

DO “CELULAR PAI-DE-SANTO” AO “CELULAR-ORELHÃO”: humor, conflito e novas práticas socioculturais na apropriação do telefone celular em grupos populares

SILVA, Sandra Rubia
Doutora, UFSC
sandraxrubia@gmail.com

RESUMO

Este artigo explora um tema pouco discutido no campo da cibercultura: o uso do telefone celular por grupos populares. Utilizando o método etnográfico, analiso as estratégias empregadas pelos moradores do Morro São Jorge para exercerem seu direito à comunicação, ainda que precariamente. Argumento que tais estratégias engendram novas práticas socioculturais que terminam por reatualizar práticas anteriores, especialmente em relação ao uso de telefones públicos e na prática de fazer ligações a cobrar.

Palavras-chave: Telefones celulares. Apropriação. Grupos populares.

1 TELEFONES CELULARES, PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO E APROPRIAÇÃO TECNOLÓGICA

No final do século passado, Manuel Castells cunhou o termo “sociedade em rede” para ressaltar o papel das tecnologias de comunicação e informação - e, em especial, da Internet - para a expansão do fenômeno que tornou-se conhecido como globalização. Na época, Castells argumentava que a Internet, em termos históricos, tinha se disseminado mais rapidamente do que qualquer outro meio de comunicação (CASTELLS, 1999). Entretanto, em pouco mais de dez anos um outro meio de comunicação, ainda não mencionado por Castells, tornou-se parte integrante de nosso cotidiano: os telefones celulares. A ubiquidade dessa tecnologia móvel e sua importância para a compreensão do universo social na contemporaneidade têm atraído o interesse de pesquisadores, entre os quais o próprio Castells, que ressalta a disseminação sem precedentes dos celulares, que se tornaram a tecnologia de mais rápida difusão na história da humanidade: “No final de 2007, o número de assinaturas de telefonia móvel atingiu a marca de 3,2 bilhões, o que representa uma taxa de penetração de 50% da população do planeta como um todo” (CASTELLS, 2008, p. 447).

No caso brasileiro, embora nosso país já tenha ultrapassado no ano de 2009 a marca de 160 milhões de assinaturas de telefonia celular - em comparação, são 44 milhões os brasileiros que acessam a Internet de casa ou do trabalho (TELECO, 2009) -, o tema da apropriação do telefone celular e seus desdobramentos nas relações sociais é objeto de estudo recente na academia brasileira. Em nível internacional, uma primeira onda de pesquisa sobre os impactos sociais dos telefones celulares, cujos dados de pesquisa foram obtidos principalmente em países desenvolvidos, tendeu a caracterizá-los como tecnologias de uso individual que possibilitam uma conectividade permanente (“perpetual contact”), com os estudos concentrando-se no uso dos telefones celulares

feito por adolescentes e jovens adultos (LING, 2004; KATZ; AAKHUS, 2002). Com a crescente adoção das tecnologias móveis pela população dos países em desenvolvimento, o padrão de uso dos telefones celulares em outros contextos culturais passou igualmente a atrair a atenção dos pesquisadores, que identificaram similaridades, mas também diferenças importantes em relação aos padrões de uso anteriormente observados nos países do chamado Primeiro Mundo. Principalmente a partir de 2005, começaram a ser publicados mais estudos que investigaram como os grupos economicamente desfavorecidos se apropriam das tecnologias móveis, tais como a etnografia de Horst e Miller (2006) sobre o uso de telefones celulares entre grupos populares na Jamaica, ou os estudos de Donner (2005; 2008), que investiga a apropriação de telefones celulares na África e na Ásia.

Nesse sentido, Horst e Miller (2006) nos mostram que os telefones celulares são apropriados de maneiras muitas vezes peculiares. No caso jamaicano, os celulares foram apropriados seguindo uma lógica cultural na qual a formação e manutenção de redes de relacionamento é fundamental para a sobrevivência econômica: os parentes e amigos em melhores condições financeiras (em especial os emigrados para os Estados Unidos) são chamados - via celular - a auxiliar aqueles menos favorecidos pela sorte. O que a etnografia de Horst e Miller nos mostra é que, para entender os modos de apropriação dos telefones celulares, é preciso antes de tudo compreender os padrões culturais da sociedade em questão. Nesse ponto, torna-se importante pensar em maior profundidade um conceito que busca refletir sobre os modos através dos quais a tecnologia passa a fazer parte de nossas vidas, assim como o papel da cultura nesse processo: o conceito de apropriação.

Penso que o enquadramento teórico proposto por Bar, Pisani e Weber (2007) para pensar as tecnologias móveis e seus modos de apropriação revela-se bastante fecundo. Em primeiro lugar, é preciso diferenciar os conceitos de adoção e apropriação considerando-os diferentes etapas do ciclo de evolução tecnológica: para os autores, a adoção refere-se principalmente ao consumo das tecnologias móveis tal como previsto pelos criadores da tecnologia, ao passo que a apropriação é um processo criativo no qual os usuários dos telefones celulares, para além da mera adoção, tornam a tecnologia parte significativa de suas vidas permeando-a com seus padrões e práticas culturais, políticas e econômicas. Entretanto, cabe a crítica: embora os autores tomem como temática central o consumo criativo dos telefones celulares, não fazem qualquer referência em seu texto ao pensamento fundante de Michel de Certeau, que lançou as bases da formulação do consumo como um processo no qual o consumidor tem um papel ativo, ou seja, o consumo também é produção. No clássico *A Invenção do*

Cotidiano, lançado originalmente em 1980, na França, em dois volumes (e especialmente no primeiro, *Artes de Fazer*), Certeau, de forma pioneira, coloca a ênfase nos processos de consumo cotidiano dos atores sociais; no que muitas vezes é dado como certo e, até mesmo, fútil, e que por isso mesmo foi por tanto tempo relegado a segundo plano nas análises sociais, como objeto não legítimo de pesquisa acadêmica. Para Certeau (1994) o 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.

