



**Telefones celulares e a experiência 50+: uma reflexão sobre
mídia, cultura material e consumo¹**

**Cell phones and the 50+ experience: a reflection on
mediatization, material culture and consumption**

Camila de Andrade Simões²

Elaide Martins³

Resumo: No contexto da comunicação mediada por tecnologias como o celular, é preciso considerar o envelhecer da população e as dinâmicas de exclusão/inclusão que lhe atravessam. Este trabalho é de natureza qualitativa e foca em um grupo de pessoas com 50 anos ou mais, sujeitos que vivenciam a constante (re)elaboração tecnológica como modificadora dos ambientes cotidianos. Um questionário semiestruturado on-line foi aplicado e obteve 44 respondentes válidos. Para a discussão, trazemos Daniel Miller (2013), Giorgio Agamben (2009), Mike Featherstone (1995), Fausto Neto (2008), Braga (2007), Vilso Santi (2018) e Hajarvard (2015). Resultados indicam que o celular desponta como instrumento centralizador de processos do cotidiano dos entrevistados e é considerado como essencial em suas relações familiares e profissionais.

Palavras-chave: Adultos mais velhos; Mídia; Telefone celular.

¹ Trabalho apresentado ao IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS. GT Meios, Algoritmos e Redes.

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (PPGCOM-UFGA); bolsista da Fundação Amazônia de Amparo a Estudos e Pesquisas (FAPESPA), período: 2019-2022. E-mail: camila.simoese@ilc.ufpa.br.

³ Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (PPGCOM-UFGA). Doutorado em Desenvolvimento Socioambiental pela Universidade Federal do Pará (UFGA). E-mail: elaidemartins@gmail.com.



Abstract: In the context of communication mediated by technologies such as cell phones, it is necessary to consider the aging of the population and the dynamics of exclusion / inclusion that go through it. This work is of a qualitative nature and focuses on a group of people aged 50 or over, subjects who experience constant technological (re)elaboration as a modifier of everyday environments. A semi-structured online questionnaire was applied and obtained 44 valid respondents. For the discussion, we bring Daniel Miller (2013), Giorgio Agamben (2009), Mike Featherstone (1995), Fausto Neto (2008), Braga (2007), Vilso Santi (2018) and Hajarvard (2015). Results indicate that the cell phone emerges as a centralizing tool for the interviewees' daily processes and is considered essential in their family and professional relationships.

Keywords: Cell phone; Mediatization; Older adults.

1. Introdução

A comunicação mediada pela tecnologia digital parece ter um papel central nas novas formas de relação-interação na sociedade contemporânea. Nesse cenário, os telefones celulares despontam como aparato tecnológico essencial de um tempo presente, a tela mais popular, de interface considerada mais amigável (REZ, 2016) e certa acessibilidade. Cultura midiática, geralmente, ligada ao que é “novo” ou mesmo ao futuro em si, evidencia o corpo jovem como daquele autorizado e relacionado diretamente à tecnologia, habilitando-o a falar sobre e a partir.

Contudo, ao considerar a realidade de envelhecimento da população brasileira, propomos, diante dessa ambiência tecnológica, deslocar o olhar para grupos de pessoas com 50 (cinquenta) anos ou mais, adultos mais velhos, pessoas que vivenciam a constante (re)elaboração tecnológica como modificadora do ambiente profissional e das relações interpessoais – sujeitos que têm se colocado frente a essas tecnologias de diversas maneiras – do ajustamento à negação (SIMÕES, 2019). Assim, 44 pessoas responderam ao questionário on-line, distribuído amplamente via redes sociais (Facebook e WhatsApp), durante as duas primeiras semanas de novembro de 2019 com o objetivo de



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

compreender as experiências de atores dessa faixa etária, os chamados adultos mais velhos e/ou da pessoa idosa, com as tecnologias conectadas, sobretudo os aparelhos celulares, a partir de seus usos e apropriações.

Como lentes para tecer essa discussão, amparamo-nos na abordagem da Cultura Material a partir de Daniel Miller (2013) e suas contribuições que fazem pensar sobre as coisas que criamos; em Giorgio Agamben (2009), que ajuda a pensar os dispositivos tecnológicos como capturadores de comportamentos; em Mike Featherstone (1995), que amplia a discussão sobre uma cultura de consumo; e em Fausto Neto (2008), Braga (2007), Vilso Santi (2018) e Hjarvard (2015) trazendo o conceito de mediação. Trazemos, ainda, Simões (2019), que em pesquisa anterior discorre sobre as relações da pessoa idosa a partir do contato, usos e apropriações com as tecnologias digitais conectadas contemporâneas.

Após esta nota introdutória, traz-se a argumentação teórica, os caminhos metodológicos junto à caracterização da amostragem e a análise e discussão deste trabalho. Por final, considerações e referências bibliográficas. Isto posto, procura-se contribuir com as discussões sobre as mediações e os efeitos culturais das práticas midiáticas, sobretudo nas relações estabelecidas a partir dos usos e apropriações dos celulares, em maioria smartphones - os conhecidos telefones inteligentes, no cotidiano do adulto mais velho e da pessoa idosa.

2. Sobre mediação, cultura material e consumo

A proliferação de bens materiais é reflexo da complexidade que o consumo vem adquirindo na atualidade. Esses bens materiais podem ser produtos de consumo em larga escala, mas inegavelmente atingem níveis cada vez mais individuais e individualizadores. Também são eles produtos culturais criados pelo mercado, em direção à própria reprodutibilidade, “coisas” de qualquer ordem e cada vez mais conectadas - à internet.

