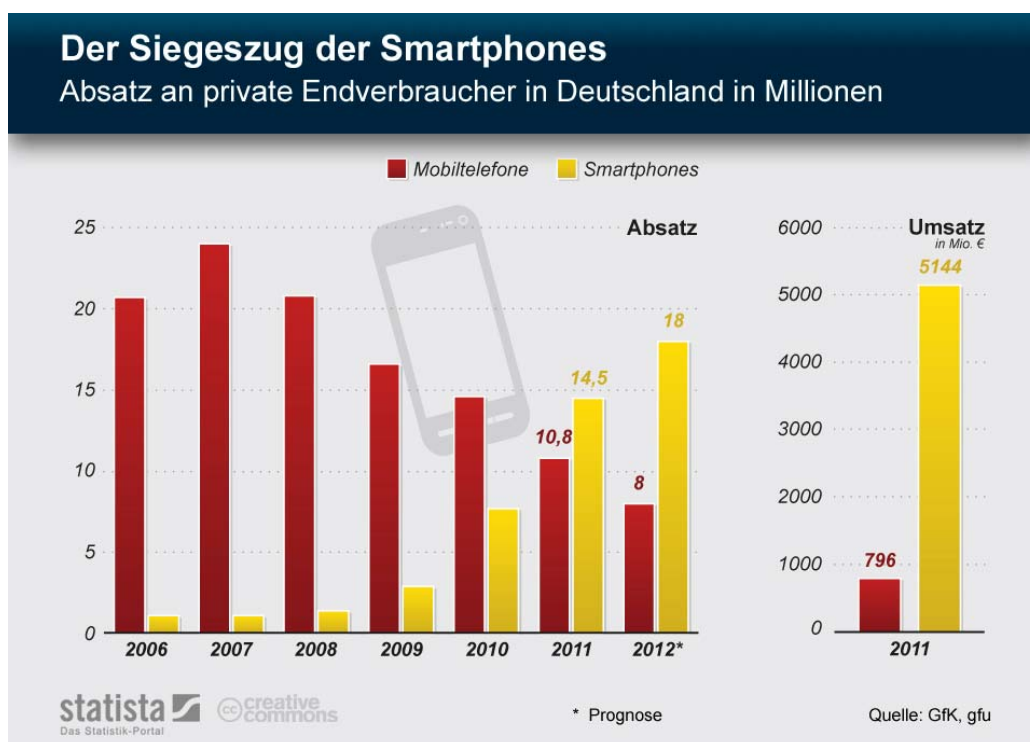
Vejamos o dado que colhemos em campo na cidade de Frankfurt. Lá, observou-se que no geral os aparelhos telefônicos de celular portados pelos usuários de transporte público ou são antigos, com mais de 3 anos, ou são iPhone. Não há intermediários. Aliás, essa separação física e tecnológica entre celulares comuns e iPhone também se dá na oralidade, no calor cultural. Tanto em São Paulo quanto em Frankfurt, os aparelhos tradicionais de celular são denominados de “celular” por nós e “handy” pelos alemães, mas a exceção fica por conta do iPhone, o único celular que, alçado a uma condição de

ícone, não cede a generalizações. Ao redor do mundo é chamado pelo nome que recebeu em 2007 de seu fabricante: iPhone.

Retomando a discussão sobre o a idade dos aparelhos entre os usuários de Frankfurt, dos 34 entrevistados 12 tinham iPhone (29,3% do total), o que só reforça pesquisa realizada pelo Goldman Sachs que atestou que 21% dos compradores da marca continuariam comprando os aparelhos da Apple independente do preço¹⁵⁶.

O levantamento expresso abaixo retoma essas duas ideias desenvolvidas nos parágrafos anteriores, a primeira sobre a separação clássica entre celulares e iPhone (veja como o gráfico está separado entre os telefones móveis – em vermelho - e os *smartphones* – em amarelo), como se o segundo não fosse um celular, e esta última, que aborda a larga adesão ao *smartphone*, ainda que seus custos sejam proibitivos para a grande maioria de usuários (só neste ano a previsão é de que se venda duas vezes mais *smartphones* que “celulares comuns”).

Gráfico 3: Volume de vendas de smartphones na Alemanha de 2006-2012 (em milhões).



Fonte: Das Statistik-Portal. Disponível em:
<http://img2.statista.com/uploaded/infografik/normal/infografik_03052012_Der_Siegeszug_der_Smartphones_n.jpg>. Acesso em: 21 jul. 2012.

¹⁵⁶ Levantamento divulgado em 29 de junho de 2012. Disponível em:
<http://www.appleinsider.com/articles/12/06/29/21_of_ios_users_say_they_wouldnt_leave_apple_at_any_price.html>. Acesso em: 1 jul. 2012.

O número ressona no dado divulgado em relatório pela Deutsch Telekom subsidiária da T-Mobile, a maior operadora móvel da Alemanha, no qual, de dezembro de 2011 até março de 2012, a proporção de *smartphones* (por exemplo, o iPhone) para todos os celulares vendidos aumentou cerca de 14%. Assim, 76% de todos os telefones celulares vendidos no primeiro trimestre de 2012 foram *smartphones*¹⁵⁷.

Para Silva (2007; 2010), no caso do celular, o consumo em vez de aprofundar uma crise de identidade (Bauman, Baudrillard), vem para solucioná-la (SLATER, 2002; MCCracken, 2003; CAMPBELL, 2006).

[...] este fato de consumo de telefones como ícones de moda já denuncia um papel para o celular, mais abrangente do que as suas funcionalidades lhe atribuem – entra no campo simbólico do *status* social. Além disso, temos o fato de que os serviços adotados pela maioria das pessoas é comoditizado por grande parte da base de aparelhos como pelas operadoras, o que os diferencia entre si? O que torna um modelo mais atraente que outro? (CONSTANTINO, 2008, p. 20)

Os estudos no campo da antropologia do consumo constatarem que, muito além da mera função utilitária, os bens carregam significados e atuam como sistemas de comunicação. E, no contexto de consumo atual, assumem, em grande medida, a condição de artefato símbolo, de mercadoria-signo. Ao despir-se de disposições utilitaristas e moralistas, a perspectiva antropológica busca reinserir 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.

Amparados teoricamente no fetichismo de Marx, 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.

Deleuze já havia proposto a correspondência entre as máquinas e as sociedades que, em seu turno, fazem uso delas. Daí, inclusive, cabe assinalar que o que ocorre hoje “não é uma evolução tecnológica sem ser, mais profundamente, uma mutação do capitalismo” (DELEUZE, 1992, p. 223).

¹⁵⁷ Dados do relatório do primeiro trimestre de 2012 publicados pela Deutsche Telekom. Disponível em: <<http://www.telekom.com/q1-2012-en/?cae=cae-21>>. Acesso em: 12 maio 2012.

Relativizações feitas, há de se considerar que o mundo móvel tem sido catapultado pelo toque dourado de Midas, em que consumo é exponencialmente convertido em faturamento.

O aparelho celular é um bem de consumo supérfluo? Se sim, se relaciona a uma demanda de consumo criada, fetichizada, mistificada como legitimadora do modo capitalista de produção. O processo de fetichização de produtos e atividades, aqui o telefone celular, eleva-os à condição de Deus, a de quem pode tudo, inclusive o impossível. “O consumismo se relaciona, pois, com a exigência de padrões de consumo generalizado e crescente, que nasce nos países centrais e se dirigem aos países pobres.” (GUARESCHI, 1987, p. 72).

Genovesi¹⁵⁸ já intuía, há mais de dois séculos, que o desejo de se distinguir, excluindo os outros, movimentava a vida urbana. Transportemos isso para o tema em questão, no qual um lançamento tecnológico sepulta tudo o que o antecede ao estabelecer novas relações e tribos no contexto da urbe.

É em Canclini que Klein¹⁵⁹, ao falar de consumo, atribui às marcas a condição de “idioma internacional”. Segundo ela, “o que nos une é o que nos vendem”. “Numa época em que as empresas fabricam não apenas bens úteis, mas também atitudes, estilo de vida e aparências pessoais, as marcas globalizadas vinculam milhões de consumidores.” (CANCLINI, 2008, p. 32).

Logo o iPhone 4S será superado por sucessivos outros lançamentos. Esse processo contínuo de obsolescência favorece essas segregações (*démodé*) e modismos, entre o iPhone 4S e o Vodafone 150 do início do subcapítulo.

3.2 Propaganda móvel

A propaganda no celular data de 2000, quando do lançamento do primeiro telefone habilitado para SMS¹⁶⁰, que recebeu notícias de uma TV comercial finlandesa¹⁶¹. Inicialmente, os primeiros anúncios imitavam o formato *web*, muito em razão das similitudes que ambas as mídias têm entre si. Exemplo é de que, por meio do

¹⁵⁸ Antonio Genovesi (1713-1769) foi um filósofo e economista italiano estudioso de temas transcendentais como verdade, mentira, mente, raciocínio, argumentação e pensamento.

¹⁵⁹ Cf. KLEIN, 2001.

¹⁶⁰ O primeiro torpedo, datado de dezembro de 1992, foi enviado no Reino Unido (RHEINGOLD, 2002, p. 43).

¹⁶¹ Dados contidos na obra #Mobilize (2010), de Ricardo Cavallini, Léo Xavier, Alon Sochaczewski. 1 ed. São Paulo: Ed. dos Autores, 2010. Disponível em: <www.mobilizebook.com.br>. Acesso em: 6 jun. 2011.

celular, como ocorre na internet, pode-se veicular *spams*, *links*, *banners*, conteúdos exclusivos e ações interativas mais complexas. Essas ações ligadas à veiculação recebem o nome de *mobile advertising*, ou propagandas móveis, e as que envolvem interação e ações de marketing feitas de e para um dispositivo móvel, de *mobile marketing*. O mundo tecnológico está de olho nesse mercado, nas oportunidades de negócios geradas pelo celular.

Atualmente, o *mobile marketing* está inserido nos mercados norte-americanos, europeus e asiáticos com índices significativos. Mas no Brasil o investimento para o setor ainda é acanhado.

Cavallini, Xavier e Sochaczewski (2010), em seu dossiê *Mobile*¹⁶², também reforçam essa eventual eficiência e potencial rentabilidade do telefone celular como mídia móvel em comparação a campanhas tradicionais veiculadas via internet (pelo correio eletrônico, por exemplo). Campanhas bem executadas de marketing de engajamento por telefone celular, na avaliação de Ahonen (2009), “tendem a uma taxa de resposta entre 25% e 30%, enquanto campanhas interativas tradicionais da internet conseguem taxas de 2% de cliques (e o número de cliques é um parâmetro inferior ao da taxa de resposta)”.

O *mobile marketing* tem enfrentado dificuldades no Brasil em se tornar uma mídia mais eficaz, propagada e rentável e a responsabilidade, garantem as operadoras de telefonia nacionais, não pode ser atribuída à larga base de pré-pagos do país.

O *mobile marketing* funciona como uma ponte entre dois clientes da operadora, o usuário do serviço e o anunciante. Via de regra, o anunciante é um subsidiador de serviços para o usuário, uma vez que o aporte que faz barateia e torna acessíveis *downloads* aos usuários.

Ainda que o país esteja engatinhando com o marketing via telefone celular, previsões de mercado dão conta de um *boom* tecnológico e de investimento no seguimento, a um curto prazo, a reboque da movimentação mundial e do histórico de sucesso econômico vinculado ao setor.

Essa discussão sobre consumo e propaganda indica outro viés teórico a ser explorado: o das relações entre cultura e consumo na contemporaneidade, realizadas a partir do recorte da centralidade que adquiriram, em certa medida, as novas tecnologias de comunicação e informação na vida dos indivíduos.

¹⁶² Idem.

CAPÍTULO 4 – TECNOLOGIAS AFETIVAS, CORPOS AFETADOS

Assim que fica viúva, Nathalie, a personagem de Audrey Tautou em *La Délicatesse*¹⁶³, se livra daquilo que para ela é a representação do marido ainda vivo: os torpedos recebidos e o nome dele na agenda de contatos do aparelho telefônico móvel. A morte definitiva acontece aí, depois de tudo apagado.

Em um primeiro momento, o luto de Nathalie está desatrelado do choro, seja ele contido ou compulsivo, diante de porta-retratos, roupas, perfumes e objetos espalhados pela casa que rememorem o falecido, comum à filmografia ocidental.

A memória¹⁶⁴, o “deixar de ser”, o processo de extinção física do ente querido, saiu do campo icônico tradicional e avançou sobre o digital, sobre uma potencial memória eletrônica/digital, e agora se dá, primeiro, sobre os acessórios pessoais e tecnológicos que, de alguma forma, materializavam o amado, como, por exemplo, o telefone celular dele. Uma questão fundamental relacionada a esse eixo temático diz respeito à relação entre celulares e corpos humanos.

Via redes sociais, tanto o luto quanto a memória de alguém morto também são apropriados e ressignificados. Usuários mortos permanecem vivos indefinidamente no ciberespaço, seja pela manutenção de seus perfis desatualizados ou pela atualização deles, numa espécie de tributo, por terceiros que compartilhavam da senha do falecido. Não há coveiros digitais e nem cemitério virtual no tempo real.

Tudo isso leva ao entendimento de que as evoluções tecnológicas promovem apropriações culturais que se reatualizam a cada grande movimento tecnodigital e que a relação afetiva entre o usuário e seu aparelho, tanto quanto a dependência tecnológica, também se dão para além da fisicalidade.

Essa afetividade estabelece, em alguma medida, vínculos de dependência do indivíduo para com o aparato e o conteúdo nele armazenado. Nesse sentido, possuir e usar um celular torna-se uma maneira de *estar no mundo* – mediada pelas tecnologias de

¹⁶³ Em português, *La Délicatesse* é *A delicadeza do amor*. Filme francês de 2011 dos diretores David Foenkinos e Stéphane Foenkinos, adaptado do romance homônimo escrito pelos mesmos.

¹⁶⁴ Mas tanto a memória-hábito quanto a memória por imagens, exterior àquilo que ela retém, distinta do passado que ela conserva, são modos de ser da memória bergsoniana que pode ser definida em termos mais gerais como marca do passado no presente (BERGSON, 1974) memória automática ou corporal e memória por imagens, a lembrança consciente de tudo o que vivemos anteriormente e que permanece arquivado em nosso inconsciente.

comunicação e informação – que é cada vez mais característica da cultura contemporânea.

Tanto a relação afetiva quanto a dependência tecnológica, em suas variadas gradações, encontram um ponto de convergência no argumento de que o celular, o aparelho, se imbrica e confunde com as próprias rotinas ao acompanhar situações de movimento e repouso, como os da ida ao banheiro e ao almoço no *self service*; da corrida no parque à cabeceira da cama.

Esse “uso nômade” (BAUMAN, 2001, p. 149) do celular que nos mantém “constantemente em contato”, faz dele um dos principais objetos culturais da era da instantaneidade. É dele o título de dispositivo ideal para o desenvolvimento da realidade aumentada¹⁶⁵ móvel por fazer convergirem mídias e acessos (de entrada e de saída).

No contraponto, outros móveis como o *notebook*, o *Playstation*, a câmera fotográfica ou o Ipod de longe não são tão portáteis (e usuais), como as propagandas sugerem, se comparados ao uso do celular em trânsito. Vejamos o Ipad, *notebook* ou qualquer outro *tablet* portátil, conectável, que mesmo sob forte apelo publicitário, e em suas formas miniaturizadas, não conseguiram dominar as ruas ou suplantam os celulares.

Tente se lembrar do número de vezes em que viu alguém acessando um *tablet* ou *notebook* ao caminhar, no metrô, na fila do banco ou no elevador. Há um discurso de propaganda, de mobilidade ao extremo desses dispositivos, que se choca com outro discurso, aquele da prática cotidiana.

Anatômico, mini¹⁶⁶ e ergonômico, o celular é, além de uma interface¹⁶⁷ móvel, também uma “interface híbrida” (LE MOS, 2007). Mas o que são interfaces híbridas? Segundo De Souza e Silva (2004a), elas reúnem alguns pontos em comum, tais como o

¹⁶⁵ A Realidade Aumentada tem várias definições, uma delas (KIRNER; SISCOOTTO, 2007) é de que consiste na inserção de objetos virtuais no ambiente físico com o apoio de algum dispositivo tecnológico, usando a interface do ambiente real, adaptada para visualizar e manipular os objetos reais e virtuais. Tudo isso articulado à presença física e em tempo real do usuário.

¹⁶⁶ Minimídia é, segundo Carvalho (2008, p. 7), “toda e qualquer mídia compacta, com tecnologia digital, seja produzida ou veiculada por celular, câmera fotográfica, *webcam*, jogos *online*, *videogames*, Internet [...] é um meio de comunicação de pequeno porte, convergente, pluriforme, variposicional, modelador de linguagens comprimidas, simultâneas e interativas”.

¹⁶⁷ Interface, segundo Paul (2005) pode ser definida como o meio de ligação entre sistemas independentes, possibilitando que se tornem reciprocamente perceptíveis, assim como a comunicação entre eles. Exemplos de interface são os controles remotos e o próprio mouse, que auxiliam o homem a se comunicar com as máquinas. Já Prado (2006, p. 12) entende que “interface é um conjunto de elementos que proporcionam uma ligação física ou lógica entre dois sistemas, sejam eles de qualquer natureza – mecânicos, biológicos, digitais, etc.”.

fato de serem: sem fio (*wireless*); vestíveis¹⁶⁸; ubíquas; móveis. Inicialmente verdadeiros “tijolos” desagradáveis e nada ergonômicos, os celulares tornaram-se com o passar do tempo cada vez mais uma extensão do ser humano e de sua forma de vida móvel.

A expressão *wearable* (vestível) para telefones celulares é forjada nos trabalhos de De Souza e Silva (2004a, 2006), que a empresta da computação¹⁶⁹. A autora adota o posicionamento de que o telefone celular é cada vez mais “um elemento embutido na vida cotidiana, ou seja, uma interface transparente”, vestível, ergonômica. Tangencia, por exemplo, teorias como a de Schilder (1950; 1999) sobre corpo-imagem, que sustentam que quanto mais próxima é a conexão do corpo com o objeto, mais facilmente o objeto se torna parte do corpo-imagem, por reter algo da qualidade dele; e de órgão funcional (LEFFA, 2009; KAPTELININ, 1996; LEONTIEV, 1981), sobre a fusão que se dá entre um órgão do corpo e o instrumento (por exemplo, os olhos e os óculos). Uma integração que não apenas amplia a ação do órgão interno (os olhos), mas acaba criando um órgão único, híbrido do órgão interno com o externo e amplificado no cumprimento de suas tarefas.

Nos estudos sobre a materialidade da comunicação, muito se fala que o corpo alterou seus movimentos e percepções com o uso do aparelho e de como é afetado em sua materialidade corpórea e quais são as sensorialidades que a interface gráfica desse aparato tecnológico desperta em todos os seus sentidos.

Ainda que De Souza e Silva fuja de classificações hegemônicas como ciborgue (HARAWAY, 2009; SILVA, 2009; KUNZRU, 2009; WARWICK, 2002; KIM, 2004), prótese, acoplamento ou expensor de corpos, também não se liberta delas.

Os recursos e funcionalidades tecnológicas embutíveis e vestíveis de que fala De Souza e Silva nos aproximariam de narrativas ficcionais de mundos não reais, na linha *Matrix*, *Existenz* ou *Inception*¹⁷⁰. Obras que ensinam a ciborguização, a incorporação da máquina pelo ser humano em função do uso desmesurado de algumas tecnologias, uma interação complexa do humano com objetos não biológicos (LEFFA, 2009, p. 131-155).

¹⁶⁸ De Souza e Silva cunhou a expressão *wearable* para dispositivos que, como o celular, se comportam como vestimenta, acessórios obrigatórios na produção de um vestuário.

¹⁶⁹ Cf. artigo de Steve Mann intitulado ‘Smart Clothing’: Wearable Multimedia Computing and ‘Personal Imaging’ to Restore the Technological Balance Between People and Their Environments, publicado em 07 jan. 1998. Disponível em: <<http://wearcam.org/acm-mm96/acm-mm96.html>>. Acesso em: 17 mar. 2012.

¹⁷⁰ Os três títulos são de filmes de ficção científica com conteúdo que envolve realidade aumentada, ciborguização, clonagens e mutações tecno-humanas.

O fato de o telefone celular causar dependência não faz dele uma prótese de nosso corpo, como sustentam correntes teóricas hegemônicas que atribuem a esse aparato a condição de “extensão do homem”. “[...] com o advento da tecnologia elétrica, o homem prolongou ou projetou, para fora de si mesmo, um modelo vivo do próprio sistema nervoso central.” (MCLUHAN, 1964, p. 61).

Assim como McLuhan, Kerckhove (1997) descreve a mídia eletrônica como uma extensão, não só do sistema nervoso e do corpo humano, mas também da imaginação e da consciência humanas. O autor observa ainda que, devido à implosão nanotécnica, aparece a crescente e progressiva perda das fronteiras psicológicas entre o eu e o meio ambiente.

Galloway (2003) destaca com bastante recorrência as formulações de Weiser¹⁷¹, dentre elas a de que as tecnologias ubíquas devem se tornar uma prótese do corpo de tal forma que não precisemos devotar grandes esforços cognitivos em utilizá-las. O exemplo paradigmático que é dado nesse sentido, mais uma vez, é o dos óculos.

Ciborgue aqui aparece como um processo simbiótico e híbrido entre o humano e os artefatos culturais (HARAWAY, 2009) e tecnológicos promovidos pelo processo de civilização. Muitos teóricos, como McLuhan (1964), Mitchell (2004), Beiguelman (2003)¹⁷², Lemos (2008, 2009), Santaella (2003), Leffa (2009), Azevedo (2008), Erthal (2007)¹⁷³, Vicentin (2008, p. 124)¹⁷⁴, vão por essa via: de como o uso massivo e intensivo de tecnologias, como o celular, vem amplificando a relação homem/máquina, transformando-a em um ambiente ciborgue.

É de vertentes como essas que surge a ideia de que a interface digital teria saltado da tela do computador ou celular e atravessado os corpos e os espaços, tornando-os híbridos entre o físico e o virtual.

¹⁷¹ Cf. Weiser, Mark. *The Invisible Interface: Increasing the Power of the Environment through Calm Technology*. 1998. Disponível em: <<http://www.springerlink.com/content/n5513146535g2n14/>>. Acesso em: 3 nov. 2011.

¹⁷² Para Beiguelman (2003), o corpo humano é uma extensão do mundo cívico pautado pela “interconexão de redes e sistemas *on e off line*”, no qual o padrão de vida tornou-se nômade por meio das tecnologias sem fio. Esse corpo acaba se transformando em uma “interface entre o real e o virtual, nos direcionando para um processo de ‘ciborguização’ irreversível sem que isso denote que nos tornaremos equipamentos de carne obsoletos”.

¹⁷³ Erthal (2007, p. 1-8) entende que o aparelho de telefone celular, acoplado ao corpo tornou-se “extensões do homem, ampliando as percepções e o poder de ação dele. [...] conferiu ao homem poderes de conectividade total em tempo real independentemente de sua localização física: o tempo requerido para sua operação é a instantaneidade”.

¹⁷⁴ Referência ao texto da dissertação de mestrado do autor: *A Mobilidade como Artigo de Consumo. Apontamento sobre as relações com o aparelho celular*. IFCH. Unicamp.

Na esteira de novas práticas sociais e culturais advindas da difusão do uso de telefones celulares e no grupo dos que sustentam este “acoplamento”, essa condição de “corpo-máquina”, resvalamos em McLuhan¹⁷⁵, muitas vezes chamado de “apologista do determinismo tecnológico”¹⁷⁶, para quem, no uso da tecnologia, não só o homem é alterado por ela, mas também propõe formas de alterá-la. “É como se o homem se tornasse o órgão sexual do mundo da máquina, como a abelha no mundo das plantas, fecundando-a e permitindo o envolver de formas sempre novas” (MCLUHAN, 1969, p. 65).

O fato é que cada nova tecnologia desenvolvida amplifica e é amplificada pela capacidade humana, alterando (e sendo alterada) de alguma forma a relação do homem com o meio, com a sociedade. A tecnologia tem o potencial de modificar a relação do homem com o meio em que vive e vice e versa. As novas tecnologias informáticas, através de sua linguagem própria, reorganizam a sociedade e alteram hábitos, costumes e práticas. A sociedade entra em um novo estágio de interação e organização social, no qual, segundo Castells, “a informação representa o principal ingrediente de nossa organização social, e os fluxos de mensagens e imagens entre as redes constituem o encadeamento básico de nossa estrutura social” (1999, p. 505).

Mas Kittler (2005), Pinheiro (2010, 2011), Cazeloto (2010, 2011), Leão (2011)¹⁷⁷, Salles (2011)¹⁷⁸ ampliam a discussão. Em coro, sustentam, tal qual Spinoza, algo próximo aos graus de potências, ou seja, de que o corpo se altera sim com as tecnologias, mas que também provoca alterações no aparato ao impor usos disruptivos a ele. Nos termos de Mitchell (2003, p. 62), o celular, como um “órgão eletrônico”, amplia e amputa¹⁷⁹, a exemplo da internet que, à medida que amplia o alcance, deixa-nos mais vulneráveis ao plágio, à fraude.

Nesse sentido, Shneiderman (2002) considera que, ao contrário da velha computação que valorizava os aspectos da máquina, a nova computação valoriza o que, efetivamente, os usuários podem fazer com as máquinas. Afinal, a tecnologia não é o objetivo final e sim o meio pelo qual o usuário pode satisfazer diversas necessidades e

¹⁷⁵ Numa referência ao clássico de Marshall McLuhan: *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Para o canadense, a nova interdependência eletrônica recria o mundo à imagem da aldeia global (MCLUHAN, 1967, p. 67).

¹⁷⁶ Qualificação dada ao canadense, em geral, pelos estudiosos críticos, principalmente centro-europeus.

¹⁷⁷ Contribuições de Pinheiro, Cazeloto e Leão feitas em reuniões de orientação dessa tese.

¹⁷⁸ Contemporizações da dra. Cecília Almeida Salles durante banca de qualificação desta tese em 07 de nov. de 2011, na PUC/SP.

¹⁷⁹ Para Mitchell, a “desconexão seria uma amputação”.

enriquecer suas experiências. “Ligamos para uma pessoa {usuário} e não para um celular {aparato}” (LEÃO, 2011).

Capaz de convergir várias finalidades práticas da vida cotidiana, esse dispositivo se tornou um acessório incorporado ao dia a dia. Nessa relação, imprime dependências a ponto do usuário argumentar que se sente desvestido sem o seu celular. Criou-se até uma palavra para essa aversão à falta de celular: nomofobia¹⁸⁰.

[...] perder o celular é sempre uma catástrofe, porque dentro dele, primeiro, as pessoas têm dinheiro, como em uma carteira; segundo, têm memória, têm dados como as senhas das contas bancárias; ou seja, as pessoas têm ali muitas coisas importantes, até um arquivo de fotos com cenas familiares para mostrar às outras. Portanto, perder um telefone fixo não tem este mesmo sentido, a ideia de que estou roubando algumas informações se pego o telefone emprestado é sem sentido, claro. (FERRARIS, 2008, p. 156)

São tão personalizáveis que carregam em si partes de seus donos, inclusive pela apresentação social deles, seja pelas agendas com seus códigos cifrados, pelo conteúdo cultural e social, que difere dependendo do lugar onde o telefone é usado, pela conotação emocional que contêm. Assim, não há como se propor algo tão generalizante como uma “cultura mundial sobre telefones celulares”. A apropriação cultural do celular, por exemplo, faz dele um personagem que, entre determinados grupos, tem nome, roupa e expressão social.

a capacidade técnica quase idêntica dos aparelhos e os serviços comoditizados das operadoras, inserem os celulares no mercado com necessidade de investimento em valor imaterial, ou seja, criação de submarcas para que os produtos sejam associados a hábitos de consumo ou mesmo tornem-se objetos de desejo por atribuir *status* ao seu possuidor. (CONSTANTINO, 2008, p. 22)

¹⁸⁰ Expressão forjada em pesquisa realizada pelo Instituto YouGov para o Departamento de Telefonia dos Correios britânicos com 2.163 pessoas. Disponível em: <<http://www.thetechherald.com/articles/Nomophobia-becoming-a-mobile-problem/10814/>>. Acesso em: 31 jul. 2011.



Imagem 3: Acessórios para personalização de celulares à venda na internet.
Fonte: Buscadores de imagens de domínio público.

A personalização do celular pode ocorrer em vários níveis, atendendo às mais variadas necessidades: de inclusão cultural em uma determinada “tribo” à distinção de todo e qualquer grupo; do *hardware* ao *software*; dos chaveiros e roupas (*cases*) à troca de toques (*ringtones*), papeis de parede e protetores de tela.

Considerados aparelhos intrusivos, perturbadores e promotores do isolamento pessoal, os celulares, por serem táteis, oferecem estreito vínculo ao corpo, de forma a serem acessados rapidamente pelo dono e com alguma dificuldade pelo ladrão. Ainda que ubíqua, é uma tecnologia sem bula, usada de forma distinta (e emocional) por grupos sociais e culturais distintos, com percepções singulares da interface, na geração de seus conteúdos próprios.

O sujeito que utiliza um celular está paramentado, ainda que não faça uso, de uma ferramenta de comunicação, entretenimento e de produção de conteúdos como até o momento não era possível. “Desenvolvem-se, multiplicam-se e aprofundam-se formas de sociabilidade mediadas por parafernalias tecnológicas.” (TRIVINHO, 2001, p. 66).

Mas contestemos essa hiperconectividade¹⁸¹, via de regra superficial, mais próxima da compulsão que da aproximação. Quem, afinal, acredita ter 5 mil amigos¹⁸², ainda que pelo Facebook? Por mais que se fale de um momento hipertecnológico, há de se ponderar que os conteúdos foram e são fantasticamente ampliados, mas não nossa capacidade de processá-los. “[...] a sociedade da antipolítica precisa tratar a solidão como uma pena e um mal-estar quando não consegue olhar para a miséria da vez: o fetiche da hiperconectividade, que ilude que não somos sozinhos.”¹⁸³.

Nesse cenário, esta pesquisa contraria as teses que sustentam que nossos corpos estão submissos de tal forma às novas tecnologias móveis, que em vez delas nos servirem estaríamos nós a serviço delas. Em vez disso, reconhecemos que mídias modernas e da telecomunicação (MANOVICH, 2005), como o telefone celular, derivadas de fusões e convergências tecnológicas, e amparadas em usos partilhados, são menos superlativas do que realmente afirmam os discursos sobre elas.

Rememoremos: usuário e tecnologia afetam e são afetados em sua materialidade, tal como sustenta Leão (2011). Constantemente exposto às novas tecnologias, tendo que se adequar a elas como se fosse quase uma imposição, o corpo sente e produz afetação nas novas tecnologias, cujas utilizações e funcionalidades vêm sendo ditadas pelas novas demandas e efemeridades do homem na pós-modernidade (ERTHAL, 2007, p. 63). Nessa formatação cultural, o corpo hibridizado torna-se um corpo dócil¹⁸⁴ (FOUCAULT, 2009).

Pinheiro¹⁸⁵ defende que o corpo não altera seus movimentos e ou percepções com o uso do telefone celular ou de quaisquer outros dispositivos, mas incorpora em seu fazer novas formas. E que essas incorporações não podem ser sustentadas como nocivas, transgressoras ou algo que o equivalha. Elas constituem um novo fazer que, por si só, inaugura um outro momento, nem pior, nem melhor, apenas diferente.

¹⁸¹ Santaella (2007, p. 187) chama de hipermobilidade a condição de disponibilidade *full time* para ser localizado e participar de múltiplos processos que se interconectam entre o “espaço de fluxos” e o “espaço de lugar”.

¹⁸² Matéria sobre brasileira que “colecciona” amigos desconhecidos em rede social. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/05/mulher-que-tem-5-mil-amigos-no-facebook-nao-conhece-nem-metade.html>>. Acesso em: 6 jun. 2012.

¹⁸³ Cf. Marcia Tiburi, Política da solidão. *Revista Cult*, n. 161. p. 63. 2011.

¹⁸⁴ “Corpos dóceis” é um texto da terceira parte da obra *Vigiar e Punir*: Nascimento da prisão. Foucault (2009) entendia por corpos docilizados aqueles com movimentos condicionados e sujeição a um conjunto de técnicas para a construção de nossa representação social, ou seja, corpos acossados pelas novas tecnologias, submissos, servindo os aparatos tecnológicos, em vez de serem servidos por eles.

¹⁸⁵ Em reunião de orientação no dia 23 de nov. de 2010.

Wolton (2010, p. 20), a exemplo de Pinheiro, também discorda dos teóricos que entendem estar em curso uma ciborguização e obsolescência do ser humano mediante tecnologias como o celular, que, de forma unilateral, transformariam o corpo humano, estabelecendo novas práticas, linguagens e hábitos. Em seu entendimento, o que essa corrente faz, com raras exceções, é insistir na “performance das tecnologias como progresso da comunicação numa espécie de continuidade que favorece o setor industrial” contra a dimensão antropológica da comunicação.

Nessa direção, Melo Rocha fala desse processo de bricolagem entre arte e tecnologia.

[...] se a tecnologia possui um aspecto material, objetivo, duro, há pois que irremediavelmente considerar seus aspectos subjetivos, sua potência, variável sem dúvida, de flexibilização e absorção de dados e atores imprevistos. Ela traz impressa em si toda uma rede de afecções daqueles que a criaram e daqueles que, ao utilizarem-na, a modificaram. (MELO ROCHA, 2005, p. 493)¹⁸⁶

Cazeloto¹⁸⁷ percebe uma integração sensível do usuário em relação aos seus *devices*¹⁸⁸ quando expõe, por exemplo, uma ergonomia nunca antes imaginada ao teclar agilmente com os dedos polegares das duas mãos ainda sob condições não ideais de compatibilização de mais de uma atividade: andar e digitar, dirigir e digitar, conversar e digitar. Segundo ele, esse *modus operandi* impõe ao corpo conectado ao telefone celular movimentos e percepções conforme a variabilidade de usos.

Portanto, não é o aparato quem faz todas essas conexões e apropriações, e sim o uso que se faz dele. Não se pode analisar o aparato como livre e superior ao usuário. Isso já seria ufanismo tecnológico.

Para Certeau (1994), o usuário consumidor não somente não é passivo, como é altamente criativo na apropriação da produção sociocultural, desenvolvendo táticas, astúcias e sutilezas para escapar aos limites impostos pela razão técnica.

¹⁸⁶ Do texto *Da geração X à geração “ctrl alt del”: consumindo tecnologia, reiniciando a cultura* In: LEÃO, Lucia (Org.). *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

¹⁸⁷ Considerações do prof. dr. Edilson Cazeloto, do programa de mestrado em comunicação da Faculdade Cásper Líbero, durante discussão deste projeto em Semana Acadêmica da PUC/SP, em 29 de out. de 2010, no campus Monte Alegre, e em maio de 2011 durante cumprimento de estágio de docência no programa de pós-graduação em Comunicação da Unip, campus Indianópolis.

¹⁸⁸ O termo *device* aqui é utilizado como sinônimo de dispositivo, aparelho, suporte e aparecerá em outros momentos.

As formulações teóricas que consideram a prótese como produto de uma simbiose homem-máquina, requisitam Flusser (2007) e seu ensaio sobre o funcionário, aquele que executa, e nada mais. No cenário que diz respeito a esta pesquisa um exemplo raso é quando um passageiro de metrô, por exemplo, em seu papel como funcionário (programável, mero acionador de reações programadas no sistema) em vez de falar com o amigo ao lado, que divide a poltrona, troca uma mensagem ou um e-mail (imagem técnica) por celular (aparelho) com ele.

