

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING – ESPM/SP
PROGRAMA DE MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO

DENIO DIAS ARRAIS

CONSUMO DA TELEFONIA MÓVEL POR JOVENS UNIVERSITÁRIOS:
O papel da comunicação na construção da identidade do jovem



ESPM

São Paulo
2011

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

DENIO DIAS ARRAIS

**CONSUMO DA TELEFONIA MÓVEL POR JOVENS UNIVERSITÁRIOS:
O papel da comunicação na construção da identidade do jovem**

Dissertação apresentada à ESPM como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo.

Orientadora: Profa. Dra. Márcia P. Tondato

São Paulo

2011

A797 Arrais, Denio Dias

Consumo da telefonia móvel por jovens universitário: o papel da comunicação na construção da identidade do jovem. / Denio Dias Arrais. – São Paulo: ESPM, 2011.

168 p. : color.

Orientador: Dra. Márcia Perencin Tondato.

Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, 2011.

1. Comunicação e consumo. 2. Identidade. 3. Celulares. 4. Jovem universitário. I. Título. II. Arrais, Denio Dias. III. Tondato, Márcia Perencin. IV. Escola Superior de Propaganda e Marketing.

CDU 659.3

DENIO DIAS ARRAIS

CONSUMO DA TELEFONIA MÓVEL POR JOVENS UNIVERSITÁRIOS:

O papel da comunicação na construção da identidade do jovem

Dissertação apresentada à ESPM como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo.

Aprovado em 30 de Março de 2011

BANCA EXAMINADORA

Presidente: Profa. Márcia P. Tondato, Doutora – Orientadora ESPM –
ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - SÃO PAULO

Membro: Profa. Tânia Hoff , Doutora, ESPM –
ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - SÃO PAULO

Membro: Profa. Ana Carolina R. P. Temer, Doutora, UFG –
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GÓIAS

AGRADECIMENTOS

Há tantos a agradecer e não há aqui espaço para citar todos que contribuíram direta e indiretamente para a conclusão deste trabalho.

Sendo assim, menciono alguns escolhidos. Agradecimentos para àqueles que de forma mais próxima e decisiva acompanharam, instruíram ou me motivaram para a conclusão e materialização de um grande sonho pessoal.

Início pela Professora Dra. Márcia P. Tondato. Por sua sensibilidade, rigor e paciência. Na transmissão de seus muitos saberes e pela sua dedicação. Sem ela, definitivamente, não haveria a conclusão desta Dissertação.

Agradeço a Professora Dra. Maria Aparecida Baccega, que sempre demonstrou grande prova de carinho e que me motivou nos momentos mais difíceis com seus inúmeros conselhos, para mim uma grande honra ser seu aluno. Meus agradecimentos também se dirigem a Professora Dra. Gisela Castro, sábia e serena, que soube coordenar o Programa de Mestrado com maestria e competência.

A meus irmãos Luiz Carlos e Glauce que cada um, a seu modo, foram importantes para chegar até aqui. Pelo carinho, ajuda e incentivo de minha Tia Djanice, meu Tio Matheus e de minha prima Karla, minha força.

Pelo meu pai José Arraes, que mesmo não estando mais entre nós, sempre foi modelo a ser seguido.

Agradeço especialmente, também minha mãe Maria Djanira que mesmo em alguns momentos não entender o meu esforço, sempre esteve do meu lado com seu carinho e afeto, sendo assim grande fonte de motivação. Lembrando aqui que ela foi, em momentos anteriores, a principal incentivadora para o estudo de todos os seus filhos.

Sou grato aos meus sinceros amigos que em muitos momentos me apoiaram positivamente durante meus estudos.

Por fim agradeço a DEUS por conceder o dom da vida e o dom da busca do saber, pelas inúmeras provas de amor a seu filho me concedendo várias graças durante os três anos que estive envolvido neste meu Projeto de vida.

RESUMO

As relações que envolvem a comunicação e o consumo com a cultura impactam no que é entendido na atualidade por sociedade contemporânea. Estas relações influenciam os indivíduos em sua maneira de comunicar e consumir. Procuramos com este trabalho entender os processos de comunicação e a formação de identidade do jovem universitário, entendido aqui como ator do consumo moderno. A fundamentação teórica dessa pesquisa reside em trabalhar os conceitos de comunicação e consumo, cultura e identidade. Foram analisados os movimentos da comunicação e do consumo a partir do uso que o jovem universitário faz da telefonia móvel e dos aparelhos celulares. Consumo e cidadania são abordados a partir de Garcia Canclini, que entende o consumo como uma das dimensões do processo comunicacional e de pertencimento social. Em Featherstone verificamos reflexões sobre a cultura e consumo na modernidade tardia, contexto no qual o jovem faz suas mediações. Para falar da tecnologia e da cultura da convergência presente nas práticas e modos de comunicar do jovem, partimos das ideias de Jenkins. Hall colabora para o entendimento da formação da identidade do jovem universitário como processo complexo e cultural caracterizado pelos modos de uso, consumo e comunicação, próprios da telefonia móvel. A metodologia adotada para realização do trabalho contempla, além da pesquisa bibliográfica, um mapeamento quantitativo com o objetivo de levantar dados sobre o consumo cultural do jovem universitário. Os instrumentos utilizados para este mapeamento foram questionários estruturados, aplicados em faculdades da capital e do interior do estado de São Paulo. O mapeamento foi válido para extrair elementos trabalhados nas entrevistas que foram realizadas para a identificação da atribuição de sentido dada pelos jovens ao consumo de celulares, levando em consideração as reflexões teóricas discutidas na pesquisa bibliográfica. Assim foi possível identificar a presença do celular nas relações cotidianas dos jovens e identificamos os processos de formação de identidade. No aspecto geral deste estudo tivemos como resultado que o jovem tem no celular um instrumento que vai além do uso material e funcional, o celular é o telefone da pessoa, nele estão presentes partes da identidade de seus usuários na personalização de conteúdos.

Palavras-chave: Comunicação e consumo; Identidade; Jovem universitário; Celulares.

ABSTRACT

The relations that involve communication and consumption with culture impact what is currently known by contemporary society. These relations influence people in their way of communicating and consuming. Through this paper we seek to understand the processes of communication and the building of the identity of the young university student, being understood here as an actor for modern consumption. The theoretical basis for this research lies in working out the concepts of communication and consumption, culture and identity. We analyzed the movements of communication and consumption from the use by the young university student of mobile telephony and cell phones. Consumption and citizenship are dealt with using the concepts of Garcia Canclini, who sees consumption as one of the dimensions of the communication process and social belonging. In Featherstone we notice reflections over the culture and consumption in the late modern times, context in which the young people make their presence. In order to write about technology and convergence culture present in practices and ways of communication of the young people, we used the ideas of Jenkins. Hall provides understanding of the building of the identity of the young university student as a complex and cultural process characterized by the ways of using, consuming and communicating, typical of mobile telephony. The adopted methodology for this paper uses, besides the bibliographic research, a quantitative mapping with the goal of obtaining data on the cultural consumption of the young university student. The tools used for this mapping were structured questionnaires, which were run in colleges of the capital and countryside areas of the state of São Paulo. The mapping was useful to obtain elements dealt with in the interviews that were carried out to identify the attribution of meaning given by young people to consumption of cell phones, taking into consideration the theoretical reflections discussed in the bibliographic research. It was possible, then, to identify the presence of cell phones in the common relations of the young people and we have identified the processes of the building of identity. In the general aspect of this paper, we had as a result the fact that the young people have in their cell phones a tool that goes beyond the material and functional usage. The cell phone is a person's telephone. In it we can find parts of the identity of its users in the personalization of content.

Keywords: Communication and consumption; Identity; Young University student; Cell phones.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - O capitão Kirk fazendo uso de seu comunicador	16
Figura 2 - Agente 86 se utilizando de seu sapato telefone	17
Figura 3 - O celular como símbolo de poder	18
Figura 4 - O “celular” determinando os passos do personagem	19
Figura 5 - Material promocional de celular personalizado	34
Figura 6 - Campanha da Nextel, com Fernanda Yong	35
Figura 7 - Campanha da Nextel com Andrade	36
Figura 8 – Portabilidade	37
Figura 9 - Escolha pela verdade	37
Figura 10 - Escolha por tecnologia 3G	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Evolução do consumo de aparelhos celulares habilitados	20
--	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
CAPÍTULO I	4
1. COMUNICAÇÃO, CONSUMO E IDENTIDADE: RELAÇÕES DE RECEPÇÃO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	4
1.1 COMUNICAÇÃO E CONSUMO NA MODERNIDADE TARDIA – RELAÇÕES CULTURAIS E SOCIAIS	5
1.2 CONSTITUIÇÃO DAS IDENTIDADES NA CONTEMPORANEIDADE - RECEPÇÃO E CONSUMO NO AMBIENTE TECNOLÓGICO	11
1.2.1 Ficção e realidade: um pouco da trajetória do celular	14
1.3 O JOVEM UNIVERSITÁRIO, CELULARES E MOBILIDADE	22
CAPÍTULO II	29
2. METODOLOGIA	29
2.1 OS CAMINHOS TEÓRICOS	29
2.2 A PESQUISA REALIZADA	31
2.3 PENSANDO A RECEPÇÃO A PARTIR DA EMISSÃO – FALANDO COM O JOVEM	32
2.4 APROXIMANDO-SE DO JOVEM: A PESQUISA EMPÍRICA	38
2.5 SÍNTESE DOS RESULTADOS DO MAPEAMENTO CULTURAL	39
CAPÍTULO III	44
3. ANÁLISE DE RESULTADOS	44
3.1 O consumo cultural, a comunicação e as práticas de consumo do jovem universitário	44
3.2 O consumo cultural, a comunicação e as práticas de consumo do jovem universitário	50
3.3 Modos de comunicar do jovem universitário	54
3.4 O celular como facilitador tecnológico do consumo	56
CONCLUSÃO	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
APÊNDICE	

INTRODUÇÃO

Os estudos sobre a identidade dos indivíduos são o objeto dessa pesquisa que tem como tema “a construção da identidade do jovem pela comunicação e consumo de celulares”. O tema surgiu a partir da percepção e verificação, enquanto professor universitário, dos hábitos e modos do uso da telefonia móvel - celular - pelos jovens universitários. Este jovem convive no dia a dia com outros jovens criando grupos sociais e redes de relacionamento próprias. Percebemos que o uso/consumo do celular não acontece apenas na dimensão material e utilitária, havendo também um uso/consumo do simbólico. O celular é um artefato tecnológico que permite, além de comunicar, facilitar o consumo de músicas e vídeos, criar e armazenar registros, de sons e imagens.

Entendemos que o estudo aqui apresentado é relevante para o campo da comunicação pela centralidade que esta tem na sociedade atual, caracterizada pelos diferentes discursos, pelo simbólico, pela presença de imagens e pelo avanço das tecnologias digitais, que se concretizam no consumo influenciando a constituição de identidades.

A pesquisa aqui apresentada se justifica pela importância da comunicação na sociedade atual e suas relações com o consumo, que vão além da aquisição e posse de bens, num processo de pertencimento conforme apontado e trabalhado por Garcia Canclini (2008). Este processo torna-se mais evidente e importante de ser entendido no contexto da modernidade tardia (FEATHERSTONE, 2007), em um cenário de inovações tecnológicas, que atrai em especial os jovens universitários. Estudar o jovem se faz necessário para entendê-lo como ser contemporâneo, que tem sua identidade formada pelo consumo numa sociedade fragmentada (HALL, 2006), centrada na individualidade, em relações “líquidas” (BAUMAN, 2008), no consumo e permeada pela tecnologia que avança que facilita a convergência (JENKINS, 2009) midiática.