Featherstone (1995) argumenta ser importante dar foco à proeminência do que se chama “cultura” de consumo e, nesse sentido, resgata três perspectivas sobre o tema: (1)



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

cultura de consumo como premissa à expansão da produção capitalista de mercadorias, o que motiva e engaja na direção do acúmulo de cultura material na forma de bens, aqui, a sedução; (2) a concepção sociológica “de que a relação entre a satisfação proporcionada pelos bens e seu acesso socialmente estruturado é um jogo de soma zero”, aqui satisfação e status dependem “da exibição e da conservação das diferenças” (p. 31); (3) as questões que abrangem os prazeres emocionais do consumo, envolvendo excitação física e os prazeres estéticos. Logo, na visão do autor, as perspectivas da cultura do consumo, em seus contornos econômicos, sociológicos e estéticos, alicerçam-se na sedução, na busca por satisfação, status e por prazer estético.

A sedução emanaria, então, do poder da compra, tão presente no campo econômico; já a satisfação estaria ligada à relação estabelecida com o status e o empoderamento que o ato de compra pode proporcionar; e a emoção e prazer que essa satisfação traz habitam o campo da estética, na criação e manutenção dos variados tipos de excitação física. Assim, a cultura do consumo compreendida por Featherstone (1995) ampara-se em um tripé formado por essas perspectivas.

De maneira geral, o autor afirma que se deve ir além “da avaliação negativa dos prazeres do consumo, herdada da teoria da cultura de massa”, e segue dizendo que “deveríamos nos esforçar para explicar essas tendências emergentes com uma atitude sociológica mais distanciada, sem acarretar simplesmente uma celebração populista dos prazeres de massa e da desordem cultural” (FEATHERSTONE, 1995, p. 32).

Com isso em mente, propõe-se pensar o consumo a partir da cultura material nas concepções de Daniel Miller (2013), ao considerar que o interesse central da sua argumentação se desloca da ideia de que as pessoas fazem “coisas que as representam ou representam os outros” (p. 66) para “como as coisas fazem as pessoas” (p. 66), reflexões presentes nas ambiências e práticas midiáticas contemporâneas.

Essa visão rompe com algumas ideias clássicas sobre a criação/feitura de objetos para servir à humanidade. No campo da tecnologia, por exemplo, a preocupação referente à servidão na relação humanos e máquinas é intensa. É relativamente coerente pensar que o desenvolvimento de sistemas parcialmente cognitivos - pois ainda não é possível dizer



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

que há tal maquinaria que pensa como humanos - auxilie a vida em sociedade. Esse “auxílio” pode ter sido tão ampliado a ponto de percebermos também a inversão: por meio de algoritmos e de outros aparatos da inteligência artificial, máquinas nos dizendo o que fazer, atuando na organização das tarefas e do tempo, servindo também de auxílio à memória. Aqui, o sujeito é objetificado, é objeto-sujeito (MILLER, 2013).

Miller (2013) persegue esse quadro reflexivo em torno da “função” das coisas que criamos – e que nos fazem. Para ele, a palavra cultura remete às sociedades em constante (re)elaboração do que são e que fazem isso de diversas maneiras, como “pelo parentesco, pelo ritual e também pelos objetos” (p. 75). O autor destaca que a função dos objetos não está apenas nos porquês do uso, também está na simbologia, utilizada como elemento redutor e que esses objetos estão ligados à distinção social (MILLER, 2013).

Seguindo as próprias experiências de uma visada antropológica, o autor transpõe um quadro social que visualiza a partir do que é invisibilizado, mas, essencial. Assim, chamou de “a humildade das coisas” o contexto de imperceptividade das coisas quando não em evidência, mas, essenciais para o andar de um sistema (MILLER, 2013, p. 78). Como os smartphones, que parecem funcionar como instrumento de comunicação tão familiar na atualidade, assim os enunciados os constroem como elemento do campo das ‘coisas dadas’, aquele que chega, deve ser usado como símbolo do que é novo, atual, essencial e necessário. Atualmente, esses aparelhos ocupam um lugar central nas práticas midiáticas e nos cenários culturais da comunicação.

Miller (2013) descreve tal perspectiva como cultura material ao dizer que grande parte das coisas que nos tornam o que somos compõem um ambiente externo “que nos habitua e incita” (p. 79). Por isso mesmo que, diz o autor, os estudos de cultura material eram desprestigiados por colegas antropólogos, os objetos pareciam irrelevantes aos olhares que não enxergam o comum. Isto posto, argumenta a partir de expressão simples e conhecida: “...tão óbvio que cega”, indicando que, “...quando algo é evidente demais, pode chegar a um ponto no qual ficamos cegos para sua presença, não lembramos dele” (MILLER, 2013, p. 79).



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

Com a valorização das pesquisas sobre cultura material e trazendo essas reflexões para o campo da mediação das vidas, o telefone celular não passa despercebido por olhares acadêmicos enquanto objeto de estudos na interface entre cultura e comunicação mediada. Seus usos e apropriações podem ser analisados a partir de distintas dimensões, sobretudo por se tratar de um aparelho cuja presença é constante e familiar em parte considerável do cotidiano social contemporâneo. A sua essencialidade também perpassa pelos sentidos de empoderamento e pertencimento que desponta, como veremos adiante nas falas das pessoas idosas e dos adultos mais velhos entrevistados para este trabalho.