Para Flusser, isso se dá quando nos deixamos levar pelas representações, sendo incapazes de decifrá-las, engolindo as estratégias e os discursos ideológicos que nos conformam por entendermos que tudo vem com um significado expresso em sua superfície. Nesse uso mecânico da máquina, o usuário “brinca com o aparelho e age em função dele”, extraindo as imagens técnicas.

O caráter artificial da comunicação humana (o fato de que o homem se comunica com outros homens por meio de artifícios) nem sempre é totalmente consciente. Após aprendermos um código, tendemos a esquecer a sua artificialidade: depois que se aprende o código dos gestos, podemos esquecer que o anuir com a cabeça significa apenas aquele “sim” que serve desse código. Os códigos (e os símbolos que os constituem) tornam-se uma espécie de segunda natureza, e o mundo codificado e cheio de significados em que vivemos (o mundo dos fenômenos significativos, tais como o anuir com a cabeça, a sinalização de trânsito e os móveis) nos faz esquecer o mundo da “primeira natureza”. (FLUSSER, 2007, p. 90)

Mas esse funcionário também pode se insurgir contra o programa, produzindo novas categorias, não previstas na concepção do aparelho, ao intervir no plano da própria engenharia do dispositivo, reescrevendo o *software*, penetrando no interior da caixa preta, aqui o telefone celular, e desvelando-a, extrapolando as condições impostas pelo aparelho ao desvirtuar as condições técnicas originais.

Flusser concebe as potencialidades inscritas nos aparelhos e seus programas como sendo amplas, mas limitadas, ou seja, com a ampliação de suas realizações, as possibilidades de uma máquina semiótica acabarão por ser *esgotadas*.

Ainda que a conexão *full time* do celular permita intrusões, provoque constrangimentos, limite interações face a face e seja um risco à privacidade ao ser monitorada¹⁸⁹, a pretensão aqui é de fugir de categorizações, sejam elas fatalistas ou

¹⁸⁹ É possível localizar o usuário por inúmeras tecnologias disponíveis ao celular (softwares como o Whereabouts Clock; GPS; Bluetooth; RFID) ou já incorporadas de fábrica (GPS).

ufanistas, a respeito dessa tecnologia móvel. É observar que o aparato, ao percorrer áreas relacionadas ao comportamento e à sensorialidade humana, promove reatualizações, a exemplo da que resultou em seu uso como um dispositivo tátil, muito embora tenha sido instrumentalmente pensado para a fala e a audição.

Como potencializador de todo um quadro já favorável à expansão do uso de tecnologias móveis, acresce-se à cena o frenesi das redes sociais e de suas postagens indiscriminadas e ininterruptas a partir de celulares e *devices* com modems portáteis¹⁹⁰.

Twitter, Orkut, MSN, Facebook, Instagram¹⁹¹ são alimentados na mobilidade, em trânsito, e isso se faz sentir com a ampliação do acesso móvel à internet via conexão 3G¹⁹², dado que não se sustentava globalmente há dois ou três anos.

Relatório Mobile Metrix 2.0, apresentado em maio pelo instituto ComScore¹⁹³, sustenta que nos Estados Unidos o acesso a redes sociais como o Facebook e o Instagram via telefone celular já supera em 11,27% o mesmo tipo de acesso por computadores, quer sejam fixos (*desktops*) ou móveis (*notebooks*).

A internet móvel no continente americano, em 2012, ainda está longe de se aproximar do uso que já era feito em 2004, portanto há oito anos, por Japão, Coreia do Sul e Finlândia. À época, o Japão, sozinho, era responsável por 80% dos acessos à internet via telefone celular (DE SOUZA E SILVA, 2004a) contra 1% dos Estados Unidos. Mas, mais relevante que essa rasa confrontação sobre onde há mais ou menos acessos, é dizer que a internet está a cada dia sendo mais acessada na mobilidade, a partir de telefones celulares.

E a matemática é a seguinte: internet no celular requisita um aparelho, pelo menos, com tecnologia 3G, de preferência um *smartphone*. Para que o serviço móvel de internet funcione satisfatoriamente, esse *smartphone* deve ter um pacote de internet, geralmente mais vantajoso para linhas pós-pagas. Logo, se o acesso à internet tem

¹⁹⁰ Na prática, redes sociais como Twitter, Facebook e Instagram, que prescindem de alimentação e compartilhamento *full time* e, portanto, de rede com conexão à internet, são acionadas por público distinto de outras como o Orkut e Myspace, que podem ser acionadas via computador fixo de *lan houses*, do trabalho, de amigos ou de casa por não carecerem de alimentação ininterrupta.

¹⁹¹ Aplicativo de compartilhamento de fotos via celular, que permite a edição delas, muito utilizado por usuários da geração iPhone de *smartphones*. Criado em out. de 2010. A grafia correta é Instagr.am

¹⁹² As redes 3G permitem telefonia móvel de longo alcance e acesso à internet em alta velocidade e videotelefonia. Permitem a seus usuários uma ampla gama dos mais avançados serviços, já que possuem uma capacidade de rede maior por causa de uma melhora na eficiência espectral. Entre os serviços, há a telefonia por voz e a transmissão de dados a longas distâncias, tudo em um ambiente móvel e com menor gasto de bateria.

¹⁹³ Pesquisa divulgada em 07 de maio de 2012. Disponível em:

<http://www.comscore.com/por/Press_Events/Press_Releases/2012/5/Introducing_Mobile_Metrix_2_Inight_into_Mobile_Behavior>. Acesso em: 28 maio 2012.

crescido no mundo, o número de *smartphones* pós-pagos também crescem em proporção equivalente.

No Brasil, por conta da estabilidade da base de pós-pago há pelo menos dez anos, é possível intuir que a internet móvel aqui ainda é mais corporativa que massiva. Na Alemanha, o crescimento vem sendo representativo. Dados da Deutsch Telekom, controladora da T-Mobile, a maior operadora móvel do país, indicam um aumento significativo no número de clientes pós-pagos com o combo pacote de voz e internet. À medida que esses aparelhos incorporam mais funcionalidades, mais próximos dos computadores eles ficam.

O telefone celular tornou-se o computador de mão, condição ampliada por ser mais barato e ubíquo. No Japão (DE SOUZA E SILVA, 2004a), particularmente em Tóquio, isso se deve a fatores como a limitação espacial, que privilegia ambientes compactados e objetos miniaturizados e portáteis. Lá, o computador de mesa sempre foi preterido frente aos “computadores móveis”, como o celular, e há tempos o telefone celular acomoda, de uma só vez, as funções cartão de crédito, ticket de passes do metrô, GPS. Afinal, pelo celular é possível controlar qualquer tecnologia que disponha de interface digital.

Nessas circunstâncias, isso também implica dizer que os computadores de mesa e até mesmo *notebooks* deixam de ser o lugar da conexão, agora desterritorializado.

Entendemos que cabe a cada um de nós regular quanto, como e onde mídias como o telefone celular têm permissão de agir e, de fato, agem. Os corpos não estão submissos às tecnologias, em função do uso desregrado, mas acatam compartilhamentos, fusões e traduções. Muda o aparelho, mas também muda o usuário. Ambos se engastam.

Body artist e performer, Davanzo¹⁹⁴ também aposta na mudança, na adaptação. Em todas as relações que o corpo tem, diz que fica “algum tipo de marca, cicatriz”. Para ela, “o corpo fica, em diferentes intensidades, modificado por essas relações. Ele ganha um novo *design*, novas funções, novos espaços, que vão além daquilo que vejo... O corpo muda”.

¹⁹⁴ Priscilla Davanzo é uma pesquisadora e *body artist*, que vive em São Paulo (SP), reconhecida por suas tatuagens com manchas de vaca espalhadas ao longo do corpo como parte de um de seus projetos: *As Vacas Comem Duas Vezes a Mesma Comida*.

4.1 Apropriações via celular: usos criativos

Embora, como demarcamos, o campo de pesquisas a respeito dos telefones celulares seja bastante recente, trabalhos empíricos como o de Lasen (2004) e De Souza e Silva¹⁹⁵ apontam para o fato de que o uso de telefones celulares é frequentemente determinado por fatores culturais e econômicos, um entendimento que vai *pari passu* à nossa hipótese.

Lasen conclui que, apesar de ser um artefato globalizado – representativos do fluxo de tecnologias em nível global, os usos e significados atrelados ao celular frequentemente são perpassados pelas culturas locais.

Outro cenário, também observável, é que os indivíduos frequentemente estão segurando o celular, mesmo sem efetivamente usá-lo. Essa combinação entre o humano e o não humano constitui “tecnologias afetivas” (LASEN, 2004, p. 1) e funcionam como instâncias mediadoras das emoções e mantenedoras dos laços sociais. Lasen sugere que “os usuários possuem um relacionamento emocional com seus telefones e sentem-se ligados a eles”.

É claro que o contrário também se aplica, ou seja, a popularidade de certa tecnologia transforma padrões sociais e de comunicação. É uma via de mão dupla. Mas visualizo, com significativas variações, diferentes usos e ressignificações de dispositivos de acordo com as mesclas e sinapses de cada sociedade.

Veja, por exemplo, os ingleses que usam o modo silencioso do celular bem mais do que os espanhóis. A descrição dos alemães com suas ligações rápidas e em baixo volume. A troca incessante de mensagens por parte dos sul-coreanos e o alarido dos brasileiros com seus toques efusivos e falatório idem.

No Brasil, mais especificamente em São Paulo, contexto de nossa pesquisa, o sistema pré-pago e o barateamento do custo da ligação e do aparelho na última década foram fatores decisivos para a popularidade da tecnologia.

Em Frankfurt, o uso e derivações desses mesmos aparelhos também são alterados pelas questões econômicas (elevado custo de vida que impacta sobre a frequência e duração das ligações celulares, também custosas)¹⁹⁶ e sociais (por conta de uma cultura fortemente escrita. De partida, o telefone celular, lá chamado de *Handy*, ou

¹⁹⁵ Entrevista concedida em ago. de 2004. Disponível em: <www.grifotech.com.br>. Acesso em: 23 set. 2010.

¹⁹⁶ No geral, o gasto médio com pré-pago na América Latina é quase o dobro daquele de países da Europa e dos Estados Unidos. A elevada carga tributária no Brasil, em grande parte, contribui para esse quadro.

seja algo como extensão da mão, funciona menos como um acessório e mais como dispositivo que se relaciona com seu dono na mobilidade).

Bar, Pisani e Weber (2007) apresentam um enquadramento útil a esta pesquisa sobre as tecnologias móveis e seus modos de apropriação, em especial na América Latina. Os autores falam em dois conceitos primeiros: o de adoção, que está relacionado ao consumo das tecnologias móveis tal como previsto pelos criadores da tecnologia, e o de apropriação como um processo criativo no qual os usuários dos telefones celulares, para além da mera adoção, tornam a tecnologia parte significativa de suas vidas, e a permeiam com seus hábitos e práticas culturais, políticas e econômicas.

Os modos de apropriação pelo usuário, que envolvem o exercício da criatividade, da negociação e da experimentação, mas também o conflito com relações de poder estabelecidas, resultam inexoravelmente em um terceiro momento que é o de reconfiguração (recuperação), no qual a indústria e toda a máquina que habilita a tecnologia redesenha-a para caber no gosto projetado (ou idealizado) do usuário.

Por conta de toda essa ecologia da evolução tecnológica e de suas particularidades, os modos de apropriação resultantes dos processos de mestiçagem cultural latino-americanos, segundo Bar, Pisani e Weber (2007), estariam subdivididos em: barroco; creolização e canibalismo.

Barroco aqui tem de ver com categoria trans-histórica, que permeia nosso processo cultural e que trata da incorporação do outro, quase como uma antropofagia cultural. Sofisticado, opera em situações complexas, de excessos, confluências, tensões, fragmentos, da incorporação do outro. O barroco atua como nódulo de sentido e não como síntese ou modelo cultural.

nossa arte sempre foi barroca: desde a esplêndida escultura pré-colombiana, desde o barroco dos códices, até a melhor novelística atual da América, passando pelas catedrais e mosteiros coloniais de nosso continente. Até o amor físico torna-se barroco na encrespada obscenidade dos guacos peruanos. Não temamos, pois, o barroquismo no estilo, na visão dos contextos, na visão da figura humana... (CARPENTIER, 1976, p. 36, tradução nossa)¹⁹⁷

¹⁹⁷ No original: “Nuestra arte siempre fue barroco: desde la espléndida escultura precolombina y el de los códices, hasta la mejor novelística actual de América, pasándose por las catedrales y monasterios coloniales de nuestro continente. Hasta el amor físico se hace barroco en la encrespada obscenidad del guaco peruano. No temamos, pues, el barroquismo en el estilo, en la visión de los contextos, en la visión de la figura humana...”

A infiltração barroca consiste na personalização dos aparelhos celulares (*hardware*) e de seus aplicativos (*software*), porém sempre limitada ao que é previsto pelos criadores da tecnologia (por exemplo, a utilização de acessórios).



Imagem 4: Processo de infiltração barroca voltada à personalização do aparato.

Fonte: Bar, Pisani e Weber – apresentação de PPT em português. Disponível: <<http://abaporu.net>>. Acesso em: 21 fev. 2012.

A creolização se dá na bricolagem, na alteração e recombinação da tecnologia que resulta naquilo que, efetivamente, atenda melhor ao usuário (o uso do híbrido celular-mais-orelhão para evitar consumo de créditos é um exemplo). Entendimento que se aproxima da terceira lei da cibercultura propalada por Lemos (2005, p. 3), a reconfiguração, cuja máxima é “tudo muda, mas nem tanto”, na qual contraria-se “a lógica da substituição ou aniquilamento, [...] de seus respectivos antecedentes”.

Em Glissant (2005, p. 22), a creolização, ressignificada no contexto da ocupação americana, “exige que os elementos heterogêneos colocados em relação ‘se intervalorizem’, ou seja, que não haja degradação ou diminuição do ser nesse contato e nessa mistura, seja internamente, isto é, de dentro para fora, seja externamente, de fora

para dentro”. Segundo o autor, a creolização cria nas Américas “microclimas culturais e linguísticos absolutamente inesperados, lugares nos quais as repercussões das línguas umas sobre as outras, ou das culturas umas sobre as outras, são abruptas” (p. 23).

Creolização



Imagem 5: Exemplo de processo de creolização ou bricolagem no qual o usuário amplifica o uso instrumental ao agregar novos usos e aspectos.

Fonte: Bar, Pisani e Weber – apresentação de PPT em português. Disponível: <<http://abaporu.net>>. Acesso: 21 fev. 2012.

Por fim, o canibalismo¹⁹⁸, processo criativo que impõe uma “destruição criativa”, uma confrontação direta “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; WEBER, 2007, p. 34), o que nos remonta a Flusser (2007) e ao enfrentamento artístico que obstaculiza a formatação de funcionários úteis.

O canibalismo cultural brasileiro não é apenas uma resposta à experiência do mundo colonial e pós-colonial, mas um modelo que, de acordo com H. de Campos, é capaz de explicar todos os tipos de recombinações, reescritos, traduções e processos de reciclagem culturais.¹⁹⁹

¹⁹⁸ Bar, Pisani e Weber (2007) relacionam esse processo ao Manifesto Antropófago ou Antropofágico (1928), de Oswald de Andrade. Disponível em:

<<http://www.lumiarte.com/luardeoutono/oswald/manifantropof.html>>. Acesso em: 6 mar. 2012.

¹⁹⁹ Cf. Guldin, Rainer. *Devorando o outro. Canibalismo, Tradução e a Construção da Identidade Cultural*. Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia., n. 10, São Paulo, 2007. Disponível em:

Antropofagia



Imagem 6: Exemplo de processo de canibalismo ou destruição criativa, que a partir do desmanche e da apropriação forja o “outro”, que aqui poderia ser um detonador de bomba.
Fonte: Bar, Pisani e Weber – apresentação de PPT em português. Disponível: <<http://abaporu.net>>. Acesso: 21 fev. 2012.

Para os autores, os dois primeiros modos de apropriação são mais comuns em razão da limitação promovida pela própria arquitetura dos telefones celulares.

É nas camadas populares, com suas particulares estratégias de uso, em que é pulsante esse engaste de práticas socioculturais sempre atualizadoras, especialmente em relação ao uso de telefones públicos (o orelhão e seu uso hibridizado, como dito anteriormente) e na prática de fazer ligações a cobrar.

Portanto, a apropriação se dá em um contexto político-social que promove “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; WEBER, 2007, p. 2).

Por conta dessas relações assimétricas de poder, os autores propõem que se pense de forma ampla o entendimento 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 ideias vindas do estrangeiro” (BAR; PISANI; WEBER, 2007, p. 15). “Na América Latina é constitutivo aquilo que em outras partes do globo é ocasional, parcial. Isso tem que ver com o caráter migrante e solar, da capacidade de assimilação que está nos produtos/nas obras e não nas ideias.”²⁰⁰

Mas afinal o que é ser latino-americano?

Pela densidade dessa discussão, sua abordagem será apenas tangencial.

Vem de Canclini (2008, p. 12) o entendimento de que definir o latino-americano esbarra nas tentativas de integração, unidade e homogeneização cultural dos povos que carregam essa chancela. Como dar unidade se caminhamos mais no sentido da heterogeneidade e multiplicidade linguística, legislativa, jurídica, social e cultural?

Aproximações e compartilhamentos teóricos e discursivos sobre o latino-americano atestam os esforços de se alimentar uma história conjunta, que não se sustenta, na prática, entre os próprios latino-americanos. Isso porque, via de regra, uma vez migrante, esse povo desterritorializado vive “em permanente negação” de seus processos de autorreconhecimento e pertencimento a um “continente”. Para Canclini, imperam no “entre” “tendências centrífugas que exaltam mais a competição do que a reciprocidade”. Curiosa e contraditoriamente, essa competição de que fala Canclini tem de ver com a ideia de proeminência, de supremacia, de superioridade de um grupo sobre outro. Por conta disso, muitos “latinos”, em seus intercâmbios globais, se apresentam desarraigados da identificação como uma massa, um povo, uma nação

Daí, o autor sustenta que os latino-americanos têm uma inserção ambígua nos conflitos atuais do capitalismo: “globalizamo-nos como produtores culturais, como migrantes e como devedores” (CANCLINI, 2008, p. 12), e que carecem de uma narrativa “suficientemente polifônica [...] para transmitir a heterogeneidade da América Latina, que por conta da difusão translocal da cultura, suas variadas escalas de desenvolvimento, resulta em um apagamento de territórios” (CANCLINI, 2008, p. 31, 34). “A América Latina não está completa na América Latina. Sua imagem é devolvida por espelhos dispersos no arquipélago das migrações [...] o latino-americano anda à

²⁰⁰ Fala do prof. dr. Amalio Pinheiro durante reunião do grupo de pesquisa Comunicação, Cultura, Barroco e Mestiçagem, em 10 de maio de 2011, na PUC/SP.

solta, transborda seu território, segue à deriva em rotas dispersas” (CANCLINI, 2008, p. 25).

A negação desse ethos, de que trata Canclini, também é sustentada por Martín-Barbero (2002), segundo o qual as nações latino-americanas

[...] se fizeram à custa dessa pluralidade que hoje volta a eclodir no ressurgimento das identidades culturais negadas, negadas justamente na medida em que “o nacional” continua significando o desconhecimento, quando não a simples destruição das diferenças culturais e impedindo a identificação do indivíduo com sua etnia, sua raça, sua classe. (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 183)

E em que medida o Brasil está inserido neste contexto “identitário”²⁰¹ de um ser nacional ou regional, pertencente a uma única cultura homogênea?

Canclini (2008, p. 15) entende que essa questão adquire um significado especial quando aplicada ao Brasil, por conta também das distâncias linguísticas entre brasileiros e hispano-americanos (visões menos estereotipadas e mais compreensivas, pautadas tanto pela integração quanto pela segmentação), “eixo de um pólo alternativo na política e na economia internacionais”. “No resto do continente paira a impressão de que este país pouco se interessa pelo conjunto da região, como se pensasse seu desenvolvimento independente da América Latina.” (CANCLINI, 2008, p. 15).

O teórico pontua essa reflexão rememorando o processo de construção e de desenvolvimento do país, permeado por contradições “entre a proclamação do ideal europeu no Brasil e, por outro lado, a sociedade escravocrata no século XIX e sua posterior hierarquização em classes sociais”. Ressalta ainda o intrincado momento no qual está envolto o país, entre tensões do “modernismo das vanguardas artísticas e intelectuais à deficiente modernização socioeconômica”, situação que localizaria o Brasil (e a grande maioria dos países da América Latina) fora da pretensa modernidade centro-europeia, com elementos de séculos anteriores convivendo lado a lado com tecnologias de ponta, no limbo dos que jamais foram realmente modernos (ou primitivos ou atrasados), incluindo aí os países europeus que idealizaram e tentaram realizar, sem sucesso, a separação radical entre natureza e sociedade, objeto e sujeito (LATOUR, 1994). Dentro e fora da modernidade, vivemos diacronias técnicas,

²⁰¹ Identidade como “repertório de ações, língua e cultura que permitem a cada pessoa reconhecer que pertence a certo grupo social e identificar-se com ele” (WAINER, 1999, p. 9 apud CANCLINI, 2008, p. 47). Wainer prefere identificação à identidade, por entender que um “mesmo indivíduo pode identificar-se com várias línguas e estilos de vida”.

tecnológicas, econômicas e sociais na América Latina que impactam nossa cultura e resultam, ao final, numa combinação proliferante e rica de práticas, códigos e linguagens ao longo do continente e de suas diversas realidades socioculturais.

Nessa configuração, transparece outra peculiaridade nossa, na qual se embrenha toda a pesquisa: chegamos aos usos dos celulares através de um processo bastante específico. Da mesma forma que saltamos da oralidade para a dita modernidade sem passar por toda a tradição de cultura escrita que marcou os países de centro, com a consequente cristalização do pensamento “sequencial” e “linear”, a América Latina, e por conseguinte o Brasil e mais especificamente São Paulo, em linhas gerais, também pulou o lento e moroso desenvolvimento mundial dos personal computers (PCs), nas décadas de 1980-90, com os programas MSDOS, Lotus, Cobol, Pascal, etc., e chegou mais diretamente ao celular e à internet móvel. Isso se atesta de forma simples num exemplo, vejamos: o computador de mesa, embora uma década e meia mais velho, foi atropelado pelo celular que, em 20 anos, se tornou o portátil mais comum e capilar de todos os tempos no país. Aqui, certo desenvolvimento temporal, sequencial e histórico foi subvertido, corrompido, ao contrário do que ocorreu nos países ditos de centro, como a Alemanha, por exemplo, em que primeiro se teve o contato com o computador para, num crescente, se chegar a um digital-portátil materializado no celular, sobretudo no *smartphone*, esse dispositivo híbrido, mais móvel, nômade, barato e simples de usar que os computadores. Um aparelho miniaturizado e amigável. Portanto, nós, os ditos povos de hábitos barrocos, chegamos a esse “futuro” por atalhos e expedientes tortos, ocupando o território celular sem seguir a cartilha dada, ignorando os códigos mais básicos de programação computacional, creolizando e canibalizando os usos. Pela primeira vez, no entendimento de Martín-Barbero (2002, p. 179), as novas tecnologias que “introduziram por fim na América Latina a contemporaneidade entre o tempo de sua produção nos países ricos e o tempo de seu consumo em nossos países pobres: não nos chegam de ‘segunda mão’”.

Barbero (2002, p. 179) levanta a hipótese de que haveria na América Latina uma não contemporaneidade entre os produtos culturais que se consomem e o “lugar”, o espaço social e cultural desde o qual esses produtos são consumidos, assistidos ou lidos em sua maioria. “[...] na América Latina a imposição acelerada dessas tecnologias aprofunda o processo de esquizofrenia entre a máscara de modernização que a pressão

dos interesses transnacionais realiza e as possibilidades reais de apropriação e identificação cultural.”

Essa reflexão sobre apropriações, quer sejam tecnológicas ou culturais na América Latina, toma forma na experiência de campo desenvolvida no próximo capítulo a respeito dos usos culturais dados à tecnologia por habitantes das cidades de São Paulo, uma das mais relevantes metrópoles do “continente latino-americano”, e de Frankfurt, a “europeia” que se faz notável pelo bem sucedido marketing, em escala mundial, de suas mesclas de toda a sorte produzidas no cotidiano.

III

O USUÁRIO E SEUS PERCURSOS NA METRÓPOLE

PARTE III - O USUÁRIO E SEUS PERCURSOS NA METRÓPOLE

Faça crescer a ação, o pensamento e os desejos por proliferação, justaposição e disjunção, e não por subdivisão e hierarquização piramidal. Livre-se das velhas categorias do Negativo (a lei, o limite, as castrações, a falta, a lacuna) que por tanto tempo o pensamento ocidental considerou sagradas, enquanto forma de poder e modo de acesso à realidade. Prefira o que é positivo e múltiplo, a diferença à uniformidade, os fluxos às unidades, os agenciamentos móveis aos sistemas. Considere que o que é produtivo não é sedentário, mas nômade.

Prefácio de Foucault à edição americana de *O Anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia*, de Deleuze e Guattari, intitulado Introdução à Vida Não Fascista (1996).

Em seus estudos, sobretudo os realizados no México, Gruzinski reconstrói a coerência interna dos conflitos culturais emergidos da poética híbrida e mestiça dos fenômenos culturais, a partir da valorização de elementos marcados por contradições, paradoxos e similitudes, sistematicamente observados como distorções do modelo europeu ou como corrupção da cultura local, mas que se dão por traduções e jogos de aproximação que não suprimem diferenças, mas demarcam polos.

Neste capítulo, lidamos com dois cenários distintos nos quais se pode aludir a Gruzinski: um deles (São Paulo, Brasil) protagonizado pela profusão de elementos barroquizantes e por hábitos tortuosos não enquadrados na tradição clássica que importamos da Europa. Na outra ponta está o clássico²⁰², corporificado por Frankfurt (Alemanha), no qual se dá a reprodução do conhecimento, de virtudes relacionadas ao ordenamento, à harmonia, ao equilíbrio, à sociedade regular e a uma cultura que dá valor à manutenção de tradições vistas como milenares.

Uma São Paulo irregular *versus* uma Frankfurt retificada. Esta última, estabelecida em um continente marcado pelo esquadrinhamento, pela projeção e planejamento questionados por Tackhara em "Plano B"²⁰³, com a criação de zonas livres de *design* que refundariam a experimentação nesses ambientes em que, normalmente, tudo já está ou parece pronto: de cima para baixo e de fora para dentro. Em ambas, a partir de suas culturais nacionais e do convívio social, o celular foi ressemantizado.

²⁰² A Alemanha é historicamente conhecida como *Das Land der Dichter und Denker* (a terra de poetas e pensadores).

²⁰³ Cf. THACKARA, 2008.

Ainda que esta tese não pretenda ser um comparativo, ao colocar lado a lado contextos tão singulares, essa conotação se apresenta, o que para Pinheiro²⁰⁴ é justificável, uma vez que “quando nossas realidades, que tendem muito mais à complexidade - senão ao caos –, entram em contato com essas referências trazidas de fora, é natural que surjam descompassos”.

Como caminho de análise, Pinheiro²⁰⁵ aposta nas curvas fluídas do dispositivo (seu *design*, por exemplo). Para ele, há de se trabalhar a maneira como o curvilíneo se comporta numa sociedade curvilínea, oral, ambivalente e de excessos, como a paulistana, assim como fazer, com igual rigor, reflexão sobre como essa relação se apresenta em sociedades predominantemente escritas, lógicas, binárias, da regulamentação e dissociativas, como poderia ser Frankfurt se Frankfurt não fosse a metrópole europeia das mobilidades, das trocas e das mesclas, inclusive étnicas (lá 24,6% dos habitantes são estrangeiros)²⁰⁶, que abriga uma das mais agitadas cenas culturais do continente e que, certamente, não representa no contexto cosmopolita o traço taciturno e inflexível atribuído a povoados tradicionais (*Das Dorf*) alemães orgulhosos de sua linhagem prussiana que reprisam e replicam há séculos o histórico e entranhado *Es/Dass muss so sein* (tem que ser assim/é assim) para justificar processos e procedimentos.

Então, é bem verdade, estamos a falar de duas metrópoles talvez mais próximas que distantes. Cidades nas quais o fluído e a quebra de paradigmas são combustíveis da própria refrega diária que tenta burlar essa “nova ordem urbana, vígil e policiada”²⁰⁷ por meio dos “pontos cegos” que permitem estratégias contra a vigilância e a imposição de comportamentos produzidos pela subjetividade capitalística (DELEUZE; GUATTARI, 1996). Subjetividade que promove conduta, normatiza como se deve trabalhar, amar, se mover, falar, existir e que ao final fabrica um modo de relação do homem com o mundo e consigo mesmo.

É contra esse homem “estojo”, “funcionário” (Foucault, Benjamin, Deleuze, Guattari, Flusser), fetichizado pelo consumo (Marx), que devem agir movimentos

²⁰⁴ Orientação dada pelo prof. dr. Amalio Pinheiro em encontro de pesquisa no dia 27 de set. de 2011, na PUC/SP.

²⁰⁵ Idem.

²⁰⁶ Disponível: <http://www.frankfurt.de/sixcms/media.php/678/33_Einwohner_3Quartal2011.pdf>. Acesso em: 20 maio 2012.

²⁰⁷ Cf. Uma Idéia de Metrópole no Século XIX. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 18, n. 35, 1998. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01881998000100007>. Acesso em: 2 dez. 2011.

baseados na experimentação e criatividade, só produzidos nos tais “pontos cegos”, a exemplo dos *Flash e Smart Mobs* e, dentre outros, como os relacionados com a Primavera Árabe (vide a próxima figura da sequência), que, pela imediatez e instantaneidade, tentam turvar a vista do controle público, seja em São Paulo, em Frankfurt, em Myanmar ou em Cuba. E são também nos pontos cegos que o celular assume o papel de “tecnologia menor”, um deslocamento conceitual da “literatura menor”²⁰⁸ de Deleuze e Guattari (2003), com seus usos criativos, de gueto e marginais na mobilidade. Esses usos são subversores, afrontando a cartilha oficial ou os usos dados pelas forças de dominação presentes na sociedade. E que usos são esses? Via chips de operadoras variadas para, a partir das promoções, ligar (consumir) sem adquirir créditos (gastar); como reprodutor de música, despertador, agenda; produtor de vídeos e de fotos em situações não permitidas, como shows, concertos, reuniões fechadas, prisões; em ambientes proibidos (transportes públicos, bancos²⁰⁹ e manifestações públicas em países não democráticos); como bipe, por falta de créditos, hibridizado com o orelhão (telefone público); no compartilhamento de afetos por mensagens quando a fala é proibida (em sala de aula e em reuniões de trabalho) e como diário pessoal (em tempo real) em redes sociais.

A imagem abaixo por si só exprime uma condição dessa, do celular em uma de suas potências. No exemplo, como aporte cirúrgico, uma lanterna ‘iluminando’ o ferimento durante procedimento de curativo em zona de conflito.

²⁰⁸ Essa discussão sobre o que seria a “literatura menor” é entabulada por Deleuze e Guattari em “Kafka por uma literatura menor” (2003) e paradoxalmente ao que se possa intuir, a expressão tem de ver com as literaturas produzidas a partir da revolução, de visões anti-hegemônicas, contra a “literatura maior”, ou aquilo que já está dado, já está estabelecido. Daí repousam ícones da literatura mundial, tais como Kafka, que preferiram seguir caminhos outros que não os impostos pelos sistemas dominantes, afinal, como entendem Deleuze e Guattari, “uma literatura não é a de uma língua menor, mas antes a que uma minoria faz em uma língua maior” (p. 38). Disponível em: <http://www.4shared.com/document/N05e6BT8/Deleuze_e_Guattari_-_Kafka_por.html>. Acesso: 11 jul. 2012.

²⁰⁹ Cf. texto da Lei do município de São Paulo de n. 15.429, de 26 de agosto de 2011, que proíbe fazer ou receber ligações e mensagens de voz e de texto nas agências durante período de atendimento de clientes. A medida tem como objetivo combater o crime conhecido como “saidinha de banco” e sequestros-relâmpagos. Disponível em: <<http://camaramunicipal.sp.qaplaweb.com.br/iah/fulltext/leis/L15429.pdf>>. Acesso: 18 jul. 2012.



Imagem 7: Telefone móvel ilumina mão ferida durante atendimento médico em manifestação no Egito (Créditos: Khaled Desouki/Afp/Getty Images). Disponível em: <revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/download/7019/7507>. Acesso em: 21 jul. 2012. Fonte: SILVA, Tarcísio Torres. Imagens da Primavera Árabe: estética, política e mídias digitais. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 23, p. 35-47, jun. 2012.

Ainda que aproximáveis sob vários aspectos, as duas metrópoles apresentam modos, circunstâncias, linguagens distintas de sujeitos sociais (também distintos) se apropriarem de tecnologias móveis quando estas se traduzem como elementos da cultura. Avancemos então sobre os padrões locais de incorporação dos telefones celulares a partir de observação dos comportamentos pessoais e de dados estatísticos colhidos em campo.

Como “usos criativos e culturais” entendamos também os feitos em trânsito durante o deslocamento por transporte público em horários de crise. Enquanto em São Paulo (vide questão 13 do questionário aplicado) as principais atividades alegadas pelos usuários nessas condições é ouvir música (25,4%), ler (24,9%), dormir ou não fazer nada²¹⁰ (21,8%) e falar ao celular (10,9%), em Frankfurt (questão 10) 30,7% falam ao celular, 25,3% enviam SMS, 13,3% ouvem música e 10,7% surfam na internet. O item enviar SMS teve de ser acomodado no questionário em alemão por conta da frequente ocorrência no piloto aplicado ainda em 2010. Portanto, nas condições acima descritas, o

²¹⁰ No questionário e planilha apensados, esse campo aparece como “Outros”. Mas, por conta do alto volume de respostas anotadas em diário de campo, passou a acomodar as respostas “contemplação (não fazer nada) e dormir”.

usuário paulistano alega que costuma ouvir música, ler, dormir ou não fazer nada a falar ao celular (10,9% do total) enquanto em Frankfurt falar ao celular e enviar SMS contabilizaram 55,3% das respostas, o que implica dizer que em São Paulo há um uso menos instrumental do dispositivo que em Frankfurt. Cá, talvez por conta dos altos custos das tarifas telefônicas, falar ao celular e enviar mensagens figuram nos últimos lugares entre as funcionalidades mais acionadas em trânsito.

CAPÍTULO 5 - A ESCUTA EM CAMPO

5.1 Por todo lado: os ônibus

Ao mesmo tempo em que a pesquisa de campo se apoia na experiência das pessoas, com sua variabilidade de falas, impressões e imprecisões, ela se dá pela observação direta, do inquérito individual, também repleto de nuances, traduções e de derivações.

Inicialmente sem forma, esta investigação foi se desenhando no processo aleatório de escolha de entrevistados e na escuta paciente de personagens desconfiados, resistentes, apressados, mal-humorados, que condicionaram e regularam suas respostas. Por conta das perguntas, dois tipos de personagens se destacaram em especial, os de São Paulo que respondiam “por que não?” e os de Frankfurt que questionavam “por que eu deveria?”.

Aqui, falando primeiro de São Paulo, as plataformas de embarque e até mesmo os modais que são o ambiente de pesquisa promovem experiências de deslocamento que se dão no empurra-empurra, no estranhamento, na transição de um ponto a outro, nas conexões, nos arranjos imprevisíveis.