Feita a crítica, voltemos a Bar, Pisani e Weber (2007). Na fase de apropriação, os usuários experimentam os celulares testando seus limites e possibilidades, modificando suas características de forma a melhor atender suas necessidades. Tais modificações, entretanto, são limitadas pelo desenho do aparelho ou pela forma como o serviço é oferecido pelas operadoras. Por isso, às duas primeiras fases pode seguir-se uma terceira, a da “re-configuração”, na qual a tecnologia é redesenhada - neste estágio, ocorrem mudanças profundas que necessariamente precisam do envolvimento da indústria ou dos provedores de serviços.

Bar, Pisani e Weber (2007) afirmam que é no segundo estágio de evolução tecnológica, a apropriação, que ocorre a inovação a longo prazo. Especialmente importante, para os autores, é ressaltar que essa inovação decorre de processos que envolvem a criatividade, a negociação e a experimentação por parte dos usuários, mas também o conflito com relações de poder estabelecidas. Assim, a apropriação é um processo, fundamentalmente, político, constituindo “uma batalha pelo poder em torno da configuração de um sistema tecnológico e portanto da definição sobre quem o usa, a quais custos, sob quais condições, para qual propósito, e com quais consequências” (BAR; PISANI; WEBER, 2007, p. 2). Levando em conta tais relações assimétricas de poder, os autores propõem pensar universalmente o conceito de apropriação tecnológica a partir dos processos históricos de apropriação cultural na América Latina, pois “ao longo de sua história, a América Latina tem tido ampla experiência e prática com a apropriação de objetos, pessoas, e idéias vindas do estrangeiro” (BAR; PISANI; WEBER, 2007, p. 15). É a partir dos processos de mestiçagem cultural latino-americanos que propõem três modos de apropriação tecnológica dos telefones celulares, que tanto podem ocorrer na América Latina quanto em outros contextos culturais: a infiltração barroca, a creolização e o canibalismo. Estes três modos de apropriação representam níveis crescentes de conflito com os provedores da tecnologia e representam, obviamente, tipos ideais que podem ser combinados. O primeiro, infiltração barroca, consiste basicamente na personalização dos aparelhos celulares e de seus aplicativos,

porém sempre limitada ao que é previsto pelos criadores da tecnologia (por exemplo, poder modificar o toque do celular); o segundo modo de apropriação tecnológica, a creolização, consiste na bricolagem, uma transformação mais profunda - a recombinação dos elementos da tecnologia a fim de criar algo novo que melhor supra as necessidades e desejos do usuário (como, por exemplo, a prática de “dar um toquinho” para evitar fazer uma chamada de voz e gastar créditos) -; e no terceiro, o canibalismo (no qual Bar, Pisani e Weber estabelecem analogias com o “Manifesto Antropófago” de Oswald de Andrade), ocorre uma “destruição criativa”, uma confrontação direta e explícita com os provedores da tecnologia e seus modelos de negócio ou “pelo menos com a relação de poder corporificada na tecnologia [...] Seu objetivo é destruir, subverter, derrotar o aparelho ou serviço tal como é oferecido” (BAR; PISANI; WEBER, 2007, p. 34). Segundo os autores, a própria arquitetura dos telefones celulares ainda restringe bastante a experimentação, e por isso há mais possibilidades para os dois primeiros modos de apropriação do que para o terceiro, o canibalismo. Entretanto, exemplos possíveis incluem o uso dos celulares associado ao crime e ao terrorismo, como no caso dos aparelhos utilizados como detonadores de explosivos nos atentados terroristas no metrô de Madrid em 2004, ou o uso de celulares por presidiários brasileiros para aplicar golpes e comandar rebeliões (BAR; PISANI; WEBER, 2007). No Morro São Jorge, também observei práticas de apropriação que subvertem as relações de poder entre usuários e operadoras, tais como o compartilhamento pela Internet de tutoriais para desbloqueio de celulares e a obtenção de créditos por meios ilícitos, as quais analiso em outro lugar (SILVA, 2009b).

Dentre as várias possibilidades de apropriação dos telefones celulares, desejamos neste texto nos concentrar naquelas relacionadas ao custo de usá-los, e em especial na “creolização”. No Brasil, as tarifas dos serviços de telefonia móvel estão entre as mais caras do mundo, e o país aparece entre os quarenta últimos (mais exatamente, em centésimo décimo quarto lugar) em um *ranking* de comprometimento da renda com serviços de telefonia móvel, feito em 150 países pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), um órgão da ONU: os brasileiros comprometem em média 7,5% de sua renda *per capita* somente com os serviços de telefonia móvel, ao passo que para indianos, mexicanos e argentinos essa taxa fica em torno de 2% e para suecos e noruegueses, 0,2% (NINIO, 2009). Nesse registro, Castells (2008, p. 448) chama a atenção para as relações desiguais de poder entre usuários e operadoras ao afirmar que a difusão dos telefones celulares nos países em desenvolvimento somente não é mais veloz devido “às tarifas abusivas que não possuem uma justificativa tecnológica”.