Nesse contexto, Miller (2013, p 92) propõe uma teoria dos trechos “como parte do processo de objetificação ou autoalienação” e, a partir daí, traz uma reflexão sobre como os objetos que fazemos nos fazem também. Ele diz ainda que, em direção a uma teoria da cultura material, não se pode separar sujeitos dos objetos. Miller (2013) se afasta de Karl Marx, que pensa sobre os objetos como puramente opressores, ao perceber um processo mais complexo do que esta classificação da opressão. Por outro lado, Miller (2013) concorda com Hegel, quando diz que o que precisamos é aceitar as contradições de todo processo. Os “trechos” não são unicamente opressivos, quem vai dizer é a empiria, o fenômeno e, sempre, a partir da visada dos sujeitos (MILLER, 2013, p. 93).

Ao se chegar nessa constatação, remetemo-nos a Agamben (2009, p. 13), para quem os sujeitos são compreendidos como resultado de um “corpo-a-corpo” entre os seres vivos (da ordem da razão e da instância de espontaneidade do ser) e os dispositivos (por parte da ordenação do mundo). Agamben (2009, p. 13) entende dispositivo como todo tipo de coisa que, de alguma maneira, capture, oriente, determine, intercepte, modele, controle e que possa “assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos”. Sua concepção vai além das categorias foucaultianas (dos manicômios, prisões, panóptico ou fábricas, apenas para exemplificar algumas) e inclui “a caneta, a escritura, a literatura, a filosofia, a agricultura, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares e – porque não – a linguagem mesma”, que considera talvez o mais antigo dispositivo (AGAMBEN, 2009, p. 13).



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

Ao falar sobre os telefones celulares, o autor traz uma visão mais crítica e diz que quem se deixa ser capturado por tal dispositivo não adquire alguma subjetividade, mas, um número (do próprio aparelho) a partir do qual esse sujeito pode ser controlado e/ou localizado, de alguma maneira e em algum momento, a exemplo da latitude e longitude dispostas em um mapa (AGAMBEN, 2009, p. 15). O autor ressalta a sua própria descrença quanto ao “uso correto” de tais aparatos.

Diante disso, não seria provavelmente errado definir a fase da experiência capitalista na qual estamos vivendo como uma gigantesca acumulação e proliferação de dispositivos – entre eles, as tecnologias de comunicação de alta penetração social. Certamente, desde que apareceu o homo sapiens, já havia dispositivos (sociais e técnicos), mas dir-se-ia que hoje não haveria um só instante na vida dos indivíduos que não seja modelado, contaminado ou até controlado por um certo dispositivo. De que modo, então, podemos fazer frente a essa situação? Qual estratégia podemos seguir em nosso corpo-a-corpo cotidiano com os dispositivos? Não se trata simplesmente de destruí-los, nem, como sugerem alguns ingênuos, de usá-los de modo justo (AGAMBEN, 2009), mas como usá-los. Fazer parte e (re)conhecer os processos midiáticos - ao se atualizar sobre as mais recentes formas de comunicar por meio dos celulares, por exemplo - podem funcionar como uma estratégia integrativa eficaz para lidar com os dispositivos tecnológicos, especialmente se considerarmos as mediações, vínculos e efeitos culturais das práticas midiáticas. É no enfrentamento, no colocar-se frente a frente, que também pode residir a possibilidade de não se permitir ser controlado, crítica endereçada aos meios técnicos conhecidos como inteligentes - ou de funcionamento cognitivo.

Neste contexto, o conceito de mediação nos ajuda na reflexão acerca da entrada e usos desses dispositivos no cotidiano social. Contudo, essa é uma visão que deve ser ampliada. Fausto Neto (2008, p. 90) propõe aclarar tal conceito ao dizer que mediação “resulta da evolução de processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais” e que se trata de um tema de interesse recorrente nas pesquisas em Comunicação há um par de décadas, chamando atenção “para os modos de estruturação e funcionamento dos meios nas dinâmicas sociais e simbólicas”.



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

Ao dar uma designação econômica na diferenciação da “sociedade dos meios” e a “sociedade da mediação”, Fausto Neto (2008, p. 93) diz que na primeira “as mídias estariam à serviço de uma organização de um processo interacional e sobre o qual teriam uma autonomia relativa, face à existência dos demais campos” e, na segunda, a cultura midiática “se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade”. Essas zonas são resultado das dinâmicas de mercado que, na tentativa de um tipo de inclusividade a partir de processos econômicos, leva os sujeitos - individuais ou coletivos - na direção da lógica do acesso.

Vilso Santi (2018) também afirma que o conceito de mediação já vinha sendo desenvolvido por diversos autores no sentido de reconfiguração da cultura midiática num caminho de racionalidades novas na produção de sentidos, também no sentido de processo complexo e contemporâneo das lógicas que operam nas relações de produção de sentido, assim tanto como no sentido de maiores afetações pelos meios e produtos de mídia como tomando o caráter de “virtualização” das relações humanas (SANTI, 2018, p. 53). Stig Hjarvard diz que “a mídia não deve ser considerada um fator externo à interação social ou às instituições sociais mas, ao contrário, tem se tornado parte integrante da estruturação de ambas” (HJARVARD, 2015, p. 54). Assim, numa análise que proponha pensar a mediação pelo viés dessa estruturação (assumimos parcial) da realidade social atual, Hjarvard fala que os usuários ou as audiências não interpretam as mídias simplesmente, “os recursos materiais e tecnológicos das mídias (bem como suas características sociais e simbólicas) permitem, limitam e estruturam a comunicação e a interação de várias formas” (HJARVARD, 2015, p. 57). O que se pretende verificar a partir das práticas sociais comunicativo-tecnológicas; o sujeito em ação num mundo em mediação.