Viajar em transporte público é um processo coletivo de mixagem que articula mosaicos móveis, sistemas movediços e objetos urbanos performáticos que podem derivar da sensação de bem ou de mal-estar provocadas por fatores ilimitados, sejam eles humanos ou mecânicos. “Empurrar é uma escolha que se faz e acaba constituindo mesmo um estilo de viajar.” (CAIAFA, 2010, p. 185).

A viagem nos metrô e trens de São Paulo tem suas similitudes, embora o segundo meio se aproxime mais dos ônibus por conta de ambos reunirem um público mais heterogêneo, que volta é meia está mais exposto a furtos, assaltos e outras violências. Também em ambos é equivalente o registro de dano patrimonial, por atos de vandalismo²¹¹, contra vagões e coletivos. Comparativos outros não podem ser feitos entre metrô, trem e ônibus paulistanos por conta das inúmeras singularidades deste

²¹¹ Doze ônibus foram incendiados na região metropolitana de São Paulo [municípios de Taboão da Serra e Ferraz de Vasconcellos (Parque Dourado); Zona Sul (Jd. Ângela e Sacomã); Zona Leste (Jd. Danfer, em Cangaíba); Zona Norte (Jaraguá, Tremembé e Jardim Flor de Maio)] entre os dias 13 e 30 de jun. de 2012. Segundo a polícia, os suspeitos seriam traficantes incomodados com o cerco ao tráfico de drogas nessas regiões onde ocorreram os ataques. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/1113127-mais-dois-onibus-sao-incendiados-em-sao-paulo.shtml>>. Acesso em: 30 jun. 2012.

último, quais sejam: transitam por vias superficiais e em razão disso disputam espaço com toda a sorte de veículos, sejam eles de carga, particulares ou até de tração humana (vide as carroças puxadas por catadores), enfrentam engarrafamentos, estão sujeitos a semáforos, a desvios e bloqueios de pista.

Em São Paulo, a frota de ônibus não tem vigilância eletrônica, não é climatizada (a exceção são os ônibus intermunicipais que diuturnamente transportam trabalhadores em seu movimento pendular diário de ida ao trabalho e de volta para casa) e não recebe segurança ou patrulhamento móvel ou ostensivo que circule por seus veículos (a não ser quando ataques seriados de vândalos, em determinada região da cidade, justificam rondas específicas).

Em números²¹², o transporte público coletivo por ônibus na cidade é formado por 15 mil ônibus, que atendem a 28 terminais e 19 mil paradas. Só em 2011, pelas suas 1.349 linhas se deslocaram mais de 2,9 bilhões de passageiros, ou algo em torno de 8 milhões de passageiros por dia. É, entre os três modais, o mais relevante meio de transporte público coletivo da cidade de São Paulo.

No que diz respeito a esta tese e à cidade de São Paulo, os levantamentos se deram, além dos terminais de ônibus, também nas plataformas de metrô e trem, algumas delas integradas a terminais de ônibus, como as da Luz, Santa Cruz, Tietê e Palmeiras-Barra Funda. Em Frankfurt, a aplicação do questionário se deu exclusivamente no terminal ferroviário central da cidade, a Hauptbahnhof.

Quanto às singularidades da metrópole alemã, lá se vivencia outro contexto de mobilidade e acessibilidade aos centros urbanos. Todos os dias, cálculos oficiais²¹³ apontam que a cidade recebe cerca de 300 mil trabalhadores das imediações por meio de sua eficiente rede de transporte público e ainda por meios privados que se somam aos seus quase 700 mil habitantes. Ainda que nos horários de pico, tais quais os de São Paulo, entre 7h e 9h e das 17h e 19h, o tráfego de carros e caminhões resulte em filas, a buzina, instrumento indissociável das mãos de grande parte dos motoristas paulistanos, lá é repreensível e praticamente inexistente. A pressão diária a que estão submetidos nas vias, totalmente diversa em volume e abrangência se comparada a de São Paulo nos mesmos horários, não favorece este tipo de ruído. Questionado a respeito, o

²¹² Disponível em: <<http://www.sptrans.com.br/indicadores/>>. Acesso em: 22 abr. 2012.

²¹³ Cf. Dados do site da região metropolitana da cidade (RMV) disponíveis em: <www.rmv.de>. Acesso em: 19 jul. 2012.

“frankfurtiano” diz que lá isso não é hábito, é deselegante e não faz parte do modo de dirigir.

Nas inúmeras vias e pistas de alta velocidade (AutoBahns) que ligam a cidade aos distritos que compõem a região metropolitana de Rhein-Main, da qual Frankfurt faz parte, escoam muito rapidamente a frota de veículos que se forma na entrada e saída da metrópole. Em geral, os transportes públicos não são afetados pela obstrução temporária das vias. Isso porque estão distribuídos por ramais específicos para esta finalidade. O que implica dizer que a rede de transporte público de lá, além de extremamente eficiente, está em ascensão, afinal, apenas em 2011, 198,3 milhões²¹⁴ de usuários fizeram viagens urbanas em metrô, bondes e ônibus, um volume quatro vezes maior que a média nacional da Alemanha. Nos últimos cinco anos, o número de viagens de ônibus e trens para Frankfurt aumentou em 12,1 milhões, um aumento de 6,5%. Se acrescentarmos a esse número as viagens em linhas ferroviárias regionais e, em particular o S-Bahn, o volume salta para 260 milhões de usuários se deslocando por e pela cidade em um ano.

5.2 Metrô: o preferido

Em dados gerais, o metrô de São Paulo cobre 65,3 km com suas 58 estações, das quais 22 integradas com ônibus urbanos. O percurso entre as estações leva em média 2 minutos, assim como o tempo máximo de espera, só alterado, tanto nos metrô quanto nos trens, em situações adversas ocasionadas por chuvas torrenciais, descarrilamento, frenagens inesperadas e panes mecânicas.

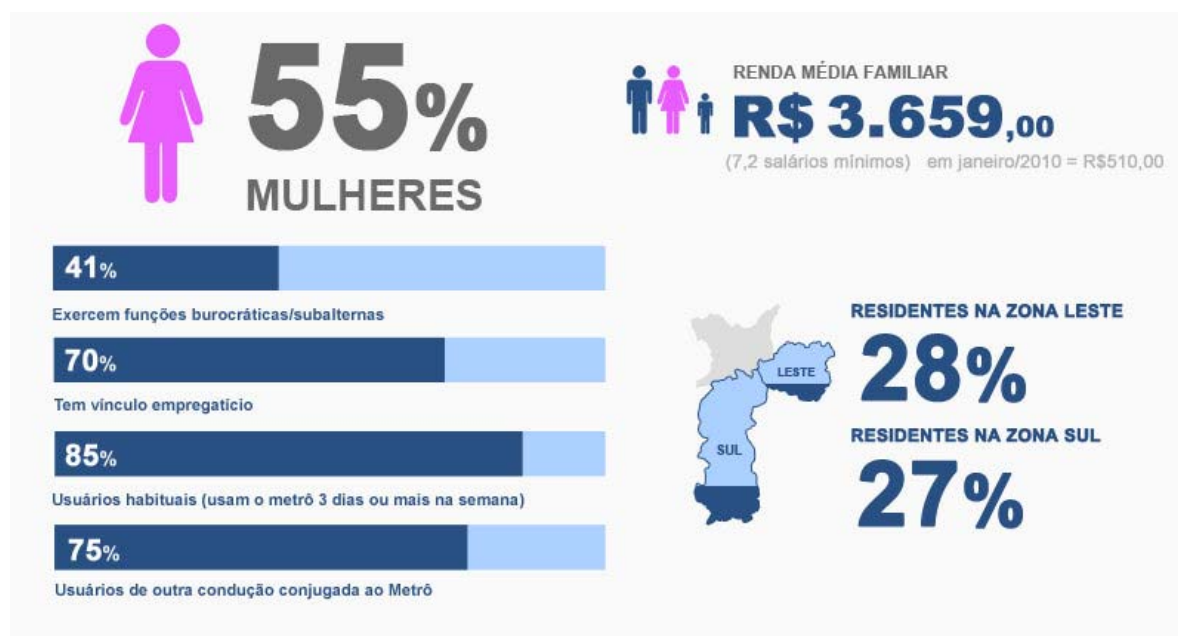
Em 2011, a estação Palmeiras-Barra Funda teve o maior número de entradas do sistema, registrando um total de 62,2 milhões de usuários.

Um ano antes, em 2010, o Metrô SP divulgou pesquisa realizada bianualmente com vistas a “explicitar as relações existentes entre os padrões de viagem e as condições socioeconômicas daqueles que utilizam o sistema”. Segundo a instituição, na época, 55% do seu público era formado por mulheres, o que validou nosso levantamento que identificou entre os 120 entrevistados 55,8% de mulheres e 44,2% de homens. Na pesquisa institucional, do total de viajantes, 85% usam regularmente o metrô (três dias ou mais), sendo que 28% são da Zona Leste e 27% da Zona Sul da cidade. Na nossa,

²¹⁴ Dados consolidados de relatório da operadora de transporte público Traffiq. Disponível em: <http://www.traffiq.de/1483.de.presse_informationen.html?_pi=51197>. Acesso em: 21 jul. 2012.

53,3% responderam que utilizam o metrô pelo menos em um de seus trechos diários (ida ou volta) e 80,8% o ônibus. Sobre esse último dado, é importante ressaltar que, via de regra, em São Paulo, por conta da limitada rede de metrô e das longas distâncias a serem percorridas, as viagens diárias em transportes públicos, seja para trabalho, volta para casa ou entretenimento, recrutam mais de um modal. Portanto, no levantamento houve relatos de trajetos feitos com embarques e baldeações em até três ônibus, metrô e trem.

Gráfico 4: Caracterização socioeconômica do usuário e de seus hábitos de viagem.



Fonte: Metrô São Paulo - Pesquisa realizada entre maio e junho de 2010. Disponível em: <<http://www.metro.sp.gov.br/metro/numeros-pesquisa/perfil-usuario.aspx>>. Acesso em: 24 maio 2012.

5.3 Os trens e os outros

Nos trens da metrópole paulista, o deslocamento nos horários de pico se dá da mesma forma que no metrô. Cá, o serviço público de trem e metrô dispõe de padrão equivalente, embora o metrô saia em vantagem quanto às condições de viagem (frota renovada de alto desempenho, conforto térmico e acústico, menor tempo de espera e de viagem). Ambos, lotados em determinados períodos do dia, são climatizados em sua maioria e com vigilância eletrônica 24 horas. O policiamento ostensivo se dá nas

plataformas integradas (inclusive de ônibus), embora guardas circulem pelos vagões durante a viagem²¹⁵ dos 2,3 milhões de usuários diários²¹⁶ de trem e dos 3,7 milhões²¹⁷ de passageiros do metrô.

A Companhia Paulista de Trens Metropolitanos atende a 89 estações num total de 22 municípios, ao longo de seus 260,8 km de linhas operacionais.

Ainda que imperem diferenças, os três modais em questão atuam da mesma forma, produzindo afetos e sociabilidade (CAIAFA, 2010, p. 182)²¹⁸, distribuindo gente que se renova no entra-e-sai.

Caiafa (2007; 2010) retoma Braga (1994) quando se serve dos “dispositivos conversacionais” no metrô, de seu “papel representado” e do “papel desempenhado” de seus usuários, o primeiro originado de situações anteriores e o segundo desenrolado no contexto das conversações.

[...] As discontinuidades que se estabelecem nos meios diversos dos encontros urbanos podem não exibir uma inserção claramente legível. Livramo-nos em algum grau de nossa identidade quando estamos entre estranhos, embora certas marcas possam permanecer legíveis. (CAIAFA, 2010, p. 186)

A autora entende que há processos comunicativos distintos estabelecidos por passageiros de linhas distintas, a exemplo do que ocorre nas linhas 1 e 2 do metrô da cidade do Rio de Janeiro. Para ela (2006), há relativa polidez nas conversas no metrô uma vez que se trata de “desconhecidos num ambiente sóbrio que conversam, se calam e se observam” (CAIAFA, 2010, p. 187).

²¹⁵ Disponível em: <<http://cptmemfoco.blogspot.com.br/2012/05/cptm-20-anos-novas-frotas-para-um-novo.html>>. Acesso em: 9 jun. 2012.

²¹⁶ Dados oficiais da CPTM, relativos ao anos de 2011. Disponível em: <http://www.cptm.sp.gov.br/e_companhia/gerais.asp>. Acesso em: 13 fev. 2012.

²¹⁷ Média máxima diária (dias úteis) de passageiros sustentada pelo Metrô São Paulo, considerando-se as entradas mais as transferências entre as linhas do Metrô. Disponível em:

<<http://www.metro.sp.gov.br/metro/numeros-pesquisa/indicadores.aspx>>. Acesso em: 24 maio 2012.

²¹⁸ Cf. Segunda Linha: comunicação e sociabilidade na Linha 2 do metrô carioca. *Comunicação e Esporte*. v..17, n. 2, 2 sem. 2010.

5.4 Materiais e métodos

As provocações que permeiam a proposta de estudo surgiram a partir de duas situações, a primeira delas derivada de inquietações manifestas a cada percurso diário meu em ônibus e metrô da cidade de São Paulo, entre os anos de 2006 e 2009.

Durante esses densos deslocamentos de até 2h em conduções públicas da região central da capital em direção à Zona Oeste, especificamente até o bairro Jardim Esther, no km 15 da rodovia Raposo Tavares, pude vivenciar, como companheira de viagem de dezenas de outros usuários de transporte público urbano, as mais variadas situações, muitas delas como impotente ouvinte de confidências via telefone celular e rádios²¹⁹. Também dividi gostos e desgostos musicais, uma vez que inúmeros passageiros fazem sua “viagem” com o rádio ou tocador de músicas no modo “fone de ouvido invertido”²²⁰.

Para o incremento da balbúrdia desses ambientes²²¹, intrépidos telefones celulares e outros dispositivos móveis, que habilitam televisão, câmeras fotográficas e *games*, disparam e recebem mensagens de texto (SMS), em um duelo no qual imperam os mais anabolizados, tecnológicos, com mais recursos e funcionalidades.

A exuberância do celular e de seus usos foram ampliadas com o acesso móvel às redes mundiais e privadas, em meio a possibilidades que vão além do entretenimento, informação e trabalho. Meio de comunicação estritamente pessoal – via de regra, individualizado -, portátil e personalizado, o aparelho celular “também faz chamadas telefônicas”, já que adquiriu multitarefas e ganhou *status* de computador pessoal (ERTHAL, 2007, p. 60).

Uma segunda situação foi, quando numa assessoria de imprensa a uma empresa teuto-brasileira²²² de tecnologia automotiva, fui afrontada por tecnologias móveis embarcadas em carros ao simples toque de tela (*touch screen*) ou por comandos de

²¹⁹ Kerckhove (1997) sugere que a privacidade requer a aceitação e o entendimento coletivos. “É certo que o exercício do direito à privacidade depende do reconhecimento de um domínio público” (KERCKHOVE, 1997, p. 241).

²²⁰ Nesses casos, falo em fone de ouvido invertido porque, em vez do acessório ser empregado para individualizar o áudio, ele o expande para todo o coletivo.

²²¹ Cf. Belchior (2010, p. 39), quando sustenta que os ônibus são ambientes midiáticos. “As coisas se misturam. [...] Um ambiente midiático é caracterizado por um espaço onde vários elementos emitem e recebem informação entre si. Emitimos e recebemos o tempo todo”.

²²² A assessoria foi realizada na Crosswire Tecnologia Automotiva (<www.crosswire.com.br>), empresa de tecnologia que atua no Brasil como a interface da alemã Car Audio Systems (<<http://www.caraudio-systems.de/deu/Home.html>>), de Ludwigshafen, cidade sede da BASF, a 60 km de Frankfurt am Main, na Alemanha.

volante. Os temas mobilidade e transporte, fossem coletivos ou individuais, estavam me cercando.

Por conta desses contextos, a pesquisa se ocupou inicialmente de levantar todas as tecnologias móveis portadas e acionadas por usuários de transporte público de São Paulo nos horários de lentidão no trânsito com comprometimento de deslocamento físico. O recorte recaiu sobre os telefones celulares por serem eles os mais recorrentes nas respostas sobre as mídias móveis portáteis. Daí derivou o objetivo de “cartografar”²²³ o uso de telefones celulares em transportes públicos da cidade de São Paulo nos horários de crise de mobilidade física urbana”.

Porém, durante esse período de recorte do objeto, também fui afetada pelo transporte público de Frankfurt, na Alemanha, onde estive por consecutivas vezes por conta de assuntos profissionais e familiares.

Portanto, tomava corpo uma aproximação entre São Paulo e Frankfurt, que estabelecesse incorporações tradutórias, de seus processos culturais do celular como linguagem/instrumento de cultura e não tão somente como tecnologia. E nesse contexto, ambas as cidades, por conta de suas particularidades, demoveram blocos processuais que requisitaram análises específicas.

A pesquisa que aqui se apresenta está calcada numa abordagem qualitativa, em estudos bibliográficos, reflexões teóricas e epistemológicas sobre o objeto, descrição e análise do fenômeno, pesquisa de campo a partir da observação, questionário/entrevista²²⁴ estruturado *in loco*, categorização dos dados e de outros levantamentos relevantes.

Houve a observação dos usuários e trajetos, com o compartilhamento de linhas, ramais e trechos de percurso. Essa observação, que ocorreu como primeiro momento de pesquisa, foi desdobrada de um roteiro de captação de dados em campo, depois em um registro em “diário de bordo”; aplicação-piloto de uma primeira leva de 30

²²³ Cartografia aqui não é representação de fronteiras, de filtro ou censura, nem se dá como simplificação, mas como espaço movente e de conexões.

²²⁴ Renomeamos o expediente utilizado como questionário/entrevista justamente por ele ser composto de um mix tanto de um quanto de outro, uma vez que, embora as 29 perguntas estivessem em formulário impresso, devido a todas as peculiaridades do ambiente perguntas foram feitas em viva-voz pelo pesquisador, a exemplo das respostas que, embora objetivas e de múltipla escolha, também vieram por ditado. É estruturado por ser composto de respostas pré-definidas, questões de respostas fechadas. Na tabulação de dados, dois tipos de planilhas foram geradas (ver Apêndice), ambas pelo usual programa da Microsoft de tabulação, que é o Excel, versão 2007. Uma delas gráfica e outra por percentagens. Nos dois casos, os lançamentos das informações foram por meio manual.

questionários que subsidiaram a feitura do questionário definitivo; organização dos dados coletados; e análise e categorização por amostragem.

A aplicação de “questionários-teste” se deu em três momentos, cada qual gerando sensíveis alterações para a próxima etapa. Do primeiro questionário até o definitivo, 12 questões foram eliminadas, outras quatro foram redimensionadas, o que resultou de partida numa diminuição no tempo de entrevista de 18 minutos para 7 minutos para o questionário de São Paulo e de 5 minutos para o de Frankfurt.

Quanto à forma, o questionário/entrevista teve 29 perguntas, das quais 28 fechadas (objetivas e de múltipla escolha) e uma aberta, em São Paulo, e da mesma forma 28 perguntas fechadas e uma aberta em Frankfurt. Nas duas situações, esse interrogatório foi refinado por aplicações-piloto, que aconteceram em três distintos momentos em São Paulo, quais sejam: junho de 2009, setembro de 2009 e dezembro de 2009, e em duas situações na cidade de Frankfurt, em setembro e dezembro de 2010.

Quanto ao conteúdo, o questionário definitivo exigiu respostas sobre fatos, sentimentos, padrões de ação e comportamento e foi aplicado de janeiro a julho de 2010 entre usuários de transporte público da cidade de São Paulo e região metropolitana com vistas a retratar as movimentações gerais desses usuários em transportes públicos coletivos (ônibus, metrô e trem).

Em Frankfurt, a aplicação se deu em dois momentos, em janeiro e em novembro de 2011. A pretensão inicial era recolher a opinião de 60 usuários, considerando as limitações linguísticas e de abordagem sentidas na aplicação de dez formulários-piloto. Porém, o processo foi mais complexo que o previsto, o que Ferrara²²⁵ observou como sendo a força da imponderabilidade da pesquisa de campo. Pelo menos 14 entrevistas foram descartadas por não atenderem ao que estava proposto. Assim, o volume final analisado ficou restrito a 34 questionários. Para esta aplicação em Frankfurt, a tradução das perguntas do português para o alemão teve que observar hábitos locais de sondagem, o que resultou em alteração na ordem das questões, dentre outros rearranjos e redimensionamentos como, por exemplo, com o deslocamento das abordagens de cunho privado, tais como rendimentos mensais, trabalho atual, horas trabalhadas e formação profissional, para o final do formulário. Dessa forma, os riscos de causar eventuais melindres nos entrevistados, que resultassem em abandono do levantamento,

²²⁵ A provocação da profa. dra. Lucrécia D’Aléssio Ferrara foi durante apresentação parcial desta pesquisa em sessão temática do 1º Confibercom, em 02 de ago. de 2011. Nela, Ferrara fez referência aos dados obtidos em campo que levaram por terra algumas hipóteses iniciais da pesquisa. Levantamentos realizados nesse campo de eventos (da imprevisibilidade) devem admitir intercorrências.

foram limitados de tal forma que, se ocorressem, não causariam relevantes prejuízos. Esse esclarecimento se faz necessário porque essas perguntas registraram grande índice de rejeição e de desconfianças por parte dos entrevistados sobre quais seriam as motivações para tais dúvidas e o que seria feito com tais informações. Muito em razão disso, a que tratava sobre remuneração foi respondida apenas por 17 dos 34 entrevistados.

Tanto lá quanto cá, a interpelação de usuários de transporte público para efeito de composição do *corpus* da pesquisa foi aleatória e aconteceu nas filas de espera pelas lotações, em plataformas integradas de embarque de metrô, ônibus e trem; durante os deslocamentos, no interior desses veículos ou no *hall* após e antes das catracas dos terminais e plataformas, sempre em horário de pico.

Ao mesmo tempo que a abordagem do usuário foi aleatória, a eleição dos terminais de transporte público foi programada a partir do maior volume de passageiros por hora de pico, segundo o mapa da rede metroviária e de dados da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM) e pelo plano de linhas da Hauptbahnhof de Frankfurt²²⁶.

Sobre os modais, foram observadas as particularidades de cada um deles. Em São Paulo, os ônibus estão sujeitos a engarrafamentos e duelam no trânsito lento com os carros de passeio. O metrô, em qualquer das realidades trabalhadas, está liberto dos engarrafamentos, mas assim como os ônibus e trens está sujeito a acidentes/incidentes (evacuações motivadas por alarmes de segurança, descarrilamento, atropelamentos, problemas mecânicos, falta de energia, paralisações e atrasos) como também pela superlotação que atrasa as partidas e chegadas, ocorrência não observada em Frankfurt, conforme imagens na sequência que apresentam passageiros em trânsito nas plataformas de trem, metrô e ônibus durante dias e horários típicos na rotina dessa metrópole.

²²⁶ Embora tenhamos nos baseado no Stadtplan Linienplan CityMap – HBF Frankfurt, os questionários foram aplicados exclusivamente na HBF, por ela concentrar todos os tipos de modais.



Imagem 8: Cenas corriqueiras de embarque de passageiros em trens na estação principal de Frankfurt e em ônibus nas ruas da cidade. Imagens de domínio público: Rhein-Main-Verkehrsverbund (disponível em: <<http://www.rmv.de/de/>>) e Traffiq (disponível em: <<http://www.traffiq.de/>>) . Acessos em: 9 jul. 2012.

A diferenciação dos modais brasileiros, feita por Belchior (2010), elege o ônibus coletivo como o ambiente de transporte público mais afeito a compartilhamentos e trocas de toda ordem:

De todos os meios de transporte coletivos do espaço urbano no Brasil, ele é o que reúne maior número de usuários no atravessar da cidade. Não os metrô, que pegam um atalho pelo subsolo e operam com maior rigor na entrada e saída de usuários, além de trabalharem numa viagem mais rápida e desprovida do sacolejar socializável. Não os trens, que percorrem zonas de pouca urbanidade. Não as vans, que espremem um grupo pequeno de passageiros num espaço tão pequeno quanto, desprovido de uma maior cooperação e interação entre os passageiros; lá não cabe um ir e vir. É o ônibus o lugar do conflito, da crise, das conexões. (BELCHIOR, 2010, p. 35)

É certo que por conta do componente cultural que envolve cada uma das duas metrópoles em questão, as trocas se dão de modos próprios nos distintos modais, conforme os regimes de sentido de cada lugar. Em Frankfurt, trocas fortuitas, desprovidas de afetividade, sem alaridos, de gente que circula pela cidade em viagens curtas e pontuais que não favorecem a criação de laços ou relações. Em São Paulo, de muito contágio e contato físico, de longa exposição não só ao outro como ao corpo do

outro, de disposição ao conflito (assisti durante o período de pesquisa a incontáveis discussões de passageiros entre si, no caso dos ônibus, de passageiros com cobradores e de passageiros com motoristas, motivadas quer fossem por conta de empurrões, assentos preferenciais, assédio, mal cheiro, pregações religiosas, barulho, música, quer por frenagens bruscas e por demora no percurso). Enquanto em Frankfurt, acompanhei reclamações contra ações do poder público relativas ao setor: as tarifas, condições de linhas e rigores adotados contra fumantes e outra contra os imigrantes com seus hábitos “tortuosos” que atropelam as regras locais ao impor suas próprias (formas “equivocadas” de lidar com o descarte de lixo, vozerio excessivo nas plataformas e nos vagões, pequenos furtos e golpes para viajar sem pagar).

Dentre as principais manifestações dos usuários paulistanos, por exemplo, estiveram reclamações como a de superlotação, que prolonga o tempo de espera nas plataformas dos terminais; os longos congestionamentos que fazem da ida ao trabalho ou da volta para casa uma odisséia do agora; do cansaço acumulado por toda essa espera e tempo de viagem; dos comportamentos reprováveis de companheiros de trajeto que ouvem música e falam ao celular em volume além do privado, e por aí em diante. Em Frankfurt, os incômodos se dão por conta de atrasos ocasionais, promovidos pelas constantes ampliações nas linhas e redes ferroviárias que resultam em desvios e interrupção temporária dos serviços; por ocorrências relacionadas a fatores climáticos como neve sobre trilhos, quedas de árvores e pontes; evacuações imediatas por riscos de atentado, situações estranhas e panes no sistema de ar condicionado que, no verão, provocam superaquecimento nos vagões.



Imagem 9: Superlotações não comuns em trechos da Deutsches Bahn com passagem por Frankfurt. 01. Superlotação provocada por greve dos metroviários e ferroviários em 04 de out. de 2010 na região de München²²⁷. 02. Em 13 de jul. de 2010, superlotação e horários alterados no trecho de Berlim por conta da alta temperatura nos vagões provocada por pane no ar condicionado²²⁸. 03 e 04. Imagens de 22 de abr. de 2011 de pane em trem da IC Bahn de Frankfurt/Main para Westerland²²⁹. Fotos de domínio público.

Em ambas as cidades, reclama-se da ‘falta de educação’, de ‘bom senso’ das pessoas, algo que volta e meia é relacionado pelo próprio usuário do transporte público à cultura e usos de quem habita no trajeto (se bairro de periferia há uma referência de comportamento, se bairros nobres outra). Para cada lugar há uma classificação, entre cidadãos de primeira e segunda classe. Em São Paulo foi corrente entre os entrevistados a taxação do morador da Zona Leste da cidade, inclusive entre os próprios, como o responsável pelos hábitos considerados mais reprováveis em situações de estresse dentro dos vagões e veículos. A expressão “só podia ser da ZL” repetida à exaustão nas

²²⁷ Disponível em: <<http://www.bild.de/regional/muenchen/s-bahn/fahrgast-wut-auf-lahme-s8-24069572.bild.html>>. Acesso em: 9 jul. 2012.

²²⁸ Disponível em: <<http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/nach-klimaanlagen-defekt-bahn-will-hitzegeplagte-fahrgaeste-entschaedigen-11013725.html>>. Acesso em: 9 jul. 2012.

²²⁹ Disponível em: <<http://www.trading-house.net/news/zug-ueberfuellt-bahn-zahlt-25-euro-fuers-aussteigen-22090873.html>>. Acesso em: 9 jul. 2012.

discussões entre passageiros, só ressalta os movimentos de aproximação e afastamento na metrópole, da formação de guetos e comunidades.

Lembremos mais uma vez, que estamos tratando de transportes públicos específicos, institucionalizados por planos de linhas das empresas de transporte que circulam nos horários de pico do dia. Portanto, não estamos tratando de excursões ou coletivos escolares, que carecem de outros padrões de análise.

As entrevistas obtiveram o consentimento dos entrevistados e foram executadas em dois turnos, a saber: pela manhã, entre às 7h e 10h, e no final da tarde e início da noite, das 17h às 20h.

Em São Paulo, a coleta do material, realizada em dias típicos, não feriados, duas vezes por semana, contou, num primeiro momento, com a participação de uma segunda pesquisadora, a professora universitária Galciane Neves²³⁰. Tanto em São Paulo quanto em Frankfurt, essa coleta não se deu durante situações de apagão. Mas em condições próximas, de estresse, na iminência do embarque e em seus processos ou na situação embarcada, já em deslocamento.

Em Frankfurt, a coleta se deu em dois momentos, nos meses de janeiro e novembro de 2011, por três dias consecutivos em cada uma das ocasiões, e teve a colaboração de Frank Michael Sklorz com a assistência desta pesquisadora.

Assim, as opiniões tabuladas nos gráficos em momento algum representam o usuário “geral” de celular, mas sim opiniões pontuais de um lote de usuários de celular e de transporte público em trânsito nas cidades em questão.

No tracejamento dos perfis, foram itens questionados, dentre outros: sexo; idade; escolaridade; atividade profissional; renda; domicílio; trajeto percorrido diariamente e motivações; meio de transporte utilizado habitualmente; frequência de uso e horários; hábitos e gastos relacionados ao celular.

A observação de campo e a aplicação dos questionários foram feitas a um só tempo.

O levantamento bibliográfico objetivou o desenvolvimento de uma argumentação alinhada ao aparecimento e larga expansão das mídias móveis e do uso delas de forma irrestrita. Para tanto, quanto às técnicas de coleta de dados, houve documentação indireta, quer por meio de pesquisa documental quer por pesquisas

²³⁰ Professora do curso de graduação de Comunicação e Multimeios da PUC/SP. Atuou na pesquisa como assistente na coleta de 30 dos 120 questionários validados que, após planilhamento em Excel, subsidiaram as análises expostas não apenas neste capítulo mas em toda a investigação.

bibliográficas de livros, bases eletrônicas de teses e dissertações, periódicos e textos disponíveis na internet sobre as mais relevantes investigações relacionadas a este projeto.

Nos levantamentos de campo, várias respostas de usuários indicaram outros vários caminhos de pesquisa. Alguns deles, por pura limitação e necessidade de foco da tese, ficarão reservados para um segundo momento, outros serviram para referenciar discussões expressas ao longo do texto.

Em São Paulo, a ideia inicial era de aplicar 200 questionários. O volume foi cumprido, mas com perda de 80 questionários em razão de incompletude ou imprecisão das respostas, muitas vezes derivadas da pressa dos passageiros que abandonavam a sondagem antes mesmo dela terminar. Talvez isso tenha ocorrido em tão grande escala justamente pela natureza da pesquisa que previa sua aplicação em ambientes de transporte público, ou seja, em plataformas, terminais e pontos de transporte público, com entrevistados em trânsito, em horários pouco favoráveis tanto para a coleta quanto para a oferta de dados.

Para viabilizar a investigação, o preenchimento do questionário foi feito, via de regra, pelo próprio entrevistador em razão das peculiaridades desse mesmo ambiente de pesquisa já mencionado e do fluxo de pessoas impacientes e apressadas em trânsito nesses locais. E essa conduta atestou que não há modo mais revelador do que este, em que dinâmica de pesquisa se adapta à cotidianidade.

Há de se considerar que durante o horário de pico, as estações e terminais de ônibus, trem e metrô em metrópoles como São Paulo ganham vida própria e se transformam em “terra de ninguém”, em formigueiros vivos em que o fluxo de pessoas que circulam em bloco não pede passagem e não admite o contra-fluxo ou mudanças de rota.

A título de exemplo, a partir das 17h, ramos de metrô como o da Sé e da Estação da Luz, em São Paulo, recebem uma multidão tão generosa que ondas de empurra-empurra são o que conduzem os passageiros para dentro dos vagões. Uma vez neles, é dispensável qualquer escoramento ou apoio para manter-se em pé. O justíssimo contato de corpos entre os passageiros garante o equilíbrio dos acotovelados e acotoveladores durante o trajeto e até nas paradas. Flagrantes na sequência registram momentos típicos de embarque e acomodação em vagões nas plataformas de metrô e em ônibus durante os horários de apagão ou de lentidão no deslocamento físico.



Imagem 10: Ônibus e metrô em São Paulo, em dia típico, a partir das 17h. Fonte: Banco de imagens de domínio público (Google 2009 – 2011).

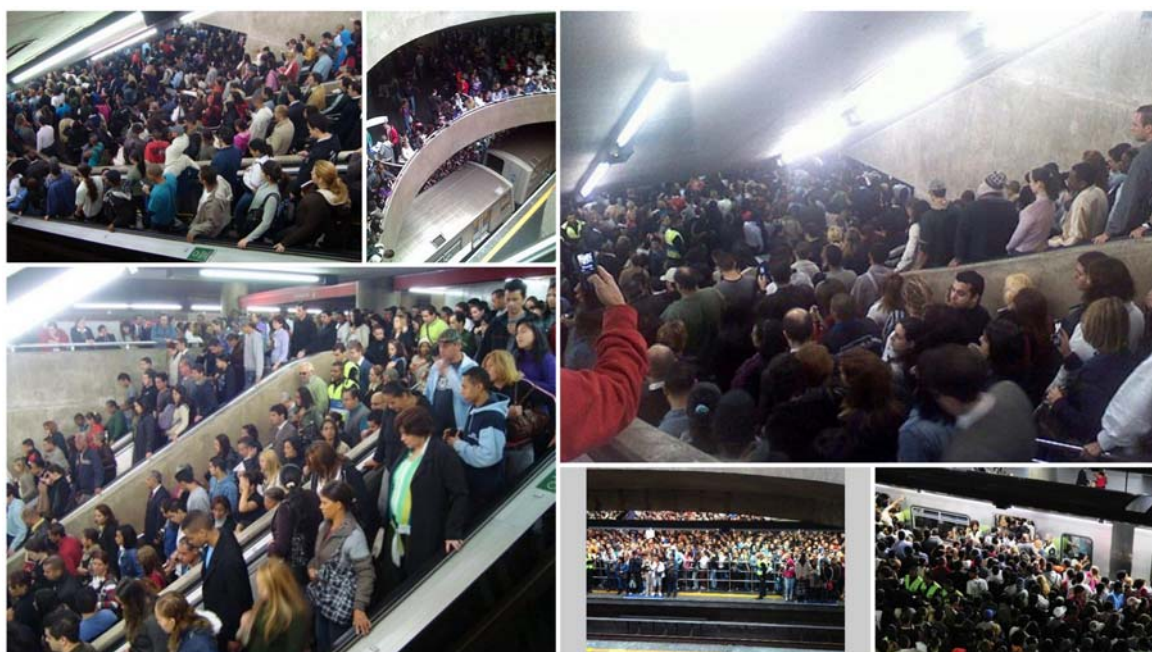


Imagem 11: Metrô de São Paulo – Estação Sé - em dia típico, a partir das 17h. Fonte: Banco de imagens de domínio público (Google 2009 – 2011).

Relata-se nesse capítulo a experiência vivencial dos indivíduos de posse de seus aparatos e sob determinadas condições.