O jovem aqui problematizado atua no cenário globalizado do início do século XXI, nomeado de “nativo digital” (PRENSKY, 2001) este jovem se diferencia das gerações anteriores pelo interesse e facilidade como se relacionam com novas tecnologias para se comunicar, aprender, entreter e para pertencer a grupos sociais.

Em uma perspectiva mais próxima da prática docente, estudar o jovem universitário contemporâneo e entender seu comportamento como consumidor através

da influência da tecnologia nas suas relações sociais, no processo de pertencimento social através da participação em redes sociais pode ampliar a compreensão das possibilidades de aprendizagem e percepção da realidade.

No contexto dos estudos de comunicação e sua confluência com o consumo, entendemos que se fazem necessários estudos mais aprofundados sobre o jovem universitário e sua relação com a telefonia celular, tendo em vista que o celular é hoje o meio de comunicação mais frequente entre os jovens em razão de sua mobilidade, possibilidade de agilizar contatos - da telefonia ou por meio de “torpedos” *SMS* -, reduzir distâncias, “estar” em mais de um lugar ao mesmo tempo – por exemplo, uma videoconferência e aparelho que possibilita acesso a produtos culturais. Outra perspectiva que contempla os estudos da comunicação e consumo é a de que o celular tornou-se também um arquivo pessoal, que pode representar a personalidade de seu proprietário através da personalização estética ou de conteúdos e registros preferidos.

Refletir sobre os modos e usos da telefonia móvel e suas relações com a formação da identidade do jovem contemporâneo é também pensar sobre a complexidade do ambiente em que este jovem habita, num contexto de globalização, caracterizado pela presença da tecnologia, em que movimentos culturais impactam nas mediações realizadas por este jovem na recepção dos produtos midiáticos e consumo material.

Este estudo tem como objetivo central estudar o jovem universitário, no âmbito da comunicação da telefonia móvel e do consumo de celulares, a relação entre contextos macro-sociais e seus impactos no cotidiano, contemplando reflexões sobre recepção, ética e estética. Os estudos realizados nesta linha consideram a relevância da ancoragem de dinâmicas de subjetivação e ressignificação no campo articulado pela circulação e recepção dos discursos e processos midiáticos, o que vai ao encontro da busca pela compreensão dos processos de construção da identidade do jovem universitário.

CAPÍTULO I

1. COMUNICAÇÃO, CONSUMO E IDENTIDADE: RELAÇÕES DE RECEPÇÃO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

As intrínsecas relações que envolvem a comunicação, o consumo e a cultura impactam no que é entendido por sociedade contemporânea. Estas relações influenciam os indivíduos em sua maneira de existir e conviver, nos mais distintos grupos sociais. Entendemos, nesse trabalho, essa sociedade contemporânea como um cenário marcado pelo deslocamento, fragmentação e desterritorialização, entre outros aspectos, a partir do qual os sujeitos estabelecem novas formas de se comunicar, relacionar, e identificar-se com os demais. Como Hall (2006) nos sugere muitas dessas características que fazem parte da sociedade atual seria, em parte, fruto da globalização¹ e de uma série de transformações tecnológicas que passaram a oferecer aos sujeitos formas outras de se comunicar e conviver.

Em nossa investigação, buscaremos discutir a importância simbólica e cultural de um aparato tecnológico, em especial, que contribui para a configuração desse novo cenário em que os sujeitos estabelecem novas formas de comunicação e pertencimento: o telefone celular. Entendemos que esse aparelho pode ser observado como um importante elemento mediador nos mais diferentes processos comunicacionais, principalmente quando temos em mente a juventude contemporânea que se mostra bastante engajada na sua utilização como um meio de manter-se conectada ao universo que a cerca.

Vamos começar nossa discussão refletindo sobre os processos comunicacionais de maneira abrangente, descrevendo mais detalhadamente algumas características da atual sociedade e nos ocupando em estabelecer relações entre as práticas de consumo da tecnologia comunicacional e a construção da identidade nesse contexto. A partir dessas primeiras articulações buscamos, então, entender a relevância do aparelho celular no cenário da comunicação e do consumo e, especificamente, sua apropriação simbólica por parte dos jovens.

¹ "Os fenômenos decorrentes da sociedade globalizada – pós-sociedade industrial - afetaram as identidades, re-configuraram a forma de viver e conviver em um mundo onde as pessoas podem migrar livremente, trocar experiências e cultura, comunicar e consumir. Neste contexto surgem fragmentações, as minorias têm voz opondo-se a uma situação anterior marcada pela homogeneidade que imperava até então na sociedade" (IANNI, 1997, p.55).

1.1 Comunicação e consumo na modernidade tardia – relações culturais e sociais

Primeiramente, devemos destacar que todo e qualquer sujeito comunica-se, independentemente da utilização recursos tecnológicos. Os meios de comunicação como a televisão, o rádio, a plataforma *WEB*, e outros aparatos comunicacionais, como os telefones fixos e celulares podem ser pensados do ponto de vista de se constituírem como novas possibilidades comunicativas que se apresentam. Cada um desses aparatos tecnológicos – em particular o celular - pode ser entendido como um elemento mediador nos processos comunicacionais contemporâneos, a partir do qual são constituídos significados e feitas re-significações por meio das mediações. Martín-Barbero (2008) destaca a importância dos estudos das mediações para o campo da comunicação, na medida em que são os processos de mediação que possibilitam novas construções de sentido, a partir das quais o sujeito pode dar significado e ressignificar o mundo ao qual pertence conforme a cultura em que está inserido e o cotidiano que o cerca. Nas palavras do próprio Martín-Barbero:

[...] a comunicação se tornou para nós questão de mediações mais do que meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos, mas de reconhecimento. Um reconhecimento que foi de início, operação de deslocamento metodológico para rever o processo inteiro da comunicação a partir de seu outro lado, o da recepção, os das resistências que aí têm o seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 28).

Pensamos no celular como um elemento de mediação que oferece possibilidades materiais e simbólicas para atribuição de sentido, resistência e transformação das práticas cotidianas. No sentido material, o celular é um bem e, portanto, tem valor econômico, é um artefato que tem tecnologia embarcada, que pode apresentar design diferenciado e proporcionar, do ponto de vista funcional, a utilização de várias “ferramentas”, relógio, agenda, rádio, que facilitam o dia-a-dia, ou seja, é multifuncional como um canivete suíço - este notabilizado em particular na segunda guerra mundial pelas várias funções mecânicas que oferecia ao usuário.

Do ponto de vista simbólico, o celular exerce um importante papel no que diz respeito ao sentimento de pertencimento, atribuição de status, condição de conectividade e mobilidade, entre outros fatores inerentes a vida em sociedade. No

transcorrer desta dissertação vamos abordar a dimensão simbólica desse aparelho mais detalhadamente. Por ora, vamos apenas nos ocupar em ressaltar que ao estudarmos o celular enquanto um elemento mediador de processos comunicacionais, iremos evitar reduzi-lo a sua dimensão funcional e tecnológica, ao invés disso, privilegiaremos o entendimento de que a telefonia móvel é um bem simbólico e cultural.

Essas questões que estamos propondo são pertinentes às discussões contemporâneas no campo da comunicação. É fundamental a reflexão sobre as transformações sociais ocasionadas pela apropriação desses novos aparatos, inclusive porque são relativamente recentes estudos que se debruçam sobre a tecnologia comunicacional com um enfoque nos processos de mediação e recepção - tal como Martín-Barbero (2008) nos sugere.

Os primeiros estudos no campo da comunicação ocorreram no início do século XX e, predominantemente nesta fase, estavam focados nas novas formas de comunicar que surgiram no final do século XIX, privilegiando a investigação do pólo da emissão². Isso é, o pólo correspondente, a princípio, à produção, codificação e difusão de mensagens. Essa perspectiva limitava uma reflexão mais densa a respeito do outro pólo presente nesse processo, caracterizado pela recepção.

A idéia então difundida, do poder unilateral dos meios, de persuasão, manipulação, dominação, teve ampla repercussão no campo da comunicação até a década 70 do século XX, quando os pesquisadores começaram a considerar, cada vez mais, a importância de aprofundamento dos estudos de recepção que, como sugere Baccega (2007), poderiam sobrelevar outros aspectos extremamente importantes do processo comunicacional, como é o caso da questão do sujeito. A mesma autora afirma que “a recepção como ato cultural, desempenha importante papel na construção da realidade social. Daí a importância de seu estudo” (BACCEGA, 2006, p.10).

Ao se estudar o sujeito receptor, está se privilegiando uma investigação que contempla a decodificação e re-significação realizada por ele no processo comunicacional. A forma como esse sujeito se apropria de tudo aquilo que lhe é transmitido, bem como as negociações que estabelece nesse processo muitas vezes

² É nesta época que é cunhado, por Adorno e Horkheimer (2000), a expressão ‘indústria cultural’, conceito que se tornou central para os estudos culturais e análise da mídia. Estes dois estudiosos fizeram parte do grupo denominado Escola de Frankfurt, junto com Benjamin, Marcuse e Habermas, que, mesmo partindo de uma visão crítica, consideravam o pólo emissor como dominador e decisor de sentidos e significados.

envolvem visões de mundo, crenças, valores e gostos. Por isso mesmo, pode-se dizer que os estudos de recepção trouxeram ao campo da comunicação novas possibilidades de investigações, capazes de estabelecer relações estreitas entre o processo comunicativo e o processo de socialização, a partir do que o sujeito constrói e reconstrói novas formas de pensar, conviver, relacionar-se e identificar-se.

É esta visão, de um sujeito transformador – de discursos, significados e da própria realidade de que faz parte – que adotaremos neste trabalho. Nessa perspectiva reconhecemos também que em todo e qualquer processo comunicativo estão em jogo não apenas os aparatos – aparelho fonador, instrumentos tecnológicos; como o próprio celular – mas também, e principalmente, as subjetividades dos atores e suas identidades, que são modeladas e re-modeladas conforme as condições e o ambiente social. É importante notar que o aparelho celular é um marco da atualidade, já que representa uma série de novas possibilidades do ponto de vista da comunicação, conectividade, mobilidade e socialização. Sua importância no cotidiano de qualquer sujeito, inclusive dos jovens, se mostra bastante pertinente ao momento sócio-cultural-histórico.

Vivemos, hoje, o que alguns chamam de ‘modernidade tardia’ (FEATHERSTONE, 2007; GIDDENS, 2007 e HALL, 2006), um conceito que se segue à modernidade dos séculos XVIII e XIX, quando ocorre a industrialização, que proporcionou uma maior oferta de produtos e serviços, promovendo o surgimento de novas profissões, o desenvolvimento dos grandes centros urbanos, a criação de pólos industriais e tantos outros fenômenos que impactaram a sociedade e ocasionaram mudanças sociais. Decorrentes disso aconteceram também transformações sociais e culturais, resultando no cenário atual, denominado de modernidade tardia. Supõe-se que de uma sociedade anteriormente “homogeneizada” e estável (HALL, 2006) pela tradição e pelos laços de uma herança histórica, começou a se configurar na modernidade tardia, através de uma espécie de deslocamento.

Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais [...]. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a idéia que temos de nós próprios como sujeitos integrados (HALL, 2006, p. 9).