De uma forma geral, ainda permanecem raros os estudos que se dedicam a

analisar a apropriação dos telefones celulares por grupos populares em países em desenvolvimento, seja na África, seja no Brasil (DONNER, 2008; BARROS, 2009). Em um país onde as tarifas de telefonia móvel estão entre as mais altas do mundo, e no qual mais de oitenta por cento dos 160 milhões de assinaturas utilizam o sistema pré-pago (TELECO, 2009), penso que a reflexão sobre os modos pelos quais os grupos populares apropriam-se das tecnologias móveis pode suscitar debates sobre as relações assimétricas de poder que regem as relações entre usuários e operadoras de telefonia no Brasil. Entretanto, para além de discussões polarizadas em torno do poder, acredito que a análise das estratégias de apropriação dos celulares entre os habitantes do Morro São Jorge, que apresentarei a seguir propondo uma abordagem etnográfica, guarda grande interesse para a compreensão das maneiras pelas quais os telefones celulares se tornaram parte integrante de nossas vidas, influenciando de forma significativa nossas práticas socioculturais. Ao chamar a atenção para as mudanças na relação espaço/tempo propiciadas pelas tecnologias móveis de comunicação, Castells (2008, p. 448) reafirma o caráter pervasivo e ubíquo dos telefones celulares: “agora temos uma pele wireless sobreposta às práticas de nossas vidas, de tal forma que estamos em nós mesmos e em nossas redes ao mesmo tempo”. Nesse sentido, penso que o entendimento que Castells tem dos telefones celulares encontra eco nas palavras de meus interlocutores no Morro São Jorge, que definiram da seguinte forma a importância dos celulares em suas vidas: “[Ter um celular é] estar no tempo, estar no mundo” (SILVA, 2008, p. 321). São justamente as tensões e os conflitos, mas também o humor e os imaginários presentes nas estratégias de apropriação que buscam conciliar a necessidade de comunicação por telefone celular com a experiência cotidiana da pobreza, que iremos examinar a seguir.

2 . “O CELULAR É A MELHOR INVENÇÃO, PENA QUE É CARO”: O PARADOXO BRASILEIRO

No Morro São Jorge¹, comunidade² de baixa renda localizada na área central da cidade de Florianópolis, vivem em torno de três mil pessoas. Embora o poder público venha investindo em políticas públicas de saneamento e moradia, como em tantas outras áreas pobres e degradadas do Brasil, há a convivência diária com a precariedade das casas, a falta de água, a influência dos chefes do tráfico de drogas e os baixos salários: a média salarial, para os que estão empregados (a grande maioria como vigilantes, pedreiros, ou faxineiros e, no caso das mulheres, empregadas domésticas ou diaristas), é de pouco mais de um salário mínimo, em torno de 600 a 800 reais. São muitos os que conseguiram se aposentar por problemas de saúde, ou mesmo por tempo de serviço,

mas optam por continuar a trabalhar.

É o caso de Seu Elias, um líder comunitário que mora no São Jorge há onze anos. Conseguiu aposentar-se antes dos cinquenta anos com um salário mínimo, mas continua trabalhando como faxineiro. Devido ao seu trabalho como líder comunitário, optou por ter um celular pós-pago, uma exceção no universo de meus interlocutores que gastam em média 20 reais de créditos pré-pagos por mês: “Porque a gente liga pra todo mundo aí... Assim eu pago 88 centavos por minuto, fosse pré-pago eu iria pagar 1,20, 1,30”. Sua surpresa é grande quando lhe conto que na Inglaterra (onde fiz o estágio de doutorado-sanduíche), por exemplo, pode-se ligar por 15 centavos na moeda local para qualquer operadora: “E olha o salário deles e olha o nosso... No Brasil é caro mesmo”.

Como vários moradores do Morro São Jorge, cancelou sua linha de telefone fixo, pois “a assinatura é muito cara e com o celular fica mais fácil de controlar”. Esse controle refere-se não somente ao fato de que, com um celular pré-pago, é possível pedir constantemente o saldo remanescente via mensagens de texto. No caso de grupos populares, refere-se também aos parentes e vizinhos que constantemente batem na porta dos que têm telefone fixo pedindo para fazer ligações. Essa queixa foi comum nos relatos de meus interlocutores que decidiram trocar o fixo pelo celular e apontada por eles como grande vantagem. Entretanto, no caso de Seu Elias, o problema aconteceu dentro de casa: seu nome foi parar no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) depois que seu filho passou a morar com ele e fazia ligações escondido para a namorada, que tinha permanecido em São Paulo: “a conta foi tão astronômica que a gente está atolado até hoje... Ele ajudou a pagar um pouco, mas depois se mudou e ficou pra gente aqui”.