No questionário, os usos são alegados, uma vez que algumas informações prestadas embora questionáveis, sob alguns aspectos, não têm como ser checadas.

O esquema de entrevista tem um enfoque crítico sustentado nos problemas e contingências que promovem a cultura como determinante do social, com uma técnica que se preocupa em levantar causas e efeitos da exposição desta mídia sobre o usuário e dos conteúdos partilhados. Mas por entendermos que esse enfoque é sempre limitado, incapaz de traduzir a realidade geral, muito menos global, é que enveredamos por análises e paralelos com tratamento compreensivo na busca do sentido que os usuários imprimem a essa sua ação específica no trato tecnológico.

Os dados gerados planilhados em Excel estão, assim como as perguntas realizadas, no Apêndice da versão final deste trabalho.

5.5 Os usuários

Tantas são as formas e possibilidades de intercâmbio sociocultural, que são muitas as suas denominações: difusão, assimilação, aculturação, hibridação, sincretismo, mestiçagem e outras, nas quais se buscam peculiaridades e mediações relativas ao que domina e subordina, impõe e submete, mutila e protesta, recria e transforma. A realidade, no entanto, é que sempre há mudança e transfiguração. Nada permanece original, intocável, primordial. Tudo se modifica, afina e desafina, na travessia. (IANNI, 2000)

No mundo, os Estados Unidos são um dos correspondentes do Brasil no uso do telefone celular, talvez em parte por conta de uma decisão política-tecnológica que resultou, por um período, na adoção de um mesmo padrão de transmissão/difusão celular²³¹ (DE SOUZA E SILVA, 2004a, p. 255).

Até mesmo a denominação do aparato de “telefone celular”²³² adotada não apenas no Brasil como também nos países latino-americanos²³³ obedece à nomenclatura

²³¹ Brasil e EUA usam o padrão TDMA de transmissão, enquanto a Europa usa prioritariamente o GSM (Global System Mobile).

²³² Telefone celular tem esse nome no Brasil porque aqui o sinal é transmitido via rádio, por uma rede de comunicação formada por células, que representam a área de cobertura de cada estação radiobase. Este termo deriva da topologia de uma rede de telefonia móvel: cada célula é o raio de ação de cada uma das estações base (antenas de emissão/recepção) do sistema, e o fato de elas estarem contíguas faz com que a representação da rede se assemelhe a uma colmeia.

²³³ Na esteira dos estadunidenses, os países latino-americanos de língua espanhola, das Américas Central e do Sul, nomeiam o telefone celular da mesma forma que o Brasil. Por esses lugares, o aparelho e sua

adotada lá (*cell phone*). Nesses lugares, o aparelho está associado à tecnologia (celular) de transmissão e não ao seu aspecto de mobilidade e à relação humana com o dispositivo (DE SOUZA E SILVA, 2004a), como ocorre com boa parte dos países europeus²³⁴ e asiáticos.

Exemplo é a Alemanha (assim como Finlândia e China) em que o celular chama-se *Handy*, algo equivalente a móvel e à extensão da mão. Para De Souza e Silva (2004b), o celular está para o móvel (em Portugal é telemóvel), assim como o aparelho tecnológico está para um acessório pessoal. “A mudança de nomenclatura representa o momento em que a tecnologia não é mais considerada apenas uma ferramenta, mas se torna parte da personalidade e da identidade do sujeito.” (DE SOUZA E SILVA, 2004b, p. 5).

Mas mudanças nesse ambiente de mídias móveis podem ocorrer com a padronização, já em curso, das tecnologias em todo o mundo, ainda que as formas de uso tenham mais a ver com fatores culturais e econômicos do que com a tecnologia em si.

Tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos, o custo por minuto falado na mídia móvel é alto, assim como o custo de envio de mensagens. Também por questões territoriais, uma vez que os dois países têm dimensões continentais, a linha fixa ainda é uma grande referência de uso. O celular é mais comum que os fixos em locais que, por questões infraestruturais, a rede fixa não está disponível para grande parte da população.

Sobre o uso do dispositivo em São Paulo, os telefones celulares estão relacionados a uma transformação na percepção do espaço, mas não à mudança na percepção do real. Aqui, também ao contrário do que ocorre em países asiáticos e europeus, os usuários entendem que os telefones celulares contribuem para a comunicação, mas não para a formação de redes de relacionamento. Fato compreensível, à medida que os telefones celulares no Brasil são prioritariamente utilizados para a comunicação bilateral e, mais uma vez, por conta dos altos custos de conexão móvel, ainda não são referência significativa na alimentação móvel de redes sociais como o Facebook e Flickr. Esse fato é atestado pela acachapante concentração

tecnologia são denominados mais usualmente de “celular”, “móvil”, “telefone móvel” ou “teléfono celular”.

²³⁴ Uma exceção é a Itália, onde, tal qual no Brasil, o dispositivo é chamado de “telefono cellulare”, “cellulare” ou “telefonino”.

de linhas móveis pré-pagas em detrimento das pós-pagas, que são as passíveis de conexão à internet.

Em Frankfurt, existem outros fatores específicos que contam contra o uso costumaz e prolongado de telefonia celular, por exemplo, nos transportes públicos. Ao passo que o uso dos telefones em Tóquio é muito comum “entre” atividades, ou “enquanto” se espera por ônibus e trens, em Frankfurt, pelo transporte público ser extremamente pontual, não observou-se uso prolongado.

Campanhas publicitárias da Traffiq, entidade incentivadora de mobilidade que organiza todo o transporte público na Região Metropolitana de Frankfurt (RMV – Rhein-Main-Verkehrsverbund), dão demonstração do porquê disso. Nelas, Frankfurt aparece sob o selo de “Stadt der Fahrgastfreundlichkeit” o equivalente em português a “cidade mais receptiva aos passageiros”. E esse zelo se reflete nos “10 Minuten Garantie²³⁵”, promessa de que ou você chega ao destino no horário previsto ou, se não, que seu atraso não ultrapasse 10 minutos. Se esse tempo exceder, o usuário recebe o dinheiro do passe de volta. A garantia dos 10 minutos a mais se aplica a todos os metrô, bondes e ônibus que circulam na região metropolitana de Frankfurt (Offenbach, Darmstadt, Darmstadt-Dieburg) e não cobre as viagens de longa distância da Deutsche Bahn por meio dos trens regionais (S-Bahn). Mas, ainda assim, uma medida neste sentido é impraticável na realidade do transporte público de São Paulo.

²³⁵ Cf. <https://servicepaket.rmv.de/10min/public/create_complaint.jsp>.

**Kommt gut an:
Pünktlich – voll korrekt.**

Immer auf den Punkt: Wir kümmern uns darum, dass Sie pünktlich ankommen. Und wenn das ausnahmsweise nicht klappt, haben wir die 10-Minuten-Garantie für Sie. Machen auch Sie sich ein Bild davon: www.facebook.com/fahrgastfreundlich

FRANKFURT
Stadt der Fahrgastfreundlichkeit

Imagem 12: Campanha de pontualidade “Garantia 10 minutos”. Fonte: Traffiq. Disponível em: <<http://www.traffiQ.de/sixcms/detail.php/traffiQ01.c.59590.de>>. Acesso em: 18 jul. 2012.

Portanto, em uma viagem com espera máxima de 10 minutos, limita-se o que pode ser feito nesse período: leitura, conversas despretensiosas com companheiros de viagem, contemplação da movimentação interna dos vagões, acionamentos via celular de músicas, jogos, conferências de contatos e postagens em redes sociais.

Em São Paulo, o uso de celulares no transporte público é muito popular devido, em grande medida, à demora na espera pela lotação e à viagem com término imprevisto. Nessas circunstâncias, o dispositivo preenche os espaços do “entre”, algo que poderia

ser feito com a leitura, que nesse momento é desprestigiada por falta de assento. “Balançando, com gente empurrando e em pé, não dá nem para pensar em ler.” (Bianca Soares, 21, assistente administrativo e estudante universitária)²³⁶.

Vidal (2010) fala da espera (tempo e ritmo social) na sociedade colonial. Mas muito do que diz se aplica a essa cena da metrópole de espera e lentidão e sobre a reflexão acerca de uma “territorialização da espera”.

Aceitar o desafio de entender as implicações sociais da espera convida a levar em conta, mais especificamente, as situações intermediárias, os intervalos, para perguntar-se como os tempos flutuantes podem informar sobre as modalidades de definição de identidades espaciais e sociais. (VIDAL, 2010, p. 58)

Há de alguma forma uma imanência de um sistema cultural no uso dos dispositivos tecnológicos, com a convergência de vários sistemas de signos operando de uma forma não prevista. Os sons impositivos, destrutivos, sem corpos, (SCHAFER, 1991) do celular na paisagem da cidade, por exemplo, borram o trajeto e levam à saturação sonora tão expressiva que resulta na falta de distinção das coisas do entorno, no embotamento de sentidos de que falava Simmel (1967). E será que, conforme contemporiza Baitelo (2011)²³⁷, uma vez requisitados *full time* por estímulos sonoros e visuais, não estaríamos também perdendo a capacidade de enxergar?

Exemplos estão nas respostas que lideram as questões 11 e 13 aplicadas em São Paulo. Em ambas, 34,2,3% e 40,8%, respectivamente, dos usuários de transporte público da região metropolitana de São Paulo circulam no horário de pico, seja na espera pela condução ou durante a viagem, com o reproduzidor de música ligado. “Não tem a menor graça passar esse tempo todo na lotação sem ouvir uma musiquinha. Melhor do que ficar ouvindo a música do outros” (Cleide Dantas dos Santos, 24, recepcionista, em deslocamento do metrô Tiradentes para Corinthians-Itaquera).

Nessa profusão polifônica da condução pública, principalmente a que se processa nos ônibus, essa distinção que Cleide faz entre a “música dela” e a “música dos outros” não é muito sensível. A variedade de ruídos criam uma massa sonora disforme

²³⁶ O depoimento foi colhido dentro de um ônibus da linha Tietê-Praça Ramos, embarque no terminal integrado de ônibus e metrô Tietê, na Zona Norte de São Paulo, em 16 de mar. de 2010, desembarque no centro de São Paulo.

²³⁷ O pesquisador e professor da PUC-SP Norval Baitello Jr. fez essa conjectura durante seminário internacional que organizou em São Paulo sobre emoção e imaginação, entre 30 de mar. e 1 de abr. de 2011.

ao mesmo tempo que incômoda e ubíqua que, de alguma maneira favorece o embotamento de sentidos (SIMMEL) ao deslocar o passageiro para outros planos, como se ali não estivesse. Na tentativa de negar o lugar em que está, de se transportar via música para espaços simbólicos, o usuário se protege dos sons impositivos e sem corpos (SCHAFFER) produzidos pelo outro. Ambos, o seu som e o do outro, funcionam como uma apropriação transitória do espaço público, uma privatização desse espaço, que alimenta, nesse momento, o uso criativo, de gueto da tecnologia que reproduz música e que cria experiências móveis e compartilhadas no espaço da metrópole.

5.6 São Paulo e seus percursos engarrafados

“A cidade não desperta, apenas acerta a sua posição
porque tudo se repete, são sete
e às sete explode em multidão:
Portas de aço levantam, todos parecem correr
Não correm de, correm para, para São Paulo crescer.
Vam bora, vam bora, olha a hora
Vam bora, vam bora, vam bora, vam bora
Olha a hora, vam bora, vam bora, vam bora.”
Sinfonia Paulistana (Tema de São Paulo ou Amanhecendo)
de Billy Blanco (1964-1974)²³⁸

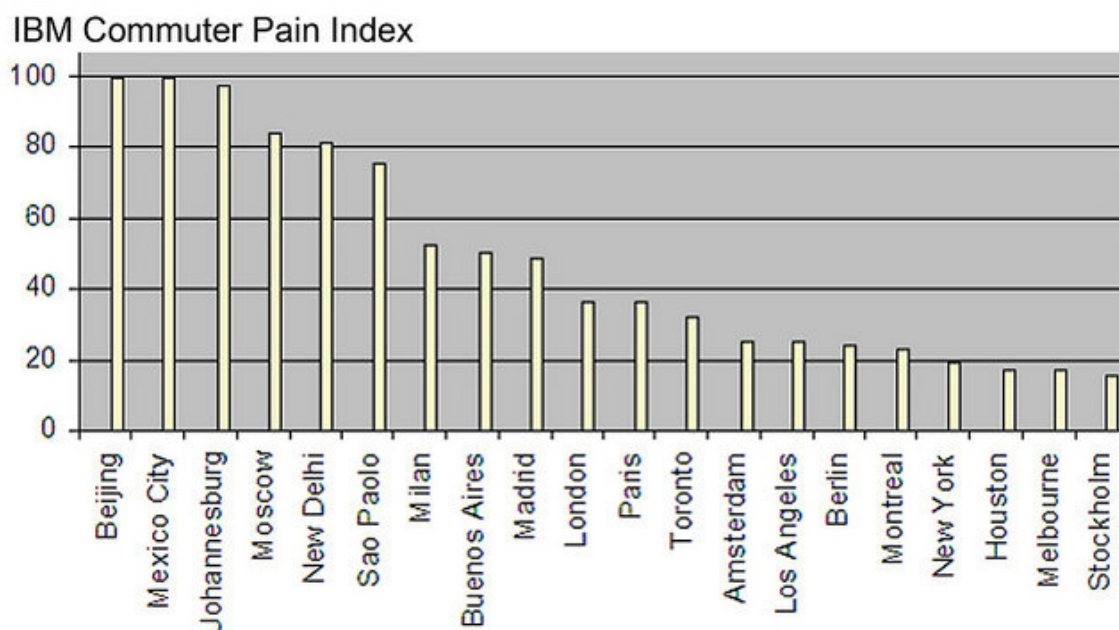
Os levantamentos não cessam. Com relativa regularidade estudos tentam cartografar os impactos comportamentais e urbanísticos provocados pela frota de veículos sempre crescente nas metrópoles. Em um deles, sustenta-se que o paulistano compromete, em média, até 2h49 minutos²³⁹ em engarrafamentos, algo que equivaleria a 11,25% de seu dia no trânsito. Para reforçar a tese, lança-se mão de sondagem da

²³⁸ Tema de São Paulo faz parte do álbum Sinfonia Paulistana, de Billy Blanco, que levou dez anos para ser concluído, entre 1964 e 1974. A faixa se celebrou em São Paulo por ser, desde 1972, a vinheta de abertura da Jornal da Manhã da rádio Jovem Pan AM. Pontualmente, nessas três décadas, a “cidade é acordada” com o tema, considerado por muitos um hino dos paulistanos. Disponível em: <<http://jovempanfm.virgula.uol.com.br/jovempan/am.php>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

²³⁹ Pesquisa divulgada em setembro de 2011 pelo Movimento Nossa São Paulo e o instituto de pesquisas Ibope. Disponível em: <<http://www.nossasaopaulo.org.br/portal/arquivos/PesquisaDiaMundialSemCarro2011.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2012.

IBM Commuter Pain²⁴⁰ na qual a cidade figura como a sexta pior cidade do mundo para se transitar.

Gráfico 5: As cidades mais engarrafadas do mundo.



Fonte: IBM Commuter Pain – 2010. Disponível em: <<http://www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/32017.wss>>. Acessado em: 29 ago. 2011.

Todos os dias, eu gasto pelo menos 3 horas a mais do que o necessário para ir e voltar do trabalho. Tudo isso por causa do trânsito. Imagina o que eu poderia fazer com esse tempo... Ficar com minha família, fazer academia, estudar. A cada dia parece que isso fica pior. (Antônio Carlos da Costa Emerenciano, 36, encarregado de obras, morador da Cidade Tiradentes - Zona Leste, que trabalha no Jaguaré - Zona Oeste)

Enquanto isso, a frota de veículos cresce na proporção do aumento do poder aquisitivo da população. Dados do Departamento Nacional de Trânsito (Denatran) indicam que, em março de 2012, a frota de veículos rodando na capital paulista ultrapassou os 6,6 milhões de unidades²⁴¹. O volume se choca com a falta de estrutura e de planejamento para acompanhar esse crescimento. A frota de veículos aumenta, mas não a infraestrutura viária da capital.

²⁴⁰ A pesquisa levou em conta dez aspectos, dentre os quais: locomoção; tempo preso no trânsito; preço do combustível; estresse; sentimento de raiva no trânsito; se o tráfego afeta o trabalho; desistência da viagem devido ao tráfego. Disponível em: <http://www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/32017.wss?re=traffic_copy>. Acesso em: 21 jul. 2011.

²⁴¹ Cf. Denatran. Disponível em: <<http://www.denatran.gov.br/frota.htm>>. Acesso em: 7 abr. 2012.

A escolha de São Paulo como *corpus* de pesquisa não foi por acaso ou conveniência. A cidade, fundada em 1554, é certamente no Brasil uma grande representação do que venha a ser o país em todas as suas singularidades, representações e fragmentos.

[...] cidade sem forma, sem alma, sem memória, São Paulo aparentemente não foi pensada ou, pelo menos, não foi pensada para que pensássemos nela. São Paulo é uma combinação inédita que não tem equivalente em nenhum lugar do mundo e que não se pode reduzir ao que os antropólogos conhecem sobre as sociedades greco-latinas e anglo-saxãs, ou ainda, sobre os aspectos germânicos, italianos, nordestinos, japoneses ou poloneses que compõem a sociedade paulistana. Essa mistura – que integra elementos esparsos, mas também os diferencia e hierarquiza – está longe de ser concluída. Está em perpétua recomposição. (LAPLANTINE, 1993, p. 25)

Centro mestiço e exponencialmente barroco²⁴², São Paulo é *over* em vários sentidos. É a sexta maior cidade²⁴³ do planeta e sua região metropolitana, com 19.889.559 habitantes²⁴⁴, é a sexta maior aglomeração urbana do mundo.

Principal centro financeiro, corporativo e mercantil da América Latina, é a maior cidade do Brasil, da América do Sul e do Hemisfério Sul. Numa bricolagem, São Paulo aglutina inúmeras origens, do Brasil mestiço composto por gente de todas as regiões, a outros brasis que se orgulham de serem produtos de ascendências plurais e ternárias (LAPLANTINE, 1993), quer sejam, inicialmente, africanas, europeias, indígenas e mais tarde também árabes e asiáticas.

E nesse rizoma²⁴⁵, aqui, como em Deleuze, relativo a direções movediças, emaranhado, espalhamento, proliferação, múltiplas conexões sem centro e sem hierarquia, a cidade flui e se esgueira por buzinas, viadutos, pontes, vias expressas e marginais, corredores de ônibus, túneis de metrô e trilhos de trem para dar destino a

²⁴² Barroco aqui como elemento alógeno em superabundância (Sarduy), relativo ao movimento das multidões desenvolvido na América Latina no sentido da incorporação do outro. Aqui na América Latina se dá mais como um fenômeno de permanência que de ressurgência, segundo informou Pinheiro diversas vezes em reuniões de orientação.

²⁴³ Isoladamente, São Paulo tem 10.659.386 habitantes, segundo dados do Censo do IBGE 2010, divulgado em 4 nov. 2010.

²⁴⁴ Dado expresso pela Emplasa (Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano SA) a partir da somatória de habitantes da cidade de São Paulo e das 38 cidades que compõem a região metropolitana de São Paulo. Ver: <<http://www.emplasa.sp.gov.br/portalemplasa/infometropolitana/rmsp/rmsp.asp>>.

²⁴⁵ Rizoma (Deleuze) tem de ver com os plurais, de um mundo e realidade fragmentados, despreocupados com a instauração de falsas totalidades, segmentadas e não únicas.

toda uma massa de gente que se recolhe e se reapresenta diuturnamente nela ou em uma das 38 cidades satélite²⁴⁶ que a rodeiam.

Antes, no entanto, é preciso considerar que São Paulo, como cidade latino-americana, diferentemente das cidades europeias, seguiu outra forma de organização não apenas no espaço, mas de pensamento. Entender dessa maneira permite proceder, como afirma Boaventura de Sousa Santos (2006, p. 69), a uma reinvenção do passado que legitima outras culturas libertando-as de uma propalada superioridade anteriormente atribuída à cultura europeia.

Portanto, quando Bauman fala de fluidez, liquidez, modernidade líquida ou pós-modernidade, ele trata da inconstância, da mobilidade, do movimento, metáfora para caracterizar a sociedade atual dada sua incapacidade de manter uma forma. Nesse contexto, há de se contemporizar, escorando-se em Boaventura, de que Bauman fala a partir de um entendimento centro-europeu e de uma vivência de modernidade que aqui se deu como reprodução superficial e não como paradigma de organização do pensamento. A essa mistura de escalas e tempos que se observa na América Latina, da qual emergem códigos barrocos, Boaventura chama de mestiçagem cultural. Como em Latour, que alertava que na América Latina a natureza não se desenroscou da cultura. Por isso, o barroco de cá seria derivado dos objetos da cultura e das paisagens.

O sociólogo que estuda o Brasil não sabe mais que sistema de conceitos utilizar. Todas as noções que aprendeu nos países europeus e norte-americanos não valem aqui. O antigo mistura-se com o novo. As épocas históricas emaranham-se umas nas outras. Os mesmos termos como “classe social” ou “dialética histórica” não têm o mesmo significado, não recobrem as mesmas realidades concretas. Seria necessário, em lugar de conceitos rígidos, descobrir noções de certo modo líquidas, capazes de descrever fenômenos de fusão, de ebulição, de interpenetração; noções que se modelariam conforme uma realidade viva, em perpétua transformação. (BASTIDE, 1959, p. 55)

²⁴⁶ São estes os 39 municípios que formam a maior região metropolitana do país: Arujá, Barueri, Biritiba-Mirim, Caieiras, Cajamar, Carapicuíba, Cotia, Diadema, Embu, Embu-Guaçu, Ferraz de Vasconcelos, Francisco Morato, Franco da Rocha, Guararema, Guarulhos, Itapeverica da Serra, Itapevi, Itaquaquecetuba, Jandira, Jquitiba, Mairiporã, Mauá, Mogi das Cruzes, Osasco, Pirapora do Bom Jesus, Poá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Salesópolis, Santa Isabel, Santana de Parnaíba, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, São Lourenço da Serra, São Paulo, Suzano, Taboão da Serra, Vargem Grande Paulista.

No caso de São Paulo em particular, a rejeição ao transporte público diminui na medida em que aumentam os congestionamentos nas ruas. A condição de metrópole de São Paulo, de cidade central, principal, há décadas com mais de 1 milhão de habitantes, em meio a outras 38 cidades-satélites, antecede à sua condição de região metropolitana, ato político de 1973 que fez dela e de suas vizinhas uma massa física e topograficamente disforme que avança em todas as direções de maneira quase indissociável. Uma metrópole que mantém vínculos através do fluxo de pessoas (principalmente trabalhadores no seu movimento pendular diário) e da influência econômica sobre a região e até mesmo sobre o país.

A expansão do metrô também não representa uma potencial melhoria. Especialistas em engenharia de tráfego defendem que o projeto Expansão SP do metrô terá impacto pouco significativo na diminuição da densidade de passageiros. Isso porque existe a previsão, realizada pelo próprio Expansão SP, de que a demanda aumente em 55% nos próximos anos.

O metrô de São Paulo já é um dos mais densos do mundo, e conta hoje com 11,6 milhões de usuários transportados anualmente por quilômetro de linha²⁴⁷.

5.7 O telefone celular no(s) transporte(s) público(s) de São Paulo

De partida, esta sondagem começou por questionamentos sobre a situação socioeconômica dos entrevistados, tais como faixa etária, domicílio, renda mensal e ocupação, informações que poderiam ser dispensadas, mas que no nosso entendimento dão um viés de qualidade e confiabilidade ao levantamento tanto para quem o faz quanto para quem o responde. O fato de existir o “não quero responder” no questionário canalizou várias respostas para este campo.

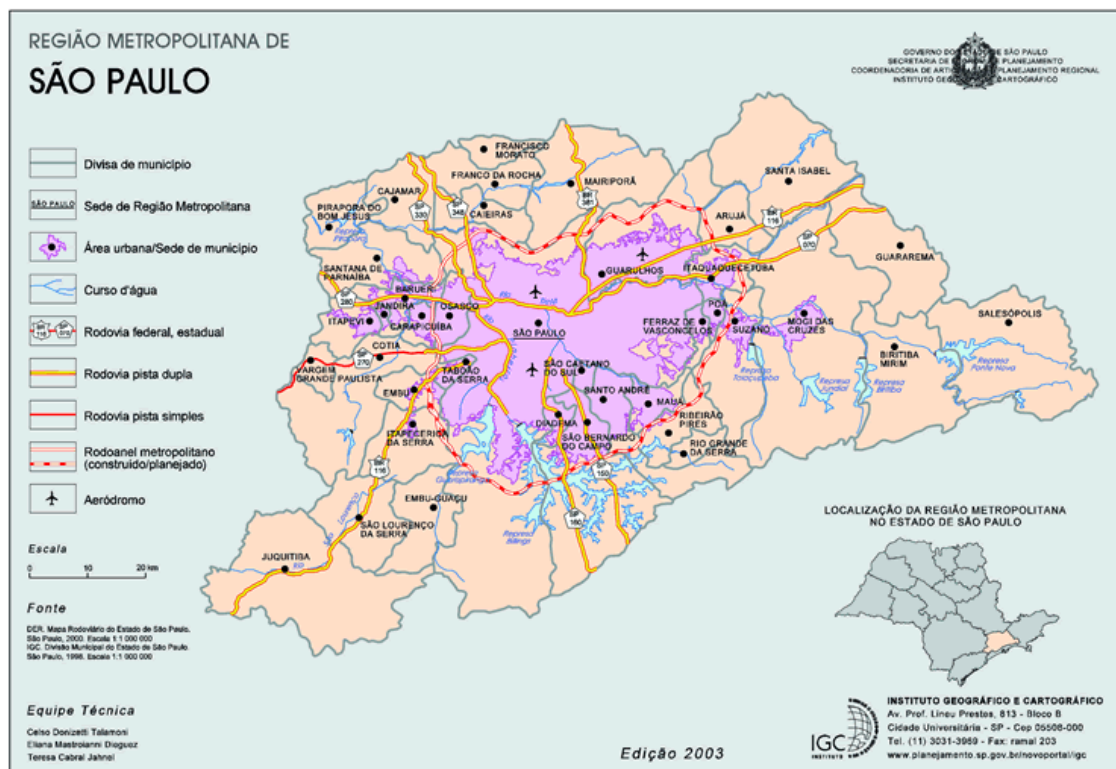
De acordo com o levantamento em questão, 72,44% dos 120 entrevistados têm assinatura pré-paga de telefone celular contra 27,56% de pós, um número que difere do nacional, atualmente composto de 81,79% de linhas pré e 18,21% de pós, mas que ainda assim só confirma que o volume de linhas de celulares na cidade, formado em sua grande maioria por celulares à base de crédito, se escora sobre o outro 1/3 de linhas pós-

²⁴⁷ Dado largamente divulgado na imprensa nacional. Disponível em: <<http://www.abril.com.br/noticias/brasil/expansao-metro-sp-nao-acabara-superlotacao-dizem-especialistas-565081.shtml>>. Acesso em: 4 ago. 2011.

pagas que, como dito anteriormente, junto com as linhas fixas de telefonia, financia o serviço móvel para os donos de celular “pai-de-santo”. E como se dá esse financiamento? As operadoras sustentam que o sistema não sobrevive se não sobretaxar quem pode pagar pela ligação, afinal os pré-pagos utilizam a estrutura das operadoras (que seria sustentada pelos pós-pagos) consumindo produtos de pouca monta financeira, tais como pacotes de mensagens, de *ringtones*, de jogos e aplicativos e *quizzes* (gincanas eletrônicas), mas, como são a grande maioria dos acessos móveis, representam um potencial que, por estratégias de mercado, se mostra promissor num futuro próximo. Portanto, de alguma forma, no Brasil, e em particular em São Paulo, esse desequilíbrio do sistema evidencia os relevos e desigualdades sociais, ao mesmo tempo que indica um curioso modo de “distribuição de renda” e democratização de acesso, via distribuição de ônus.

Os entrevistados são relativamente jovens. A faixa etária que concentrou maior índice foi a compreendida entre 20 e 35 anos, com 64,17% dos entrevistados. Desse total, 42,5% têm ensino médio, 31,67% ensino superior e 20% ensino fundamental. Um único entrevistado se declarou analfabeto. Há de se considerar que o número de pessoas com nível superior deve ser ponderado, uma vez que, em muitos casos, por estarem num curso superior em andamento, houve entrevistados que se negaram a ser enquadrados como ensino médio. Aliás, três questionamentos requisitam relativo zelo na análise. O primeiro sobre escolaridade, o segundo sobre rendimentos mensais e o terceiro sobre domicílio. Sobre esse último, os usuários demonstraram ignorar a diferença entre viver em um dos 38 municípios da região metropolitana e no interior do Estado, talvez induzidos pelas opções de resposta que eram *capital*, *região metropolitana*, *interior*, *outros*. Na dúvida sobre o que viria a ser *região metropolitana*, muitos entrevistados responderam *interior*. Como isso foi percebido na aplicação dos 30 primeiros questionários-piloto, quando da aplicação do questionário definitivo, uma tabela, contendo um mapa (próxima figura) com todos os municípios que compõem a Grande São Paulo foi apensado aos formulários, de forma a orientar a pesquisadora quando o personagem informava seu domicílio fora da capital. A relevância de se saber onde o entrevistado vive pretendeu alimentar uma pretensa cartografia da atividade desenvolvida por este usuário durante o tempo de viagem. Levantar se os gostos e usos dos aparatos de alguma forma são reincidentes ou equivalentes, o que não se mostrou possível de ser retratado nesse momento.

Imagem 13: Mapa Região Metropolitana de São Paulo apresentado aos entrevistados que demonstraram dúvida sobre sua origem e destino.



Fonte: Instituto Geográfico e Cartográfico. Disponível em:
<http://www.igc.sp.gov.br/produtos/mapas_ra.aspx?>. Acesso em: 5 out. 2010.

Assim, ao final, apenas em 2,5% dos casos a resposta *interior* era adequada. Dos entrevistados, 59,17% vivem na capital e 38,33% em um dos municípios da Região Metropolitana de São Paulo.

A questão 6, sobre renda pessoal, revelou um aparente desconforto por parte dos entrevistados, principalmente quando o procedimento de sondagem tinha espectadores, ou seja, passageiros/usuários de transporte público urbano coletivos atentos às informações fornecidas. Em razão disso, é bem possível que seus resultados não retratem verdadeiramente a real condição financeira de quem a respondeu. Segundo as estatísticas, a maioria dos entrevistados, em torno de 70,6 %, recebem de R\$ 600 a R\$ 2000 (questão 06). E essa questão retoma alguns aspectos que permeiam todo o levantamento, dos relacionados à distribuição de renda e de dívida, que o pré-pago acaba por realizar, até os conceitos de objeto-signo (Baudrillard) e de fetiche de consumo (Marx).

Vejamos: podemos retomar a ideia de consumo fetichizado e de objeto-signo ao considerar que 70,6 % do público que dispõe de celular em São Paulo recebe até R\$

2000/mês. Da amostra, a maioria (76,7%) tem pré-pago (questão 16) e, por conta desse modelo de acesso, 70,8% (questão 17) dos entrevistados disseram gastar entre R\$ 20 e R\$ 50/mês em créditos em uma linha (60,5%) ou em duas (31,9%) - questão 19.

Esses dados demonstram que o “consumo de celulares” com tantas limitações de uso (baixa injeção de crédito) só se dá por conta do caráter fetichizado do aparato, caracterizado como objeto-signo, aquilo que vale mais como promessa simbólica do que por sua potência efetiva, funcional.

Do mesmo modo, se escorando nessas categorias teóricas, cabem os 56,7% dos usuários que, ainda sob essas condições de uso, têm ou tiveram de 1 a 4 aparelhos (questão 21) nos últimos nove anos (34,2%) e os 5% donos de iPhone (questão 23), apesar desse aparelho custar no Brasil entre R\$ 1.599 e R\$ 2.599. Mais que isso, é relevante olhar para os 18,3% que o classificaram como desejo de consumo (questão 2).

Ainda sobre as respostas a essa pergunta (26), a única aberta do questionário, as menções mais comuns foram por celulares com mais recursos (26,67%) e que dão *status*. Quando incitados a indicarem que recursos seriam esses, 58,87% dos entrevistados disseram que aparelhos telefônicos como iPhone, Nokia Série N 95 e LG Cookie têm recursos interessantes (e portanto, desejáveis), como *tevé digital*, toque de tela (*touch screen*), celular de 4 chips, MP12, GPS e Sistema Operacional Android²⁴⁸.

Na 23, que trata da marca do fabricante do celular portado pelo usuário, houve quem admitisse que usa aparelhos genéricos, como o *Hi-Phone* e *MyPhone* (*fake*, segundo os próprios entrevistados), feitos na China e na Coreia do Sul como reproduções do iPhone, o *smartphone* mais popular em todo o mundo. Aliás, muitos relacionaram acesso à internet com o aparelho iPhone da Apple.

Os usuários que se disseram clientes da operadora Nextel²⁴⁹, no padrão telefonia via radiofrequência, informaram que só o utilizam porque o receberam da empresa para a qual prestam serviço, portanto o aparelho com tal tecnologia não é de escolha própria, mas sim uma cedência ou imposição do empregador.

Na mesma pergunta, a resposta mais bem posicionada foi a *outras respostas*, com 34,17%. Dentre estas outras respostas listadas estavam a de que só portam celulares desta marca porque: 1. o aparelho foi ganho de presente; 2. foi ganho em

²⁴⁸ Desenvolvido pelo Google, é um sistema operacional móvel que roda sobre o Linux, ainda que essa operação aparente variações do original. Vários modelos de celulares operam com essa tecnologia. Disponível em: <<http://www.android.com/devices/>>. Acesso em: 6 abr. 2012.

²⁴⁹ Inicialmente, no Brasil, a tecnologia rádio Nextel era mais popular no meio corporativo, por empresas, em razão dos custos do plano de até 3 vezes menos que um plano de celular comum, por isso sua larga utilização atual, inclusive por adolescentes.

promoção de bônus; 3. por que é o mais barato do mercado; 4. ou porque tem uma bateria de longa duração. Os das marcas Motorola (29,17%) e Nokia (25,83%) são os aparelhos mais comuns.

Cerca de 40% dos 78,33% que indicaram a funcionalidade “fazer e receber ligações” como a principal e mais utilizada, admitiram que recebem mais do que fazem ligações em razão dos altos custos das tarifas telefônicas.

Sobre gasto mensal com telefonia pré-paga móvel (questão 17), a maioria, 70,8% dos usuários, que admitiu gastar por mês entre R\$ 20 e R\$ 50 com créditos telefônicos disse que a aquisição de novos chips (linhas) é a saída que muitos encontram (31,67%) para amplificar potenciais bônus de operadoras concorrentes e assim, ao falar ou enviar mensagens sem a dependência imperiosa por recarga de créditos, se manter acessável pelo maior tempo possível.

A pesquisa de campo se manteve dentro das previsões do cronograma. As abordagens nos terminais Vila Madalena, Barra Funda, Sé e Tiradentes foram as mais bem sucedidas, dentre toda a base pesquisada²⁵⁰, pois, além de apresentarem menor número de rejeições por parte dos usuários, possibilitou várias coletas em um mesmo dia em razão das longas filas para o embarque nas plataformas de ônibus e metrô.

²⁵⁰ Em São Paulo, as respostas aos questionários aqui apresentados foram colhidas nas Linhas Linha 1 Azul (Tucuruvi – Jabaquara); Linha 2 Verde (Vila Madalena – Sacomã); Linha 3 Vermelha, (Palmeiras/Barra Funda – Corinthians/Itaquera); Linha 4 Amarela (Paulista – Faria Lima); Linha 5 Lilás (Capão Redondo – Largo Treze).