Tal deslocamento resultou em transformações³ que conduziram a uma nova forma de organização da sociedade, tanto em termos políticos, quanto econômicos, sociais e culturais. Vale notar que quando nos referimos a cultura, aqui, estamos nos referindo também às práticas comunicativas que se estabelecem entre os sujeitos.

Vivemos em tempo de fraturas e heterogeneidade, de segmentações dentro de cada nação e de comunicações fluídas com as ordens transnacionais da informação, da moda e do saber. Em meio a esta heterogeneidade encontramos códigos que nos unificam, ou que ao menos permitem que nos entendamos. Mas esses códigos compartilhados são cada vez menos os da etnia, da classe ou da nação em que nascemos (GARCIA CANCLINI, 2008, p. 67).

Também Hall (2009) entende que as transformações acabaram criando diferenciações a partir das quais surgem novas identidades.

As identidades, concebidas como estabelecidas e estáveis, estão naufragando nos rochedos de uma diferenciação que prolifera. Por todo o globo, os processos das chamadas migrações livres e forçadas estão mudando de composição, diversificando as culturas e pluralizando as identidades culturais dos antigos Estados-nação dominantes, das antigas potências imperiais, e, de fato, do próprio globo. (HALL, 2009, p. 43).

Muitas das transformações observadas são decorrentes do desenvolvimento tecnológico, mudanças geopolíticas, tratados econômicos e de vários outros fatores que vêm ocorrendo de forma cada vez mais acelerada desde os anos 1980 do século XX até os dias atuais. Os fenômenos decorrentes da sociedade globalizada – sociedade pós-industrial - afetaram as identidades, configuraram a forma de viver e conviver em um mundo onde as pessoas podem trocar experiências e cultura, se locomover - com mais facilidade -, comunicar e consumir, com mais facilidade.

Os fluxos culturais, entre as nações, e o consumismo global criam possibilidades de “identidades partilhadas” – como “consumidores” para os mesmos bens, “clientes” para os mesmos serviços, “públicos” para as mesmas mensagens e imagens – entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo (HALL, 2006, p.74).

³ Morin (2009, p.157), “os modelos dominantes não são mais os da família ou da escola, mas os da imprensa e do cinema.”

A presente dissertação busca identificar e entender os códigos que proporcionam estes compartilhamentos, focalizando as relações do jovem com a comunicação e consumo da telefonia móvel e de que forma estas relações colaboraram com a construção de suas identidades.

O consumo e a cultura estão aproximados, não há como dissociá-los na sociedade atual, como ressalta Slater (2002), sendo ambos os processos interdependentes. A cultura pode ser compreendida como um legado que é “transmitido” de geração a geração, renovando-se nessas transmissões, renovação sempre relacionada a um momento histórico. A comunicação é também um legado cultural, sendo que a partir de suas práticas, nas variadas formas e dimensões, é que são construídos os significados.

Para que haja entendimento entre as partes, para que haja comunicação, é preciso que a linguagem seja “comum”, ou seja, que os indivíduos que participam desse diálogo sejam socialmente organizados, que tenham feito um “contrato” entre eles e instituído os significados. São essas significações que encontramos prontas, que chegaram até nós nos discursos carregados pelo trem. Este trem (a História), no qual embarcamos ao nascer, carrega, portanto, discursos que portam significações que nos são impostas e que temos condições de modificar no decorrer de nossa vida, através de nossa práxis. A mediação entre o homem e a realidade objetiva é exercida pelas linguagens, sobretudo pela linguagem verbal, pela palavra. É ela que porta, que carrega a “descrição” e a “interpretação” da realidade (BACCEGA, 2005, p.153).

Todos os sujeitos - em particular o jovem – estão inseridos em uma cultura permeada por formas simbólicas - signos, marcas – elementos presentes na mídia em mensagens que resultam em significados que contribuem para a formação das identidades (KELLNER, 2001). Partindo do objetivo de verificar as relações entre formação da identidade do jovem através do consumo simbólico e material da telefonia móvel e o papel deste consumo no relacionamento deste jovem com os grupos sociais aos quais pertence, ou dos quais participa e se relaciona, pensamos a cultura como um lugar de trocas, onde estão presentes formas simbólicas que são interpretadas e colaboram com a formação de identidades dos indivíduos. Segundo Woodward (2009, p.14),

O social e o simbólico referem-se a dois processos diferentes, mas cada um deles é necessário para a construção e manutenção das identidades. A marcação simbólica é o meio pelo qual damos sentido a práticas e a relações sociais, definindo, por exemplo, quem é excluído e quem é incluído. É por meio da diferenciação social que essas classificações da diferença são “vivas” nas relações sociais.

As formas simbólicas colaboram para a constituição de significados e são elaborados pelos sujeitos para outros sujeitos.

Ao receber e interpretar as formas simbólicas, os indivíduos baseiam-se em recursos, regras e esquemas a eles disponíveis. Assim, as maneiras pelas quais as formas simbólicas são entendidas e pelas quais são avaliadas e valorizadas podem diferir de um indivíduo para o outro, dependendo das posições que eles ocupam em instituições ou campos socialmente estruturados (THOMPSON, 1995 p. 201).

A constituição de um objeto como forma simbólica pressupõe que ela seja produzida, construída ou empregada por um sujeito para um sujeito ou sujeitos e ou que ela seja percebida como produzida dessa forma pelo sujeito ou sujeitos que a recebem (THOMPSON, 1995, p. 184).

Da mesma maneira que pensamos as práticas comunicacionais como fenômeno da cultura, podemos pensar também as práticas de consumo. O consumo material e simbólico, tal como outras atividades próprias da vida em sociedade, faz parte de nossa cultura, passando também por processos de transformação em função de acontecimentos históricos, econômicos, políticos e sociais. Concordando com McCracken (2003, p.21) que acredita que o consumo pode ser entendido, acima de tudo, como “um artefato histórico”, cujas características “são o resultado de vários séculos de profunda mudança social, econômica e cultural”.

Nesse sentido, podemos perceber como o consumo não pode ser reduzido a um ato mecânico, ou como simples ato de compra e venda de objetos – tal como a comunicação não pode ser reduzida a simples transmissão de mensagens. Corroborando, nesse sentido Barbosa e Campbell (2007, p.21), ao dizerem que o consumo “não diz respeito apenas à exaustão de bens materiais, mas possui também uma dimensão física e emocional, quando se refere à consumo do indivíduo”. Ou seja, não se pode limitar o entendimento do consumo a uma dimensão funcional dos objetos. As práticas

de consumo nos fornecem elementos para que possamos interpretar a nossa sociedade Slater (2002, p. 37) afirma que “os bens podem significar identidade social” colaborando com processos de negociação e até disputa por status social. Nesse sentido, inclusive, o autor acredita ser o consumo uma prática de comunicação de diferentes posições sociais. Estudar o consumo significa refletir sobre processos que atuam na satisfação das necessidades humanas e na formação da identidade dos sujeitos, uma vez que entre sujeitos e objetos, muitas vezes se estabelecem relações de vinculação. Não apenas em termos emocionais, simbólicos, mas também em termos identitários, como iremos discutir mais detalhadamente mais adiante. Dentre os objetos/mercadorias esse é o caso dos celulares, como veremos como instrumento mediador que age na constituição das identidades dos jovens universitários, através dos modos de consumo, na contemporaneidade.

1.2 Constituição das identidades na contemporaneidade - recepção e consumo no ambiente tecnológico

A discussão a seguir se aproxima ao problema de pesquisa proposto neste trabalho na medida em que entendemos ser o celular um aparato tecnológico que faz parte de um novo contexto comunicacional, no qual se configuram novas construções identitárias por meio do consumo, aqui da telefonia móvel por jovens universitários. Esse aparelho ilustra a convergência digital (JENKINS, 2009), já que nele diferentes meios de comunicação e tecnologias de imagem e som, o rádio, a televisão, a máquina fotográfica e o computador, podem ser utilizados por meio da plataforma *WEB*.⁴

A miniaturização dos componentes eletrônicos observada nas últimas décadas do século XX favoreceu o surgimento de aparatos portáteis/ móveis de comunicação – *pagers, notebooks, netbooks, celulares* -, contribuindo com a mobilidade principalmente na medida em que, no decorrer do tempo se tornaram financeiramente mais acessíveis. Anteriormente, aparelhos de comunicação pessoal sem fio, de pequenas proporções, estavam presentes apenas na ficção científica,⁵ porém, com o

⁴ De acordo com o mapeamento cultural que foi abordado na metodologia deste trabalho e que segue em anexo neste relatório de qualificação, foi possível identificar que 72% dos jovens do interior e 71% dos jovens da capital entrevistados utilizam a internet através do celular.

⁵ A respeito da ficção científica na TV e no cinema voltaremos a falar mais adiante.

avanço tecnológico, se materializaram da ficção para a realidade, transformando profundamente a maneira como as pessoas se comunicam e se relacionam.

Antes do surgimento do celular, no campo da música, outro aparelho o Walkman⁶ (GOGGIN, 2007) possibilitou que os indivíduos levassem suas músicas preferidas para onde quer que fossem, permitindo além da escolha de conteúdo, a reprodução ilimitada. O Walkman trouxe hábitos diferenciados, e por que não dizer uma particular “cultura de consumo” de músicas, quase de forma semelhante como já havia acontecido em relação à programações radiofônicas em relação ao avanço promovido pelo rádio de pilha, que se transformou em “objeto de desejo” principalmente das pessoas menos favorecidas financeiramente.

Esta “cultura de consumo” também é vista hoje em relação ao consumo de celulares (Goggin, 2007), que possibilitam a recepção e reprodução de conteúdos culturais anteriormente restritos ao rádio, à televisão e ao próprio Walkman, acrescido da mobilidade, esta sim, a grande novidade que vai resultar em novos comportamentos e práticas. Numa dimensão ampliada, o celular se destaca ainda em relação aos outros aparelhos porque também serve para a plena comunicação entre indivíduos ou grupos, propiciando a interatividade completa de seus usuários, enriquecida pela possibilidade de associação com a plataforma *WEB*, permitindo a difusão de conteúdos em outros ambientes da Internet, como nos *blogs* e no *Youtube*.

Assim como começou a ser delineado pelo Walkman, pela reprodução das músicas preferidas, também nos celulares de certa forma os indivíduos “estão ali”, naqueles pequenos aparelhos, expressando parte de suas identidades, por meio de conteúdos armazenados de acordo com as preferências dos seus proprietários, representando traços de identidade dos mesmos. junto com Ronsini, acreditamos que as preferências musicais o consumo cultural refletem a cultura do jovem e são também traços de sua identidade.

O consumo de cultura é um termo que engloba a recepção dos meios de comunicação de massa e o processo de redefinição do senso de pertença e identidade, organizado no conflito entre lealdades regionais ou nacionais e a participação em comunidades transnacionais desterritorializadas (RONSINI, 2007, p. 24).

Em relação à identidade tomamos como referencia aqui as três concepções da

⁶ Lançado no Japão pela Sony em 1979.

identidade apresentadas por Hall (2006, p.10): a do sujeito iluminista, a do sujeito sociológico e a do sujeito pós-moderno. A última retrata o público, ou grupo social, aqui pesquisado, dos jovens nascidos em ambiente tecnológico e receptivo às possibilidades das novas tecnologias de comunicação – dentre elas a *internet*.