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

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

Justamente para conseguir “sustentar” seu telefone celular, e manter limpo o nome da esposa, Seu Elias procura exercer um controle rígido sobre os gastos: “Eu me cuido com as contas, eu tenho muito medo”. O que pode ser difícil se o usuário ceder aos apelos das operadoras ou de seus parceiros para que se usem as funções pagas dos celulares: “Esse aparelho seguido eles estão mandando mensagem para acessar a Internet, mas eu não uso, acho muito caro. Às vezes, eu me descuido, vou direto, mas logo já desligo”. Se, como bem sugere André Lemos (2007), a convergência tecnológica torna o termo “telefone celular” simplório, sendo mais preciso defini-los como “dispositivos híbridos” ou DHMCM (dispositivos híbridos móveis de conexão multirredes), o que observei no Morro São Jorge foi uma declarada preferência pelas modalidades de conexão grátis, como o Bluetooth³ e o infravermelho. Nunca encontrei ninguém no São Jorge que usasse a Internet regularmente⁴ no telefone celular, e para a maioria a reação era a mesma de Seu Elias: um susto ao acessar a função Internet por engano. Foi o caso de Ana Beatriz, uma jovem de vinte anos, casada e com três filhos, para quem “o celular é a melhor invenção, pena que é caro”:

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

Naiara, por exemplo, assinou um serviço de piadas via SMS sem prestar atenção nas tarifas e agora não consegue cancelá-lo. Como resultado, não coloca mais créditos depois que o serviço consumiu vinte reais de crédito em um mês: “Meu celular já era pai-de-santo, agora mesmo é que ficou mais”. Aliás, ter um “celular pai-de-santo” - que, segundo a piada bem-humorada, é aquele que “só recebe” ligações - é a mais comum das estratégias para lidar com o alto custo dos serviços de telefonia móvel no Brasil. Nas palavras de meus interlocutores, é a lógica do “coloco vinte reais de crédito, e a hora que acabar, acabou”.

Voltemos neste ponto a Bar, Pisani e Weber (2007). Ter um “celular pai-de-santo” não constitui uma estratégia de confronto acirrado com as operadoras, na medida em que aqui os celulares não são modificados e não contrariam substancialmente os modelos de negócio das mesmas (algumas das quais chegam a disponibilizar recargas no valor de R\$ 6 ou menos). Entretanto, os usuários de celulares pré-pagos falam bem menos do que aqueles que usam o sistema pós-pago: 50 minutos por mês, contra 200 minutos no caso dos segundos (CASTELLS et al., 2007).

Ainda no registro do que é possível fazer a partir das regras das operadoras, uma das principais estratégias é aproveitar as promoções por elas oferecidas, que resultam em bônus adicionais para fazer ligações de voz ou mandar torpedos - mas apenas entre celulares da mesma operadora. Seu Elias, por exemplo, sempre pergunta qual é a operadora quando lhe dão um número de celular para retornar a ligação depois, a fim de resolver algum problema comunitário: “Quando me dão o telefone eu já pergunto, ‘é da TIM?’ Senão eu não ligo. Aí quando reclamam, digo: ‘me arruma um TIM aí que eu te ligo’. Senão não ligo mesmo”.

Outra estratégia das mais utilizadas é não usar o celular para fazer ligações a fim de economizar créditos, mas sim fazer uso do telefone público, o popular orelhão. Nesse sentido, como nos mostra Pellanda (2009), ocorre o paradoxo brasileiro: o Brasil é um caso único na medida em que há áreas como a África, onde a infraestrutura de telefonia era precária ou não existia, e as populações passaram diretamente ao uso do celular; mas também há, nas áreas urbanas, um nível de desenvolvimento tecnológico e uma infraestrutura de serviços similar ao dos países mais desenvolvidos. Usar a estrutura pública de telefonia fixa em conjunto com o telefone celular tornou-se, assim, uma prática que parece ser tipicamente brasileira, não sendo frequente sua descrição na literatura sobre telefones celulares relativa a outros contextos culturais (HORST, 2009). Em países da Europa, como por exemplo a Itália, o número de telefones públicos está diminuindo devido à disseminação dos celulares (FERRARIS, 2008).

No Brasil, entretanto, os telefones públicos continuam muito populares. Apesar do inconveniente do uso, a principal razão para o uso do orelhão é certamente o preço: as ligações de orelhão para telefone fixo chegam a ser 800% mais baratas do que as originadas de um telefone celular (VIEIRA, 2008). Como muitos de meus informantes, Maria Rita, esposa de Seu Elias, explica: “Quando eu quero ligar para alguém eu compro um cartão [telefônico] e vou ali no orelhão, ali na frente da creche [é o único orelhão do morro]. Ou deixo para fazer quando vou no centro [da cidade]”. Minhas observações em locais públicos de Florianópolis confirmam as afirmações de Horst (2009) sobre a especificidade do uso dos telefones públicos nas práticas de apropriação dos celulares no Brasil (e aqui, podemos falar tanto de camadas populares quanto de camadas médias): seja na universidade, no hipermercado ou no shopping center, era comum observar indivíduos usando o telefone público em conjunto com o celular: com uma das mãos, discando; e com a outra, segurando o cartão telefônico e procurando o número a ser chamado na agenda do celular (Figura 1).



Figura 1: “celular-orelhão”, o híbrido brasileiro.