Imagem 14: Mapa do transporte metropolitano de São Paulo. Ambientes (ver marcação) em que houve coleta de dados.



Fonte: Metrô SP e CPTM. Disponível em: <<http://www.metro.sp.gov.br/pdf/mapa-da-rede-metro.pdf>>. Acessado em: 5 out. 2010.

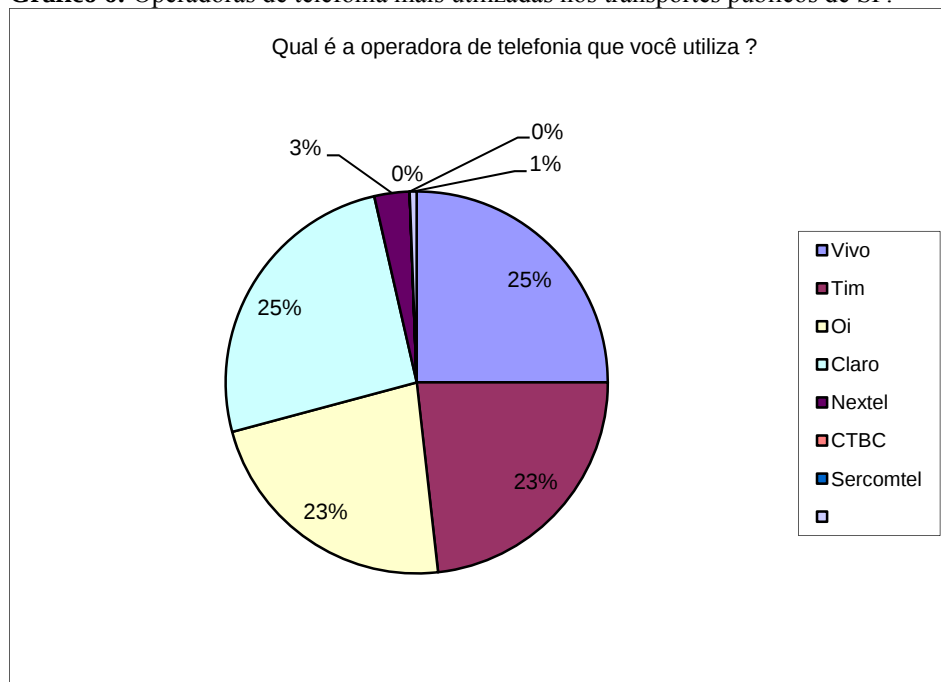
Observou-se que, no horário de pico, fatores como espera, filas e empurra-empurra, associados à falta de assentos e de espaço de circulação nas plataformas, impedem o uso de outras mídias móveis que não o celular, quer seja por conta de toda a ergonomia e portabilidade do aparelho, quer seja por questões de segurança²⁵¹. A leitura, como bem observado por grande número de passageiros, está condicionada a um assento. Se o passageiro viaja de pé, a prática se dificulta consideravelmente. Não estamos sustentando que não há leitores nos modais paulistanos, o que não é verdadeiro. O que não se observa são leitores em volume significativo nas situações de superlotação. Em contraponto, ainda que haja superlotação, há quem aproveite do

²⁵¹ Segundo texto da matéria, publicada em jul. de 2011, “as estações da CPTM e Metrô de São Paulo registram, por dia, até nove casos de roubos ou furtos. Os ladrões aproveitam principalmente os horários de pico para levar celulares e até o cartão do Bilhete Único. Em cinco meses, foram quase 1.400 casos”. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2011/07/cptm-e-metro-registram-ate-nove-casos-de-roubos-ou-furtos-por-dia.html>>. Acesso em: 2 set. 2011.

“engessamento” para falar ao telefone, enviar SMS ou utilizá-lo como reproduutor de músicas e de jogos.

Na pesquisa de campo feita em São Paulo os usuários de telefonia celular disseram-se clientes de cinco²⁵² operadoras de telefonia celular. São elas, por volume de citações: Claro 25,6%; Vivo 25%; Tim 23,2%; Oi 22,6%; Nextel 3%.

Gráfico 6: Operadoras de telefonia mais utilizadas nos transportes públicos de SP.



Fonte: a autora.

A cada três pessoas abordadas, em média uma se negou a responder o questionário alegando: 1. compromissos; 2. pressa; 3. falta de vontade; 4. desconfiança, dúvida ou temor a respeito do uso final do questionário; 4. falta de compreensão ou identificação com o assunto: “pesquisa de doutorado sobre uso de tecnologias móveis, como assim?!”.

Na Praça da Sé, por exemplo, a pesquisadora foi convidada por seguranças em duas ocasiões diferentes a se retirar do local por não portar autorização da Central de Pesquisas. Sucessivas tentativas de se obter autorização formal, inclusive com pedido escrito para o setor indicado, foram esvaziadas por técnicos do setor de imprensa do Metrô que alertaram sobre normativas contrárias a pesquisas que não as feitas pelo

²⁵² Há ainda outras operadoras como a Aeiou, Sercomtel, CTBC, que não foram mencionadas pelos entrevistados.

próprio órgão e também da inexistência de “jurisprudência” que respaldasse autorizações nesse sentido.

Enquanto, em São Paulo, grande parte dos entrevistados vive ou mora em uma das 39 cidades da região metropolitana e fazem esse trajeto diariamente de casa para o trabalho e/ou para a escola/universidade, em Frankfurt, a absoluta maioria dos entrevistados estava na cidade em viagem de negócios, por conta de compromissos profissionais pontuais, ou em turismo, utilizando a cidade como entreposto para outro destino. Não só o uso do dispositivo celular é diferente por conta de toda a engenharia dos terminais e das lotações, como também os usuários desempenham outros usos do transporte público, com objetivos diferentes daqueles constatados em São Paulo.

5.8 Frankfurt: a metrópole desobstruída

De caráter nômade, a ideia do uso de telefone celular especificamente em apagões de deslocamento, aquele período do horário de pico em que o trânsito se arrasta e compromete a fruição da cidade, não se aplica na mesma medida a Frankfurt e suas imediações como se aplica a São Paulo e região metropolitana.

A exemplo de todas as grandes cidades alemãs, como dito anteriormente, Frankfurt não apresenta lentidão significativa nos transportes públicos durante qualquer horário de deslocamento. Aqui não estamos dizendo que não há engarrafamentos no trânsito da cidade, mas apenas que esse pico não transtorna a rede pública de transporte e seus usuários no grau que se constata em São Paulo.

Assim sendo, o uso da telefonia móvel no transporte público de lá se dá em condições outras das que se processa aqui. Portanto, a pesquisa em questão procura entender como se dão os fluxos de movimento na “oral, ambivalente e nômade”²⁵³ São Paulo e na “escrita, racional e cartesiana”²⁵⁴ Frankfurt.

Quando nossas realidades que tendem muito mais à complexidade - senão ao caos - entram em contato com essas referências trazidas de fora, é natural que surjam descompassos. A tendência é o surgimento de um novo domínio de informação relevante para a sociedade, e ninguém está debatendo sobre como essa informação vai circular. [...] A cidade, enquanto tecnologia de organização de informação, é usada frequentemente como instrumento de manutenção das relações de poder. (FONSECA, 2011, p. 35)

²⁵³ Laplantine (1993) desenvolve em seu texto uma categorização básica que distingue socioculturalmente o Novo do Velho Mundo: o primeiro curvilíneo, fluído, impreciso, de misturas, e o segundo planejado, previsível, gráfico, marcado por uma lógica cartesiana.

²⁵⁴ Idem.

Frankfurt²⁵⁵, na Alemanha²⁵⁶, é considerada o centro financeiro da Europa e a menor metrópole do mundo, com seus estimados 670 mil habitantes, um número que se multiplica nove vezes quando são contabilizados os habitantes de seu entorno, cerca de 5,5 milhões²⁵⁷. Sua região metropolitana²⁵⁸ é a terceira maior do país²⁵⁹, atrás apenas da Rhein-Ruhr e de Berlim/Brandemburg. Via transporte público, dados locais do Poder Público são de que diariamente 300 mil pessoas migram para Frankfurt ao dia para trabalho, serviços ou lazer, circulando em seus mais de 600 veículos/dia em uso.

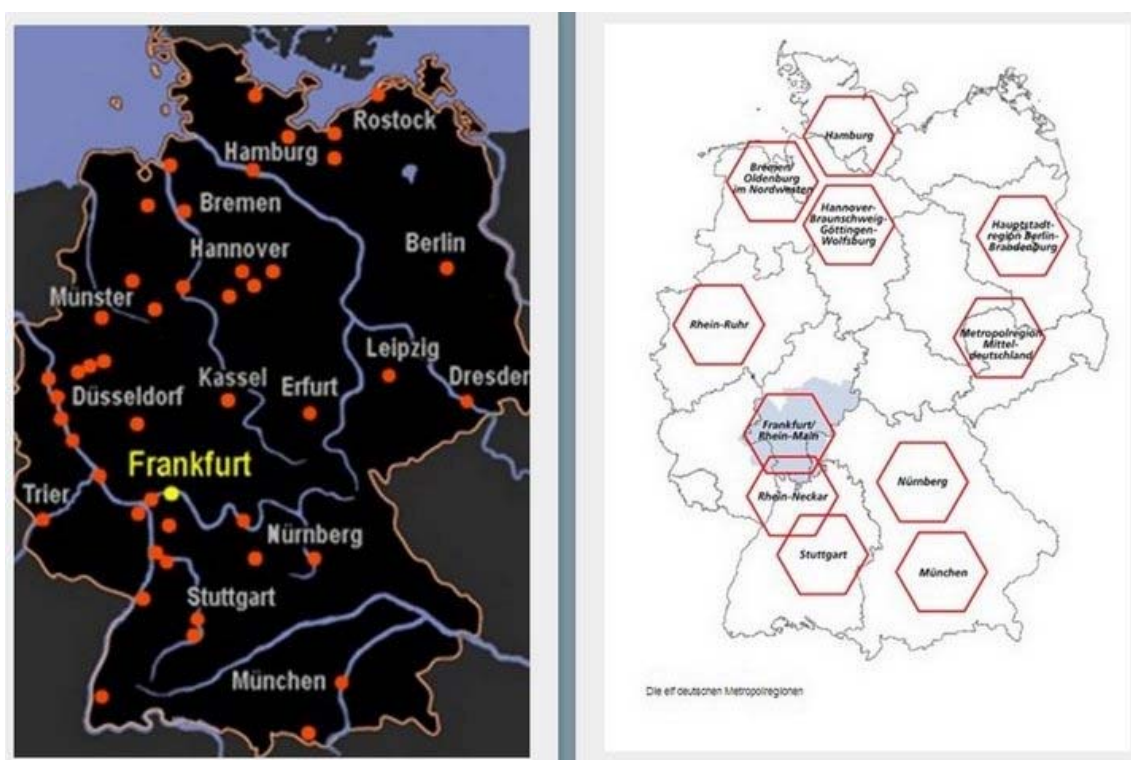


Imagem 15: Mapa geral das principais cidades alemãs (imagem à esquerda) e das regiões metropolitanas do país (imagem à direita). Fonte: Wissensportal FrankfurtRheinMain. Disponível em: <<http://www.wissensportal-frankfurtrheinmain.de/index.cfm?siteid=73>>. Acesso em: 13 dez. 2010.

²⁵⁵ Frankfurt é uma das cinco cidades independentes do estado de Hesse (Kreisfreie Stadt ou *Stadtkreise*). Embora seja a cidade mais relevante do estado, sua capital é Wiesbaden.

²⁵⁶ A Alemanha é a maior economia europeia, tem a maior população da União Europeia, assim como o seu idioma é o mais falado do continente. Lá vive a terceira maior população de migrantes internacionais em todo o mundo.

²⁵⁷ Dados do poder público de Frankfurt, relativos à região metropolitana da qual a metrópole faz parte. Disponíveis em: <http://www.frankfurt.de/sixcms/detail.php?id=stadtfrankfurt_eval01.c.125162.pt>. Acesso em: 16 maio 2011.

²⁵⁸ A região metropolitana de Frankfurt é formada pelas cidades de Frankfurt am Main, Wiesbaden, Mainz, Darmstadt, Offenbach am Main, Hanau, Rüsselsheim, Bad Homburg, Aschaffenburg, Marburg, Gießen, Limburg an der Lahn, Fulda e Wetzlar. Disponível em: <www.deutsche-metropolregionen.org>. Acesso em: 12 fev. 2011.

²⁵⁹ Dados da Wikipédia. Disponíveis em: <<http://de.wikipedia.org/wiki/Metropolregion>>. Acesso em: 16 maio 2011.



Imagem 16: Mapa da região metropolitana de Frankfurt. Fonte: Região Metropolitana de Frankfurt RheinMain. Disponível em: <<http://www.region-frankfurt.de/index.php?NavID=2005.164&La=1>>. Acesso em: 8 abr. 2012.

Fundada no século I pelos romanos, é a maior cidade do estado alemão de Hesse e a quinta maior cidade da Alemanha. A localização central, a exitosa infraestrutura com o maior aeroporto do continente, a concentração de 365 mil empresas, fazem de Frankfurt um relevante entreposto cultural, econômico e tecnológico, dentre outros, para o mundo.

Assim como São Paulo, a cidade se orgulha de ostentar o título de plural, no caso em questão, de cidade mais internacional da Europa, de ser cosmopolitana ao reunir pessoas, línguas, hábitos e costumes de todo o globo.

Dados do poder público²⁶⁰ sustentam que um a cada três habitantes de Frankfurt não possuem o passaporte alemão²⁶¹.

A cidade foi incluída nesta pesquisa não só pela sua relevância político-econômica, mas principalmente por recrutar afetos. De 2008 até hoje, quando esta pesquisa foi iniciada, fiz oito incursões a ela. Na época, Frankfurt, assim como São Paulo, apresentou-se como palco representativo de apropriações e traduções da adoção de uma tecnologia massiva como o celular, por conta de seu (também) peculiar perfil sociocultural. As apropriações da tecnologia se davam de modos diversos daqueles encontrados em São Paulo.

A metrópole conta com uma ramificada e eficiente estação central de trens: a Hauptbahnhof (HBF). Com estimativas que giram entre 300 e 350 mil passageiros diários, a estação da Deutsche Bahn (DB) é, em termos de tráfego, a segunda maior estação da Alemanha e uma das maiores estações da Europa, que integra o transporte público urbano e suburbano, oferecido pelo Metrô de Frankfurt (U-Bahn) e S-Bahn Reno-Meno (trens locais) e também por ônibus. Há ainda os trens regionais (Regionalbahn e Regional-Express) com conexões econômicas, também integráveis.

O sistema ferroviário alemão é dos mais pontuais do mundo, com horários obedecidos à risca. Os nacionais são o ICE (*InterCityExpress*)²⁶², o EC (EuroCity) e o IC (InterCity)²⁶³ e os internacionais Auto Expresso e City Night Line.

Reforçar o aspecto de pontualidade e eficiência no transporte público de Frankfurt, conforme atestado anteriormente pela campanha “10 Minuten Garantie” tem suas motivações, uma vez que essas duas qualidades impõem ao deslocamento outros caminhos dos observados em São Paulo.

²⁶⁰ Dados do poder público local. Cf.: <www.frankfurt.de>.

²⁶¹ Segundo dados de setembro de 2011 da prefeitura de Frankfurt, 24,6% dos habitantes da cidade são estrangeiros. Disponível em: <http://www.frankfurt.de/sixcms/media.php/678/33_Einwohner_3Quartal2011.pdf>. Acesso em: 20 maio 2012.

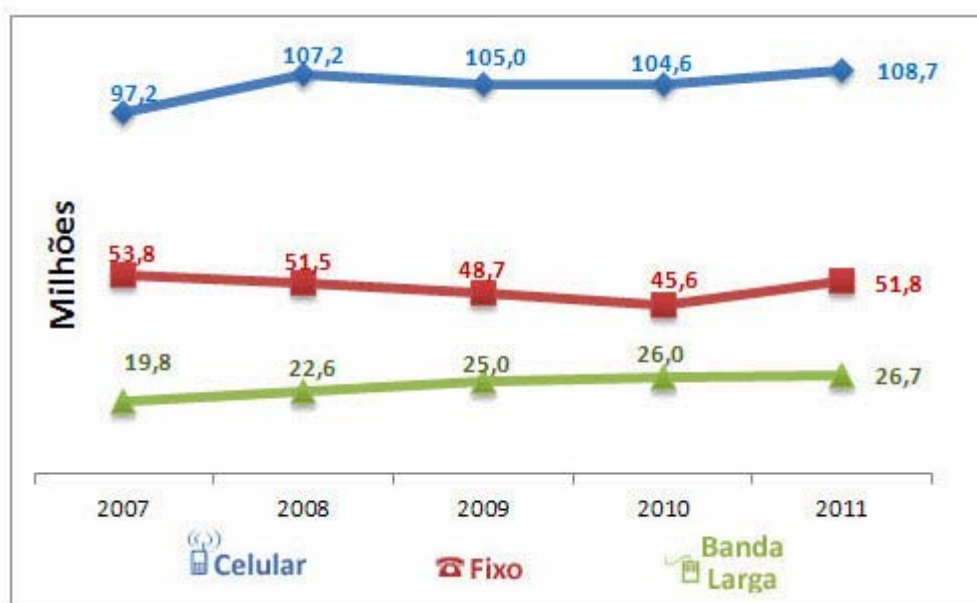
²⁶² ICE é a categoria de serviços mais avançados da Deutsche Bahn e atende às principais cidades alemãs, bem como destinos em países vizinhos. Por conta de sua velocidade máxima, que pode variar de 160 km/h a 300 km/h, é conhecido como trem-bala alemão. As conexões são oferecidas em cada intervalo de 30 minutos, a cada hora, ou de duas em duas horas.

²⁶³ Informações oficiais da concessionária de transporte público coletivo. Disponível em: <www.bahn.de>.

5.9 Telefones celulares no transporte público de Frankfurt

Assim como ocorre no Brasil e em São Paulo, a quantidade de telefones celulares na União Europeia é superior à população total do bloco, com uma taxa de penetração de 119%, (no Brasil é de 129% e em São Paulo é de 147,81%). Apenas na Alemanha, segundo dados da UIT expostos em gráfico abaixo, atualmente estão em circulação no país 108 milhões de linhas, um volume 11,5% superior ao de quatro anos atrás (2007), o que representa uma concentração de 132,3 celulares/100 habitantes.

Gráfico 7: Evolução no número de telefones fixos e móveis na Alemanha nos últimos 4 anos.



Fonte primária: UIT e Reg TP (The Regulatory Authority for Telecommunications and Posts). Disponível em: <<http://teleco.com.br/pais/alemanha.asp>>. Acesso em: 11 jul. 2012.

Para a comodidade dessa clientela, o setor responsável pela área oferece aos usuários de transporte público um portal móvel para celular²⁶⁴ que reúne informações sobre horários e sobre pontos de ônibus nas proximidades. Via celular pode-se comprar o bilhete e, sem imprimi-lo, apresentá-lo pela tela do dispositivo.

No entanto, o investimento em pesquisa no setor não corresponde ao número de usuários. Os Estados Unidos e o Japão ainda lideram as pesquisas científicas nas áreas

²⁶⁴ Cf. RMV Handy. Disponível em: <http://www.rmv.de/de/Fahrplanauskunft/Fahrplaene/Fahrplaene_fuer_Handy_und_Co/31094/HandyPortal.html>. Acesso em: 17 jul. 2012.

de tecnologia da informação e comunicação e a União Europeia vem em terceiro lugar (DE SOUZA E SILVA, 2004a).

O estereótipo do alemão (taciturno, reservado), embora esteja sendo desmantelado desde a Copa do Mundo de Futebol em 2006²⁶⁵, se impõe nas respostas ao questionário, talvez, em parte, por conta do tipo respeitoso e ao mesmo tempo dialogado de abordagem, realizados, neste caso, por pesquisadores não residentes na cidade e nem no país.

O processo de convencimento para responder ao questionário consumiu a maior parte do tempo envolvido na abordagem. O porquê do questionário, a que e a quem serviria, se resultaria em ganho financeiro ou se atenderia a interesses comerciais permeou a maioria das recusas. A cada dez (10) pessoas abordadas sete (7) se negaram a responder o questionário, seja por desconfiar da finalidade dele ou por dizerem que não gostariam de colaborar.

Diante do entrevistador²⁶⁶, colocavam fones no ouvido, entabulavam de última hora uma conversa com um amigo ou por telefone, emudeciam, balançavam negativamente a cabeça ou pediam para não ser incomodadas (*Danke, ich habe kein Lust; Nicht gern; Lieber nicht*²⁶⁷). Os que responderam falaram de antemão que não assinariam o formulário²⁶⁸, mesmo isso não tendo sido cogitado, e que gostariam de saber que fim levariam as informações prestadas. As mulheres foram menos receptivas que os homens. E um grupo se mostrou acessível: o de fumantes, que por ficarem em área restrita dentro da estação, aceitava responder ao questionário desde que ele durasse

²⁶⁵ A Copa do Mundo de 2006 foi um marco para a Alemanha. Na época, uma campanha “*A time to make friends*” (Um momento para fazer amigos) trabalhou sobre duas frentes de promoção do país: o orgulho de ser alemão (algo estigmatizado mundo afora por conta do nazismo) e a mudança de imagem do povo alemão – de frio e distante a acolhedor, simpático e hospitaleiro, não só perante o mundo como também entre os próprios alemães. Os resultados são colhidos até hoje. Pesquisas de opinião realizadas durante e após a Copa de 2006 revelaram que 88% dos turistas que estiveram na Alemanha durante a Copa recomendariam o país como destino de férias e 79% dos turistas consideraram que, depois da Copa, a relação com a Alemanha melhorou. Disponível em: <http://www.gfk.com/group/press_information/press_releases/003055/index.en.html>; <<http://www.brandovation.net/>>; <http://www.copa2014.turismo.gov.br/copa/turismo_copas/detalhe/2006_Alemanha.html>. Acesso em: 7 abr. 2012.

²⁶⁶ Por conta das suscetibilidades da língua, as entrevistas em Frankfurt, na HBF, foram realizadas por Frank Michael Skorz, que é alemão, e contou com a assistência dessa pesquisadora.

²⁶⁷ “Obrigada, eu não tenho vontade”; “Não gostaria”; “Prefiro não”, eram respostas frequentes à nossa abordagem: “Por favor, você poderia responder a um questionário breve sobre telefone celular para uma pesquisa universitária do Brasil?”

²⁶⁸ Assinar pesquisas de opinião e fornecer dados pessoais parece ser uma constante nos levantamentos realizados na região. Daí, em função da burocracia, reside em grande parte a resistência das pessoas em prestar informações para qualquer tipo de levantamento acadêmico que parece não impactar, pelo menos de forma imediata, a vida delas próprias.

o tempo de um cigarro. Sem reservas, objetividade e precisão foram cobrados na condução das perguntas e do entrevistador.

Ao contrário do que houve nas plataformas e terminais de São Paulo, em Frankfurt a segurança da HBF não impediu a realização das entrevistas, ainda que autorizações não tenham sido requisitadas ou providenciadas.

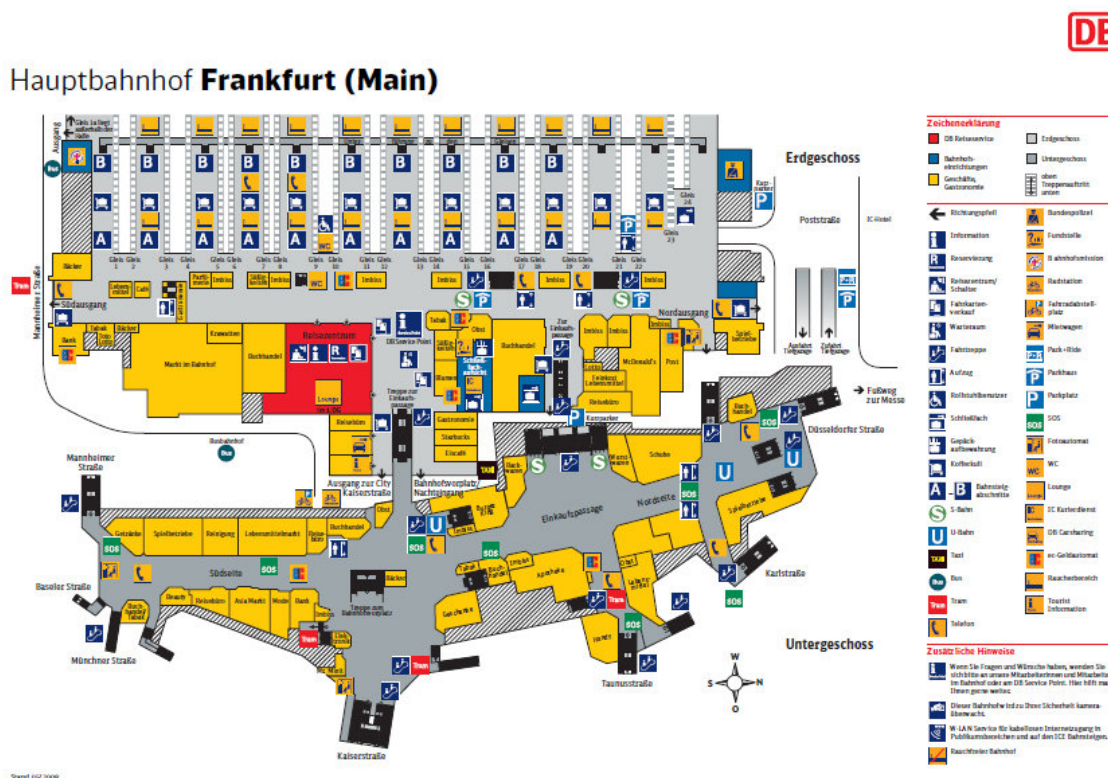


Imagem 17: Mapa da Hauptbahnhof (estação de trens e metrô) em Frankfurt onde foram aplicados os questionários. Fonte: Deutsch Bahn Mobility Networks Logistics. Disponível em: <<http://www.deutschebahn.com/de/presse/publikationen/>>. Acesso em: 16 maio 2012.

Na HBF de Frankfurt observamos que o uso do *Handy* é discreto. Durante três dias de entrevista, apenas 18 pessoas foram vistas na plataforma falando ao celular, mas em pontos reservados, longe da escuta alheia.

Também em Frankfurt observou-se que no geral os aparelhos telefônicos de celular portados pelos usuários de transporte público ou são antigos, com mais de 3 anos, ou são iPhone. Não há intermediários. Do *corpus* da pesquisa, 34 entrevistados, 12 tinham iPhone (29,3% do total).

O número ressona no dado divulgado em relatório pela Deutch Telekom, subsidiária da T-Mobile, a maior operadora móvel da Alemanha, no qual, de dezembro até março, a proporção de *smartphones* (por exemplo, o iPhone) para todos os celulares

vendidos aumentou cerca de 14%. Assim, 76% de todos os telefones celulares vendidos no primeiro trimestre de 2012 foram *smartphones*²⁶⁹.

A espera rápida por conta da pontualidade dos trens não favorece o uso de mídias móveis na plataforma da HBF. Lá, o lugar é de trânsito, de passagem, o que difere das plataformas dos terminais²⁷⁰ de São Paulo que, além de passagem, também são lugares de espera, portanto cá é muito mais comum se ver usuários ao telefone na área de embarque abarrotada por outros usuários. Por mais contraditório que isso soe, na HBF, como não há espera e nem filas, há assentos livres na plataforma que favorecem o uso de *notebooks* ou *tablets* por passageiros sem pressa, algo que é mais comum do que pessoas ao telefone. Como os trens não são lotados e os registros de roubo são insignificantes, os passageiros que partem de Frankfurt também usam suas mídias móveis durante o trajeto, que pode ser local, intermunicipal ou internacional. Há, porém, nesses trens, as áreas de silêncio ou descanso (*Ruhezone*) nas quais é proibido o uso de celular ou qualquer mídia que promova ruídos.

Nos trens do ICE (DB), há as zonas livres (zonas de descanso) e as zonas não livres para se falar ao celular²⁷¹, ambas passíveis de reserva. Na zona de celulares pode-se falar ao telefone sem interrupções de sinal ou impedimentos legais. Na zona de descanso (compartimento atrás do maquinista), o passageiro paga pelo direito de não ser molestado com toques ou conversas ao telefone durante todo o trajeto. Nessa área também é terminantemente proibido escutar música, mesmo com fones de ouvido, e realizar qualquer outra atividade que provoque ruído. Quem opta pelo serviço ininterrupto de telefonia móvel, conta com as operadoras T-Mobile, Vodafone, E-Plus e O2. Mas a DB está mesmo centrando esforços para ampliar a zona de telefones celulares. Segundo a empresa, tanto na primeira quanto na segunda classe dos trens, 2/3 dos assentos terão otimizadas a cobertura do sinal de celular em dois anos.

²⁶⁹ Dados do relatório do primeiro trimestre de 2012 publicados pela Deutsche Telekom. Disponível em: <<http://www.telekom.com/q1-2012-en/?cae=cae-21>>. Acesso em: 12 maio 2012.

²⁷⁰ Estamos falando das plataformas e não das estações em toda a sua complexidade. Nas estações, dentro e fora, o encontro acontece em variados níveis, por coincidência de horários, pelo fluxo, por combinação.

²⁷¹ Mais informações sobre a *Ruhezone* no site da Deustch Bahn. Disponível em: <http://www.bahn.de/p/view/service/zug/handy_u_ruhebereiche.shtml>. Acesso em: 12 maio 2012.



Imagem 18: Pictogramas adesivados nos trens da Deutsch Bahn (ICE, IC e EC) para áreas de descanso (Ruhezone) e áreas com permissão para uso de celulares.

Diferentemente dos passageiros em trânsito pelos terminais, estações e plataformas de São Paulo, os de Frankfurt, em grande medida, não residem na cidade e nem em sua região metropolitana. Muitos deles são estrangeiros e usam a HBF como corredor para circular entre as metrópoles alemãs, ou entre metrópoles europeias atendidas pelos trens da Deutsche Bahn, seja em viagens de negócios ou turismo.

Esse perfil do usuário de Frankfurt, difícil de categorizar, derivou em outra dificuldade, a de perceber com maiores detalhes se há ou não traduções locais desse fenômeno global de utilização em movimento de telefones celulares, e se o uso público *versus* o uso privado e/ou o uso profissional *versus* o uso pessoal se mesclariam e ou não em ambientes coletivos em crise de mobilidade física.

Para quem circulava na estação central de Frankfurt, o celular facilita a vida, mas não é fundamental. Aliás, dos 34 entrevistados 12,1% alegaram não ter um aparelho e não sentir falta de um. As funcionalidades mais utilizadas (aqui se podia responder a mais de uma questão) são fazer/receber ligações (96,6%), ouvir música (41,7%) e surfar na internet (40%).

Dois outros dados, que não foram colhidos em campo, mas repassados pela agência federal alemã (Bundesnetzagentur)²⁷², em pesquisa divulgada em 28 de julho de 2011, indicam que lá as chamadas de telefone celular duram em média 2,5 minutos. Estima-se que dois terços de todas as chamadas são a taxa fixa (Inklusivkontingent). O segundo diz respeito ao envio de SMS que em 2010 somou cerca de 41 bilhões contra

²⁷² Disponível em:

<http://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/BNetzA/Presse/Pressemitteilungen/2011/110728DauerHandygespraeche_pdf.pdf?__blob=publicationFile>. Acesso: 19 jul. 2012.

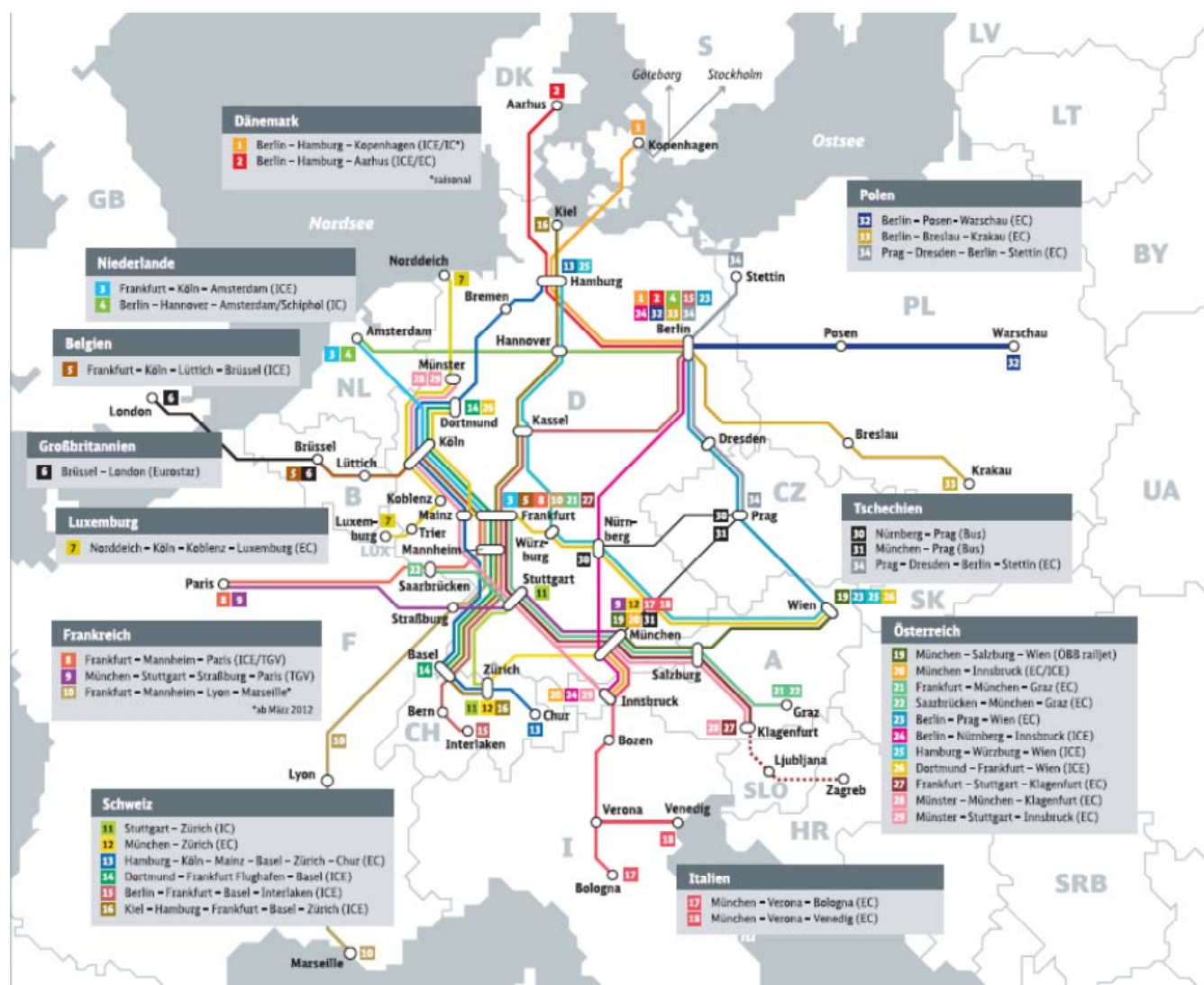
os 34 bilhões de SMS de um ano antes, 2009. Em média, no ano de 2010, cada cidadão alemão enviou 40 mensagens de texto por mês.