Para Silva (2009, p.74), podemos entender identidade como “simplesmente aquilo que se é ‘sou brasileiro’, ‘sou negro’, ‘sou homossexual’, ‘sou jovem’, ‘sou homem’”, ou seja, entendida como uma característica independente, um “fato” autônomo. Mas identidade deve também ser ‘olhada’ do ponto de vista de uma coletividade, de nação. Neste caso, temos identidades que antes eram estáveis e hoje são constituídas pelo maior número de diferenças que se apresentam. De acordo com Hall (2006, p. 75): “somos confrontados por uma gama de diferentes identidades - cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós-, dentre as quais parece possível fazer uma escolha”.

Ainda com Silva (2009), a nação é composta por grupos sociais menores e por indivíduos, mas que encontram nas diferenças, aquilo que constituem sua própria identidade. Neste contexto surgem fragmentações, formadas pelas minorias, como por exemplo: mulheres ocupando espaço no mercado de trabalho, homossexuais, portadores de necessidades especiais, entre outras; que ganham voz opondo-se a uma situação anterior marcada pela falta de espaço do que era considerado, até então diferente.

É nesta perspectiva que propomos observar a juventude que se organiza em diferentes sub-grupos (BORELLI, ROCHA e OLIVEIRA, 2009), como evangélicos, emos, pixadores, grafiteiros, roqueiros, pagodeiros, boleiros, basqueteiros, nerds, punks, veganos, universitários, etc. Estes grupos são formados por indivíduos com características em comum que os unem: uma prática social, um estilo de vida, uma atividade ou preferência cultural, uma atividade esportiva, uma visão ideológica, práticas de consumo etc.

O consumo da telefonia móvel pode estar entre estas características, servindo como elemento de identificação de grupos sociais. A comunicação entre os integrantes destes grupos cria laços e fortalece vínculos por intermédio de suas causas ou objetivos. Neste caso, trabalhamos com a hipótese de que os processos de formação de identidade dos indivíduos são influenciados, e até facilitados pelas possibilidades tecnológicas do celular, sendo o elemento essencial deste processo a possibilidade do

usuário da telefonia móvel para ingressar em redes de contato formadas pelos amigos, família, trabalho, escola e outros grupos. Tornando-se um elemento mediador entre os grupos aos quais os jovens pertencem.

As transformações ocorridas nas últimas décadas abalaram a ideia que o sujeito tem em relação a si próprio (HALL, 2009), já que pressupõe um deslocamento na busca por referenciais identitários, sob a influência de inúmeros aspectos, incluindo aqueles que envolvem a cultura e as suas relações com a comunicação e o consumo. O indivíduo no momento que faz uso da telefonia móvel, a partir da forma como se comunica, personaliza e usa o aparelho, está refletindo traços de como é de fato, evidenciando sua identidade e cultura. O celular permite uma diversidade de maneiras de marcar os valores identitários de seu proprietário, na medida em que é um aparelho de uso individual, ou seja, não se compartilha seu uso como ocorre em relação aos telefones fixos. Nas palavras de Lemos (2007), ao adquirir um celular, o indivíduo tem em mãos um instrumento que reflete a cultura de sua época, sendo esta aquisição representada por valores simbólicos – *design*, modelo, cor, etc. - e suas diferenças em relação a outros indivíduos, através de preferências musicais, das formas de uso, da escolha do modelo e cor, da personalização - *wall papers* e *ringtones* - ou não do aparelho.

O celular é uma tecnologia de comunicação que facilita a conexão com o mundo, ampliado nas formas de relacionamento entre nações e culturas. Além de representar a sociedade globalizada, o celular facilita a conexão com o mundo permeado por diferentes redes sociais, frequentadas principalmente por jovens.

Ao longo das duas últimas décadas, tendo início primeiramente nos Estados Unidos e no Japão, o mundo globalizado assistiu ao surgimento de um fenômeno social e cultural que atravessa a cultura contemporânea de forma inapelável: a disseminação do uso dos telefones celulares, que passaram a constituir parte importante do cotidiano de um número crescente de indivíduos, em todas as partes do planeta. No contexto da sociedade de consumo globalizada, o telefone celular consolida-se como um dos artefatos símbolo da contemporaneidade (SILVA, 2007, p.1).

1.2.1 Ficção e realidade: um pouco da trajetória do celular

O uso do celular é um fenômeno social e cultural (Silva, 2007) relativamente recente visto que até o final do século XX esse aparelho não era ainda disponível para grande parte da população, sendo um artigo para poucos em razão de seu preço e de não existir redes de telefonia mesmo em países ricos como os EUA.

Entretanto o celular ou formas móveis de comunicação fazem parte do imaginário dos indivíduos há muito mais tempo. Os meios de comunicação de massa, dentre eles a televisão e o cinema, através da ficção já apresentavam, muito antes dos dias atuais, aparelhos que se assemelhavam aos atuais celulares. Segundo Igarza (2008a, p.121),

cada vez se amplian más las fronteras de lo posible y es más difícil diferenciar lo que es el fruto de la imaginacion de saber hacia donde vamos, aquello que la humanidad es capaz de alcanzar em futuro visible, no es tan útil ni práctico a la hora de proyectar cuándo los câmbios se producirán⁷.

Em 1966 estréia na televisão norte americana o seriado de ficção científica *Star Trek*, no Brasil “Jornada nas Estrelas”. A estória se passa num futuro distante, entre 2265 e 2270, e em algumas cenas aparece um aparelho de comunicação similar a um celular dos dias de hoje. O personagem principal, capitão James T. Kirk, interpretado por William Shatner, usava este aparelho (figura 1) para se comunicar com os demais personagens da série, tripulantes da nave USS Enterprise, dando ordens, solicitando informações, alertando sua equipe, pedindo socorro, solicitando transporte ou tele-transporte, etc. Situações relativamente similares às dos usuários dos celulares atuais, nas suas práticas do cotidiano, quando se comunicam com colegas de trabalho – trocando informações -, com familiares – alertando para algum fato -, com empresas – conversando sobre produtos -, com prestadores de serviço.

⁷ Tradução livre do autor: “Está ampliando as fronteiras do possível e é mais difícil diferenciar o que é o fruto da imaginação de saber para onde vamos que a humanidade é capaz de o em futuro previsível não é tão útil ou prático, quando ao projeto quando ocorrem mudanças”.



Figura 1: O capitão Kirk fazendo uso de seu comunicador em uma cena do seriado “Jornada das Estrelas”. Fonte: <http://padresteve.wordpress.com/tag/uss-enterprise-ncc-1701/> acesso: 18/10/2010

Além de uma visão do futuro, no seriado este aparelho já possibilitava a mobilidade, que segundo Igarza (2008a) é poder comunicar-se instantaneamente em movimento por meio, no caso atual, da telefonia móvel. Hoje em dia além das funções de um telefone fixo, ou seja, de efetuar e receber ligações, o celular oferece ao usuário uma série de recursos que ampliam as possibilidades de interatividade, por meio de aplicativos. Conforme Lemos (2007, p.25),

[...] é a ferramenta mais importante de convergência midiática hoje. Para ilustrar, podemos citar o celular como instrumento para produzir, tocar, armazenar e circular música; como plataforma para jogos *on-line* no espaço urbano (os *wireless street games*); como dispositivo de “*location based services*”, para “anotar” eletronicamente a localização de um espaço ou para ver “realidades aumentadas”; para monitorar o meio ambiente; para mapeamento ou geolocalização por GPS; ou para escrever mensagens rápidas (*SMS*), tirar fotos, fazer vídeos, acessar a internet. Podemos certamente afirmar que o celular é hoje, efetivamente, muito mais que um telefone e por isso vamos insistir na idéia de dispositivo híbrido.

Outro seriado norte americano *Smart*, no Brasil “Agente 86” (1965), uma comédia que satirizava os filmes de ação protagonizados por James Bond, o agente 007. Nesta série, o personagem Maxwell Smart, o agente 86, assim como James Bond, utilizava aparatos tecnológicos para cumprir suas missões, dentre eles aparatos um chamava a atenção, e é de nosso interesse, era o sapato fone. O personagem na série era um cidadão comum, sem dom ou atributo físico específico para ser considerado um herói, utilizava seu sapato (figura 2) com propriedades de telefone para comunicar-se.

No aspecto físico, nada semelhante ao celular atual, mas que também possibilitava a mobilidade e comunicação a qualquer momento, vital para o sucesso de algumas de suas missões.



Figura 2: Agente 86 se utilizando de seu sapato telefone.

Fonte: <http://nonamedufus.blogspot.com/2009/04/and-loving-it.html>. Acesso em 22/10/2010

Em 1987, o celular já aparece no cinema com as características atuais. No filme “*Wall Street - poder e ganância*” um aparelho celular⁸ é utilizado símbolo de diferenciação social. O personagem principal Gordon Gekko, interpretado por Michael Douglas, se comunica os outros personagens (figura 3), dando ordens, negociando, manipulando o mercado de capitais, numa época em que o celular era um bem restrito a poucas pessoas, sendo que em alguns países a tecnologia necessária nem estava disponível. Nesta época, o aparelho estava disponível somente para quem tinha recursos financeiros significativos. Nos EUA foi vendido em seu lançamento comercial por cerca de U\$ 4.000,00.⁹ No Brasil, o celular quando de seu lançamento, também era acessível a poucas pessoas, sua posse representando *status*. Hoje o aparelho em si não traz diferenciação social, ficando por conta dos recursos tecnológicos a distinção de quem o possui, mesmo que não utilizados, entre eles possibilidades de acesso a Internet, aplicativos de edição de textos, jogos.

⁸ DynaTAC 8000x.

⁹ Fonte: <http://www.universowap.com.br/curiosidades-mobile/qual-foi-o-primeiro-celular-do-mundo/>



Figura 3: O celular¹⁰ como símbolo de poder.

Fonte: <http://forums.appleinsider.com/showthread.php?t=97724&page=2>. Acesso em 18/10/2010

Vinte e um anos depois, em 2008, o celular é um aparelho popular utilizado pela maioria das pessoas. Outro filme, este de ficção científica, que se passa nos dias atuais, tem uma abordagem diferente em relação às produções anteriormente mencionadas sobre o papel do celular na vida cotidiana. Desta feita, no filme *Controle Total – Eagle Eye*, o celular aparece como um aparelho que observa e manipula indivíduos principalmente as ações do personagem principal Jerry Shaw, interpretado por Shia LaBeouf, controlando suas ações durante a trama do filme (figura 4). Arriscamo-nos a fazer um paralelo de tal situação, em grau de escala muito menor, com o que pode ser observado nos dias atuais em relação ao uso dos celulares empresariais. O funcionário ou colaborador da organização é “monitorado” pelo celular dentro e fora do período de trabalho, outra situação parecida é quando os pais têm a sensação de controlar as ações dos filhos adolescentes pelo celular, “acompanhando-os” onde estão.

Apesar de ser uma ficção, o filme mostra as possibilidades de controle ou monitoramento, que o celular tem sobre as pessoas, não muito diferente da realidade, pois assim como no filme a telefonia celular pode representar para os indivíduos segurança, quebra de privacidade controle e monitoramento.