Assim, temos um modo de apropriação que pode ser classificado naquilo que Bar, Pisani e Weber (2007) chamam de creolização: telefone público e celular são recombinados formando um híbrido, que aqui chamo de “celular-orelhão”. Nesse sentido, penso que os moradores do Morro São Jorge exemplificam bem o paradoxo brasileiro na apropriação de tecnologias móveis de que fala Pellanda (2009): são uma população urbana que vive em condições marginalizadas, em um país que possui um dos maiores mercados globais de tecnologia. São marginalizados em suas condições de vida e, devido ao alto custo das tarifas, nas próprias práticas de seu uso das tecnologias móveis. Na próxima seção, iremos examinar outra prática sociocultural que parece ser tipicamente brasileira: as ligações a cobrar.

3 . “TEM UM POBRE LIGANDO PRÁ MIM”: A DINÂMICA SOCIOCULTURAL DAS LIGAÇÕES A COBRAR

Em suas pesquisas em Ruanda, Donner (2005) observou que possuir um celular não significa necessariamente poder usá-lo plenamente - posse não é o mesmo que uso, mas há diversas gradações possíveis. Nos países em desenvolvimento, é comum a prática chamada em inglês de *flashing* ou *beeping*, na qual o usuário faz uma chamada mas não a completa para evitar pagar a ligação, esperando que aquele que foi chamado a retorne (CASTELLS et al., 2007; HORST; MILLER, 2006; DONNER, 2005; BARROS, 2009). No Brasil, essa prática tornou-se conhecida por “dar um toquinho” e, como em outros países, pode funcionar como um código previamente combinado, no qual nem sempre as ligações precisam ser retornadas: um toquinho pode significar “cheguei bem” ou “pode vir me buscar”, por exemplo (DONNER, 2005). Entretanto, para as situações em que usar esse código não é possível, os moradores do São Jorge utilizam outra estratégia: ligar a cobrar.

Desde os primeiros tempos do trabalho de campo, observei que as ligações a

cobrar pareciam constituir um padrão dominante na apropriação dos telefones celulares na comunidade. Sempre que perguntava sobre o número de ligações feitas, a resposta-padrão recebida por mim era a seguinte: “o meu tá sempre sem crédito” ou “eu só recebo, quase nunca ligo” ou então “só ligo quando tenho bônus”. Deixar o celular sem créditos por mais de três meses (período médio de validade de uma recarga) foi uma prática que observei repetidas vezes no Morro São Jorge. Duília, por exemplo, não parece se preocupar muito com a possibilidade de ter sua linha cancelada (Figura 2): “Eles dizem que vão tirar o número, mas, até fazer isso, demora...” Logo percebi que ligações a cobrar eram prática constante entre meus interlocutores, embora os padrões de aceitação das ligações a cobrar variassem. O padrão mais constante é o de aceitar ligações a cobrar de um membro da família, especialmente de filhos em saídas noturnas. Seu Elias, por exemplo, nosso líder comunitário, nunca aceita ligações a cobrar: “Só da minha guria. Porque se eu entrar nessa, eu vou a 600, 2000 reais por mês. Se eu me ‘emocionar’ eu perco esse celular rapidinho”. D. Natalina, que cuida de um neto de oito anos, HIV positivo, também não costuma abrir exceções. Mas, coincidentemente, quando cheguei para entrevistá-la mais formalmente, D. Natalina estava ao celular: “minha cunhada, hoje é meu aniversário”. Entretanto, a cunhada ligou a cobrar: “normalmente eu não aceito, mas já que ela ligou para me dar os parabéns e eu tinha crédito, e foi rapidinho...” Mães e filhas mantêm os laços através do telefone celular. No caso de Ana Beatriz, é a mãe que lhe liga a cobrar várias vezes por semana. Em uma prática de infiltração barroca, Ana Beatriz personalizou o toque para essas chamadas: “Ela já tem o toque só dela que é a cobrar [...] Eu já botei na agenda que é pra quando tocar eu saber que é ela”. Esse toque é uma adaptação da antiga vinheta de chamada a cobrar para telefones fixos da Telebrás, ao qual se sobrepõe uma voz feminina que canta repetidamente, no ritmo da música: “Tem um pobre ligando pra mim... tem um pobre ligando pra mim”. Barros (2009, p. 14), em sua pesquisa nas comunidades de camadas populares do Rio de Janeiro, também observou ampla adoção desse toque; concordo com a autora quando argumenta que trata-se de uma evidência humorística “[...] das maneiras pelas quais a sociedade relaciona sujeitos, localizações sociais e modos de uso de objetos e serviços”. Nesse registro, Fonseca (2000) ressalta a importância do humor na convivência de populações marginalizadas com relações assimétricas de poder: brinca-se com o que é tabu e com o que é ambíguo.



Figura 2: celular sem créditos, mensagem frequente no São Jorge.