Por conta da métrica das plataformas e também por fatores admitidos pelos entrevistados como culturais, na espera outro repertório tecnológico e técnico é acionado em vez do uso massivo e maçante do celular. Livros, relatórios, jornais, revistas, *notebooks* e mapas são sacados em vez do indefectível celular.

Em Frankfurt, duas perguntas foram rejeitadas e, portanto, não respondidas por grande número de entrevistados: a de número 4, sobre salário mensal, e a de número 11, sobre o que seria uma tecnologia móvel, esta última tida pelos entrevistados como muito óbvia.

Sobre a questão que envolvia rendimentos mensais, a pesquisadora já havia sido alertada por familiares alemães e outros pesquisadores de que essa não era uma abordagem conveniente. Aliás, que seria deselegante perguntar sobre isso. Ainda assim, 16 pessoas responderam, ainda que sob protesto. A outra questão rejeitada se deu, conforme *feedback* dos entrevistados, por conta de sua imprecisão. A precisão foi algo muito cobrado nas perguntas e na fala do entrevistador.

Imagem 19: Mapa de linhas partindo e chegando à Hauptbahnhof de Frankfurt.



Fonte: Deutsch Bahn Mobility Networks Logistics. Disponível em:
<http://www.deutschebahn.com/de/presse/publikationen/> Acesso em: 16 maio 2012.

Quatro grandes operadoras de telefonia móvel operam hoje na Alemanha. São elas: T-Mobile (Deutsch Telekom – 35,1 milhões de clientes); O2 (Telefónica Germany – 18,6 milhões de clientes); Vodafone (Vodafone Group – 36,4 milhões de linhas) e E-Plus (KPN Group – 19 milhões de linhas) conforme tabela abaixo. Segundo as respostas dos entrevistados nesta pesquisa, 33,3% são clientes da T-Mobile, 24,2% da Vodafone; 21,2% da O2 e 18,2% da E-Plus.

Tabela 3: Operadoras de telefonia móvel na Alemanha por número de linhas.

Resultados Trimestrais

Celulares (Milhões)	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12	ΔTri	ΔAno
DT	34,6	34,5	34,9	35,4	35,1	(0,9%)	1,5%
Vodafone	36,7	36,0	36,8	37,3	36,4	(3,1%)	(0,7%)
KPN	21,0	21,5	22,1	22,7	-	2,7%	11,2%
O2 (Telefonica)	17,4	17,7	18,2	18,4	18,6	1,2%	7,1%
Total	109,7	109,7	112,0	112,8	-	0,7%	3,8%

Fonte: Reg Tp e Operadoras

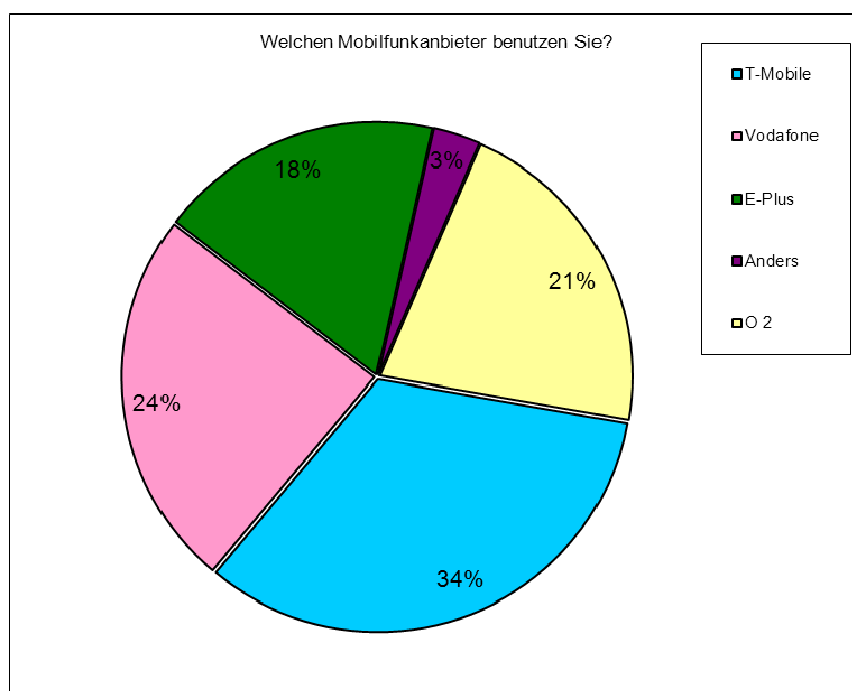
Resultados Anuais

Celulares (Milhares)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	ΔAno
DT	31.398	35.952	39.101	39.136	34.694	35.403	2,0%
Vodafone	30.622	33.920	36.169	34.625	36.676	37.325	1,8%
KPN	12.654	14.807	17.777	18.987	20.427	22.717	11,2%
O2 (Telefonica)	11.044	12.472	14.199	15.507	17.049	18.380	7,8%
Total	85.699	97.151	107.246	108.255	108.846	113.825	4,6%

Fonte: Reg Tp e Operadoras

Fonte secundária: Teleco. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br>>. Acesso em 23 de julho de 2012.

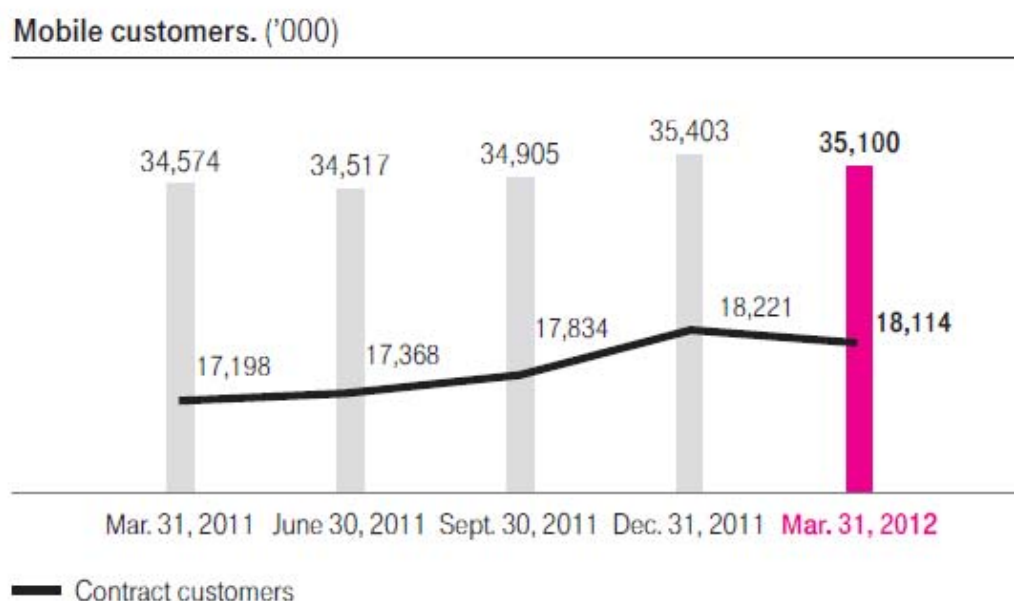
Gráfico 8: Qual a operadora de telefonia que você utiliza?



Fonte: a autora

A T-Mobile, a maior do mercado, sustenta que 30% das 35,2 milhões de linhas ativas de celulares hoje na Alemanha são de clientes corporativos. No total, o volume de linhas caiu 0,9% em relação ao final de 2011. Essa métrica duvidosa, de queda de clientes móveis, em um mercado que não para de crescer, se deu, segundo a Deutsch Telekom (DT), por uma disputa legal com um revendedor, que resultou na migração de clientes para outro operador de rede, como também pela estratégia de aumentar o número de clientes de alto valor de contrato, com serviços de conteúdo para a internet móvel, diminuindo o número de clientes de pré-pago, o que já está sendo sentido nos balancetes²⁷³. Percebe-se por essa política institucional que a maior operadora alemã de telefonia celular aposta em um futuro com internet móvel e clientes pós-pagos.

Gráfico 9: Clientes móveis (*mobile customers*) com linhas ativas de celulares da T-Mobile no primeiro trimestre de 2012.



Fonte: Dados do relatório do primeiro trimestre de 2012 publicados pela Deutsche Telekom, p. 14. Disponível em: <<http://www.telekom.com/q1-2012-en/?cae=cae-21>>. Acessado em: 12 maio 2012.

Seguindo a tendência, a O2, que é da Telefónica Germany, comercializou no primeiro trimestre desse ano mais pós-pagos (12,5% de crescimento) que pré-pagos (1,9%)²⁷⁴.

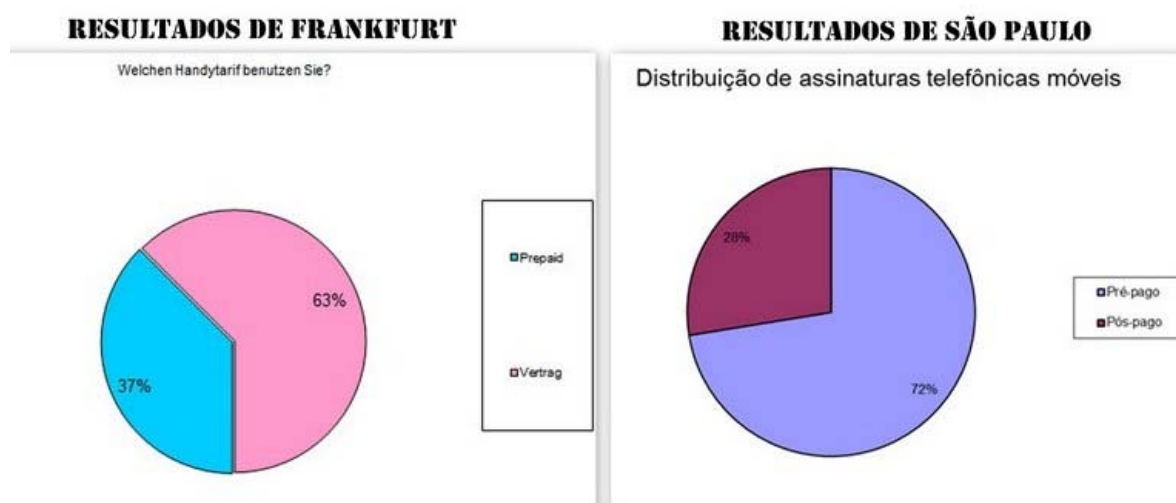
²⁷³ Em 9 de agosto de 2012, a Deutsch Telekom divulgará os dados financeiros do segundo trimestre do ano, relativos ao período até 30 de junho. O relatório do primeiro trimestre foi divulgado em 10 de maio de 2012.

²⁷⁴ Dados disponíveis em: <<http://www.telefonica.de/news/303/msg/0/4448/0/telefonica-germany-im-1-quartal-rekordergebnis-bei-vertragsneukunden.html>>. Acesso em: 16 maio 2012.

CAPÍTULO 6 - EXPERIÊNCIAS COMPARTILHADAS EM SÃO PAULO E FRANKFURT

A base de linhas móveis na Alemanha é completamente inversa a do Brasil. Em nível local, os números se confirmam. Em Frankfurt, dentre os entrevistados, 62,5% são clientes pós-pagos e 37,5% pré-pagos. Em São Paulo, há uma inversão na base: 72,4% dos clientes são pré-pagos contra 27,6% de pós-pagos.

Gráfico 10: Base de pré e pós-pagos entre usuários de Frankfurt e São Paulo



Fonte: a autora

Enquanto no Brasil a base de pós-pago se mantém estável há dez anos, na Alemanha o crescimento é representativo. Dados da Deutsch Telekom, que detém o controle da T-Mobile, indicam que no primeiro trimestre de 2012 os clientes pós-pagos, com pacotes para acesso celular à internet, estão em processo de migração da conta de voz pura para uma com combo internet.

Em linhas gerais, há outras diferenças fundantes.

O transporte público de Frankfurt, por conta da ramificação ferroviária (superficial e por túneis), e dos corredores exclusivos aos ônibus, não são afetados pelo estresse dos engarrafamentos.

Aqui, como inexitem corredores, a exceção do Tiradentes, todos os veículos de transporte público superficiais compõem a cena engarrafada. Andar de transporte público impacta ainda mais sobre os engarrafamentos, tome como exemplo os ônibus fechando cruzamentos de ruas e avenidas a qualquer horário do dia, inclusive nos horários de pico, e disputando faixas com veículos de passeio.

As afirmações que aqui se sucedem foram elaboradas a partir da observação participante, que se deu de forma direta via caderno de campo e a partir das entrevistas com os usuários. Ainda com o devido distanciamento prático, tanto em São Paulo quanto em Frankfurt, também sou usuária de transportes públicos. Portanto, por mais que haja a tentativa de aplicar uma distinção entre vivência e depoimento, também figuro no rol dos afetados e que afetam a estrutura.

Em Frankfurt fala-se pouco e baixo ao celular.

Em São Paulo fala-se muito e alto (elemento psicossocial que se configura abusivo em variadas circunstâncias).

Aqui o espaço público é privatizado pelo usuário, fazendo ou não uso de tecnologias. A cidade, a exemplo do Brasil, tem tradição oral e demonstra isso na refrega da metrópole, quando de posse de um celular, ao contrário de países asiáticos, como a Coreia do Sul, em que pesquisas de usos indicam que ao celular a fala é a sétima funcionalidade. Aqui usa-se e muito as funções do aparelho relacionadas à oralidade.

Em São Paulo, o uso da internet a partir do celular é limitado por conta dos custos móveis de acesso (não foi citada como funcionalidade prioritária). Em Frankfurt, dentre as oito funcionalidades listadas, é a quarta (40% das respostas) mais acionada.

Em São Paulo, um número significativo de usuários ainda considera os telefones celulares como meros aparelhos de *status* social, conectando sua popularidade a campanhas de marketing, talvez em razão do histórico do celular no Brasil, limitado, inicialmente, a um número mínimo de pessoas em função do altíssimo custo. Talvez também em razão disso, a maioria dos entrevistados dizem que seus celulares estão ligados o tempo todo (as baterias nunca ficam descarregadas).

Já em Frankfurt, os entrevistados refutam a ideia de que o aparelho garanta distinção social, contrariando as estatísticas atestadas por 1/3 dos entrevistados de lá que possuem um iPhone, do qual têm muito orgulho por este ser “o melhor celular já fabricado”.

Em São Paulo, há o hábito de se emprestar o telefone celular, muito embora vários usuários tenham admitido que se sentem desconfortáveis perante esse tipo de

situação, uma vez que entendem que o celular é algo muito pessoal (e que falar ao telefone é caro) e que, portanto, não deve ser emprestado.

Tanto em São Paulo quanto em Frankfurt, os usuários disseram que nem sempre atendem a todas as chamadas. Também em São Paulo, os usuários pedem para outras pessoas atenderem às chamadas quando não querem falar com quem liga; que já se passaram por outra pessoa para evitar alguma ligação e que compram chip de mais de uma operadora tanto para assumir outras identidades quanto para fazer uso dos bônus garantidos em promoções. Há ligações híbridas, de orelhão para celular e também o contrário; ligação a cobrar ou discagem interrompida para evitar consumo de créditos (“toquinho” pedindo retorno).

Tanto em São Paulo quanto em Frankfurt, as respostas à pergunta sobre se viveriam sem celular denotou imprecisões, como o temor de admitir dependência psicológica ou incapacidade de se desconectar (a mentira dos usuários também dizem algo).

Deformações relativas a “defesas de fachada” foram sentidas no questionário principalmente em cinco abordagens, as que trataram de renda pessoal, escolaridade, emprego atual, domicílio e gasto mensal com telefonia móvel. Por defesa de fachada entende-se quando o respondente pensa estar correndo o risco de ser julgado e por isso reage defensivamente, com respostas estereotipadas ou socialmente desejáveis, escondendo suas percepções reais (efeito da mimese na cultura). Para limitar tal efeito, o questionário foi iniciado a partir de perguntas com baixo risco de provocar esse tipo de resposta, ainda que estas sejam, entre alguns sujeitos, incontornáveis, para só depois migrar para as consideradas de “foro íntimo”.

Em ambos os lugares, muitos usuários disseram que usam o celular por conta de sua praticidade e conveniência; por convergir várias mídias (ubiquidade); pela condição móvel²⁷⁵ e portátil²⁷⁶.

Diante das adaptações que se fizeram necessárias, o questionário surpreendeu em algumas situações, como por exemplo: ao permitir a participação de analfabetos; por possibilitar o auxílio ao pesquisado quando este não compreendeu determinada pergunta; ao dar condições do pesquisador conhecer em quais circunstâncias se deu a aplicação; por resultar em dados objetivos.

²⁷⁵ A mobilidade está relacionada com a habilidade de se mover pelo espaço enquanto nos comunicamos.

²⁷⁶ A portabilidade tem de ver com o *design*, ergonomia e autonomia de fonte energética do telefone celular, que fazem dele um objeto transportável e acessável.

Ao final, um levantamento dessa natureza nunca se pretende completo. Seja por atuar sobre contextos movediços, formatados em ambientes de convergência e multiplicidade de suportes que replicam a dinâmica urbana por meio de práticas comunicativas originadas da convivência nas ruas, seja por fomentar processos tradutórios produzidos a partir das experiências vivas, móveis, culturais e compartilhadas das metrópoles, barrocas ou clássicas, brasileiras ou alemãs. Afinal, os usos e usuários excedem as classificações. Eles transbordam. Escapam. Proliferam-se.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fluxos. Em festa...

Dispositivos móveis penetraram o mundo de uma forma diferente, mais rápida, e por diferentes razões, que os computadores pessoais. Dispositivos móveis têm estruturas radicalmente diferentes de acesso e exclusão, mas eu não diria que eles definem a sociedade contemporânea. Celulares não duram o suficiente para isso -- eles são muito temporários.²⁷⁷

Esta tese não é sobre celular, esse híbrido de telefone portátil com computador de mão no qual, volta e meia, em seu processo "colaborativo" de (re)atualização tecnológica, convergem, seja na programação (*software*) ou no aparelho (*hardware*), tanto as novas demandas dos usuários quanto as inovações disponibilizadas, a seu tempo, pelas forças de dominação impostas à sociedade. Esta tese é sobre a produção simbólica e cultural constituída no cotidiano vivido de grandes cidades a partir das apropriações do celular no deslocamento físico do usuário.

Portanto, tratamos aqui de deslocamento físico, de lentidão, de metrópole, de tradução cultural, do usuário, seus hábitos e também de telefone celular.

De modo geral, o texto discorre sobre uma multiplicidade de planos, interpenetrações em ambientes específicos de heterogêneas, polimorfos e polissêmicas metrópoles.

Tenta fugir da obsolescência do tema: de ficar limitada ao *hardware* (ao aspecto puramente tecnológico e às funcionalidades e *upgrades* do dispositivo), algo que, volta e meia, é reatualizado pelo mercado.

Recorre ao acionamento desmesurado de telefones celulares para refletir em que medida a fruição dos grandes centros engarrafados pode ter seu escape através do celular.

Ao considerar o uso disruptivo do celular, infere que as culturas podem reinventar os usos, uma vez que isso diz respeito às suas necessidades, ao calor cultural *versus* o corpo *versus* o uso particular. Afinal, não é nem o dispositivo ou a tecnologia que determinam os modos de uso (satisfatório ou não) e nem o usuário e sua

²⁷⁷ Bruce Sterling - Edição #26, por Marcus Bastos e Soraia Vilela – Vivo Arte.Mov – (2010). *Bruce Sterling: A extensão colossal dos dispositivos móveis distingue o século 21 do século 20*. Disponível em: <<http://www.artemov.net/revista.php?idRevistaEdicao=9&page=2>>. Acesso em: 6 ago. 2011.

necessidade momentânea²⁷⁸, mas a interação que resulta dessa peleja, que modifica, estabelece acordos e, nas brechas, negocia, conferindo a esses objetos significados não planejados, inesperados, criativos. Algo na linha do que sustenta Flusser de que o usuário pode fazer usos diferentes dos dispositivos, apesar de não conseguir alterar certas e importantes "programações" fundantes.

Há de alguma forma uma imanência de um sistema cultural no uso dos dispositivos tecnológicos, com a convergência de vários sistemas de signos operando de uma forma não prevista que, em algum momento, se estabelece por conta de suas práticas de consumo, que vão muito além da posse de bens, originando modos de ser e de viver que interagem com a construção de subjetividades, afinal os objetos consumidos *são cultura* (Canclini), não apenas alienação do mundo moderno e, no processo de consumo e uso, se constroem novos significados.

O celular é uma mídia emergente que com seus sons impositivos, sem corpos (SCHAFER, 1991), promove uma saturação sonora que implica na falta de distinção das coisas do entorno, no embotamento de sentidos de que falava Simmel (1967).

E, no atual contexto, o *smartphone* é o protagonista do embotamento ao ampliar a distração por permitir a teclagem rápida, o recebimento de *e-mails*, o acesso a redes sociais, tudo por meio de toques de tela.

E essas postagens, que também se dão em trânsito, a frente de um volante, já são a quarta causa de acidentes de trânsito no Brasil, conforme dados da Associação de Medicina de Tráfego (Abramet). Segundo a qual, quando o motorista manda SMS enquanto dirige, o risco de acidentes aumenta em até 23 vezes.

Ainda sobre os SMSs, eles também são protagonistas, em todo o percurso móvel, por suplantarem em volume, credibilidade e efetividade as ligações telefônicas e *e-mails*, para inúmeros grupos de usuários. Isso porque o SMS, via de regra, lida com outro cenário de distribuição, atrelado ao grau de proximidade e de confiança mantidos entre seus interlocutores, diferentemente das redes sociais, com seus filtros elásticos e relativamente superficiais (e sob o risco de *hackers*).

Em tais casos, o torpedo via celular tem estreita vantagem sobre a internet que, em muitos países²⁷⁹, funciona sob ingerências políticas do governo via censuras e

²⁷⁸ Contemporização feita pela prof. dra. Lúcia Leão, em 7 de nov. de 2011, durante banca de qualificação desta pesquisa.

²⁷⁹ Segundo relatório do Reporters without borders, em 2012, em pelo menos 12 países há restrições severas para o livre uso da internet. São eles: Síria, Cuba, Bielorrússia, Turcomenistão, Uzbequistão,

restrições vigorosas a conteúdos, formatos e abrangência.

Em linhas gerais, esse uso resulta também em problemas quando migra para a angústia, promovida seja pela ausência física do aparelho ou por seu acionamento em demasia, o que nos leva ao entendimento de que as evoluções tecnológicas promovem apropriações culturais que se reatualizam a cada grande movimento tecnodigital e que tanto a relação afetiva entre o usuário e seu aparelho quanto a dependência tecnológica também se dão para além da fisicalidade.

Essa afetividade estabelece, em alguma medida, uma dependência do indivíduo para com o aparato e o conteúdo nele armazenado. Nesse sentido, possuir e usar um celular torna-se uma maneira de *estar no mundo* – mediada pelas tecnologias de comunicação e informação – que é cada vez mais característica da cultura atual. Ainda que, carregar consigo um celular ou qualquer outra tecnologia móvel, não afugente o mal-estar diante de um irremediável congestionamento no trânsito.

Mas, analisar o celular apenas por seus aspectos negativos também não se sustenta. O dispositivo, até por conta de sua larga adesão, abriga vantagens e benefícios, que vão muito além dos relacionados à conexão, às aproximações emocionais, de busca, contato, entretenimento ou trabalho. É uma tecnologia que, nas grandes metrópoles, contribui para mitigar a solidão, quando amplia a possibilidade de trocas para além da conveniência geográfica, afinal pode-se estabelecer relacionamentos a partir dele por afinidades (declaradas) e não apenas pela conveniência da proximidade física (aspecto cotidiano da fisicalidade).

Sobre os celulares no Brasil, vive-se uma espécie de paradoxo tecnológico: um dos maiores mercados globais de telefonia (em se tratando de volume) tem as mais altas tarifas de serviço do mundo que contribuem para que os padrões de desigualdade de renda sejam reproduzidos, senão agravados, pela modalidade concentradora de inclusão digital e midiática do país, não fossem os usos culturais sobre os quais estamos percorrendo neste texto.

Retomando o desequilíbrio social na telefonia, vejamos a esmagadora base pré-paga, acima dos 80%, com celulares que funcionam mais para receber do que gerar ligações, com exceção daquelas a cobrar, expediente muito peculiar aqui e que não se reproduz em nenhuma medida em Frankfurt, o outro local estudado.

No senso comum é natural se pensar que o acesso às tecnologias digitais, sobretudo as móveis, está diretamente ligado ao nível de escolaridade – que no Brasil também está diretamente ligado ao nível econômico – das pessoas. Esse, entretanto, não foi um componente marcante nas respostas ao questionamento sobre o acesso aos dispositivos móveis digitais. Em todos os níveis de escolaridade, o acesso é generalizado, conforme se pode observar ao longo do texto, não obstante o nível médio e superior terem alcançado o índice de acesso mais significativo, atingindo juntos mais de 75 % entre as respostas positivas.

[...] o urbanismo de São Paulo nutre-se justamente do diálogo semiótico entre o formal e o informal para configurar-se, sendo a informalidade um dos elementos catalisadores na assimilação e na interação entre textos aparentemente distantes que compõem o mosaico cultural da cidade. [...] a habilidade de transitar entre o formal e o informal estão definitivamente incorporadas como relações comunicacionais nos espaços urbanos de São Paulo, e que estes trânsitos se dão mais por aptidões culturais do que por razões socioeconômicas. (GOUDET, 2010, p. 4)

Assim, a posse de um telefone celular não é o mesmo que seu uso efetivo, mostrando como, em grande medida, os usuários de transporte público em São Paulo valem-se de estratégias e táticas, no sentido de Certeau (1994), para um consumo simbólico, cultural, que inclui o uso da criatividade, o uso de gueto como “tecnologia menor”, deslocamento conceitual de “literatura menor” de Deleuze e Guattari (2003), que consiste nos usos que fogem dos estabelecidos pela cartilha oficial, aqui motivados em grande parte pela falta de aporte financeiro (por isso a opção pelos pré-pagos) para utilização do telefone em toda a sua potência. Apesar disso, seja em São Paulo ou em Frankfurt, o dispositivo se prolifera nas bordas, sendo acionado tanto como plataforma multimídia quanto como aparelho telefônico.

São 80% de clientes do serviço pré-pago recombinao e reatualizando antigas práticas – barroquizando essa tecnologia móvel, como querem Bar, Pisani e Weber (2007) –, em experiências socioculturais cotidianas, a fim de poderem, ainda que de forma precária, exercer seu direito à comunicação. Exemplos são o de compra e manutenção de múltiplos chips, das mais variadas operadoras, para aproveitamento de bônus e créditos promocionais.

Em síntese, e com alguma necessária simplificação, há de se avaliar também o telefone celular, no caso o pré-pago brasileiro, não apenas como instrumento de emancipação ou como distribuidor de rendas e de dívidas ao gerar ligações a cobrar,

mas como instrumento de inclusão ou de exclusão digital, ao limitar ou perpetuar a escassez quando, por exemplo, galga a condição de bem posicional²⁸⁰, de objeto de distinção em determinada sociedade, a partir de sua condição de objeto-signo (Baudrillard) e de seu aspecto fetichizado (Marx) em suas múltiplas conexões que referendam o poder do sistema industrial capitalista, da sedução pela propaganda, do fetiche da mercadoria.

E é nesse momento que devemos considerar a apropriação produzida pelo meio social/cultural, que atribui novos significados a esses objetos de consumo (Canclini), sem extinguir a característica de fetiche e muito menos o significado que o sistema dá a esses objetos. Em vez disso, ela atua no “entre”, estabelece acordos, negocia, conferindo a esses objetos significados outros, que não os programados.

Aplicando isso ao levantamento, desembocamos em aproximações e diferenças entre os dois destinos de pesquisa: São Paulo e Frankfurt. E entre as diferenças entre as duas cidades, uma é fundante. Aqui, horário de pico implica em lentidão no trânsito, em imprecisão no tempo de percurso, em filas de espera, na superlotação que retarda os embarques, compromete a circulação física e limita eventuais conversas face a face, em usuários ociosos e em *gadgets*, uma infinidade deles, a postos.

Nessas circunstâncias, o dispositivo preenche quase todos os espaços do “entre”, que se distribuem também em outras atividades, eventuais e em menor medida, como a leitura. Em São Paulo, ler durante as viagens é dificultado pelo empurra-empurra geral, pelo sacolejar típico dos ônibus e pela falta de assentos disponíveis nos trens modais. Em Frankfurt, a leitura nesses ambientes é mais favorecida, talvez pela oferta generosa e pontual de veículos nos quais a regra é o passageiro viajar sentado²⁸¹.

A multiplicação dos dispositivos e suas funções, somados às possibilidades de interconexão criam, além de novas experiências de leitura, seus novos lugares. A “leitura nômade de leitores ciborgues” é uma “leitura em trânsito”,

²⁸⁰ Entendemos bem posicional como aqueles itens que tem sua utilidade determinada pelo status que criam, pela posição relativa na escala social que o seu consumo permite ocupar (daí a expressão bens posicionais). Cf. BRUNI, L. *Sobre o consumo e a felicidade*. P. 45-63. Disponível em: <www.edc-online.org/it/.../doc.../73-sobreconsumoeafelicidade.html>. O conceito de bem posicional foi introduzido na economia, nos anos 1970, por Fred Hirsch. Antes, calculava-se o valor de algo apenas pela sua raridade e dificuldade de obtenção. A Lei de Metcalfe mostra que, na nova economia, o valor também pode ser calculado pelo número de usuários do produto. Se só uma pessoa tiver telefone, seu valor é quase nulo já que não há muito o que se fazer com ele. Se duas pessoas tiverem telefone, o valor do aparelho aumenta porque passa a ter utilidade. Se várias pessoas tiverem telefone, o sistema tem mais utilidade e pode ser usado para diversos fins. Logo, tem mais valor.

²⁸¹ Aqui deve-se pensar a atividade de leitura em transportes públicos no horário de pico, que é o período sobre o qual estamos tratando.

relacionada a um texto que só é lido quando está em fluxo, “rolando entre interfaces diversas”. (BEIGUELMAN, 2004, p. 269)

Em Frankfurt, o horário de pico não promove engarrafamentos envolvendo os transportes públicos e nem altera o tempo de deslocamento entre os trajetos, muito em razão dos corredores exclusivos. Partidas e chegadas são cumpridas à risca, sem margem de tolerância ou imprevisibilidades.

Tanto lá como aqui o uso em trânsito de aparelhos sonoros em transportes coletivos, no caso em questão do telefone celular, tem restrições. Cá, a proibição em nada altera o hábito. O usuário de ônibus ou metrô não se furta de, via celular, fazer ou receber ligações, ouvir música ou noticiário e até assistir à tevê em um ambiente público ruidoso e em trânsito. Lá, em Frankfurt, a proibição não vem por legislação. Todo passageiro que provocar ruído que incomode outro passageiro é alertado e, se persistir, é retirado do vagão. Há ainda as *Ruhezone*, que são zonas de silêncio dentro de trens. Nesses locais não se pode produzir ruído nem para consumo próprio, mesmo com o uso de fone de ouvido.

Mas, ainda assim, as transgressões em Frankfurt persistem, porém quase sem vestígios, quer seja pela discricção quer pela fortuidade do uso. Há um fato: lá a proibição, repressão ou sanção, via de regra, impõe hábitos. Por “falta” de espera e de superlotação, o uso do celular na mobilidade ocorre numa condição mais prestigiada que favoreceria conversas longas que, em vez disso, não se dão nos veículos coletivos públicos alemães, talvez pelos custos operacionais do minuto falado ou pelo aspecto cultural que, de forma geral, se apresenta por meio de diálogos breves, discretos e em baixo volume.

Nas duas metrópoles, com suas escalas em milhares e milhões, inexistem ambiente ocioso de gente e de tecnologias. E nossa intenção foi de aproximação dos processos culturais e de afastamento das discussões urbanísticas com suas tentativas dicotômicas de separar cidades planejadas de não planejadas, cidades ideais de cidades reais. Isso não nos levaria muito longe. A informalidade de São Paulo produz mais que problemas, produz mesclas proliferantes.

Assim, aqui não se tratou de estudar o celular e o brasileiro ou o celular e o alemão, mas partindo da lógica cultural própria da contemporaneidade: instantânea, móvel e virtual, estudar-se o processo comunicacional operado.

Rial (1997) em seus estudos sobre os processos de globalização cultural aponta que a anunciada homogeneização cultural promovida pela globalização é contestada pela heterogeneidade de práticas que se deixam impregnar por contextos culturais locais.

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades, dentre as quais parece ser impossível fazer uma escolha. (HALL, 2001, p. 75)

Assim, tudo aquilo que pode dar ao indivíduo a sensação de compor determinada nação ou grupo, modos de consumir e de se portar no mundo, é deslocada, já que as discussões pós-modernas antecipam que a cultura não é propriedade de ninguém, é plural, produto das mesclas. A cultura é desterritorializada, assim como o ciberespaço e a informação que nele circula, ainda que os meios comunicativos atuem sobre novas formas de situar-se em meio às heterogeneidades, gerar pertencimentos e vínculos.

Outra tendência parece ser a potência que o aparelho possui de transgredir situações de controle e sigilo. Assistir vídeos e mesmo receber o sinal da televisão digital é outra realidade ainda restrita aos aparelhos mais sofisticados. Ainda assim, imagens captadas por anônimos de celulares menos custosos podem se tornar sensações na internet ao revelarem, por exemplo, eventos fugazes ou situações inacessíveis às câmeras tradicionais, vide o vídeo de enforcamento do ditador Saddam Hussein, de 2006, replicado mundialmente, e os inúmeros flagrantes compartilhados via aplicativo Instagram.

O telefone celular é uma mídia individual, que formata uma “cultura que nasce nos trânsitos, intercâmbios, fricções e misturas entre os diferentes meios de comunicação” (SANTAELLA, 1992, p. 8).

A investigação interessou-se em perceber a natureza e potência do dispositivo no processo de conformação do estatuto cultural, considerando seu impacto social. A potência do celular parece se vincular a elementos de ordem corporal, ligados aos gestos e à movimentação de seus usuários. “Estudar processos culturais, mais do que nos levar a afirmar identidades autossuficientes, serve para conhecer as formas de situar-se em

meio à heterogeneidade e entender como se produzem as hibridações” (CANCLINI, 2006, p. 26).

Procuramos, com isso, afastar-nos de uma série de discussões em torno da especificidade do celular, por enxergar esgotamento nelas. Para além da mera descrição de fluxos de sons e imagens em baixa resolução, é importante compreender as dinâmicas criadas a partir da interação do dispositivo à vida cotidiana do indivíduo usuário da telefonia móvel.

A pesquisa concluiu que os padrões socioculturais de uma população resultam em modos singulares de uso de uma tecnologia. Essas apropriações e reapropriações tecnológicas indicam que as práticas de consumo, muito além da posse, estabelecem modos de ser e de viver que interagem com a construção de subjetividades, o que implica dizer que grupos sociais alijados do acesso às tecnologias digitais, da mobilidade tecnológica, sobretudo por questões econômicas, em alguma medida são alijados dos processos de deslocamento físico e de mobilidade social. O compartilhamento e consumo global de tecnologias promovem uma tensão constante entre a valorização das práticas heterogêneas de cada cultura e a homogeneização da mesma.

De alguma forma, podemos sustentar que o celular é reinventado a partir dos usos.

Um grande percurso, não apenas tecnológico, mas, sobretudo, de aculturação, separam os intuitivos *smartphones* de hoje dos antigos aparelhos fonadores sem fio dos anos 1980. Percurso que tentamos, antropofágica e elasticamente, retomando Gruzinski (2001), traduzir no espaço ornamental dos frisos, observando os usos que se constituíram ao longo das décadas. E por fim, compreender que as apropriações culturais passam, necessariamente, por negociações, motins, alguma violência e, no seu processo, também por alguma festa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, Giorgio. *O que é contemporâneo e outros ensaios*. Chapecó: Argos, 2009.