Uma consideração, mesmo que a tecnologia atravesse os variados campos sociais, concordamos com Braga (2007) quando diz que ainda não podemos entender ‘mediação’ como um processo interacional de referência por ser ela mesma limitada e lacunar. Estaríamos em uma sociedade afetada pelas tecnologias de informação, atuando, elas mesmas, como instrumentos de conformação de mundos e incorporação de



linguagens anteriores de referência. Contudo, este mundo mediatizado – como diz Braga – ainda não pode ser considerado como referência central, sendo possível falar de sociedade “em mediatização” (BRAGA, 2007, p. 11). Isto posto, os adultos mais velhos e as pessoas idosas são afetados nas diversas instâncias e dimensões de comunicação; do ambiente de trabalho às relações familiares. Se desenvolveram em ambientes e a partir de relações mais “orgânicas”, “cara a cara”. Enquanto comunidade acadêmica da Comunicação, falamos e estudamos sobre influência midiática, tendo referência o século XX, e é possível perceber e refletir sobre a mudança na percepção de tempo e espaço, por exemplo, a partir de uma lógica do “on-line”.

Assim, seguimos em direção aos afetados e aos caminhos metodológicos percorridos.

3. Caracterização dos sujeitos investigados: amostra e análise descritiva

Adiante, foi necessário seguir em direção aos sujeitos mais velhos e, vale frisar, ainda não era a nossa intenção a procura por uma categoria (ou categorias) que colocasse em discussão o envelhecer. Assim, além da abordagem teórica, foi elaborado um questionário on-line com perguntas fechadas e abertas (objetivas e subjetivas, respectivamente) com foco em pessoas com 50 anos ou mais, como forma de identificar e compreender experiências diversas quanto às apropriações e usos das tecnologias conectadas, em especial o telefone celular. É Fietkiewicz (2017) quem identifica essa faixa-etária como sendo de pessoas que passaram a ter contato com tais meios já na idade adulta, antes chamados imigrantes digitais, e que se tornaram alvo em estudos sobre apropriações, usos e sentidos produzidos, principalmente no que se refere a pessoas mais velhas ou os chamados adultos mais.

O presente trabalho produz e traz dados primários a partir das respostas ao questionário on-line elaborado na plataforma Google Formulários. É foco da pesquisa levantar, centralmente, qual a importância do telefone celular na vida da pessoa com 50 anos ou mais. Isto posto, o questionário foi construído com o total de 43 questões, fechadas e abertas, que abordam os interesses sobre comunicação e tecnologia, mediações



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

nos usos, facilidades e dificuldades, além das considerações sobre a tecnologia, de modo geral. Ficou aberto por 8 (oito) dias e obteve o total de 45 respondentes com um descarte/recorte; um dos respondentes não nasceu nem morava na região Norte, origem da maioria das respostas. Com isso, considera-se 44 respondentes válidos para esta discussão, como um recorte que se fez necessário.

Assim, pessoas de 51 a 76 anos de idade responderam às questões, a maioria do sexo feminino (74,4%). Grande parte dos respondentes é desconhecida da pesquisadora, a maioria nasceu e mora em Belém do Pará, mas há também pessoas de outras cidades do estado (Ananindeua, Barcarena, Canaã dos Carajás, Tucuruí, IgarapéMiri, Uruará) ou de capitais de outros estados amazônicos (Manaus, no Amazonas, e Macapá, no Amapá). Assim, podemos destacar que alcançamos certo grau de aleatoriedade da amostra.

Também em direção à descrição do perfil do grupo respondente, 7 participantes da pesquisa moram sozinhos, 8 deles moram com mais 1 pessoa na mesma casa, 9 moram com mais 2 pessoas, 8 deles moram com mais 3 pessoas, 6 deles moram com outras 4 pessoas, 5 dos respondentes moram com mais 5 pessoas em casa e um deles não respondeu a esta questão. Ressaltamos que essa questão específica foi abordada no questionário a fim de tentarmos entender uma possível autonomia ou dependência, em relação aos familiares, quanto ao manuseio do aparelho celular.

Quanto à renda, a maioria (45%) ganha até 4 (quatro) salários mínimos brasileiros e mora com duas pessoas ou mais. Independentemente da renda, os aparelhos celulares estão nas mãos e no cotidiano de todos os participantes desta pesquisa, o que se aproxima da penetrabilidade do aparelho no que diz respeito ao Brasil, quando é percebido que a posse desses dispositivos ocorre mesmo com variação elevada de renda: pessoas com ou sem qualquer renda declararam possuir telefones celulares (CETIC.BR, 2019). É possível que o marcador econômico possa, combinado a outros, elaborar a vivência social dos sujeitos.