¹⁰ Na figura o ator Michael Douglas está conversando com um celular Dyna Tac 8000x da Motorola, aparelho este considerado como o primeiro celular de venda comercial. Foi lançado a venda no mercado em 1983. Fonte: www.motorola.com/consumers/US-EN/about_motorola/history. Acesso 26/12/2010



Figura 4: O “celular” determinando os passos do personagem
Fonte: <http://blogs.jovempan.uol.com.br/planeta/tag/filme/page/2/> Acesso em 20/10/2010

Comunicar-se com mobilidade em qualquer tempo e espaço, na vida real assim como nas representações ficcionais, com quem está longe sempre foi um desejo ou necessidade dos indivíduos em suas relações sociais. Nesse sentido, é fundamental destacar o importante papel exercido pelas tecnologias digitais, que revolucionaram noções de tempo e espaço ao possibilitarem que os sujeitos trocassem informações em diferentes locais do globo em questão de segundos, além da sensação de ubiquidade (FIDALGO, 2009).

Mesmo com o avanço das tecnologias digitais, os meios de comunicação de tecnologia tradicional são utilizados amplamente por todos. Da mesma forma que o vídeo-cassete não ‘acabou’ com o cinema, cartas e cartões postais, telégrafo, telefone fixo, fax, meios tradicionais de comunicação pessoal e transmissão de informações continuam sendo utilizados. Com a tecnologia digital e a telefonia móvel, entretanto, os indivíduos ganham em agilidade e mobilidade.

Síntese da transformação causada pela tecnologia digital, a plataforma *WEB* amplia as possibilidades de comunicação, permitindo novos formatos de trocas e hábitos diferenciados. Hoje os sujeitos têm mais oportunidades de expressão: opinar em fóruns de discussões, criar e participar de *blogs* e comunidades, participar de diferentes espaços por meio dos quais compartilham conteúdos; expondo suas preferências, opiniões, gostos e visões, estabelecendo diálogo com – praticamente - o mundo. Nesses espaços interativos encontramos as manifestações identitárias, como observa Kellner (2001, p.334) quando diz que, “ainda mais espantoso são algumas mutações de identidade possibilitadas pela cultura do computador. Muitas pessoas que participam de grupos de conversa e jogos por computador assumem identidades diferentes das suas...”.

O celular desde o início do século XXI é um objeto que representa um fenômeno de consumo, tendência que se acredita perdurará por muito mais tempo. Segundo dados da ANATEL¹¹, em 2010 a densidade de acesso pessoal ao celular é que 104 para cada 100 habitantes. O Brasil é o 8º país no *ranking* mundial de celulares por habitante, acima da França, Estados Unidos, Japão, Paquistão, México e Índia.¹² A tabela 1 mostra a evolução do consumo de aparelhos habilitados de 2007 a 2010.

TABELA 1 – Evolução do consumo de aparelhos celulares habilitados

Ano:		2007	2008	2009	2010
Acesso Móvel Pessoal (SMP)	Milhões	120,9	150,6	173,9	202,9
Densidade Acesso Móvel Pessoal	Acesso / 100 habitantes	63,9	78,1	90,5	104,64

Além disso, no contexto brasileiro, a utilização desses aparelhos se mostra tão marcante que as linhas de telefonia celular já superam a de telefones fixos desde 2005 (IBGE, 2006).¹³

Resultado das possibilidades tecnológicas, convergência digital, a telefonia móvel se torna cada vez mais atraente pelos aspectos simbólicos e culturais que representa, com destaque para a mobilidade, além das questões de pertencimento e identidade discutidas mais adiante.

A explosão no uso de celulares no mundo inteiro é prova indiscutível da alta demanda por mobilidade na sociedade. A rápida evolução tecnológica desses aparelhos tem permitido usos mais sofisticados e inovadores. À medida que essas tecnologias evoluem em termos de sofisticação, oferecem maior qualidade e maior velocidade de transmissão, permitindo tráfego não apenas de voz e dados, mas de imagens e vídeos de alta resolução (TAURION, 2002, p. XV).

A “migração” de conteúdos para um único aparelho, o celular, informações do *GPS*¹⁴, imagens, textos, funcionalidades de cartões de crédito e bancário possibilita a

¹¹ Fonte: <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do#> Acesso em 05/12/2010.

¹² Agência Estado e R7: <http://noticias.r7.com/economia/noticias/brasil-supera-marca-de-um-celular-por-habitante-20101118.html>. Acesso em 02/01/2011.

¹³ Em 2005 a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) revela que o número de domicílios com telefone celular superou o que possui telefone fixo. O percentual de moradias com celular subiu de 47,8%, em 2004, para 59,3% em 2005, e o de casas com linha fixa foi de 48,9% para 48,1%.

interação e a participação de seus usuários com outros usuários, trocando e criando conteúdos, produtos imagéticos e subjetividades é a chamada convergência, que para Jenkins (2009) significa

o fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p.27).

O mercado brasileiro alinha-se a esta tendência. Segundo Luciele Velluto¹⁵ (2010) da Agência Estado,

o mercado brasileiro de *smartphones* — os chamados telefones inteligentes — chegará à marca de 4,4 milhões de aparelhos vendidos até o fim de 2010. O número representa mais que o dobro das vendas em relação ao ano passado, quando foram comercializados cerca de 2 milhões de celulares deste tipo, de acordo com a consultoria em tecnologia IDC. A aquisição desses aparelhos mais sofisticados tem crescido principalmente porque os usuários têm passado cada vez mais horas conectados às redes sociais.

Pelos dados da ANATEL e do IBGE é possível notar como o celular está presente nas relações cotidianas do brasileiro, sua posse tendo crescido na ordem de 15 a 25% ao ano, em média. O estudo ‘Mobilidade Brasil 2008’ da IPSOS¹⁶ mostra em termos estatísticos o papel do celular na vida do brasileiro:

“[...] 18% dos brasileiros se dizem viciados em seus celulares. As mulheres (21%) e os jovens com idade entre 16 e 24 anos (23%) são os mais viciados em seus aparelhos. [...] Um em cada cinco brasileiros se sente abandonado quando não recebem nenhuma ligação ou mensagem durante o dia. Especialmente entre as mulheres (23% contra 15% dos homens) e principalmente os jovens. Mais da metade dos respondentes usuários de telefone celular no Brasil realiza em média duas a cinco ligações de seu celular diariamente, sendo a maior concentração (20%) na faixa das três chamadas diárias” (IPSOS, 2008).

¹⁴ Global Positioning System

¹⁵ Agência Estado: <http://blogs.estadao.com.br/jt-seu-bolso/?s=jovem+celular>. Acesso em 16/10/2010.

¹⁶ Insights Beyond Statistics - multinacional francesa de pesquisa.

Segundo Fidalgo (2009, p. 88) o celular se aproxima a um eletrodoméstico, em razão de seu papel, funcionalidade, importância e consequentemente da naturalidade como é utilizado pelos indivíduos em diversas situações:

[...] uma abordagem ao processo de domesticação dos celulares terá, assim, de olhar para a aquisição, exibição, função e consumo dos mesmos. Com efeito, o celular é, para além de simples meio de comunicação, um objeto físico com determinadas características, de determinada marca, que os seus portadores devem saber exibir com elegância nos momentos próprios. Neste ponto não se distingue de outros objetos de consumo, como carros ou relógios, que, para além de terem uma função bem definida, têm uma importante dimensão estética e são símbolos de estatuto social e cultural.

Para o mesmo Fidalgo (2009), o celular também é um símbolo de distinção social, um adereço, um acessório e até mesmo um prolongamento do ser humano (McLUHAN, 1996). Os modos de uso da telefonia móvel são determinados pelo ambiente social e cultural, ocorrendo apropriações e re-apropriações desta tecnologia. Cada indivíduo dá um significado diferenciado ao aparelho celular, tornando-o próprio, único em estética, em conteúdo e principalmente na forma de uso. No dia-a-dia, é possível observarmos pessoas utilizando o celular nos lugares mais inusitados, e até proibidos: no trânsito, nas salas de aula, durante cultos religiosos, ambientes que requerem silêncio, como hospitais, bibliotecas, cinemas, teatros.

1.3 O jovem universitário, celulares e mobilidade

A importância da telefonia móvel na atualidade e mesmo o ritmo acelerado com que ela vem sendo consumida, não diz respeito apenas às suas potencialidades enquanto uma ferramenta de comunicação. É extremamente importante notar que o celular representa aos sujeitos novas possibilidades de expressão como participar de *chats*, *twitter*, *emails*, entre outros (FIDALGO, 2009; IGARZA, 2008; ROCHA, 2009). Permitindo conhecer novos indivíduos, ingressar em redes sociais diferenciadas, dando a sensação de segurança e de pertencimento a grupos sociais.

Dentre os grupos que compõem a sociedade contemporânea e usufruem das possibilidades oferecidas pela telefonia celular um se destaca pela forma como se comunica e consome - ao fazer uso das novas tecnologias de comunicação - pelas suas articulações com os demais grupos sociais com os quais interage e por suas peculiaridades culturais: o grupo dos jovens. Este grupo é formado por indivíduos nascidos no final da década de 1980 e início da década de 1990. Sucessores diretos da geração Y, os nascidos no início dos anos de 1980, tais jovens são rotulados de “nativos digitais” (PRENSKY, 2001) ou “*millennials*” (HOWE e STRAUSS, 2000), termo este mais usado recentemente pelo mercado e pelos publicitários.

No transcorrer da história, o estabelecimento da cultura de massa marca o momento em que, de certa forma, saímos de uma sociedade com valores centralizados no homem adulto e se volta à “juventude”, ou ao “aparentar ser jovem”. É a sociedade que “desagrega os valores gerontocráticos, acentua a desvalorização da velhice, dá forma à promoção dos valores juvenis, assimila uma parte das experiências adolescentes. Sua máxima é ‘sejam belos, sejam amorosos, sejam jovens’” (MORIN, 2009, p.157). Para entender o jovem se faz necessário entender esta cultura de massa, na qual os jovens formam suas identidades.

Em seu processo de formação, os jovens, de um modo geral, passam por inquietudes e dúvidas, segundo Morin (2009, p.154): “o adolescente está à procura de si mesmo e à procura da condição adulta”. Tais inquietudes e dúvidas se refletem na forma como buscam seu espaço na sociedade. A maneira como os jovens comunicam e consomem são resultado em grande parte das suas relações com a sociedade no qual se insere e suas expectativas em relação a seu papel nesta.

A telefonia móvel chegou ao BRASIL em 1972 em caráter experimental, sendo que somente em 1990, ainda assim somente na cidade do Rio de Janeiro, é que a população vai ter acesso a esta nova tecnologia comunicacional (TAURION, 2002). Em torno de 1990 nasceu grande parte dos atuais jovens universitários que já encontraram esta tecnologia, repleta de possibilidades comunicacionais e comportamentais. Para Prensky (2001) nascer em um ambiente onde já exista uma determinada tecnologia facilita compreendê-la e manuseá-la, e isso ocorreu com estes jovens universitários que cresceram tendo a disposição à telefonia móvel influenciando a maneira como estes se comunicam e consomem.

Entre os jovens, podemos dizer que o uso de celulares é significativo, pois há grande demanda por estes aparelhos que atendem as necessidades de comunicação, pertencimento, entretenimento e de mobilidade de seus consumidores, (SILVA, 2007). Talvez se explique tal fenômeno porque o jovem tem no celular um instrumento de comunicação que vai além da telefonia propriamente dita, ou seja, as mensagens pelo uso da fala.

A relevância desta relação se faz pelos impactos que a telefonia móvel ocasionou para a sociedade proporcionando primeiramente a mobilidade de comunicação e em segundo momento à convergência de aplicativos e funcionalidades. Estas características, mobilidade e funcionalidades de aplicativos, são altamente apreciadas pelos jovens na medida em que “as relações entre as culturas juvenis e as indústrias culturais são sintomáticas de mudanças profundas no modo de ser, perceber e relacionar-se no mundo contemporâneo” (RONSINI, 2007, p.15).