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. Disponível em: <www.anatel.gov.br>. Acesso em: 17 de outubro de 2011.

AHONEN, Tomi. Dossiê Mobile: a era mobile. *Revista HSM Management* do Brasil, São Paulo, n. 76, set./out. 2009.

AUGÉ, Marc. *Não lugares* - Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Trad. Maria Lúcia Pereira. 8 ed. São Paulo: Papirus, 2010a.

_____. *Por uma antropologia da mobilidade*. Maceió: Edufal/Unesp, 2010b.

_____. *A Guerra dos Sonhos: exercícios de etnoficção*. Campinas: Papirus. 1998.

AZEVEDO, Sandro Tôrres de. Corpo, cidade e novas tecnologias: aspectos do poder no contexto da mobilidade contemporânea. *ProjetosExperimentais.COM*, ano 2, n. 3, 2 sem. 2008. Acesso: 19 set. 2009. Disponível em: <<http://www.projetosexperimentais.com>>.

BAR, François; PISANI, Francis; WEBER, Matthew. *Mobile technology appropriation in a distant mirror: baroque infiltration, creolization and cannibalism*. Desarrollo Económico, Desarrollo Social y Comunicaciones Móviles en América Latina. Buenos Aires: Fundación Telefónica, 2007. Acesso em: 18 mar. 2012. Disponível em: <<http://abaporu.net>>.

_____; _____. *Apropriação da tecnologia num espelho distante: Infiltração barroca, creolização, e antropofagia*. Slides em Power Point. Disponível em: <<http://abaporu.net>>. Acesso em: 18 mar. 2012.

BASTIDE, Roger. *Brasil, terra de contrastes*. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1959.

BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70, 1981.

_____. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2002.

BAUMAN, Zygmund. *Globalização*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

_____. *Modernidade líquida*. 1 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BEIGUELMAN, G. *O Livro depois do Livro*. 1. ed. São Paulo: Peirópolis, 2003. v. 1.

_____. *Link-se: arte/mídia/política/cibercultura*. 1. ed. São Paulo: Peirópolis, 2005. v. 1.

BEIGUELMAN, G. Admirável Mundo Cíbrido. In: BRASIL, André; ALZAMORA, Geane; FALCI, Carlos Henrique; JESUS, Eduardo de. (Orgs.). *Cultura em Fluxo* (Novas mediações em Rede). 1 ed. Belo Horizonte: PucMinas, 2004, v. 1, p. 264-282.

BELCHIOR, Marcela G. M. *Sacolejar no ônibus: deslizos da comunicação na performance em trânsito*. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, PUC/SP, São Paulo. 2010.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas - Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. Teorias do fascismo alemão. In: BENAJAMIN, Walter. *Documentos de cultura, documentos de barbárie*. Sel. e apres. Willi Bolle. Trad. Christl Brink, Ilka Roth, Irene Aron et al. São Paulo: Cultrix, 1986. p. 130-137.

_____. História do colecionismo: Eduard Fuchs. In: BENAJAMIN, Walter. *Discursos interrompidos I*. Madrid: Taurus, 1973. p. 87-135.

_____. Sobre alguns temas em Baudelaire. In: BENJAMIN, Walter. *A Modernidade e os Modernos*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2000.

BERGSON, Henri. *Correspondências, obras e outros escritos*. São Paulo: Abril Cultural, 1974. (Coleção Os Pensadores).

BITKOM. Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. Disponível em: <http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64001.aspx>. Acesso em: 19 jul. 2012.

BLUMENFELD, Hans. A metrópole moderna. In: BLUMENFELD, Hans. *Cidades – a urbanização da humanidade*. Trad. José Reznik. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1972. p. 52-70.

BONß, Wolfgang; KESSELRING, Sven. Mobilität am Übergang von der Ersten zur Zweiten Moderne. In: BECK, Ulrich; BONß, Wolfgang (org.). *Die Modernisierung der Moderne*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 2001. s. 177 – 190.

BORSO, Vittoria. Do barroco colonial ao neobarroco. *Humboldt*, n. 91, ano 47, p. 12-15, 2005.

BRANDÃO, Ludmila de Lima. *A casa subjetiva: matérias, afectos e espaços domésticos*. São Paulo: Perspectiva, 2002.

BRASIL, André; MIGLIORINI, Cezar. Saddam e Cicarelli: nossas imagens. 2006. Disponível em: <<http://www.revistacinetica.com.br/saddamcicarelli.htm>>. Acesso em: 09 abr. 2010.

BRASIL, André. O virtual desbotado das webcams. 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/brasil-andre-virtual-desbotado-das-webcams.pdf>>. Acesso em: ago. 2010

BRUNO, Fernanda. Video-vigilância e mobilidade no Brasil. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fábio. *Comunicação e mobilidade*. Salvador: Edufba, 2009. p. 137-152.

BRUNO, Luigino. Sobre o consumo e a felicidade. Trad. José Maria de Almeida. *Revista Abba*, Ed. Cidade Nova, Vargem Grande Paulista, v. VII, n. 1, p. 45-63, 2004.

CAIAFA, Janice. *A aventura das cidades - Ensaios e etnografias*. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

_____. Segunda Linha: comunicação e sociabilidade na Linha 2 do metrô carioca. *Comunicação e Esporte*, v. 17, n. 2, 2 sem., 2010.

_____. Transporte coletivo nos Estados Unidos e a aventura própria de Nova York. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, n. 27, p. 188-205, 2001.

_____. *Jornadas Urbanas: exclusão, trabalho e subjetividade nas viagens de ônibus na cidade do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

_____. Solidão povoada: viagens silenciosas no metrô do Rio de Janeiro. *Contemporânea - Revista de Comunicação e Cultura*, v. 4, n. 2, p. 45-64, dez. 2006.

_____. Tecnologia e sociabilidade no metrô. *Revista da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação/E-compós*, Brasília, v. 11, n. 1, p. 1-15, jan./abr. 2008.

CAMPBELL, Colin; BARBOSA, Livia (orgs.). *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2006

CANCLINI, Nestor. *Culturas híbridas - Estratégias para entrar e sair da modernidade*. Trad. Heloísa Pezza Cintrão e Ana Regina Lessa. 4 ed. São Paulo: Edusp, 2006.

_____. *Latino-americanos à procura de um lugar neste século*. São Paulo: Iluminuras. 2008.

CANEVACCI, M. *Antropologia da Comunicação Visual*. São Paulo: Brasiliense, 1990.

CARPENTIER, Alejo. *Tientos y diferencias*. Buenos Aires: Calicanto, 1976.

CARVALHO, Nadja. Da telinha do celular, pequenas mídias ditam um novo conceito. *Revista Culturas Midiáticas*, ano I, n. 1, jul./dez. 2008.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v.1.

CASTELLS, M. A era da intercomunicação. *Le Monde Diplomatique*. 2006. Disponível em: <<http://diplo.uol.com.br/2006-08,a1379>>. Acesso em: 29 de abril de 2011.

CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDEVOL, Mireia; QIU, Jack Linchuan; SEY, Ara (eds.) *Comunicação Móvel e Sociedade - Uma Perspectiva Global*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2009.

CASTELLS, M.; et al. The Mobile Communication Society: A cross - cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology. International Workshop on Wireless Communication Policies and Prospects: A Global Perspective: 2004. Disponível em: <<http://arnic.info/workshop04/MCS.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2010.

CAVALLINI, Ricardo; XAVIER, Léo; SOCHACZEWSKI, Alon. *Mobilize*. 1 ed.. São Paulo: Ed. dos Autores, 2010. Disponível em: <www.mobilizebook.com.br>. Acesso em: 19 ago. 2011.

CAZELOTO, Edilson. *Inclusão digital: uma visão crítica*. São Paulo: SENAC/SP, 2008.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. Trad. de Epharim Ferreira Alvez. 11 ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

CETIC.BR. Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação. Porcentagem de quem usa telefonia celular. Disponível em: <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2006/rel-semfio-01.htm>>. Acesso em: jun. 2012.

COMUNIDADE WIRELESS BRASIL. Disponível em: <www.wirelessbrasil.com>. Acesso em: 4 jun. 2012.

CÔNSOLO, A. T. G. *Mobile learning: o aprendizado no século XXI*. 2008. Dissertação. (Mestrado em TIDD- Tecnologias da inteligência e design digital), PUC/SP, São Paulo. 2008.

CONSTANTINO, Juliana Maria. *Interfaces Mobile: metodologia de desenvolvimento de modelos de navegação e análise de inadequação de heranças da comunicação analógica*. 2008. Dissertação. (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - PUC/SP, São Paulo. 2008.

DE SOUZA E SILVA, Adriana Araújo. Do Ciber ao Híbrido: tecnologias Móveis Como Interfaces de Espaços Híbridos. In: ARAUJO, Denize Correa (Org.). *Imagem [Ir]realidade*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

_____. *Interfaces móveis de comunicação e subjetividade contemporânea: de ambientes de multiusuários como espaços (virtuais) a espaços (híbridos) como ambientes de multiusuários*. 2004. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação, UFRJ, Rio de Janeiro. 2004a.

_____. Pesquisadora define o perfil dos usuários de celular no mundo. *Rede @Telecom Valor e conteúdo*, Ano IV, p. 4 – 6, ago. 2004b. Disponível em: <<http://www.souzaesilva.com/reviews/13interview/R@T0804.pdf>>. Acesso em: 12 ago. 2010.

DE SOUZA E SILVA, Adriana Araújo. *Posicionamento: criando novos significados para a tecnologia celular*. 2005. Disponível em: <<http://www.souzaesilva.com/publicatons/05publications/magazines/M&M0905/M&M.jpg>>. Acesso em: 12 ago. 2009.

DELEUZE, Gilles. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. In: DELEUZE, Gilles. *Conversações: 1972-1990*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992. p. 219-226.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil Platôs: Capitalismo e Esquizofrenia*. São Paulo: Ed. 34, 1995. v. 1.

_____; _____. *Mil Platôs: Capitalismo e Esquizofrenia*. São Paulo: Ed. 34. 1996. v. 3.

DELGADO, Manoel. *Sociedades movedizas - Pasos hacia uma antropologia de las calles*. Barcelona: Anagrama, 2007.

DIA A DIA, BIT A BIT. Disponível em: <www.smeira.blog.terra.com.br>. Acesso em: 9 maio 2012.

DIAS, Lia Ribeiro (Coord.). *A revolução da mobilidade – o celular no Brasil*. De símbolo de status a instrumento de cidadania. São Paulo: Plano Editorial, 2002.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

DOURISH, P.; ANDERSON, K.; NAFUS, D. Cultural mobilities: diversity and agency in urban computing. In: BARANAUSKAS, C.; et al. (Ed.). *Human-computer interaction*. New York: Springer, 2007.

DYCKMAN, John W. *Cidades: a urbanização da humanidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1972.

ENZENSBERGER, Hans Magnus. Constituents for a Theory of the Media. In: ENZENSBERGER, Hans Magnus. *The Consciousness Industry: On Literature, Politics and the Media*. New York: The Seabury Press, 1974.

ERTHAL, Ana Amélia. O telefone celular como produtor de novas sensorialidades e técnicas corporais. *Revista Contemporânea*, n. 8, 2007.

FELINTO, Érick. O pós-humano incipiente: uma ficção comunicacional da cibercultura. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 29, n. 2, p. 103-118, jul./dez. 2006.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *Comunicação Espaço Cultura*. São Paulo: Annablume, 2008.

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo Digital*. São Paulo: Contexto, 2003.

FERRARIS, Maurizio. Uma filosofia do celular ou os avatares que este meio de comunicação está introduzindo em nossas vidas. Entr. concedida a Tomás Vasquez Arrieta. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, v. 5, n. 12, p. 151-166, mar. 2008.

FIRMINO DA SILVA, Fernando. Tecnologias móveis como plataformas de produção no jornalismo. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fábio. *Comunicação e mobilidade*. Salvador: Edufba, 2009. p. 69-88.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta* - Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

_____. *O mundo codificado*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FONSECA, Felipe. Cidades digitais, a gramática do controle e os protocolos livres. In: FONSECA, Felipe. *Laboratórios do Pós-Digital*. maio/2011. E-book disponível em: <http://efeefe.no-ip.org/sites/efeefe.no-ip.org/files/lpd_print.pdf>. Acesso em: nov. de 2011.

FOUCAULT, Michel. *Corpos dóceis*. In: FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir: Nascimento da prisão*. 36 ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. *Vigiar e Punir: Nascimento da prisão*. 36ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. Foucault (2007)

_____. Introdução à vida não fascista. Prefácio à edição americana de O Anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia, de Gilles Deleuze e Felix Guattari. In: ESCOABAR; Carlos Henrique (Org.). *Dossier Deleuze*. Rio de Janeiro: Hólon Editorial, 1991.

GALLOWAY, Anne. *Resonances and Everyday Life: Ubiquitous Computing and the City*. Draft 2003. Disponível em: <http://purselipsquarejaw.org/papers/galloway_culturalstudies_draft.pdf>. Acesso em: 27 jul. de 2010.

GEDDES, Patrick. Cities in evolution. In: VELHO, O. G. (Org.). *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1967.

GILLMOR, Dan. *Nós, os media*. Lisboa: Presença, 2004.

GLISSANT, É. *Introdução a uma poética da diversidade*. Trad. Enilce Albergaria Rocha. Juiz de Fora: UFJF, 2005.

GOUDET, Mylène. *Urbanismos barrocos e espaços comunicacionais: entre o formal e informal em São Paulo e na América Latina*. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, PUC/SP, São Paulo. 2010.

GRUZINSKI, Serge. *O pensamento mestiço*. Trad. de Rosa Freire d'Aguilar. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

_____. Do Barroco ao Neobarroco – Fontes coloniais dos tempos modernos: o caso do México. In: CHIAPPINI, Ligia; AGUIAR, Flavio W. (Orgs.). *Literatura e História da América Latina*. Seminário Internacional patrocinado pelo Centro Angel Rama. São Paulo: EDUSP, 1993. p. 75-98.

GUARESCHI, Pedrinho A. *Comunicação e poder: a presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros a América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1987.

HALL, Stuart. *A identidade Cultural na Pós -modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HARAWAY, Donna. Manifesto ciborgue, Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: HARAWAY, Donna. *Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano*. Org. e trad. Tomaz Tadeu. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. p. 33-118.

HEMMENT, Drew. The mobile effect. *Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies*, v. 11, n. 2, p. 32-40, 2005. Disponível em: <http://eprints.lancs.ac.uk/30834/1/The_Mobile_Effect.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2011.

HORST, Heather; MILLER, Daniel. *The Cell Phone: an Anthropology of Communication*. Oxford: Berg, 2006.

_____; et. al. Mobile phone appropriation in the *favelas* of Rio de Janeiro, Brazil. *New Media & Society*, n. 13, p. 411 – 426, may/2011. Disponível em: <<http://nms.sagepub.com/content/13/3/411.full.pdf+html>>. Acesso em: 19 maio 2012.

IANNI, Octavio. *Transculturação*. In: IANNI, Octavio. *Enigmas da modernidade mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2000.

IBOPE. Disponível em: <www.ibope.com.br>. Acesso em: 2 maio 2012.

ITO, Mizuko. *Mobile Phones, Japanese Youth, and the Re-Placement of Social Contact*. Artigo apresentado no Front Stage – Back Stage: Mobile Communication and the Renegotiation of the Public Sphere, Grimstad, Noruega, 2003. Disponível em: <www.itofisher.com/mito/>. Acesso em: 6 mar. 2012.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008

JOHNSON, Steven. *O Mapa Fantasma*. Como a luta de dois homens contra o cólera mudou o destino de nossas metrópoles. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

KAPTELININ, V. Computer-mediated activity: functional organs in social and developmental contexts. In: NARDI, B. (org.). *Context and consciousness: Activity Theory and human-computer interaction*. Cambridge: MIT Press, 1996. p. 45-68.

KELLERMAN, Aharon. *Personal mobilities*. Londres, Nova Iorque: Routledge, 2006.

KERCKHOVE, Derrick. *A pele da cultura* – uma investigação sobre a nova realidade eletrônica. Trad. de Luis Soares e Catarina Carvalho. 1 ed. Lisboa: Relógio D'Água, 1997. (Coleção Mediações).

KIM, J. H. Cibernética, ciborgues e ciberespaço: notas sobre as origens da cibernética e sua reinvenção cultural. *Horizontes Antropológicos*, v. 10, n. 21, p. 199-219, 2004.

KIRNER, C.; SISCOOTTO, R. *Realidade Virtual e Aumentada: Conceitos, Projeto e Aplicações*. Porto Alegre: Editora SBC – Sociedade Brasileira de Computação, 2007.

KITTLER, Friederich. A história dos meios de comunicação. In: LEÃO, Lucia (Org.). *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: Senac São Paulo, 2005.

KLEIN, Naomi. *No logo*. Buenos Aires: Paidós, 2001.

KOSKINEN, Ilpo; LEHTONEN, Turo-Kimmo; KURVINEN, Esko. *Mobile Digital Pictures – the Future of the Postcard? Findings from an Experimental Field Study*. Paper apresentado na 9ª Conferência Interdisciplinar de Pesquisa em Consumption, Departamento de História do Design e Cultura Material, Universidade de Artes Aplicadas, Viena, Áustria. 27 de junho de 2003. Disponível em: <http://www2.uiah.fi/~ikoskine/recentpapers/mobile_multimedia/Mobiles_Vienna.pdf>

KUNZRU, Hari. Genealogia do ciborgue. In: KUNZRU, Hari. *Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano*. Org. e trad. Tomaz Tadeu. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. p. 119-126.

_____. “Você é um ciborgue”. Um encontro com Donna Haraway. In: KUNZRU, Hari. *Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano*. Org. e trad. Tomaz Tadeu. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. pág. 17-32.

LAIGNIER, Pablo; MARTINS, Sara; RIZZARO, Fernando. *Celular: a prótese da interação mediada*. Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais, XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 13 - 15 maio 2010. p. 1- 15. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2010/resumos/R19-0279-1.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2012.

LAPLANTINE, François; OLIEVENSTEIN, Claude. *Um olhar francês sobre São Paulo*. São Paulo: Brasiliense, 1993.

_____; NOUSS, Alexis. *Le métissage*. Paris: Flammarion, 1997.

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: 23 maio 2011.

LATOUR, Bruno. *Jamais fomos modernos* - ensaio de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: 34, 1994.

LEÃO, Lúcia. *O Chip e o caleidoscópio*. São Paulo: Editora Senac, 2005.

LEFFA, V. J. Vygotsky e o ciborgue. In: SCHETTINI, Rosemary H.; DAMIANOVIC, Maria Cristina; HAWI, Mona M.; SZUNDY, Paula Tatianne C.. (Orgs.). *Vygotsky: uma revisita no início do século XXI*. São Paulo: Andross Editora, 2009. p. 131-155.

LEMOES, André. *Mídias Locativas e Territórios Informacionais*. In: SANTAELLA, L.; ARANTES, P. (ed.). *Estéticas Tecnológicas - Novos Modos de Sentir*. São Paulo: EDUC, 2008

_____. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 4, n. 10, p. 23-40, jul./2007a.

_____; JOSGRILBERG, Fábio (org.). *Comunicação e mobilidade – aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil*. Salvador: Edufba, 2009a

_____. Cidade Ciborgue. *Galáxia - Revista Transdisciplinar de Comunicação, Semiótica, Cultura*, São Paulo, EDUC, PUC-SP, n. 8, 2004

_____. Cidade e Mobilidade. Telefones Celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. *Matrizes - Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação*, São Paulo, USP, ano 1, n. 1, p.121-137, 2007b.

_____. Cultura da Mobilidade. *FAMECOS*, Porto Alegre, n. 40, p. 28-35, dez./2009b.

_____. *Ciber-cultura-remix*. Seminário “Sentidos e Processos”. Mostra “Cinético Digital”, Centro Itaú Cultural. Mesa: “Redes: criação e reconfiguração”, São Paulo, Itaú Cultural, ago. 2005. p. 1-9. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>>. Acesso em: set. de 2009.

LEONTIEV, A. N. The problem of activity in psychology. In: WERTSCH, J. V. (org.). *The concept of activity in Soviet psychology*. Armonk: M.E. Sharpe, 1981. p. 37-71.

LEVINSON, P. *Cellphone*. New York: Palgrave Macmillan, 2004.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência* - O futuro do pensamento na era da informática. Trad. Carlos Irineu da Costa. 1 ed. São Paulo: 34, 1993.

_____. *Cibercultura*. São Paulo: 34, 1999.

LEZAMA LIMA, Jose. *A Expressão Americana*. São Paulo: Brasiliense. 1988.

LICHTY, Patrick. “Pensando a cultura nômade: artes móveis e sociedade” In: BAMBOZZI, Lucas; BASTOS, Marcus; MINELLI, Rodrigo (Orgs.). *Mediações*,

tecnologia e espaço público: panorama crítico da arte em mídias móveis. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2010. p. 35-43.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*. São Paulo: Cia. das Letras, 2007.

LOTMAN, Iuri. *La semiosfera I*. Trad. de Desidério Navarro. Madrid: Ediciones Cátedra, 1996.

MAFFESOLI, Michel. *Sobre o Nomadismo - Vagabundagens pós-modernas*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. Algumas notas edificantes e curiosas escritas. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 312-326, maio/ago. 2011.

MANOVICH, Lev. Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições. In: LEÃO, Lucia (Org.). *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: Editora Senac, 2005.

MARCONDES FILHO, C. J. R. *Até que ponto, de fato, nos comunicamos*. São Paulo: Paulus, 2004. v. 1.

MARCUSE, Herbert. *Contra-revolução e revolta*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1973.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações - Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

_____. *Ofício de cartógrafo - Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago do Chile: Fondo de Cultura Económica, 2002.

MARX, Karl. O Fetichismo da Mercadoria e o Seu Segredo. In: MARX, Karl. *O Capital*. São Paulo: Centauro Editora, 2005. v. 1.

MCCRACKEN, Grant. *Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1969.

_____; FIORE, Quentin. *Guerra e paz na aldeia global*. Trad. de Ivan Pedro de Martins. Rio de Janeiro: Record, 1971.

MELO ROCHA, Rose. Da geração X à geração “ctrl alt del”: consumindo tecnologia, reiniciando a cultura. In: LEÃO, Lucia (Org.). *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: Senac/São Paulo, 2005.

MITCHELL, William J. *Me++: The Cyborg Self and the Networked City*. Cambridge: The MIT Press, 2003.

MOBILEPEDIA. Disponível em: <www.mobilepedia.com.br>. Acesso em: jul. 2012.

MOURA FÉ, Ana Lúcia D. *Tecnologias móveis e vida pessoal – uma pesquisa sobre o impacto da comunicação sem fio no tempo de trabalho e nas demais esferas da vida social*. 2008. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - PUC/SP, São Paulo. 2008.

NASCIMENTO, Francisca Silva do. *Os Últimos Serão dos Primeiros: uma análise sociológica do uso do telefone celular*. 2004. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. 2004.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. O cotidiano nos múltiplos espaços contemporâneos. *Psicologia, Teoria e Pesquisa, Brasília*, v. 21, n. 3, p. 265-373, set./dez 2005.

_____. Impactos Psicológicos do Uso de Celulares: Uma Pesquisa Exploratória com Jovens Brasileiros. *Psicologia: Teoria e Pesquisa, Brasília*, v. 20, n. 2, p. 165-174, maio./ago. 2004.

NOMADISMO CELULAR. Revista sobre as redes de telecomunicação. Disponível em: <www.nomadismocelular.com.br>. Acesso em: 13 mar. 2012.

NUNES, Branca; BENICCHIO, Thiago. Sociedade do Automóvel (Automobile Society). [Filme-Online]. Brasil, 2005. Duração: 39 min. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=mkegXWhIC64>>. Acesso em: 23 fev. 2012.

PARK, Robert Ezra. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, O. G. (Org.). *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1967.

PAUL, Christiane. Digital technologies as a medium. In: PAUL, Christiane. *Digital art*. London: Thames & Hudson World of Art, 2005.

PELLANDA, Eduardo C. Mobilidade e personalização como agentes centrais no acesso individual das mídias digitais. In: MARTINS, Moisés de Lemos; PINTO, Manuel (Org.). *Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação 6 - 8 Set. 2007*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho), 2008. p. 2301-2309.

_____. Comunicação móvel: das potencialidades aos usos e aplicações. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 15, n. 1, p. 89 - 98, jan./jun. 2009^a.

_____. Comunicação móvel no contexto brasileiro. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fábio. *Comunicação e mobilidade*. Salvador: Edufba, 2009b. p.11-18.

_____. Weblogs de bolso: análise do impacto da mobilidade no cenário - publicações instantâneas na Web. *Prisma.com*, p. 201 – 213. 2006. Disponível em: <http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/12_eduardo_pellanda_prisma.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2010.

PEREIRA, Vinícius de Andrade. Marshall McLuhan, o conceito de determinismo tecnológico e os estudos dos meios de comunicação contemporâneos. *Unirevista*, Porto Alegre, v. 1, n. 3, 2006. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_VAndrade.PDF>. Acesso em: fev. 2012.

PINHEIRO, Amalio (Org.). *O meio é a mestiçagem*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

_____. *Aquém da identidade e da oposição - Formas na cultura mestiça*. Piracicaba: UNIMEP, 1995.

_____. Mídia e mestiçagem. In: PINHEIRO, Amalio (Org.). *Comunicação & Cultura*. 1 ed. Campo Grande: UNIDERP, 2007. p. 17-31.

_____. (org.). *Comunicação e Cultura, Barroco e Mestiçagem*. Campo Grande: Uniderp, 2006.

PRADO, Renato Silva de Almeida. *Arquitetura de Interface: análise de formas de organização da informação na interação entre pessoas e códigos*. 2006. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, PUC/SP, São Paulo. 2006.

REDE NOSSA SÃO PAULO – Disponível em: <<http://www.nossasaopaulo.org.br/portal/>>. Acesso em: 11 mar. 2012.

RHEINGOLD, H. *Smart mobs: the next social revolution*. New York: Perseus, 2002.

RIAL, Carmen. Os Fast-Foods, uma homogeneidade contestável na globalização cultural. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 3, n. 5, p. 140-180, jul./1997.

RMV. Rhein-Main-Verkehrsverbund. Disponível em: <<http://www.rmv.de>>. Acesso em: jun. 2012.

SANTAELLA, Lucia. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007

_____. *Cultura e artes do pós-humano*. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *A gramática do tempo – para uma nova cultura política*. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2006.

SARDUY, Severo. *Barroco*. Trad. de Maria de Lurdes Júdice e José Manuel de Vasconcellos. Lisboa: Veja, [s/d]. (Coleção Veja Universidade).

_____. O Barroco e o Neobarroco. In: UNESCO. *América Latina em sua Literatura*. São Paulo: Perspectiva, 1979. p. 161-178.

SCARINGELLA, Roberto. A Crise da Mobilidade Urbana em São Paulo. *Perspectiva*, v. 15, n. 1, p. 55-59, jan./mar. 2001.

SCHAFER, R. M. *O Ouvido Pensante*. Trad. Marisa Trench Fonterrada, Magda R. Gomes da Silva, Maria Lúcia Pascoal. São Paulo: Editora da Unesp, 1991.

SCHILDER, P. F. *The image and appearance of the human body: studies in the constructive energies of the psyche*. New York: John Wiley, 1950.

_____. *A imagem do corpo: as energias construtivas da psique*. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

SENNETT, Richard. *Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental*. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006a.

_____. *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2006b.

SEVCENKO, Nicolau. *História da vida privada no Brasil. República: da Belle Époque à era do rádio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. 3 v.

SHELLER, M; URRY, J. *Mobile Technologies and the city*. London: Routledge, 2006.

SILVA, Sandra Rúbia da. Eu não vivo sem celular: Sociabilidade, Consumo, Corporalidade e Novas Práticas nas Culturas Urbanas. *Intexto*, Porto Alegre, UFRGS, v. 2, n. 17, p. 1-17, jul./dez. 2007.

_____. Do “celular pai-de-santo” ao “celular-orelhão”: humor, conflito e novas práticas socioculturais na apropriação do telefone celular em grupos populares. *Intexto*, Porto Alegre, UFRGS, v. 1, n. 22, p. 116-133, jan./jun. 2010.

SILVA, Tarcísio Torres. Imagens da Primavera Árabe: estética, política e mídias digitais. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 23, p. 35-47, jun. 2012.

SIMMEL, Georg. Metrópole e Vida Mental. In: VELHO, O. G. (Org.). *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1967.

SLATER, Don. *Cultura de consumo e modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

SÜSSEKIND, Flora. *O Brasil não é longe daqui*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

TADEU, Tomaz. Nós, ciborgues: o corpo elétrico e a dissolução do humano. In: TADEU, Tomaz. *Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano*. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2009. p. 7-16.

TELECO - Informação e Serviços de Telecomunicações. Disponível em: <www.teleco.com.br>. Acesso em: 25 de julho de 2012.

THACKARA, John. *PLANO B - O design e as alternativas viáveis em um mundo complexo*. 1 ed. São Paulo: Saraiva; Virgília, 2008.

THE ABAPORU PROJECT ON TECHNOLOGY APPROPRIATION. Disponível em: <<http://abaporu.net/>>. Acesso em: 23 abr. 2012.

THOMPSON, J. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 10 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

TRAFFIQ. Disponível em: <<http://www.traffiq.de>>. Acesso em: 22 jul. 2012.

TRIVINHO, Eugênio. *O mal-estar da teoria*. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

TURKLE, S. *The second self: computers and the human spirit*. Cambridge: The MIT Press, 2005.

VICENTIN, Diego J. *A Mobilidade como Artigo de Consumo. Apontamento sobre as relações com o aparelho celular*. 2008. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Departamento de Sociologia, IFCH, Unicamp, Campinas. 2008.

_____. *O Consumo da Mobilidade: um estudo sobre o dispositivo celular*. XIV Congresso Brasileiro de Sociologia. GT04: Consumo, Sociedade e Ação Política - 28 a 31 de julho de 2009, Rio de Janeiro.

VIDAL, Laurent. Cidades em espera, sociedades em espera no Brasil colonial. Alguns desafios metodológicos. In: FRIDMAN, Fania; ABREU, Mauricio (org.). *Cidades latino-americanas – um debate sobre a formação de núcleos urbanos*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2010. p. 53-61.

VIEIRA, Cristina. Orelhão: um amigo do bolso. *Hora de Santa Catarina*, 29 jan. 2008, p. 5.

VIRILIO, Paul; LOTRINGER, Sylvere. *Guerra Pura: a militarização do cotidiano*. Trad. de Elza Miné e Laymert Garcia dos Santos. São Paulo: Brasiliense, 1984.

_____. *Velocidade e Política*. Trad. de Celso Mauro Paciornik. Pref. de Laymert Garcia dos Santos. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

_____. *Cibermundo: a política do pior*. Lisboa: Teorema, 2000.

_____. Entrevista concedida a Eduardo Febbro. *Jornal Página/12*. 20 nov. 2010. Disponível em: <<http://polivocidade.blog.br/tag/paul-virilio/>>. Acesso em: 12 de maio de 2012.

WARWICK, K. I. *Cyborg*. London: Century, 2002.

WIRTH, Louis. O urbanismo como modo de vida. In: VELHO, O. G. (Org.). *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

WOLTON, Dominique. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2010.

ZIELINSKI, Siegfried. *Arqueologia da Mídia: Em Busca do Tempo Remoto das Técnicas do Ver e do Ouvir*. São Paulo: AnnaBlume, 2006.

ŽIŽEK, Slavoj. *Primeiro como tragédia, depois como Farsa*. São Paulo: Boitempo, 2011b.

_____. *Em defesa das causas perdidas*. São Paulo: Boitempo, 2011a.

ZUMTHOR, Paul. *Escritura e nomadismo*. Trad. Jerusa Pires Ferreira e Sonia Queiroz. São Paulo: Ateliê, 2005.

APÊNDICES

1. Questionário aplicado em terminais e estações de São Paulo – de janeiro a julho de 2010

Pesquisa - Cartografia do uso de tecnologias móveis em ambientes com crise de mobilidade urbana - São Paulo/Brasil

APRESENTAÇÃO

Trata-se de questionário, parte integrante de pesquisa de doutorado, que pretende colaborar na constituição de cartografias do usuário de tecnologias móveis e destas tecnologias no **modo coletivo de transporte de São Paulo**, em especial metrô e ônibus²⁸², nos períodos de “apagão de mobilidade”. Tais dados, coletados entre os usuários que usufruem dos serviços públicos de transporte nos dois blocos de horários de maior engarrafamento na cidade, entre 7 e 10 horas e 17 e 20 horas²⁸³, serviram para análise comparativa com ambiente similar na cidade alemã de Frankfurt.

A consolidação destes questionários subsidiou o capítulo que trata das experiências com mídias móveis em espaços públicos e suas derivações em São Paulo (Brasil) e em Frankfurt (Alemanha).

Os números indicam como o tempo gasto em deslocamentos é utilizado pelo usuário de tecnologias móveis durante trajetos com apagões de mobilidade urbana. Com isso, pretendeu-se atestar a hipótese da pesquisa de que as tecnologias móveis são modo de “escape” daqueles que diariamente têm de enfrentar horas em congestionamentos, assim como de que no Brasil ocorre uma forma muito peculiar de utilização destes dispositivos.

Os locais para abordagem dos entrevistados em São Paulo foram assim distribuídos:

Modo coletivo:

- no metrô: a partir da estação tronco-Sé – com coletas nos terminais Tietê; Barra Funda; Vila Madalena; Santa Cruz e Tiradentes.
- nos ônibus: em paradas de ônibus com saída em alguns dos 28²⁸⁴ terminais de ônibus dispostos na cidade de SP. Os pontos serão selecionados levando em conta sua posição em locais estratégicos e de grande concentração de usuários, visando garantir o recorte mais fiel possível.

²⁸² Segundo indica a pesquisa Origem e Destino, realizada há dez anos pelo Metrô São Paulo, entre as viagens diárias 55% (13,8 milhões) são feitas por ônibus, trem ou metrô e 45% (11,2 milhões) pelos meios individuais (carro, táxi ou motocicleta).

²⁸³ Horário definido como sendo de pico pela CET - *Companhia de Engenharia de Tráfego - São Paulo, SP, Brasil*

²⁸⁴ Dado de 07 de novembro de 08, colhido do site da SP Trans.

CAMPO PESQUISADOR – tempo médio de entrevista: 7 minutos

Pesquisador: () Elaine () Gal

Data de aplicação da pesquisa: _____ Hora: _____

Ambiente da pesquisa (linha de ônibus/trecho de metrô): _____

<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>0</u>
<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>0</u>

Questionário consolidado - aplicação: usuários de modo de transporte coletivo

Breve caracterização do usuário/passageiro:

1. Nome do entrevistado: _____
2. Sexo: () masculino () feminino
3. Idade (anos): () 14-19 () 20 a 24 () 25 a 29 () 30 a 35 () 36 a 40 () acima de 41
4. Escolaridade: () Ensino Fundamental – até 8ª série () Ensino médio – 2º grau () Superior () Pós
5. Domicílio (onde reside):
() capital () região metropolitana²⁸⁵ () interior () outros
6. Renda pessoal:
() não tem renda () R\$ 300 a R\$ 500 () R\$ 600 a R\$ 1.000 () R\$ 1.100 a R\$ 2.000 () R\$ 2.100 a R\$ 3.500 () R\$ 3.600 a R\$ 5.000 () acima de R\$ 5.000 () não quer responder
7. Ocupação/Atividade profissional:
() estudante () vendedor () profissional liberal () prestador de serviços
() especificar: _____

8. Trajeto percorrido diariamente/Itinerário/meio de transporte:

IDA (ordenar)		VOLTA (ordenar)	
	BUS		BUS
	BUS		BUS
	BUS		BUS
	METRÔ		METRÔ
	TREM		TREM

9. Média de uso diário de transporte público

²⁸⁵ 39 municípios do entorno de SP.