Quanto à escolaridade, 34,1% completaram o ensino médio, 15,9% concluíram algum tipo de graduação, 25% concluíram algum tipo de especialização, 4,5% são Mestres e 4,5% têm o grau de Doutor. Agora, já a caminho de uma discussão, vale



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

verificar como esses adultos mais velhos ou idosos que participaram da pesquisa vêm se aproximando das tecnologias digitais conectadas. A maioria das pessoas que respondeu às perguntas possui algum tipo de computador, de mesa ou notebook (72,7%), e disse que acessa a internet por meio destes aparelhos (81,8%). A pesquisa não alcançou os locais de acesso. Contudo, quando se fala em telefones celulares, a amostra indica penetração social em 100% - nas perguntas sobre posse e, também, sobre acesso à internet, por meio desses aparelhos. A pesquisa mais recente do Cetic.Br (2019) mostra que 94% dos domicílios brasileiros, em zona urbana, acusaram a presença de aparelhos celulares, chegando aos 85% dos domicílios em zona rural (CETIC.BR, 2019).

Dos respondentes da presente incursão, pouco mais de 40% começaram a utilizar a internet na década de 1990, comportamento usualmente interligado às exigências na instância do trabalho - época na qual os computadores começaram a habitar os ambientes profissionais, no Brasil. Há quem tenha começado a utilizar a rede somente a partir dos anos 2000 (29,5%) ou a partir dos anos 2010 (22,8%). Motivações de uso da internet representadas pelas expressões “porque o trabalho exigiu” e “é necessário se atualizar” são as duas primeiras expressões mais mencionadas. Já “para não ficar de fora” e “porque a família e/ou amigos exigiram” são as 3ª e 4ª mais citadas, respectivamente. Quando perguntados sobre o que os levou a utilizar a internet, como motivação(es) principal(ais), as palavras que mais ocorreram foram: exigiu (27 vezes), necessário (18), atualizar (18), família (8 vezes), amigos (7), insistiram e [serviços] bancários (ambos com 6 ocorrências), utilizar (6 vezes), internet e comprar (ambos aparecem 3 vezes).

Outras motivações quanto ao uso da internet, são: vigilância parental, ampliação da rede de contatos, assistir filmes e séries, estar por dentro do que acontece, estar antenado ou antenada, integrar-se, manter-se conectada(o) mesmo em viagem, ter mais contato com outros familiares ou mesmo buscar materiais para produzir peças artesanais. Os contrapontos também aparecem em relação ao acesso à internet, de maneira geral, como o prejuízo à reflexão quando o tempo de pergunta-resposta é colocado em xeque[mate] e, nesse sentido, o imediatismo pode ser categoria de objeção; e a frustração por não ter conseguido ajuda dos familiares, ao começar a utilizar telefones celulares. É



importante destacar que significados conflitantes e mesmo opostos são percebidos, grosso modo, em respostas de um mesmo respondente, o que nos leva à complexidade do fenômeno e dos sentidos produzidos pelos sujeitos investigados, assim como em direção ao tensionamento entre a necessidade do ajustamento e das resistências que também levam à negação, evidenciando diferentes dimensões nos usos dos aparelhos celulares pelos respondentes da pesquisa. Como no trecho sobre imediatismo, a seguir: “...o benefício da redução no tempo de pergunta-resposta, me fez/faz por vezes recuar, pois prejudica significativamente a reflexão, propiciando espaço ao imediatismo”. Ou mesmo mostrando alguma frustração: “...foi difícil porque todos da casa não tinham tempo pra ensinar uma pessoa como eu, e eu não procurei fazer curso para aprender mais... Mas, com uma ajuda aqui, outra ali, fui aprendendo”.

Percebe-se, por meio do cenário que vem sendo traçado, a naturalização dos aparelhos celulares como necessidade de um tempo presente. Necessidade de pertencer, de “estar dentro” como forma de acompanhar o mundo atual, de comunicação e processos cada vez mais mediados pela tecnologia. Naturalização, apropriações, usos e produções de sentidos que não deixam de ser controversas. Por um lado, certo maravilhamento devido às novas possibilidades. Por outro, frustração e constrangimentos que podem atingir a autonomia e, talvez, a independência social. Um pêndulo que se movimenta entre o ajustamento e a negação das práticas midiáticas que se disseminam com a popularização das tecnologias digitais móveis, sobretudo do aparelho celular.

4. Sobre as experiências midiáticas 50+

Ainda na tentativa de compreender o perfil dos sujeitos, ou mesmo as adversidades das apropriações e usos que fazem, vale mostrar brevemente alguns hábitos de consumo que podem ajudar no entendimento sobre os sentidos produzidos quanto à internet, de modo geral e inicial. Os hábitos de consumo podem fornecer as heterogeneidades nas apropriações e usos dos meios técnicos de comunicação e é onde (lugar social) os marcadores econômicos da diferença aparecem em plena atuação.



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

Fazer compras, com o auxílio da internet, é comum na vida de 68,2% dos que responderam ao questionário. Entre estes, 74,4% disseram que não necessitam de qualquer ajuda de terceiros, contra 17% que precisam. Essa ajuda vem dos filhos (69,3%, dividindo-se da seguinte forma: 38,5% são auxiliados por filhos e 30,8% são auxiliados por filhas) ou do cônjuge (7,7%); alguns ainda atuam de maneira totalmente independente (15,3%) e uma parcela bem menor simplesmente não faz compras (7,7%) por meio da internet. Quanto aos aplicativos bancários, a maioria acessa essas plataformas (70,5%) e sem ajuda (91,9%). Sobre outros serviços, metade dos respondentes disse ainda que compra passagens aéreas ou mesmo ingressos para shows utilizando a internet.