As gerações que nasceram tendo à disposição uma novidade tecnológica, como exemplos, o cinema e, mais à frente, a televisão, consideram natural a sua existência, pois estas tecnologias estão presentes em seu desenvolvimento e contribuem com sua formação identitária. Segundo De Fleur (1993) desde o início, a comunicação envolve um processo de cognição e assimilação.

[...] Seres pré-humanos se comunicavam como o fazem outros mamíferos. Respostas herdadas ou instintivas exerceram papel significativo em tal comunicação, e o comportamento adquirido através de comunicação era mínimo. À medida que a capacidade cerebral lentamente aumentou, essa importância foi invertida. Literalmente passaram-se milhões e milhões de anos antes de se tornar possível adotar pelo menos alguns gestos, sons e outros tipos de sinais padronizados — isto é, aprendidos e compartilhados — que pudessem ser utilizados por gerações sucessivas para se dedicarem às trocas básicas necessárias a uma vida social (DE FLEUR, 1993, p.23).

Provavelmente com maior intensidade e velocidade envolvendo processos de trocas, a comunicação hoje com aporte das “novas tecnologias” contribui para um processo de cognição e aprendizado mais acelerado do que apontou De Fleur (1993). Hoje observamos a existência de um grande volume de informações disponíveis que são propagadas em grande parte pelas novas tecnologias, informações obtidas via *sites*, mensagens *sms*, *emails*, etc.. Muito do conteúdo propagado são notícias e informações

nem sempre relevantes, mas destacamos o grande volume. É provável que jovem tenha nos celulares uma mediação de aprendizagem, por meio de signos e símbolos, traduzidos nas imagens, ressignificadas na transmissão e armazenagem de conteúdos, como também em sua distribuição. O compartilhamento com os amigos promove o estabelecimento de identidades por meio da configuração de suas impressões sobre a realidade na qual se insere.

A telefonia móvel permite de maneira rápida saber da notícia quase que no mesmo instante do fato. Fica claro que se um indivíduo deseja que inúmeros outros indivíduos saibam de um acontecimento ou até mesmo um boato rapidamente o celular é um instrumento eficiente por ser portátil e ter recursos que permitem a rápida difusão. Esta agilidade faz parte das práticas de uso do celular pelo jovem, podendo ser observadas em situações diversas, até incomodando pessoas que estão a sua volta. De acordo com Silva (2007, p.11), “algumas dessas práticas interferem e modificam a dinâmica de momentos ritualizados como, por exemplo, a aula”. Entendemos que por questões culturais próprias de nossa sociedade em que os limites são ampliados, ou até ausentes, o jovem se sente à vontade para suas práticas, comunicacionais e outras, em qualquer ambiente ou situação. Ainda segundo Fidalgo (2009 p. 97), o celular “iniciou não só uma nova época da comunicação humana, como introduziu e alterou formas de estar e ser”.

Para Bauman (2004, p.81) “os celulares assinalam, material e simbolicamente, a derradeira libertação em relação ao lugar”. O advento do celular como fenômeno sócio cultural provavelmente seja resultado da mobilidade, condição que para Levy (2007, p.213), “mostra de forma expressiva que a telecomunicação e o deslocamento físico estão unidos”. O jovem tem no celular um instrumento que além da praticidade - como a transportabilidade -, permite a comunicação com suas redes sociais no momento que mais lhe for conveniente, ou desejado.

Ao longo das duas últimas décadas, tendo início primeiramente nos Estados Unidos e no Japão, o mundo globalizado assistiu ao surgimento de um fenômeno social e cultural que atravessa a cultura contemporânea de forma inapelável: a disseminação do uso dos telefones celulares, que passaram a constituir parte importante do cotidiano de um número crescente de indivíduos, em todas as partes do planeta. No contexto da sociedade de consumo globalizada, o telefone celular consolida-se como um dos artefatos símbolo da contemporaneidade (SILVA, 2007, p.2).

A mobilidade é uma característica muito marcante do celular, principalmente quando confrontado com o telefone fixo, que é o telefone da casa (SOARES, 2008) ou da empresa. O celular não é um telefone de um lugar, mas sim o telefone da pessoa e é elemento que comunga com a identidade de seu usuário, no caso do jovem respondendo ao dinamismo próprio da idade, a necessidade de mobilidade quase que constante, a informações e pessoas, tornando-se uma importante ferramenta de convergência midiática, um dispositivo híbrido, ou seja, muito mais do que um telefone propriamente dito.

Os celulares, em razão de serem muito mais que um “telefone” – ou simplesmente um aparelho de comunicação, são instrumentos que carregam muito das identidades e subjetividades de seus proprietários, encontradas nos conteúdos – fotos, músicas, conteúdos pessoais, etc. - que diferenciam de aparelho para aparelho, assim como de pessoa para pessoa. Para Lemos (2007, p. 35),

hoje, com a difusão das fotografias e vídeos por celular, talvez possamos falar de produtos imagéticos que refletem o que alguns autores chamam de subjetividade pós-moderna, ou seja, desterritorializada, aberta, presenteísta, esfacelada. As características do dispositivo já encaram essa subjetividade: as fotos são tiradas, vistas e descartadas imediatamente; elas circulam como forma de fazer contato: enviar para amigos, mostrando onde está, os momentos banais, fora da solenidade. As fotos (e os vídeos) se bastam nessa circulação. Elas são imagens imediatas (aparecem na tela), de circulação como forma de sociabilidade (“olha o que estamos fazendo agora”), presenteístas (o que vale é o momento, a olhadela rápida), pessoais e móveis (ver, circular, apagar, postar em um blog em “tempo real”, sem precisar esperar o tempo da revelação e da exibição).

As novas gerações de aparelhos celulares têm alguns recursos que eram anteriormente vistos somente em computadores, contudo a demanda por aparelhos que tenham múltiplos recursos e funções é crescente. Os indivíduos de maneira geral - aspecto mais observado entre os jovens - apreciam celulares com maior número de recursos, que possibilitam armazenar com mais qualidade as experiências ou momentos vividos que desejam preservar, mesmo que estes sejam guardados por alguns minutos. São retratadas: viagens, festas, instantes de descontração e outros momentos em diferentes situações repletas da realidade e da subjetividade de cada um. Situações ou “flashes” do cotidiano que são expostas a outros que fazem parte das

redes sociais deste indivíduo, refletindo novos valores de uma sociedade em que público e privado se confundem.

O consumo da “mobilidade” (JENKINS, 2009), via celular, tem destaque no ambiente universitário, que é palco de integração e de relacionamento social de vários grupos de jovens, que circulam e ainda que estejam em ambientes próximos utilizam os celulares para se comunicarem, trocando mensagens e texto. Nesta troca, incorporam um dialeto comum, característico do grupo quando acessam salas de bate papo na Internet ou *do messenger, facebook, gtalk*, entre outros ambientes virtuais, explorar as múltiplas funções do aparelho. Tal “acesso” ou uso de recursos e aplicativos é uma das formas como o jovem frequentemente se relaciona com o “mundo” ao qual pertence. Segundo Jenkins (2009, p.27),

a circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas midiáticos, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a idéia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções.

Os jovens constituem suas identidades também a partir do consumo do celular, caracterizado pela predileção e maior uso da comunicação na “grande rede”. De acordo com Gisele Tamamar (2010),¹⁷ a “faixa etária entre 16 e 24 anos é a que registra a maior proporção de pessoas que acessam a internet pelo telefone celular: 50%. Entre 25 e 34 anos, 43% das que têm celular são donos de aparelhos com acesso à rede”. Este dado reforça a importância de entendermos o uso da convergência telefonia x computador no celular pelo jovem.

É muito provável que o jovem tenha nas novas tecnologias digitais uma fonte de satisfação para as necessidades de comunicação e consumo, pois este jovem de 16 a 24 anos é um dos principais atores / ativos do consumo de tecnologias de mídias móveis dentre elas o celular fazendo o uso da Internet. Faz-se necessário estudar o celular e assim entendermos como este contribui para esta formação das identidades deste jovem que usa o celular para a socialização e tem inúmeros valores - dentro de grupos sociais - lhe é conferido pelo uso de novas tecnologias comunicacionais e digitais. Para Ronsini (2007, p. 175),

¹⁷ Agência Estado: <http://blogs.estadao.com.br/jt-seu-bolso/celulares-dos-jovens-sao-os-mais-conectados-a-web/>. Acesso em 16/10/2010.

o entendimento do papel das novas tecnologias na constituição das identidades contemporâneas revela que os meios de comunicação configuram um dispositivo hábil para fornecer bases para a identificação juvenil com a cultura nacional, mas em moldes muito diferenciados do que o foi para as gerações anteriores, em função da crise das instituições tradicionalmente encarregadas de formar as novas gerações (a escola e a família) e da fragilidade do Estado-Nação em garantir as necessidades de pessoas as mesmas vicissitudes políticas e econômicas.

Neste sentido, o jovem de hoje não tem sua identidade formada como fora feito nas gerações anteriores. Possivelmente o jovem universitário, nosso foco de interesse mais específico, sujeitado pelas novas tecnologias, ao consumir e fazer uso da telefonia celular, tendo a sua disposição uma gama de funções ou funcionalidades, poderá melhor atender suas necessidades de consumo cultural, de relacionamento com os grupos com os quais interage, de pertencimento social.

CAPÍTULO II

METODOLOGIA

Este estudo aborda a constituição da identidade do jovem a partir do consumo do celular e dos fenômenos da telefonia móvel, contextualizando o jovem universitário como um ator do consumo moderno na atual sociedade, que é fragmentada, consequência das hibridizações (MARTIN-BARBERO, 2008), das mediações culturais (MARTIN-BARBERO, 2008 e HALL, 2006) e perpassada pela evolução da tecnologia digital e das telecomunicações e suas convergências (JENKINS, 2009).

Os estudos da formação de identidade são relevantes para o campo da comunicação pela centralidade que esta tem na sociedade atual. Sociedade caracterizada pelo simbólico, pela presença de imagens e ícones, que conduzem ao consumo, que por sua vez pode influenciar a constituição de identidades dos jovens.

Os estudos sobre celulares que nortearam este trabalho foram os desenvolvidos por Fidalgo (2009) e Silva (2007). O primeiro entende o celular como elemento identitário que caracteriza “um processo de constituição plural e complexa de como as pessoas se vêem a si próprias e se sentem em diferentes ações, vivências e contextos” (FIDALGO, 2009, p. 86), um aparelho quase que indispensável na sociedade contemporânea. Já para o segundo autor, o uso de celulares pelos jovens é marcado “pelo ambiente social e cultural onde ocorrem apropriações e reapropriações dessa tecnologia global a partir de especificidades locais, o que demonstra que as práticas de consumo vão muito além da posse de bens” (SILVA, 2007, p.5).

2.1 Os caminhos teóricos

Para elaboração do objeto de estudo e reflexão sobre o processo comunicacional no contexto da sociedade de consumo, visando ao conhecimento da constituição de identidade dos jovens, tomamos como ponto de partida as mediações existentes nos processos de comunicação pensando especificamente nas novas formas de sociabilidade presentes no convívio cotidiano dos jovens, que segundo Martín-Barbero estas,

[...] novas formas de sociabilidade com as quais as pessoas enfrentam a heterogeneidade simbólica e a impossibilidade de se abarcar a cidade. É a partir das novas maneiras de juntar-se e excluir-se, de desconhecer e reconhecer que adquire consistência social e relevância

cognitiva àquilo que passa pelas mídias e pelas novas tecnologias da comunicação (2004, p.220).