Entre adolescentes e jovens adultos, o padrão é mais difuso. Patrick, um jovem de dezessete anos, me conta rindo que “o negócio é os amigos não descobrirem que tu colocou crédito, se descobrirem já começam a ligar a cobrar”. Essa descoberta de quem na turma tem créditos pode acontecer de forma aleatória explica-me Ana Beatriz: “quando a gente quer conversar com algum amigo, vai ligando e tentando, até alguém aceitar a ligação. Se aceitar é porque tem créditos, né?” Entre homens e mulheres, existe uma ética nas ligações a cobrar que tende a reproduzir hierarquias de gênero nas quais ao homem cabe o papel de provedor. Assim, na paquera ou entre casais de namorados, a moça pode fazer ligações a cobrar ou dar toquinhos, mas o oposto é considerado inapropriado, tendência essa que já foi observada em outros contextos culturais (CASTELLS et al., 2007; HORST; MILLER, 2006; DONNER, 2005). Mesmo as mulheres casadas, como Marisa, de quarenta e três anos, tendem a aderir a esse padrão: “Eu só ligo para o meu marido a cobrar, aí não preciso gastar meus créditos”. No imaginário a respeito dos celulares no Brasil, a relação entre ligações a cobrar e gênero também está presente no cancionário popular. Na canção “Chamada a Cobrar”, Kelly Key reclama das ligações do namorado, chamando-o de “mané”⁵, ao passo que, em “Pega-pega”, cantada pelo rapper Mag, o namorado sugere até que a moça retorne a ligação de um orelhão - a cobrar.⁶

Pellanda (2009) afirma que os planos pré-pagos, além de possibilitarem a inclusão de uma grande parte dos brasileiros na telefonia móvel, têm o mérito de permitir o recebimento de ligações mesmo quando o celular do usuário está sem créditos. Entretanto, no Morro São Jorge descobri que, mesmo com os créditos expirados, há uma maneira mais ativa dos donos de celulares pai-de-santo se comunicarem. Com Ana Beatriz descobri a prática de não somente fazer ligações, mas também de dar “toquinhos” a cobrar, muito embora, como nas práticas de *beeping* observadas na África, seja necessário um mínimo de créditos disponível. Entretanto, penso que tanto

as ligações a cobrar quanto os “toquinhos” não se adequam idealmente às categorias da infiltração barroca ou da creolização propostas por Bar, Pisani e Weber (2007), mas sim situam-se entre as duas, já que a lógica cultural do “ligar a cobrar” é reatualizada para as tecnologias móveis, mas não ocorre uma recombinação de elementos tecnológicos tal como no caso do celular-orelhão. Ao mesmo tempo, é interessante notar que parece estar havendo uma reconfiguração no ciclo de evolução tecnológica, na medida em que as operadoras de telefonia estão incentivando práticas relacionadas à lógica do “ligar a cobrar”. Durante meu trabalho de campo, interlocutores me mostraram mensagens SMS (também popularmente conhecidas por “torpedos”) recebidas, primeiro, da operadora Vivo, cujo texto ensina a fazer ligações a cobrar⁷; segundo, da operadora Claro, que estabeleceu um serviço através do qual é possível mandar torpedos a cobrar (Figura 3).



Embora o padrão dominante seja o de ligações a cobrar entre membros de uma mesma rede de parentesco ou de amizade, não se restringe a estas. A prática de aceitar ligações a cobrar foi adotada por alguns pequenos comércios no São Jorge. Dois comércios de lanches rápidos próximos à comunidade, por exemplo, aceitaram por mais de um ano ligações a cobrar para encomenda de lanches, até que o elevado número de trotes os fez repensar essa política. O mesmo aconteceu com a Centenário Água e Gás, que comercializa água mineral e botijões de gás de cozinha. A solução adotada pelos três foi a de implementar um cadastro de clientes fiéis e só aceitar ligações a cobrar desses clientes selecionados.

O posto de saúde da Prefeitura Municipal que atende a comunidade também constitui um caso digno de nota. A Prefeitura Municipal de Florianópolis autorizou uma cota de verba extra para pagamento da conta telefônica do posto, que é um dos poucos de Florianópolis que liga para o celular dos pacientes: “Como aqui na comunidade a

maioria não tem telefone fixo, só celular, foi o jeito que arrumamos para insistir que os pacientes venham buscar seus exames, e também para confirmar o agendamento das consultas”, revelou-me Lília, a responsável pelo posto. Por fim, o caso de Manuela, uma ex-menina de rua e mãe solteira de cinco filhos, ilustra outro padrão de ligações a cobrar no qual o telefone celular atua como mediador entre usuários e redes de proteção social do governo. Como vários outros moradores do Morro São Jorge, Manuela recebe mensalmente dinheiro do Bolsa-Família, valor este que é fundamental para a sua sobrevivência e a de seus filhos. Nos últimos três meses, o depósito foi efetuado com atraso, e nessas ocasiões o telefone celular serviu para que Manuela pressionasse a assistente social da prefeitura. Em uma das vezes em que estive em sua casa, encontrei Manuela concentrada em várias ligações a cobrar na tentativa de resolver o assunto. “Meu celular nunca tem crédito, e para resolver é só assim, ligando a cobrar; ainda bem que essa assistente social já conhece o meu caso”, explica-me ela. Quando pergunto se não reclamam das ligações a cobrar, Manuela responde que “às vezes sim, mas eu tenho que insistir porque preciso do dinheiro. Quando eu ligo do celular é geralmente pra pedir ajuda: ou pras minhas patroas [ela é diarista], ou pra minha irmã, ou pra prefeitura”. Insisto um pouco mais, e Manuela por fim revela uma estratégia: “O negócio é insistir mesmo, mas eu faço assim: digo pra eles, ‘olha, anota bem, esse aqui é o meu número, quando você receber chamada a cobrar desse número por favor atende, que pode ser importante”.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste artigo, argumentei que, em um país no qual as tarifas dos serviços de telefonia móvel estão entre as mais altas do mundo, a posse de um telefone celular não é o mesmo que seu uso efetivo, mostrando como os habitantes do Morro São Jorge valem-se de estratégias e táticas, no sentido de Certeau (1994) para um consumo que inclui o uso da criatividade. Como enquadramento teórico que ilumina as práticas de consumo que buscam fazer frente aos constrangimentos econômicos provocados pelo alto custo dos serviços de telefonia móvel no Brasil, elegi uma abordagem teórica que dá conta das relações assimétricas de poder entre consumidores e produtores/provedores de aparelhos e serviços de telefonia. Com muitos pontos em comum com a abordagem do consumo criativo de Michel de Certeau (embora não cite este autor), o enquadramento teórico proposto por Bar, Pisani e Weber (2007) revela-se produtivo para pensar o consumo tecnológico em relação às dinâmicas culturais latino-americanas: assim, a categoria da creolização tecnológica revela os hibridismos