A partir desse ponto, vale mergulhar nas respostas que podem ajudar a construir um quadro de conhecimento no que se refere aos usos ou motivações de uso dos aparelhos celulares, centralmente. É por meio destes dispositivos que o mundo digital pode ser acessado, de maneira mais amigável, se comparado aos computadores (REZ, 2016) - de mesa ou *notebooks*. As apropriações dos meios conectados à internet têm nos celulares o seu representante mais popular, de interface considerada mais intuitiva, amigável e de usabilidade facilitada. Especificamente sobre esses aparelhos, os sentidos produzidos pelas experiências em seus usos e apropriações feitas pelos adultos mais velhos e pessoas idosas, esta pesquisa aponta (1) as motivações de usos, (2) informações sobre a posse/compra dos aparelhos celulares, (3) facilidades e (4) dificuldades, além de outras produções de sentidos.

Sobre os motivos da utilização dos telefones celulares, as respostas variam da necessidade profissional ao contato com a família, perpassando por estar “sempre on” como forma de responder a qualquer emergência ou mesmo acionar alguém de maneira urgente. A seguir, destacamos as principais ocorrências a partir das respostas. As dez palavras que mais apareceram foram: necessidade (6 vezes), comunicação (5), comunicar (5), família (4), facilidade (3), amigos (3), necessidade (2), praticidade (2 vezes), familiares (2) e emergência (2).

É expressiva a quantidade de pessoas que comprou os próprios telefones celulares (77,3%), o que pode indicar autonomia de escolha/consumo nesse sentido, seguido



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

daqueles que ganharam o aparelho de familiares (15%) e de amigos (7,7%). O aplicativo mais utilizado pelos respondentes é o WhatsApp (86,4%), seguido do Facebook (6,8%). Já o Instagram, Google (pesquisa), Youtube e o Messenger do Facebook ficaram no final da lista, todos juntos somam 6,8% dos aplicativos citados. Em geral, 100% dos respondentes utilizam o WhatsApp como principal ferramenta de comunicação, e gostam muito (65,1%). Com quem mais conversam, por meio desse aplicativo, são os familiares em primeiro lugar; amigos e conhecidos, em seguida. O trabalho também aparece, mas timidamente.

Quanto às facilidades do celular, os respondentes dizem que giram em torno da comunicação, palavra citada de início. Desdobrando-se, as atividades de maior fluidez são: fazer ligações, praticidade em realizar operações sem sair de casa, comodidade (recorrentemente ligada a essas atividades), estar sempre disponível e contatar pessoas (no âmbito pessoal ou profissional). Aqui se percebeu a repetição das expressões ligadas ao telefone celular, como agilidade, acessibilidade, rapidez, imediatismo e celeridade. Quanto às dificuldades em relação aos usos dos telefones celulares, são de ordem técnica - pouca durabilidade do aparelho, objeção quanto às configurações e funções do dispositivo, as constantes atualizações, aplicativos mais complexos, utilização de senhas e respectivo medo de golpes, - ou são do campo da reflexão sobre tais usos - o excesso de informações, o comprometimento do tempo e o cotidiano referente ao uso exacerbado do celular.

Aparelho celular, dispositivo social de poder, captura e promove comportamentos na imperceptividade da naturalização deste meio técnico. Junto ao celular, caminham os enunciados da rapidez e da segurança dos processos, da comodidade dos procedimentos e da facilitação da vida. Mas, a constatação de que “...quando ele [celular] dá bugue... tua vida buga junto” leva à confirmar a complexa influência destes “pequenos” objetos na sociedade. Para além de influência, simplesmente, são eles moldadores das mais recentes formas de comunicação. Uma comunicação mediada pela tecnologia que, paradoxalmente, afasta e aproxima os interlocutores e os espalha no tempo e no espaço. Há idosos que argumentam sobre o saudosismo em relação à conversação face a face,



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

compartilhando contexto, tempo e espaço. Também veem vantagens nas possibilidades dessa nova lógica, como conversar com grupos de identidade (grupos de idosos, por exemplo) via WhatsApp. Nesse caminhar de sentidos diversos, característicos dos fenômenos sociais, quase metade dos respondentes disse que não acha possível viver sem telefone celular (48,8%) na atualidade. Mas, se pudessem, seguiriam as vidas sem esses aparelhos (44,2%). E o que esses aparelhos representam na vida daqueles que responderam a este levantamento? Os trechos selecionados a seguir (QUAD. 1) apontam não somente a importância que os usos e apropriações desses aparelhos adquirem no cotidiano do adulto mais velho ou da pessoa idosa, mas também ressaltam as facilidades e dificuldades nessa relação, evidenciando e reafirmando as tensões entre o ajustamento e negação em relação às práticas de comunicação midiaticizada.

QUADRO 1. Trechos das respostas sobre o que os participantes pensam sobre os telefones celulares

TABLE 1. Responses excerpts about what participants think about cell phones

| Falas de ajustamento (facilidades de usos, aspectos positivos) | Falas de negação (dificuldades, aspectos negativos) |
|--|---|
| “É outra vida, paralela. Pode-se ouvir, falar, resolver pendências - as mais diversas.”; “Acho que facilitam bastante a vida da gente. São bem necessários!”; “O mais importante que vejo nesses aparelhos é poder me comunicar com quem quiser.”; “Comunicação fácil e companhia.”; “O telefone celular, hoje em dia, com os recursos que proporciona é uma ferramenta fundamental na vida das pessoas.”; “Hoje são indispensáveis por vários motivos, tais como, controle da sua casa, dos filhos, dos netos e resolver assuntos mais rapidamente.”; “Facilitam a vida!”; “Um instrumento de comunicação” “Utilidade | “O excesso de informação.”; “As configurações.”; “Aprender as funções.”; “Ver e-mail e escrever algumas palavras.”; “Copiar e enviar figuras.”; “Mecanismos.”; “Configurar o telefone celular.”; “Atualizações que dificultam o manuseio.”; “A pouca durabilidade dos aparelhos”. |



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

| | |
|---|--|
| pública.”; “Um mini computador na mão. Agilidade no trabalho e comunicação com a família.”. | |
|---|--|

Fonte: elaboração própria, com dados da pesquisa, 2020.