Foram usados os entendimentos sobre ritualidade que também estão presentes nos modos de uso do celular pelos jovens, modos de uso estes que são repletos de simbologias e das mediações presentes ao comunicar com grupos de interesse formados por outros jovens no ambiente universitário. Segundo Martín-Barbero (2008, p.20):

modos de existência do simbólico, trajetórias de iniciação e ritos “de passagem”, serialidade ficcional e repetição ritual, permitindo assim entrever o jogo entre cotidianidade e experiências da diferença, da ressacralização, do reencantamento do mundo a partir de certos usos ou modos de relação com os meios, entre inércias e atividade, entre hábitos e iniciativas do olhar e do ler.

Com Garcia Canclini trabalhamos a relação entre consumo e cidadania, pensando o pertencimento social pelo consumo, no caso, consumo de celulares; isso como parte de um conjunto de processos socioculturais. Nesse sentido nos apoiamos também em Baccega (2008) para quem o consumo é entendido como caminho de pertencimento social e fonte formadora da identidade na atualidade, num processo comunicacional de significação e re-significação.

Na reflexão teórica, para pensar a cultura do consumo, o autor trabalhado é Featherstone. Para este autor "o consumo, portanto, não deve ser compreendido apenas como consumo de valores de uso, de utilidades materiais, mas primordialmente com o consumo de signos" (FEATHERSTONE, 2007, p. 122). Tal entendimento ajuda a compreender que o celular não é apenas um aparelho com funcionalidades técnicas, mas também um artefato tecnológico que carrega em si pertencimento, status, reconhecimento social e se constitui em uma porta de acesso às redes sociais, que propiciam elementos formadores de identidade dos jovens.

Ao tratar da cultura da convergência recorreremos a Jenkins (2009) que aborda duas formas de convergência: a tecnológica e a midiática. Este autor nos dá pistas de como entender e posteriormente analisar a mobilidade possibilitada ao jovem pelo uso do celular. Os jovens, graças ao celular e as tecnologias digitais, podem estar em vários lugares ao mesmo tempo, comunicando com outros indivíduos e recebendo informações.

Para falar das características da identidade recorreremos a Hall. Este autor ajudou a entender o atual contexto social em que se encontra o jovem, que constitui sua

identidade, em ambiente universitário marcado pela presença do celular, aparelho que possivelmente representa uma interligação global e que amplia as possibilidades de interação destes jovens com outros grupos sociais. Para Hall,

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 específicas e parecem “flutuar livremente”. (HALL, 2006, p. 75).

2.2 A pesquisa realizada

Os jovens têm formas de comunicar e de consumir próprias, diferentes das praticadas pelas gerações anteriores. Entender este jovem a partir dos modos de uso da telefonia celular motivou a realização deste trabalho, ao observar que o jovem utiliza mais o serviço de envio de mensagens *SMS - Short Message Service* -, os também chamados “torpedos”, do que os serviços de voz. Outras formas de uso, comuns, são ainda para tirar fotos e envio das mesmas para suas redes sociais, como arquivo de dados e de música, como rádio, relógio, agenda e outras funcionalidades.

Na modernidade tardia (GIDDENS, 2007) o jovem universitário vive em ambiente tecnológico, caracterizado pela influência da globalização, marcado pela presença dos meios de comunicação e participação em redes sociais no espaço virtual. Este jovem faz uso da telefonia móvel respondendo às necessidades pessoais, mas também tendo como influência as estratégias publicitárias – das operadoras de telefonia e dos fabricantes de aparelhos – e as práticas dos grupos sociais com os quais se relaciona. Isso considerado nos levou aos seguintes questionamentos:

- O celular é um agente de socialização ou apenas um artefato que facilita a comunicação? Este questionamento surgiu em razão de observar que o jovem se utiliza dos recursos da internet, para além da conversação com outra pessoa e também acessar as redes sociais no ambiente virtual. Isso se dá pela identificação dos grupos ou do grupo ao qual pertence por meio de mensagens, fotos, músicas e outros conteúdos que são compartilhados.

- Como ocorre o consumo do simbólico e do material em relação ao uso do celular pelo jovem universitário em seu cotidiano? Tal indagação se faz pertinente em razão da sofisticação dos recursos e diferenciais oferecidos pela telefonia celular -

convergência de tecnologias, *design* – além aspecto simbólico de atribuição de *status*. A personalização dos aparelhos que mudam estética de acordo com seu proprietário e também através dos conteúdos armazenados que refletem individualidades e a presença do simbólico.

- De que forma o consumo da telefonia celular, em forma de comunicação e outros usos, colaboram para a formação da identidade do jovem universitário? O celular não colabora, e sim faz parte da identidade marcada pela mobilidade pela necessidade de segurança, pelo comportamento, pelo gosto, por ser um aparelho pessoal e pelas possibilidades existentes na convergência tecnológica que permite experimentar simultaneamente inúmeros meios de comunicação e mídia.

Entendemos que procurar as respostas para as questões propostas, além de constituir um avanço nos estudos de comunicação em relação ao consumo de celular, também possibilitará uma melhor compreensão de um grupo, o dos jovens, cada vez mais atuante e importante na sociedade de consumo, pois estes têm participação significativa no mercado de trabalho, fazem uso das tecnologias móveis - com facilidade e frequência – para comunicar, aprender e se entreter. Um uso que possibilita maior mobilidade a este jovem que trabalha e estuda, mas que também tem uma vida social dinâmica.

De forma prática, o objetivo geral é verificar como se forma a identidade do jovem universitário através do consumo da telefonia móvel e qual o papel deste consumo no relacionamento deste jovem com os grupos sociais aos quais pertence, ou dos quais participa. Para tanto é importante: verificar os movimentos de consumo - do material e do simbólico - do jovem universitário; compreender o processo de pertencimento entre os jovens universitários e verificar como se dá a formação da identidade nas relações sociais da vida cotidiana do jovem universitário. Os objetivos específicos buscam compreender: 1) o mapa de consumo cultural do jovem universitário em relação à posse de celulares; 2) os modos de comunicação existentes entre os jovens universitários e seus pares, nos grupos sociais nos quais estão inseridos através da telefonia celular; 3) o consumo do jovem universitário através do acesso às possibilidades tecnológicas do celular e 4) o processo de pertencimento a partir das relações que envolvem os modos de consumo e usos do celular pelo jovem universitário.

2.3 Pensando a recepção a partir da emissão – falando com o jovem

As inter-relações existentes entre produtores e receptores colaboram para a formação de uma sociedade. Sobre a produção simbólica, considera Bourdieu (1998, p. 12) que “o campo de produção simbólica é um microcosmos da luta simbólica entre as classes: é ao servirem os seus interesses na luta interna do campo de produção (e só nesta medida) que os produtores servem aos interesses dos grupos exteriores ao campo de produção”. São também os interesses dos produtores do discurso, no caso as empresas de telefonia celular por meio dos anúncios publicitários, que move esta pesquisa sobre a individualidade do jovem universitário.

Entendemos que o jovem universitário consumidor de telefonia móvel é constantemente abordado pelo discurso dos anúncios publicitários. Porém, só a mensagem publicitária é insuficiente para estimular ao consumo dos produtos e serviços apresentados por estes anunciantes. Os estímulos para o consumo ocorrem por meio da ressignificação destes discursos publicitários a partir dos demais discursos existentes na sociedade. O jovem ao fazer uso do celular, ao se comunicar com outros indivíduos, promove trocas de sua história e sua identidade construída pela recepção destas narrativas discursivas. A fim de responder os objetivos propostos consideramos necessária a compreensão dos discursos que circulam no universo jovem. A mensagem não é poderosa por si só, havendo também a ação do receptor. Os discursos existentes na comunicação pessoal dos jovens com outros jovens e grupos e os discursos da mídia colaboram para a formação de identidade, aqui entendida intermediada pelo celular.

A mídia apresenta narrativas elaboradas, sendo a estratégia publicitária uma destas narrativas. Para Orlandi (2009, p.15), o estudo do discurso “procura compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constituído do homem e da sua história”. O discurso publicitário tem o sujeito como centro das suas manifestações; sujeito que, ao receber e produzir discursos trabalha com um referencial: uma memória discursiva própria, que compõe sua “bagagem” cultural e experiências resultantes das mediações que realiza em grupos sociais (BACCEGA, 2006).

Um conjunto de ideias próprias de um grupo, de uma época, e que traduzem uma situação histórica são entendidas como ideologias que determinam as narrativas e os diálogos presentes na sociedade (MARTÍN-BARBERO, 2004). Assim, as estratégias

publicitárias, por meio de narrativas, procuram identificações com as ideologias existentes na sociedade de consumo contemporânea, entendendo que o receptor “assimila” somente aquilo que faz parte de seu universo de conhecimento. E é neste contexto que, antes de abordar o receptor, fazemos uma exploração pelos discursos publicitários dos celulares, entendendo que a comunicação é um processo, da emissão para a recepção.

O primeiro anúncio analisado faz parte de uma campanha publicitária que tem como slogan: “Também somos loucos por U2” (Figura 8), claramente em busca de uma identificação com os jovens, fãs da Banda U2, uma das bandas de *pop-rock* mais populares do Globo. Em essência a Motorola - empresa fabricante de aparelhos celulares - coloca à disposição dos fãs modelos de aparelhos celulares com conteúdo armazenado de músicas e clipes da Banda. A “personalização” do produto tem significado para os fãs incondicionais e para simpatizantes da banda U2.



Figura5. Material promocional de celular personalizado com conteúdo da banda U2
Fonte: <http://pdvnews.blogspot.com/2009/03/motorola-e-ogilvy-lancam-loucos-por-u.2.html>
Acesso: 20/12/2009

O *slogan* da campanha da Motorola “Também somos loucos por U2” evoca uma aproximação aos fãs da banda irlandesa U2, por meio de uma narrativa que coloca a empresa na condição de um “igual” ou “tão-fã-quanto”. Busca-se, assim, uma identificação com o fã através do discurso e das imagens que a peça publicitária é apresentada na mídia.

No próximo anúncio, da operadora de telefonia móvel Nextel, são utilizadas imagens de diversas personalidades reconhecidas pelo jovem. A escritora, roteirista e

apresentadora Fernanda Young é uma das garota-propaganda dessa operadora, que tem como mote “Converse sem limites”, destacando a mobilidade que a operadora oferece com seus serviços. Segundo Orlandi (2009, p. 12), “é pelo discurso que melhor se compreende a relação entre linguagem/pensamento/mundo, porque o discurso é uma das instâncias materiais - concretas - dessa relação”. Conversar sem limites remete à liberdade de expressão e de conversação, de poder se relacionar sem barreiras, “manifestações” desejadas pelo jovem.

No texto ao lado da foto de Fernanda Young (Figura 9), temos a trajetória pessoal e profissional da apresentadora, caracterizada por uma personalidade forte e polêmica. Assim, a operadora apropria-se da notoriedade da apresentadora e de sua identificação com o público jovem a fim de buscar a assimilação e o reconhecimento junto a este grupo. Fernanda Young tem como leitores de suas obras literárias e audiência de seu programa televisivo (*Irritando Fernanda Young* — canal GNT), jovens em idade universitária. A campanha explora o retrospecto de vida de Fernanda Young, que alcançou notoriedade e sucesso, “rompendo limites”, o que a coloca na condição de pertencer ao chamado “Clube do Ilimitado”.