culturais - enquanto estratégia para subverter o poder das operadoras, por exemplo - que perpassam a combinação “celular-orelhão”, bem como a prática de se fazer ligações a cobrar, ou a estratégia de usar o celular como um “celular pai-de-santo”.

Fundamentalmente, inspirado pela visão do consumo como uma prática cultural e pela valorização de seu papel no cotidiano dos agentes sociais, este artigo buscou, acima de tudo, realçar a riqueza e complexidade das dimensões materiais e simbólicas envolvidas nos processos cotidianos de consumo. Para além de discursos moralizantes que tomam o ato de consumir ora como marcado pela futilidade, ora como responsável pela desagregação do social, espero ter conseguido evidenciar que o consumo não desumaniza os agentes sociais em uma “sociedade consumista”. Através das histórias dos moradores do Morro São Jorge com seus celulares, espero ter logrado sublinhar, ao longo das análises, a profunda humanidade intrínseca ao ato de consumir.

Em conclusão, vimos que um olhar antropológico sobre a apropriação dos telefones celulares mostra que o Brasil vive uma espécie de paradoxo tecnológico: é um dos maiores mercados globais de telefonia, mas suas tarifas de serviço estão entre as mais altas do mundo. Assim, os mais de oitenta por cento de usuários do serviço pré-pago muitas vezes precisam lançar mão de variadas estratégias de apropriação dos telefones celulares, recombinação seus elementos e reatualizando antigas práticas - ou creolizando essa tecnologia móvel, como querem Bar, Pisani e Weber (2007) -, em suas práticas socioculturais cotidianas a fim de poderem, ainda que de forma precária, exercer seu direito à comunicação. Nesse sentido, espero que essa breve etnografia dos modos de apropriação dos telefones celulares no Morro São Jorge possa contribuir para o debate mais abrangente em torno de políticas de inclusão digital e o direito à comunicação no Brasil.

From the “pai-de-santo’ mobile phone” to the “payphone mobile phone”: humor, conflict and new sociocultural practices in the appropriation of mobile phones by low-income groups

ABSTRACT

This paper explores an issue rarely discussed in ciberculture studies: the use of mobile phones by low-income groups. Using the ethnographic method, I analyse the strategies employed by the dwellers of Morro São Jorge to exercise - rather precariously - their right to communication. I argue that such strategies engender new sociocultural practices that update older ones, especially regarding the use of public payphones and in the practice of making collect calls.

Keywords: Mobile phones. Appropriation. Low-income groups.

DEL “TELÉFONO CELULAR PADRE-DE-SANTO” AL “TELÉFONO PÚBLICO COMO CELULAR”: HUMOR, CONFLICTO Y NUEVAS PRÁCTICAS SOCIOCULTURALES EN LA APROPIACIÓN DEL TELÉFONO CELULAR EN LAS CLASES POPULARES

RESUMEN

Este artículo explota un tema poco discutido en el campo de la cibercultura: el uso del teléfono celular en las clases populares. Utilizando el método etnográfico, analizo las estrategias empleadas por los habitantes del Morro São Jorge para que ejercan - precariamente - su derecho a la comunicación. El argumento es que tales estrategias reactualizan prácticas anteriores, especialmente aquellas relacionadas con el uso de teléfonos públicos y en la práctica de hacer llamadas a cobro revertido.

Palabras claves: Teléfonos celulares. Apropiación. Clases populares.

REFERÊNCIAS

BAR, François; PISANI, Francis; WEBER, Matthew. Mobile technology appropriation in a distant mirror: baroque infiltration, creolization and cannibalism. In: **Seminário sobre Desenvolvimento Económico, Desenvolvimento Social y Comunicaciones Móviles en América Latina**. Buenos Aires: Fundación Telefónica, 2007. Disponível em: <<http://abaporu.net>>. Acesso em: 20 ago. 2009.

BARROS, Carla. Apropriações de tecnologias digitais e usos de celulares nas camadas populares. In: **Anais do XIV Congresso Brasileiro de Sociologia**. Rio de Janeiro, 2009. CD-ROM.

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

_____. Afterword. In: KATZ, James E. **Handbook of Mobile Communication Studies**. Cambridge: MIT Press, 2008, p. 447-451.