Source: own elaboration, with research data, 2020.

A partir desse quadro de conhecimento percebido até aqui, podemos observar que o celular é percebido como aparelho que garante uma espécie de vida paralela a quem o utiliza; trazendo certas facilidades ao cotidiano. É considerado necessário e até indispensável, especialmente por possibilitar o poder de comunicação mais ampla atuando como objeto de companhia, ferramenta fundamental nos processos do cotidiano (como o controle parental), um pequeno computador à mão. As dificuldades técnicas também aparecem, como o manuseio e mesmo atualização constante dos programas e sistema operacional. Além de fatores externos, tais como receio de ser roubado e mesmo a característica do excesso de informações são fatores que parecem contribuir para a experiência negativa entre os sujeitos e sujeitas respondentes e os telefones celulares.

A proliferação de objetos (“trecos”) na sociedade na qual vivemos se dá, em parte, devido a processos mais amplos que nos aparecem como benefícios de vida por meio de mensagens persuasivas-permissivas que, de maneira um tanto sutil, são capazes de nos fazer acreditar que sejam todos processos necessários, essenciais. Os adultos mais velhos e as pessoas idosas respondentes desta pesquisa também aparecem atravessadas por essas questões, mesmo que os marcadores econômicos da diferença tenham influência sobre os modos de posse e profundidade de usos e apropriações quanto a estes aparelhos. No grupo de pessoas investigadas, a penetrabilidade desse dispositivo social e de poder tem alcance considerável, está presente no cotidiano de todas as “classes sociais” brasileiras e impactam as experiências das mais distintas maneiras.

Percebe-se, por meio do cenário que vem sendo traçado, a naturalização dos aparelhos celulares como necessidade de um tempo presente. Necessidade de pertencer, de “estar dentro” como forma de acompanhar o mundo atual, de comunicação e processos cada vez mais mediados pela tecnologia. Naturalização, apropriações, usos e produções



de sentidos que não deixam de ser controversas. Por um lado, certo maravilhamento devido às novas possibilidades. Por outro, frustração e constrangimentos que podem atingir a autonomia e, talvez, a independência social. Um pêndulo que se movimenta entre o ajustamento e a negação das práticas midiáticas que se disseminam com a popularização das tecnologias digitais móveis, sobretudo do aparelho celular.

5. Considerações finais

Na tentativa de levantar as experiências de apropriações e usos de tecnologias conectadas, em especial o aparelho celular, pelos adultos mais velhos, pessoas com 50 anos ou mais e pessoas idosas, aquelas com 60 anos ou mais, segundo a classificação adotada em países ditos em desenvolvimento (PERISSÉ e MARLI, 2019), esta pesquisa optou, como recurso de coleta de dados, por um questionário elaborado a partir de questões fechadas e abertas. Conforme evidenciado, o quadro de conhecimento que a amostra fez transparecer traz receios, aproximações e afastamentos, como parte da vivência cotidiana com os telefones celulares. Tudo isso, construção histórica mercadológico-social de influência direta no cotidiano social, nas vivências e mediações dessas vivências e experiências por meio de dispositivos tecnológicos de alcance não antes visto.

As aproximações ao objetivo central do artigo começaram a ser visualizadas nas respostas dos sujeitos investigados quando relataram sobre a aquisição dos aparelhos celulares (comprados por eles mesmos, na maioria das vezes), gostos (quando falaram sobre os maravilhamentos em relação ao aparelho) e também desgostos, evidenciando ora ajustamentos, ora negação. A partir de tais relatos de experiências, foi possível empreender uma reflexão sobre como a dita naturalização dos telefones celulares vem acompanhada dos constrangimentos, em se tratando de pessoas que não “nasceram” em contato com tais tecnologias. Instâncias mediadoras são citadas pelos participantes desta pesquisa, quando há necessidade de auxílio, e estão elas mesmas no papel de tornar essencial as próprias tecnologias: a instância familiar e a profissional. Por isso mesmo,



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

essas duas instâncias (família e trabalho) aparecem como impulsionadoras diretas das respectivas apropriações e usos.

O ato de se comunicar muda de lógica e ‘deve-se’ tomar como dado num contemporâneo em mediação. Os sujeitos e seus objetos conformam uma relação (digital, digitalizada) que aparece como central para o desenrolar dos contatos com as outras instâncias do cotidiano: família, trabalho, amigos, conhecidos, bancos, viagens, etc. Diante disso, é possível perceber certa independência e autonomia do grupo de pessoas que compõe essa amostra no lido com a internet e o celular. A considerar a quantidade dos adultos mais velhos e idosos que compram por meio da internet sozinhos (74,4%) e realizam transações bancárias por meio de aplicativos no celular sem qualquer auxílio (91,9%).