() 2x ao dia () 3 ou 4 x ao dia () 5 ou 7 x ao dia () mais x ao dia

10. Normalmente, por quanto tempo você espera pelo ônibus/metrô/trem?

- () Até 10 minutos
- () De 10 a 20 minutos
- () Até 30 minutos
- () Por volta de 1 hora

Indique o tempo:

11. O que você faz durante esse período de espera?

- () fala ao celular
- () ouve música (rádio e MP3)
- () lê
- () conversa com outro passageiro
- () vê tevê
- () joga
- () trabalha
- () estuda
- () navega na internet
- () outro – Indique a resposta:

12. Em média, somando todas as conduções que você pega, quanto tempo leva o seu trajeto em horário de pico?

- () Até 30 minutos
- () De 30 a 60 minutos
- () De 1 hora a 1h30
- () de 2 horas a 3 horas
- () acima de 3 horas

13. Como você usa esse tempo durante o trajeto em ônibus/metrô/trem?

- () fala ao celular
- () ouve música (rádio e MP3)
- () lê
- () conversa com outro passageiro
- () vê tevê
- () joga
- () trabalha
- () estuda
- () navega na internet
- () outro – Indique a resposta:

14. O fato de haver cobertura de sinal no túnel do metrô mudou em que sua rotina no horário de pico²⁸⁶?

- () facilitou – é uma forma de não ficar incomunicável
- () em nada – não gosto de usar telefone no metrô
- () em parte – a cobertura não é total e o sinal cai
- () outro – Indique a resposta: _____

15. Para vc, o que é uma tecnologia móvel?

- () celular;
- () MP3;
- () Ipod;
- () Iphone;
- () notebook;

²⁸⁶ Segundo o Metrô, 3,3 milhões de paulistanos que utilizam diariamente o Metrô podem utilizar seus telefones móveis a partir de setembro de 2008 em qualquer ponto em todas as 55 estações que compõem a malha do serviço de transporte.

() outro – Indique a resposta: _____

16. Seu plano de telefonia celular é:

() pré-pago () pós-pago

17. Quanto você gasta por mês com celular:

() R\$ 20 a R\$ 50 () R\$ 50 a R\$ 100 () R\$ 100 a R\$ 200 () R\$ 200 a R\$ 400 reais () mais que R\$ 500

18. Qual é a operadora de telefonia que você utiliza:

() Vivo () Tim () Oi () Claro () Nextel () aeiou () CTBC () Sercomtel

19. Quantos linhas celulares você tem em funcionamento:

() 1 () 2 () 3 () mais

20. Desde quando você tem celular?

() desde que foi lançado no Brasil (começo década de 90)

() de 10 a 15 anos

() de 9 a 5 anos

() 4 a 2 anos

() recentemente

21. Quantos aparelhos de celular você já teve?

() mais de 10

() de 5 a 10

() de 1 a 4

22. Você viveria hoje sem celular?

() não, de forma alguma

() sim, com alguma dificuldade

() sim, sem qualquer problema

() talvez, se houvesse uma necessidade justificada

23. Qual a marca/fabricante de celulares do seu atual aparelho?

() Nokia

() Motorola

() Siemens

() LG

() Samsung

() Nextel

() Sony Ericson

() Dell

() Blackberry

() Iphone Apple

24. Por que você usa celular dessa marca:

() funcionalidade e muitos recursos

() design bonito

() fácil de usar e prático

() dá status, afinal poucos o têm

() é discreto, chama pouca atenção

() outros motivos. Indique a resposta: _____

25. Qual são as funcionalidades de seu celular que você mais usa – enumere pela ordem (de 1 a 6):

() fazer/receber ligações

() enviar/receber mensagens

() ouvir música/rádio

- ☐ jogar
- ☐ filmar/fotografar
- ☐ ferramentas: despertador/agenda/bloco de notas
- ☐ outros - indique a resposta _____

26. Há algum celular que é seu desejo de consumo? Qual ?

Aparelho: _____

a). Motivo:

- ☐ mais recursos ☐ mais bonito ☐ maior capacidade de armazenamento
- ☐ outro motivo. Indique a resposta _____

27. Normalmente, você leva quanto tempo para trocar de celular?

- ☐ 1 a 6 meses
- ☐ 7 a 12 meses
- ☐ uma vez por ano
- ☐ de dois em dois anos
- ☐ até o aparelho suportar
- ☐ quando há promoções e resgate de bônus

28. Em quais circunstâncias você troca de aparelho de celular?

- ☐ dano/quebra
- ☐ roubo
- ☐ obsoleto x lançamentos
- ☐ quando há promoções e resgate de bônus

29. Quando a bateria do seu celular estraga, você:

- ☐ troca a bateria
- ☐ troca de aparelho
- ☐ isso nunca me aconteceu
- ☐ outros – especificar: _____

2. Questionário aplicado na HBF em Frankfurt – Janeiro de 2011.

Umfrage - Erfassung der Nutzung mobiler Technologien in Umgebungen mit städtischer Mobilitätskrise -
São Paulo/Brasilien

CAMPO PESQUISADOR – Durchschnittszeit des Interviews 5 Minuten

Ausführung: Benutzer der öffentlichen Transportmittel – Deutschland – Januar 2011

Pesquisador: Elaine Resende Sklorz und Frank Michael Sklorz Umfrage Nr.: _____

Datum der Umfrage: _____ Uhrzeit: _____

Ort der Umfrage (Bushaltestelle/Bahnsteig/U-Bahnhof/etc): _____

Eigenschaften des Benutzers/Fahrgastes:

1. Geschlecht: () männlich () weiblich
2. Alter: () weniger als 14 Jahre () 14-19 () 20 a 24 () 25 a 29 () 30 a 35 () 36 a 40
() 41 a 52 () mehr als 53 Jahre
3. a) Schulabschluss: () ohne Abschluss () Hauptschulabschluss () Realschulabschluss
() Abitur
b) Berufliche Ausbildung: () Ausbildung () Studium () andere Berufsausbildung _____
4. Wohnhaft:
Stadt: _____
5. Welche öffentlich verkehrsmittel benutzen Sie?
() Bus
() STRAßENBAHN
() U-Bahn
() RegionalBahn
6. Durchschnittliche Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel ?
() ____ x monatlich
() ____ x wöchentlich
() 2 x täglich
() 3 oder 4 x täglich
() 5 bis 7 x täglich
() mehr als 7 x täglich
7. Wie viel Zeit verbringen Sie täglich in öffentlichen verkehrsmitteln von zu Hause bis zu Arbeit?
() bis zu 10 Minuten
() 10 bis 20 Minuten
() bis zu 30 Minuten
() ungefähr 1 Stunde
Anders: _____

8. Wie nutzen Sie die Zeit auf diesem Weg?

- ☐ telefonieren
- ☐ SMS verschicken
- ☐ Musik hören (Radio oder MP3)
- ☐ lesen
- ☐ mich mit einem anderen Fahrgast unterhalten
- ☐ fernsehen
- ☐ etwas spielen
- ☐ arbeiten
- ☐ lernen
- ☐ im Internet surfen
- ☐ etwas anderes – Geben Sie die Antwort an: _____

9. Für welche dieser Aktivitäten benutzen Sie Ihr Handy?

- ☐ telefonieren
- ☐ SMS verschicken
- ☐ Musik hören
- ☐ lesen
- ☐ mich mit einem anderen Fahrgast unterhalten
- ☐ fernsehen
- ☐ etwas spielen
- ☐ arbeiten
- ☐ lernen
- ☐ im Internet surfen
- ☐ etwas anderes – Geben Sie die Antwort an: _____

10. Welche der nachfolgenden Beispiele sind für Sie mobile Technologien?

- ☐ Handy
- ☐ MP3
- ☐ iPod
- ☐ iPhone
- ☐ Notebook
- ☐ all diese
- ☐ etwas anderes – Geben Sie die Antwort an: _____

11. Welchen Handytarif benutzen Sie?

- ☐ Prepaid ☐ Vertrag

12. Was geben Sie monatlich an Telefonkosten für Ihr Handy aus?

- ☐ weniger als 10€ ☐ 10€ bis 40€ ☐ 50€ bis 100€ ☐ 100€ bis 200€ ☐ 200€ bis 40€ ☐ mehr als 500€

13. Welchen Mobilfunkanbieter benutzen Sie?:

- ☐ T-Mobile ☐ Vodafone ☐ E-Plus ☐ O2

14. Wie viele Mobiltelefone haben Sie in Betrieb?

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ mehr

15. Seit wann haben Sie ein Handy?

- ☐ seit der Markteinführung 1992
- ☐ seit 10 bis 15 Jahren
- ☐ seit 6 bis 9 Jahren
- ☐ 3 bis 5 Jahren
- ☐ seit den letzten 2 Jahren

16. Wie viele Handys hatten Sie schon?

- ☐ mehr als 10
- ☐ 7 bis 10
- ☐ 4 bis 6

☐ 1 bis 3

17. Würden Sie heute ohne Handy leben?

- ☐ nein, auf keinen Fall
- ☐ ja, aber mit Schwierigkeiten
- ☐ ja, ohne jegliches Problem
- ☐ vielleicht, wenn es dafür eine begründbare Notwendigkeit geben würde

18. Wie heißt der Hersteller Ihres aktuellen Handys?

- ☐ Nokia
- ☐ Motorola
- ☐ Siemens
- ☐ LG
- ☐ Samsung
- ☐ Nextel
- ☐ Sony Ericson
- ☐ Dell
- ☐ Blackberry
- ☐ Iphone Apple
- ☐ anderes Modell: _____

19. Warum benutzen Sie ein Handy dieses Herstellers?

- ☐ viele Funktionen und Benutzungsmöglichkeiten
- ☐ schönes Design
- ☐ einfache und praktische Benutzung
- ☐ es ist ein Statussymbol, da es wenige haben
- ☐ es ist unauffällig, es zieht nicht die Aufmerksamkeit auf sich
- ☐ habe es umsonst oder als Geschenk bekommen
- ☐ gutes Preis-Leistungsverhältnis
- ☐ anderer Grund – Geben Sie die Antwort an: _____

20. Welche Funktionen des Handys benutzen Sie am meisten? – ordnen Sie von 1 bis 6:

- ☐ Anrufe machen/erhalten
- ☐ SMS schicken/erhalten
- ☐ Musik/Radio hören
- ☐ spielen
- ☐ filmen/fotografieren
- ☐ Anwendungen: Wecker/Kalender/Notizblock
- ☐ Internet
- ☐ TV
- ☐ etwas anderes – Geben Sie die Antwort an: _____

21. Gibts es ein Handy, welches sie sich gern Kaufen würden?

Modell: _____

a). Grund:

- ☐ mehr Anwendungsmöglichkeiten
- ☐ schöner
- ☐ höhere Speicherkapazität
- ☐ anderer Grund – Geben Sie die Antwort an: _____

22. In welchem zeitlichen Abstand wechseln Sie normalerweise Ihr Handy?

- ☐ bis zu 3 mal pro Jahr
- ☐ 2 mal pro Jahr
- ☐ 1 mal pro Jahr
- ☐ alle zwei Jahre
- ☐ so lange wie das Gerät aushält
- ☐ wenn es Sonderangebote gibt

23. Unter welchen Umständen wechseln Sie Ihr Handy?

- ☐ bei Schaden oder wenn es kaputt geht

- ☐ bei Verlust
- ☐ bei Diebstahl
- ☐ wenn es veraltet ist oder wenn es neue Modelle gibt
- ☐ wenn es Sonderangebote gibt

Persönliche Fragen

24. Beschäftigung/berufliche Tätigkeit:

- ☐ Schüler ☐ Student ☐ Auszubildener ☐ Rentner ☐ Freiberufler ☐ Angestellter

☐ geben Sie an: _____

25. Wie viele Stunden pro Tag arbeiten Sie?

- ☐ bis 4 Stunden ☐ bis zu 6 Stunden ☐ bis zu 8 Stunden ☐ mehr als 8 Stunden

26. Nettoeinkommen:

- ☐ 500€ bis 999€ ☐ 1000€ bis 1500€ ☐ 1.510 € bis 2.000€ ☐ 2.010€ bis 2.500 €

- ☐ 2.510€ bis 3.000€ ☐ mehr als 3.000€

TABULAÇÃO DE DADOS DE SÃO PAULO

	Pergunta	%	%
2	Sexo		
2	Masculino	44,17%	44,17%
2	Feminino	55,83%	55,83%
3	Idade		
3	14 a 19	7,50%	7,50%
3	20 a 24	26,67%	26,67%
3	25 a 29	18,33%	18,33%
3	30 a 35	19,17%	19,17%
3	36 a 40	14,17%	14,17%
3	acima de 41	14,17%	14,17%
4	Escolaridade		
4	E. Fund. - até 8ª série	20,17%	20,00%
4	Ensino médio - 2º grau	42,86%	42,50%
4	Superior	31,93%	31,67%
4	Pós	5,04%	5,00%
5	Residência		
5	Capital	59,17%	59,17%
5	Reg. Metropolitana	38,33%	38,33%
5	Interior	2,50%	2,50%
5	Outro	0,00%	0,00%
6	Renda Pessoal		
6	Não tem renda	5,04%	5,00%
6	R\$ 300,00 a R\$ 500,00	7,56%	7,50%
6	R\$ 600,00 a R\$ 1.000,00	35,29%	35,00%
6	R\$ 1.100 a R\$ 2.000,00	27,73%	27,50%
6	R\$ 2.100,00 a R\$ 3.500,00	7,56%	7,50%
6	R\$ 3.600,00 a R\$ 5.000,00	3,36%	3,33%
6	Acima de R\$ 5.000,00	0,84%	0,83%
6	Não quer responder	12,61%	12,50%
7	Ocupação/Atividade		
7	Estudante/estagiário	9,17%	9,17%
7	Vendedor	8,33%	8,33%
7	Profissional liberal	4,17%	4,17%
7	Prestador de serviços	62,50%	62,50%
7	Outro	15,83%	15,83%
8	Trajetos percorridos diariamente		
8	Ida 1 onibus	22,30%	80,83%
8	Ida 2 onibus	8,28%	30,00%
8	Ida 3 onibus	0,92%	3,33%
8	Ida Metro	14,25%	51,67%
8	Ida Trem	4,37%	15,83%
8	Volta 1 onibus	21,61%	78,33%
8	Volta 2 onibus	7,82%	28,33%
8	Volta 3 onibus	1,15%	4,17%
8	Volta Metro	14,71%	53,33%
8	Volta Trem	4,60%	16,67%
9	Média de uso diário de transporte público		
9	2 por dia	27,73%	27,50%
9	3 ou 4 por dia	55,46%	55,00%
9	5 ou 7 por dia	16,81%	16,67%
9	mais 7 por dia	0,00%	0,00%
10	Quanto tempo vc espera pelo ônibus/metrô/trem		
10	Até 10 minutos	45,83%	45,83%
10	De 10 a 20 minutos	28,33%	28,33%
10	Até 30 minutos	19,17%	19,17%
10	Por volta 1 hora	6,67%	6,67%
10	Mais de 1 hora	0,00%	0,00%

	Pergunta	%	%
11	O que você faz durante esse período de espera		
11	Fala ao celular	7,69%	10,00%
11	Ouve música (rádio e MP3)	26,28%	34,17%
11	Lê	21,15%	27,50%
11	Conversa com outro passageiro	7,05%	9,17%
11	Vê tevê	0,64%	0,83%
11	Joga	2,56%	3,33%
11	Trabalha	0,64%	0,83%
11	Estuda	2,56%	3,33%
11	Navega na internet	0,64%	0,83%
11	Outro	30,77%	40,00%
12	Quanto tempo leva seu trajeto no horário de pico		
12	Até 30 minutos	10,74%	10,83%
12	De 30 a 60 minutos	20,66%	20,83%
12	De 1 hora a 1h30	40,50%	40,83%
12	De 2 horas a 3 horas	23,97%	24,17%
12	acima de 3 horas	4,13%	4,17%
13	Como você usa esse tempo durante o trajeto		
13	Fala ao celular	10,88%	17,50%
13	Ouve música (rádio e MP3)	25,39%	40,83%
13	Lê	24,87%	40,00%
13	Conversa com outro passageiro	5,70%	9,17%
13	Vê tevê	1,04%	1,67%
13	Joga	4,66%	7,50%
13	Trabalha	1,04%	1,67%
13	Estuda	4,15%	6,67%
13	Navega na internet	0,52%	0,83%
13	Outro	21,76%	35,00%
14	O fato de haver cobertura de sinal no túnel do metrô		
14	incomunicável	34,71%	35,00%
14	metrô	27,27%	27,50%
14	cai	22,31%	22,50%
14	Outro	15,70%	15,83%
15	Para vc, o que é uma tecnologia móvel		
15	Celular	36,91%	71,67%
15	MP3	10,30%	20,00%
15	Ipod	11,59%	22,50%
15	Iphone	16,74%	32,50%
15	Notebook	23,18%	45,00%
15	Outro	1,29%	2,50%
16	Seu plano de telefonia celular é		
16	Pré-pago	72,44%	76,67%
16	Pós-pago	27,56%	29,17%
17	Quanto você gasta por mês com celular		
17	R\$ 20,00 a R\$ 50,00	70,83%	70,83%
17	R\$ 50,00 a R\$ 100,00	18,33%	18,33%
17	R\$ 100,00 a R\$ 200,00	8,33%	8,33%
17	R\$ 200,00 a R\$ 400,00	2,50%	2,50%
17	Mais que R\$ 500,00	0,00%	0,00%
18	Qual é a operadora de telefonia que você utiliza		
18	Vivo	25,00%	35,00%
18	Tim	23,21%	32,50%
18	Oi	22,62%	31,67%
18	Claro	25,60%	35,83%
18	Nextel	2,98%	4,17%
18	CTBC	0,00%	0,00%
18	Sercomtel	0,00%	0,00%
18	Outra	0,60%	0,83%

TABULAÇÃO DE DADOS DE SÃO PAULO

	Pergunta	%	%
19	Quantos linhas celulares vc. tem em funcionamento		
19	Uma	60,50%	60,00%
19	Duas	31,93%	31,67%
19	Três	4,20%	4,17%
19	Mais	3,36%	3,33%
20	Desde quando você tem celular		
20	década de 90)	5,00%	5,00%
20	De 10 a 15 anos	31,67%	31,67%
20	De 9 a 5 anos	34,17%	34,17%
20	De 4 a 2 anos	21,67%	21,67%
20	Recentemente	7,50%	7,50%
21	Quantos aparelhos de celular você já teve		
21	Mais de 10	13,33%	13,33%
21	De 5 a 10	30,00%	30,00%
21	De 1 a 4	56,67%	56,67%
22	Você viveria hoje sem celular		
22	Não, de forma alguma	52,50%	52,50%
22	Sim, com alguma dificuldade	17,50%	17,50%
22	Sim, sem qualquer problema	23,33%	23,33%
22	justificada	6,67%	6,67%
23	Qual a marca/fabricante de seu atual aparelho		
23	Nokia	22,63%	25,83%
23	Motorola	25,55%	29,17%
23	Siemens	3,65%	4,17%
23	LG	13,14%	15,00%
23	Samsung	15,33%	17,50%
23	Nextel	0,00%	0,00%
23	Sony Ericson	14,60%	16,67%
23	Dell	0,00%	0,00%
23	Blackberry	0,73%	0,83%
23	Iphone Apple	4,38%	5,00%
24	Porque você usa celular dessa marca		
24	Funcionalidade e muitos recursos	23,78%	28,33%
24	Design bonito	19,58%	23,33%
24	Fácil de usar e prático	16,08%	19,17%
24	Afinal poucos o tem	0,70%	0,83%
24	É discreto, chama pouca atenção	11,19%	13,33%
24	Outro motivo	28,67%	34,17%
	Pergunta	Prioridade	
25	Funcionalidades de seu celular	Muito Alta (1)	
25	Fazer/receber ligações	79,66%	78,33%
25	Enviar/receber mensagens	10,89%	9,17%
25	Ouvir música/rádio	11,11%	6,67%
25	Jogar	2,50%	0,83%
25	Filmar/fotografar	1,56%	0,83%
25	notas/calculadora	6,06%	5,00%
25	Outro\internet\email	0,00%	0,00%
25	Funcionalidades de seu celular	Alta (2)	
25	Fazer/receber ligações	16,10%	15,83%
25	Enviar/receber mensagens	66,34%	55,83%
25	Ouvir música/rádio	19,44%	11,67%
25	Jogar	2,50%	0,83%
25	Filmar/fotografar	4,69%	2,50%
25	notas/calculadora	12,12%	10,00%
25	Outro\internet\email	33,33%	1,67%
25	Funcionalidades de seu celular	Media Alta (3)	
25	Fazer/receber ligações	4,24%	4,17%

25	Enviar/receber mensagens	11,88%	10,00%
25	Ouvir música/rádio	50,00%	30,00%
25	Jogar	12,50%	4,17%
25	Filmar/fotografar	23,44%	12,50%
25	notas/calculadora	28,28%	23,33%
25	Outro\internet\email	0,00%	0,00%
25	Funcionalidades de seu celular	Media (4)	
25	Fazer/receber ligações	0,00%	0,00%
25	Enviar/receber mensagens	6,93%	5,83%
25	Ouvir música/rádio	8,33%	5,00%
25	Jogar	32,50%	10,83%
25	Filmar/fotografar	39,06%	20,83%
25	notas/calculadora	29,29%	24,17%
25	Outro\internet\email	16,67%	0,83%
25	Funcionalidades de seu celular	Media Baixa(5)	
25	Fazer/receber ligações	0,00%	0,00%
25	Enviar/receber mensagens	3,96%	3,33%
25	Ouvir música/rádio	6,94%	4,17%
25	Jogar	12,50%	4,17%
25	Filmar/fotografar	28,13%	15,00%
25	notas/calculadora	19,19%	15,83%
25	Outro\internet\email	33,33%	1,67%
25	Funcionalidades de seu celular	Baixa (6)	
25	Fazer/receber ligações	0,00%	0,00%
25	Enviar/receber mensagens	0,00%	0,00%
25	Ouvir música/rádio	4,17%	2,50%
25	Jogar	37,50%	12,50%
25	Filmar/fotografar	3,13%	1,67%
25	Despertador/agenda/bloco de notas/calculadora	5,05%	4,17%
25	Outro\internet\email	16,67%	0,83%
	Pergunta	%	%
26	Há algum celular que é seu desejo de consumo		
26	Nokia	3,31%	3,33%
26	Motorola	0,00%	0,00%
26	Siemens	0,00%	0,00%
26	LG	1,65%	1,67%
26	Samsung	2,48%	2,50%
26	Nextel	0,00%	0,00%
26	Sony Ericson	1,65%	1,67%
26	Dell	0,00%	0,00%
26	Blackberry	6,61%	6,67%
26	Iphone Apple	18,18%	18,33%
26	outra resposta	66,12%	66,67%
26.a	Motivo		
26.a	Mais recursos	22,70%	26,67%
26.a	Mais bonito	8,51%	10,00%
26.a	Maior capacidade de armazenamento	9,93%	11,67%
26.a	Outro	58,87%	69,17%
27	Você leva quanto tempo para trocar de celular		
27	1 a 6 meses	7,38%	7,50%
27	7 a 12 meses	13,11%	13,33%
27	Uma vez por ano	12,30%	12,50%
27	De dois em dois anos	9,84%	10,00%
27	Até o aparelho suportar	52,46%	53,33%
27	Quando há promoções e resgate de bônus	4,92%	5,00%
28	Em quais circunstâncias você troca de celular		
28	Dano/Quebra	56,89%	79,17%
28	Roubo/perda	28,14%	39,17%
28	Obsoleto x Lançamentos	10,18%	14,17%
28	Quando há promoções e resgate de bônus	4,79%	6,67%
29	Quando a bateria do seu celular estraga		
29	Troca a bateria	21,31%	21,67%
29	Troca de aparelho	28,69%	29,17%
29	Nunca me aconteceu	45,90%	46,67%
29	Outro	4,10%	4,17%

TABULAÇÃO DE DADOS DE FRANKFURT

	Erfassung der Nutzung mobiler Technologien in Umgebungen mit städtischer Mobilitätskrise - Frankfurt/Deutschland																																				
Frage	Fahrgastes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	%	Gesamt	
1	Geschlecht																																				
1	männlich	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	61,8%	21	
1	weiblich			1		1							1		1							1		1	1										38,2%	13	
2	Alter																																				
2	14 bis 19			1								1																							8,8%	3	
2	20 bis 24		1	1		1		1								1											1	1							23,5%	8	
2	25 bis 29											1																			1				5,9%	2	
2	30 bis 35																					1										1	1		14,7%	5	
2	36 bis 40													1								1													14,7%	5	
2	41 bis 52	1																					1												23,5%	8	
2	mehr als 53 Jahre																																		8,8%	3	
3	Schulabschluss																																				
3	ohne Abschluss																																			0,0%	0
3	Hauptschulabschluss	1						1																									1		9,7%	3	
3	Realschulabschluss			1					1															1	1										29,0%	9	
3	Abitur		1	1		1			1	1	1	1	1		1										1	1		1	1	1	1	1			61,3%	19	
4	Nettoeinkommen																																				
4	500 bis 999 €																																	1	1	11,8%	2
4	1000 bis 1500 €												1																							17,6%	3
4	1510 bis 2000 €																1																			5,9%	1
4	2010 bis 2500 €																																1			23,5%	4
4	2510 bis 3000 €																																			11,8%	2
4	mehr als 3000 €	1															1																			23,5%	4
4	kein antwortet		1																																	5,9%	1
5	Berufliche Ausbildung																																				
5	Ausbildung	1																																		37,9%	11
5	Studium		1	1		1		1		1	1	1		1		1					1	1	1	1	1									58,6%	17		
5	Andere Berufsausbildung																																	1		3,4%	1
6	Welche öffentlich verkehrsmittel benutzen Sie?																																				
6	Bus		1	1		1					1	1										1	1	1	1	1									23,0%	14	
6	Straßenbahn		1	1		1	1		1		1											1										1	1		23,0%	14	
6	U-Bahn							1	1	1							1				1	1	1	1											13,1%	8	
6	Regionalbahn	1	1	1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					41,0%	25	
7	Durchschnittliche Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel?																																				
7	x monatlich												1	1	1	1	1	1	1	1															22,6%	7	
7	x wöchentlich																				1	1	1	1											22,6%	7	
7	2 x täglich		1	1	1		1																				1	1					1	1	45,2%	14	
7	3 oder 4 x täglich																																			3,2%	1
7	5 bis 7 x täglich						1																													3,2%	1
7	mehr als 7 x täglich	1																																		3,2%	1
8	Wie viel Zeit verbringen Sie täglich in öffentlichen verkehrsmitteln von zu Hause bis zu Arbeit?																																				
8	bis zu 10 Minuten																																			3,6%	1
8	10 bis 20 Minuten	1																																		7,1%	2
8	bis zu 30 Minuten							1																												17,9%	5
8	Ungefähr 1 Stunde		1	1				1				1	1	1																					46,4%	13	
8	Anders							1				1	1	1		1	1	1	1	1						1							1		25,0%	7	
9	Wie nutzen Sie die Zeit auf diesem Weg?																																				
9	telefonieren		1	1							1			1																						9,6%	9
9	SMS verschicken		1	1							1	1	1	1	1	1																			11,7%	11	
9	Musik hören (Radio oder MP3)		1	1	1	1					1	1	1	1	1								1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		18,1%	17
9	lesen	1						1			1	1	1	1	1	1							1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		17,0%	16
9	unterhalten										1	1					1	1	1	1															8,5%	8	
9	etwas spielen																																			3,2%	3
9	fernsehen																																			1,1%	1
9	arbeiten		1																																	11,7%	11
9	lernen		1																																	6,4%	6
9	im Internet surfen		1																																	11,7%	11
9	etwas anderes - Geben Sie die Antwort an:																																			1,1%	1
10	Für welche dieser aktivitäten benutzen Sie Ihr Handy?																																				
10	telefonieren		1	1	1	1						1					1																			30,7%	23
10	SMS verschicken		1	1	1	1						1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		25,3%	19	
10	Musik hören (Radio oder MP3)		1	1	1	1																														13,3%	10
10	lesen	1																																		6,7%	5
10	unterhalten																																			0,0%	0
10	fernsehen												</																								

TABULAÇÃO DE DADOS DE FRANKFURT

Erfassung der Nutzung mobiler Technologien in Umgebungen mit städtischer Mobilitätskrise - Frankfurt/Deutschland																																					
Frage	Fahrgastes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	%	Ges.
18	Würden Sie heute ohne Handy leben?																																				
18	nein, auf keinen Fall				1								1					1	1					1	1	1	1			1		1	1	1		45,5%	15
18	ja, aber mit Schwierigkeiten					1						1	1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			1					1		39,4%	13
18	ja, ohne jegliches Problem			1				1		1					1																					12,1%	4
18	vielleicht, wenn es dafür eine begründbare Notwendigkeit geben														1												1									3,0%	1
19	Wie heißt der Hersteller Ihres aktuellen Handys?																																				
19	Nokia									1	1			1							1	1		1			1	1	1		1	1	1		29,3%	12	
19	Motorola																													1		1				4,9%	2
19	Siemens																																			0,0%	0
19	LG						1					1						1						1												9,8%	4
19	Samsung		1						1							1														1	1		1			14,6%	6
19	Nextel																																			0,0%	0
19	Sony Ericson											1				1	1										1									9,8%	4
19	Dell																																			0,0%	0
19	Blackberry			1																																2,4%	1
19	Iphone Apple					1					1								1	1			1	1	1		1				1	1	1	1	29,3%	12	
21	Warum benutzen Sie ein Handy dieses Herstellers?																																				
21	Viele Funktionen und Benutzungsmöglichkeiten				1			1		1								1	1	1	1			1	1		1			1		1		1		25,5%	13
21	schönes Design				1					1									1	1				1	1		1			1		1				17,6%	9
21	Benutzung				1											1		1	1	1	1	1	1	1	1	1		1			1		1	1		27,5%	14
21	es ist ein Statussymbol, da es wenige haben									1																							1			3,9%	2
21	es ist unauffällig, es zieht nicht die Aufmerksamkeit auf sich																																			0,0%	0
21	habe es umsonst oder als Geschenk bekommen		1			1			1	1		1	1																	1						13,7%	7
21	gutes Preis-Leistungsverhältnis										1					1		1																		5,9%	3
21	anderer Grund - Geben Sie die Antwort an:			1													1									1										5,9%	3
22	Welche Funktionen des Handys benutzen Sie am meisten? Ordnen Sie von 1 bis 6:																																				
22	Anrufe machen/erhalten		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	VIDE FINAL DA TABELA	29
22	SMS schicken/erhalten		2	1		2		2		2	2	2			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3		24
22	Musik hören (Radio oder MP3)																	2	3		3	3		3		1	1	2		1	1	1	1	12			
22	Spielen							3										4								4	1						5	5			
22	filmen/fotografieren												3						3					4	3	5	1			2		6	2	9			
22	Anwendungen: Wecker/Kalender/Notizblock															3			5	3	4	5	4	6	3			1	3		4	3	10				
22	Internet							4										4	6						1	4	1			1			4	12			
22	TV																																		1		
22	etwas anderes - Geben Sie die Antwort an:																									1									0		
23	Gibt es ein Handy, welches Sie sich gern Kaufen würden?																																				
23	Nokia																																			0,0%	0
23	Motorola																																			0,0%	0
23	Siemens																																			0,0%	0
23	LG																																			0,0%	0
23	Samsung																																			0,0%	0
23	Nextel																																			0,0%	0
23	Sony Ericson																																			0,0%	0
23	Dell																																			0,0%	0
23	Blackberry																																			0,0%	0
23	Iphone Apple											1		1				1									1						1		100,0%	5	
23	an:																																			0,0%	0
24	Grund																																				
24	mehr Anwendungsmöglichkeiten																											1						1		33,3%	2
24	schöner																												1					1		33,3%	2
24	höhere Speicherkapazität																												1					1		33,3%	2
24	anderer Grund - Geben Sie die Antwort an:																																			0,0%	0
25	In welchem zeitlichen Abstand wechseln Sie normalerweise Ihr Handy?																																				
25	bis zu 3 mal pro Jahr																				1															2,8%	1
25	2 mal pro Jahr					1																			1											5,6%	2
25	1 mal pro Jahr							1									1					1													16,7%	6	
25	alle zwei Jahre			1						1												1		1	1	1	1		1		1	1	1	1		36,1%	13
25	so lange wie das Gerät aushält		1		1	1				1		1	1		1			1	1	1										1		1			36,1%	13	
25	wenn es Sonderangebote gibt																		1																	2,8%	1
26	Unter welchen Umständen wechseln Sie Ihr Handy?																																				
26	bei Schaden oder wenn es kaputt geht		1		1	1		1	1	1	1	1		1			1	1	1	1	1			1	1			1	1	1		1			50,0%	21	
26	bei Verlust		1					1												1	1			1	1						1				19,0%	8	
26	bei Diebstahl		1																					1	1						1	1				11,9%	5
26	wenn es veraltet is oder wenn es neue Modelle gibt			1						1						1																1				16,7%	7
26	wenn es Sonderangebote gibt																										1									2,4%	1
27	Persönliche Fragen - Beschäftigung/berufliche Tätigkeit																																				
27	Schüler											1																					1			6,9%	2
27	Student			1	1		1																														

TABULAÇÃO DE DADOS DE FRANKFURT

Welche Funktionen des Handys benutzen Sie am meisten? Ordnen Sie von 1 bis 6:						
Priorität	Muito alta(1)	alta (2)	media alta (3)	media (4)	media baixa (5)	baixa (6)
Anrufe machen/erhalten	96,6%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
SMS schicken/erhalten	25,0%	70,8%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Musik hören (Radio oder MP3)	41,7%	16,7%	41,7%	0,0%	0,0%	0,0%
spielen	20,0%	0,0%	20,0%	40,0%	20,0%	0,0%
filmen/fotografieren	11,1%	22,2%	33,3%	11,1%	11,1%	11,1%
Anwendungen: Wecker/Kalender/Notizblock	8,3%	0,0%	41,7%	25,0%	16,7%	8,3%
Internet	40,0%	0,0%	0,0%	40,0%	0,0%	20,0%
TV	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
etwas anderes - Geben Sie die Antwort an:	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Welche Funktionen des Handys benutzen Sie am meisten? Ordnen Sie von 1 bis 6:						
Priorität	Muito alta(1)	alta (2)	media alta (3)	media (4)	media baixa (5)	baixa (6)
Anrufe machen/erhalten	82,4%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
SMS schicken/erhalten	17,6%	50,0%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Musik hören (Radio oder MP3)	14,7%	5,9%	14,7%	0,0%	0,0%	0,0%
spielen	2,9%	0,0%	2,9%	5,9%	2,9%	0,0%
filmen/fotografieren	2,9%	5,9%	8,8%	2,9%	2,9%	2,9%
Anwendungen: Wecker/Kalender/Notizblock	2,9%	0,0%	14,7%	8,8%	5,9%	2,9%
Internet	11,8%	0,0%	0,0%	11,8%	0,0%	5,9%
TV	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
etwas anderes - Geben Sie die Antwort an:	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%