CASTELLS, Manuel; FERNÁNDEZ-ARDEVOL, Mireia; QIU, Jack Linchuan; SEY, Araba. **Mobile Communication and Society: a global perspective**. Cambridge: MIT Press, 2007.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DONNER, Jonathan. User-led innovations in mobile use in sub-Saharan Africa. **Receiver**, n. 14, 2005. Disponível em: <<http://www.receiver.vodafone.com>>. Acesso em: 18 ago. 2009.

_____. Shrinking fourth world? Mobiles, development, and inclusion. In: KATZ, James E. **Handbook of Mobile Communication Studies**. Cambridge: MIT Press, 2008, p. 29-42.

FERRARIS, Maurizio. Uma filosofia do celular ou os avatares que este meio de comunicação está introduzindo em nossas vidas. Entrevista concedida a Tomás Vasquez Arrieta. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, vol. 5, n. 12, p. 151-166, mar. 2008.

FONSECA, Claudia. **Família, fofoca e honra: etnografia de relações de gênero e violência em grupos populares**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2000.

HORST, Heather; MILLER, Daniel. **The Cell Phone: an Anthropology of Communication**. Oxford; Berg, 2006.

HORST, Heather. Media Practices in Brazil, part V: mobile phones. **Futures of learning**. Irvine, California: Annenberg Center of Communication, 2009. Disponível em: <http://futuresoflearning.org/index.php/Firda_08/tag/brazil>. Acesso em: 02 jul. 2009.

KATZ, James E.; AAKHUS, Mark (eds.). **Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance**. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

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

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

NINIO, Marcelo. Telefonia no Brasil está entre as mais caras. **Folha de S. Paulo**, Caderno Dinheiro, 2 mar. 2009, p. B3.

PELLANDA, Eduardo Campos. Mobile communication: the Brazilian paradox. **Wi: Journal of Mobile Media**, n. 3, summer 2009. Disponível em: <<http://wi.hexagram.ca>>. Acesso em: 14 ago. 2009.

SCHWARTZ, Gilson. “We are as we move on”: motoboys iconomic evolution in São Paulo. **Wi: Journal of Mobile Media**, n. 3, summer 2009. Disponível em: <<http://wi.hexagram.ca>>. Acesso em: 14 ago. 2009.

SILVA, Sandra Rubia. Vivendo com celulares: identidade, corpo e sociabilidade nas culturas urbanas. In: BORELLI, Silvia; FREIRE FILHO, João (orgs.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008, p. 311-331.

_____. A religião dos celulares: consumo de tecnologia como expressão de fé entre evangélicos e umbandistas. In: **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Curitiba: INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2009a. CD-ROM.

_____. Performances de masculinidade, práticas de subversão: relações entre telefones celulares, poder e jovens em camadas populares do sul do Brasil. In: **Anais da VIII Reunião de Antropologia do Mercosul: “Diversidad y Poder en América Latina”**. Buenos Aires: UNSAM, 2009b. CD-ROM.

VIEIRA, Cristina. Orelhão: um amigo do bolso. **Hora de Santa Catarina**, 29 jan. 2008, p. 5.

TELECO. Estatísticas de Celulares no Brasil. **Teleco: Informações em Telecomunicações**, 2009. Disponível em: < <http://www.teleco.com.br/ncel.asp> >. Acesso em: 22 ago. 2009.

¹ Em consenso com meus interlocutores, preferiu-se utilizar um nome fictício tanto para a localidade onde o trabalho de campo foi feito quanto para os participantes da pesquisa. Os dados e imagens foram obtidos através de entrevistas em profundidade e observação participante, entre 2007 e 2008.

² “Comunidade”, aqui, é utilizado como um termo nativo. “Comunidade”, assim como “morro”, são os termos preferenciais utilizados pelos moradores do Morro São Jorge para designar seu local de moradia, em oposição a “favela”, considerado um termo pejorativo utilizado pelos que são de fora.

³ Em outro lugar (Silva, 2009a), analiso a apropriação dos telefones celulares na vivência da religiosidade entre evangélicos e umbandistas no Morro São Jorge. Em especial, descrevo a importância do Bluetooth no aumento do capital cultural dos jovens “ogãs”, que usam essa

função de conexão dos celulares para compartilharem entre si novos “pontos” de umbanda (música ritual nos cultos afro-brasileiros).

- 4 Nesse sentido, meus dados de campo corroboram o baixo uso da Internet no celular no Brasil: apenas 2,6% da população, o que corresponde em média a um quarto da intensidade do uso da Internet móvel em países desenvolvidos (Schwartz, 2009).
- 5 Diz a letra: “Diz que tá sempre duro/ Faz pose de machão/ Quando me liga sempre eu que pago a ligação/ O telefone toca/ Chamada a cobrar/ Claro já sei quem /E deixa a musica tocar/ Que mané...”
- 6 Conforme a letra: “Liga a cobrar, vou aceitar, não vou brigar, vou atender/ Vai no orelhão, é só discar, não finge que já esqueceu/ Sabe de cor, meu celular, não finge que você perdeu/ É só ligar, a cobrar, liga pro meu celular”.
- 7 O texto do torpedo recebido em setembro de 2008 diz: “Sabe ligar a cobrar? Disque 9090 + número do telefone para fazer chamadas locais. Facilite suas ligações quando estiver sem créditos!”

Recebido em: 29/10/2009

Aceito em: 18/04/2010