As respostas também indicam expressões diversas ligadas ao aparelho celular, como: agilidade, acessibilidade, rapidez, imediatismo e celeridade. Expressões que vêm acompanhadas de sentidos outros e sobre a tecnologia de comunicação, em geral: angústia e receio em relação à amplitude deste “mundo” ainda pouco explorado; negação, quando falam do sufocamento da velocidade; e mesmo satisfações e ajustamentos quando dizem não poder viver sem (o celular e a internet); além de considerarem essencial para os processos do cotidiano.

Esses aparelhos são objetos reelaborados constantemente por instituições mercadológicas em direção à própria reprodutibilidade. Coisas “que criamos” e que “nos fazem” (MILLER, 2013), com um porém: este “criamos” não é coletivo, não é possível participar de maneira plenamente ativa da criação dos protocolos que são decodificados a cada momento no contato com estes aparelhos; esse “criamos” fica por conta do mercado, na atual ordem de coisas. A participação da instância da recepção fica por conta de relatos de experiência do ‘consumidor’ como forma de “melhorar” os processos e serviços em direção à relação mercado e consumidor-cliente. O que se quer dizer com isso? Que a criação de interfaces amigáveis e outros recursos são estratégias de mercado na tentativa de diminuir as dificuldades na adesão de serviços e produtos.



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

Para a presente argumentação, foram trazidos conceitos e teorias que ajudaram a tecer um quadro explicativo e descritivo sobre uma realidade da proliferação deste dispositivo social e de poder que é o aparelho celular. Dispositivo centralizador de linguagens (texto, som, imagem) e dos processos de interação social, na atualidade. Apesar da riqueza de dados coletados e a reflexão e análise que discorremos daí, convém reconhecer as (de)limitações do instrumento de coleta. Como o próprio uso de um questionário digital, o que atinge, necessariamente, pessoas que já têm alguma proximidade com interfaces na internet, traduzida por letramento digital, em algum nível. No entanto, como falar dos usos e apropriações se não houver essa proximidade? Além disso, sabemos das limitações quanto ao afastamento físico entre pesquisador(a) e respondentes, pois se trata de uma pesquisa mediada por plataformas digitais, configurando-se uma comunicação não-instantânea.

Devido aos recortes e objetivos definidos para esta pesquisa, a presente argumentação precisou deixar de fora discussões mais específicas sobre marcadores da diferença, como o citado marcador econômico, mas acreditamos que trabalhos futuros possam elaborar argumentação direcionada sobre o assunto. Pesquisas futuras também podem tentar dar conta dos conteúdos ou interações diversas que os sujeitos mais velhos produzem por meio das plataformas digitais conectadas. Assim como podem também adentrar o mundo das conversações das pessoas com mais idade em aplicativos específicos, pensando em recortes que possam enveredar pelas subjetividades do fenômeno.

Dito isto, a presente pesquisa colabora com a reflexão sobre uma sociedade em midiatização e as afetações que chegam aos cotidianos de adultos mais velhos e de pessoas idosas. Vale considerar ainda, a partir de Miller (2013), que os objetos que criamos não são sempre opressores. Complementamos que, nem sempre e não inicialmente, muitas vezes. Talvez precisemos, e alguns de nossos pares já vêm fazendo isso, refletir sobre as apropriações verticais e verticalizadas tomadas por instituições mercadológicas em direção às próprias reprodutibilidades.



Referências

- AGAMBEN, G. O que é um dispositivo? In: AGAMBEN, G. **O que é o contemporâneo? E outros ensaios**. Tradução de Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó: Argos, 2009. p. 27-51.
- BRAGA, J. L. Miatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, A. S.; ARAÚJO, D.; BRUNO, F. **Imagem, visibilidade e cultura midiática - Livro da XV Compós**. Porto Alegre: [s.n.], 2007. p. 141-167.
- CETIC.BR. **TIC Domicílios 2019**. Cetic.BR, 2019. Disponível em: <<https://cetic.br/pt/tics/domicilios/2019/domicilios/A/>>. Acesso em: 31 outubro 2020.
- FEATHERSTONE, M. Teorias da cultura de consumo. In: FEATHERSTONE, M. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995. p. 31-50.
- FIETKIEWICZ, K. J. **Jumping the digital divide: how do “silver surfers” and “digital immigrants” use social media?** Networking Knowledge, 10, n. 1, março 2017. 1-4. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/315787017_Jumping_the_digital_divide_How_do_silver_surfers_and_digital_immigrants_use_social_media>.
- HJARVARD, S. Da Mediação à Miatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, 2, 07-12 2015.
- MILLER, D. Teoria das coisas. In: MILLER, D. **Trecos, Troços e Coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. p. 66-118.
- NETO, A. F. **Fragmentos de uma analítica da miatização**. MATRIZES, abril 2008. 89-105.
- PERISSÉ, C.; MARLI, M. **Idosos indicam caminhos para uma melhor idade**. Revista Retratos Agência de Notícias do IBGE, 2019. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de->



Anais de Artigos

IV Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4290

Vol. 1, N. 4 (2020)

noticias/noticias/24036-idosos-indicam-caminhos-para-uma-melhor-idade>. Acesso em:
18 dezembro 2019.

SANTI, V. J. A midiatização não existe: digressões possíveis da teoria da comunicação.
In: JR, G. P. **Media Effects Vol.1**: teorias do agendamento, priming e framing. Boa Vista:
Editora UFRR, v. 1, 2018. p. 51-71.

SIMÕES, C. D. A. **Idosos e Internet**: mediações nos usos de serviços bancários digitais.
UFPA. Belém, p. 132. 2019.