A narrativa do anúncio busca um diálogo entre a projeção e visibilidade social da protagonista com a sociedade - ou parte dela -, reforçada no mote da campanha – Bem vindo ao clube do ilimitado-. Há uma significação realizada pelo receptor. Para Bakhtin, (2000, p. 290),

o ouvinte que recebe e compreende a significação - lingüística - de um discurso adota simultaneamente, para com este discurso, uma atitude responsiva ativa: ele concorda ou discorda - total ou parcialmente -, completa, adapta, apronta-se para executar, etc., e esta atitude do ouvinte está em elaboração constante durante todo o processo de audição e de compreensão desde o início do discurso, às vezes já nas primeiras palavras emitidas pelo locutor.



Figura 6. Campanha da Nextel, com Fernanda Yong

Fonte: <http://www.propmark.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=56506&sid=2&tpl=printerview>. Acesso: 28/12/2009.

O uso de estereótipos é comum nas narrativas publicitárias, como elemento facilitador, o que pode ser explicado a partir de Lippmann (1972) quando diz que as nossas opiniões se formam a partir do que os outros relataram e do que somos capazes de imaginar, no que muito ajudam os estereótipos. Nesta campanha, é evidente a presença de estereótipos: o estilo de vida e de trabalhar de Fernanda Young induz a crer que é uma “representante legítima” da juventude contemporânea.

Outra personalidade a compor o “clube dos ilimitados” é o técnico de futebol Andrade (Figura 10), que comandou o time do Flamengo do Rio de Janeiro na conquista do Campeonato Brasileiro de Futebol de 2009. Aqui a campanha faz uso de outro estereótipo muito comum no Brasil: o chamado “mundo do futebol”, envolvendo glórias, riquezas, sucesso e, neste caso, também as vitórias dentro do ambiente profissional; não só, provavelmente, pela notoriedade repentina em uma conquista esportiva importante, mas pelo que representa uma conquista.



Figura 7. Campanha da Nextel com Andrade

Fonte: http://mmimg.meioemensagem.com.br/galeria/gr_nextel_600.jpg. Acesso em 23/12/2009.

Conforme o entendimento de Lippmann (1972, p. 150), “um relato é o produto conjunto do conhecedor e do conhecimento no qual o papel do observador é sempre seletivo e geralmente criativo. Os fatos que vemos dependem da posição em que estamos colocados e dos hábitos de nossos olhos”. O público alvo é o jovem - e por que não dizer - o jovem universitário, em razão de ter interesse nas novas tecnologias de comunicação. As campanhas publicitárias, “apelam”, em sua grande maioria, para personagens jovens desempenhando atividades no cotidiano, no passeio, no

relacionamento social e afetivo, no trabalho, no ambiente de estudo e em diversas outras. Observa-se a utilização de imagens que mostram em sua maioria jovens felizes. Na sequência, apresentamos três peças publicitárias da operadora de telefonia celular Claro, que também utiliza a figura de jovens para falar de portabilidade (Figura 11), escolha pela verdade (Figura 12) e escolha pela tecnologia 3G (Figura 13).



Figura 8:Portabilidade

Fonte: <http://www.esato.com/archive/t.php/t-177198,1.html>. Acesso em 10/01/2010.



Figura 9: Escolha pela verdade

Fonte: <http://www.esato.com/archive/t.php/t-177198,1.html>. Acesso em 10/01/2010.



Figura 10: Escolha por tecnologia 3G

Fonte: <http://www.esato.com/archive/t.php/t-177198,1.html>. Acesso em 10/01/2010.

Baccega (1998, p.90) entende que “o discurso é o lugar do encontro entre o lingüístico e as condições sócio-históricas constitutivas das significações, e a análise do discurso se constrói nesse encontro”. O discurso dos anúncios acima coloca o leitor – sujeito - na condição de efetivar a portabilidade, isto é, de escolher a operadora que o apraz; seja por uma postura pessoal, seja por um novo atrativo tecnológico, o discurso apresenta a possibilidade de autonomia e mobilidade, buscando a identificação com o jovem.

Retomando os conceitos de Lippmann, as frases apresentadas nos três anúncios: “A portabilidade de um sujeito Claro”, “Eu escolhi dizer a verdade” e “Eu escolhi a tecnologia 3G” são acompanhadas de imagens e símbolos/ imagens de estereótipos ligados à juventude urbana dos grandes centros. As estratégias publicitárias têm como foco estereótipos que retratam a juventude; narrativas que se justificam em função de a grande maioria dos jovens serem ávidos por novidades que envolvam a comunicação, o entretenimento e as ações que facilitam ou favoreçam as relações em redes sociais.

2.4 Aproximando-se do jovem: a pesquisa empírica

Num primeiro momento, procuramos conhecer as práticas de consumo do jovem universitário através de um mapeamento cultural que, em linhas gerais, busca conhecer o consumo midiático do grupo de interesse e as práticas de uso do celular,. Este mapeamento é um procedimento que permite uma aproximação objetiva, e de certa forma rápida, com o objeto de pesquisa, em um movimento de exploração e reconhecimento do campo de estudo, ao mesmo tempo em que permite a identificação de variáveis a serem verificadas e problematizadas na continuidade do projeto. Ao tomar este caminho, nosso objetivo é entender o jovem universitário em relação ao consumo cultural, e aos modos de uso da telefonia móvel.

O instrumento utilizado para este mapeamento foi um questionário estruturado (Apêndice 1), aplicado em faculdades da capital e do interior do estado de São Paulo, tendo como amostra o total de 139 jovens estudantes universitários. O mapeamento foi válido para descobrir variáveis posteriormente trabalhadas em entrevistas individuais realizadas junto a 10 jovens universitários – cinco da capital e cinco do interior do estado de São Paulo. O roteiro utilizado nas entrevistas (Apêndice 3) contempla os

objetivos da pesquisa salientados nos aspectos levantados no mapeamento. Bauer e Gaskell (2002, p. 66) nos dizem que o roteiro,

em sua essência é planejado para dar conta dos fins e objetivos da pesquisa. Ela se fundamentará na combinação de uma leitura crítica da literatura apropriada, um reconhecimento do campo (que poderá incluir observações preliminares com pessoas relevantes) discussões com colegas experientes, e algum pensamento criativo.

O discurso do jovem universitário coletado nestas entrevistas sobre as opiniões dos jovens sobre o consumo de celulares e as relações com suas práticas cotidianas deve ser analisado levando em consideração as reflexões teóricas discutidas na pesquisa bibliográfica.

Para a escolha dos entrevistados utilizamos os critérios de idade, posse de celular, classe socioeconômica e exercício de atividade remunerada. Estes critérios se justificam a partir de Bauer e Gaskell (2002, p.69), para quem: “a praxe, ou a opção tradicional, é usar as variáveis padrão sociodemográficas, como gênero, idade, categoria social e alguma segmentação geográfica, por exemplo urbano/ rural”.

2.5 Síntese dos resultados do mapeamento cultural

O mapeamento cultural realizado proporcionou uma visão mais ampla do universo jovem – o consumo de meios de comunicação de massa, frequência e tipos de leitura, uso das tecnologias digitais, redes sociais das quais participa, consumo geral e de celulares – e descobrir elementos para subsidiar a elaboração de um roteiro de entrevista pessoal, para verificar, como ocorrem os modos de consumo do simbólico e do material do celular pelo jovem universitário em seu cotidiano e de que forma as relações que envolvem a comunicação e o consumo da telefonia celular colaboram para a formação da identidade do jovem universitário.

Neste sentido, apresentamos aqui uma síntese dos resultados deste mapeamento (os resultados são comentados na íntegra no apêndice 2), a partir do que extraímos itens para a elaboração do roteiro (Apêndice 3). Para este mapeamento, foram aplicados questionários em novembro e dezembro de 2009, em São Paulo Capital (72 entrevistados) e em Bebedouro¹⁸ (67 entrevistados). Na amostra – 139 entrevistados – verificamos certo equilíbrio no número de homens e mulheres que responderam o questionário, uma aspecto importante para termos um balanceamento de opiniões. Com

¹⁸ Situada a 380 Km da Capital.

esta pesquisa¹⁹ quantitativa procuramos identificar também as práticas de lazer, acesso às novas tecnologias, em especial a Internet e os modos de uso e consumo de celulares.

As entrevistas realizadas na Capital abordaram universitários de seis faculdades, públicas e privadas, e em Bebedouro foram entrevistados apenas alunos de uma instituição privada.

A faixa etária dos entrevistados foi de 17 a 25 anos, na Capital predominando os mais jovens, condição esta que entendemos do fato dos jovens na Capital terem maior facilidade em ingressar no ensino superior assim que finalizam o ensino médio.

Em relação à classificação sócio econômica²⁰ dos respondentes, na Capital (85% dos universitários são alunos da ESPM), há o predomínio de A1 e A2 (77%). No Interior predomina as classificações B2 e C (72%). Este resultado se explica em razão de características da instituição de ensino superior onde foi feita a pesquisa, a FAFIBE, cujos alunos são em sua grande maioria das classes B2, C e D.²¹ O mapeamento realizado intencionalmente procurou contemplar todas as classes sociais, o que entendemos foi de grande valia, pois, permitiu revelar um perfil mais amplo dos jovens.

Sobre o consumo de meios de comunicação, a maioria dos entrevistados, assiste à TV diariamente (60 %). Segundo Wolton (1996), a TV abrange todas as classes sociais, é o principal meio de comunicação de massa, pois pode

oferecer uma comunicação na escala das nossas sociedades, ser uma janela aberta para o mundo, ser o principal meio de informação e divertimento do grande público, oferecer um laço social e um fator de identidade nacional num mundo cada vez mais aberto (WOLTON, 1996, p. 19).

Observa-se que mesmo com o avanço das tecnologias digitais e uma presença significativa de outros meios de comunicação de massa, a TV ainda é o meio mais importante. Os jovens da Capital, cerca de 19%, assistem à programas jornalísticos, já no Interior, 87% preferem este tipo de programa, entretanto isso não significa, a princípio, que os jovens da Capital sejam menos informados, pois este grupo tem

¹⁹ GIL (1994, p. 43): “Pode-se definir pesquisa como um processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”.

²⁰ Critério Brasil de classificação sócio-econômica 2008.

²¹ Fonte de dados: FAFIBE 2009 – Dados obtidos na secretaria do curso de administração, através do cadastro de todos os alunos matriculados na Faculdade, acesso concedido após solicitação formal.

facilitado acesso a outros meios de informação (internet, jornal impresso, rádio, eventos, etc.).

A preferência para assistir à filmes na TV na Capital é de apenas 35%, já no Interior 64% dos entrevistados afirmam que preferem esta forma de assistir aos filmes preferidos. Estes resultados, provavelmente podem ser explicados em razão das diferenças de classificação social entre entrevistados da Capital e do Interior. Indivíduos das classes B2, C e D têm menos recursos financeiros que os indivíduos das classes A1 e A2 para lazer e consumo em geral, sendo que assistir filme na TV é uma opção de lazer de baixo custo. Esta observação pode provavelmente explicar também a preferência por novelas ser maior no Interior (30%) do que na Capital (15%). Outra informação a ser considerada é a menor oferta (em relação aos grandes centros urbanos) de opções de lazer em cidades pequenas e médias do Interior, como cinemas, danceterias, restaurantes/lanchonetes, teatro e outras atividades culturais e esportivas.

Os programas esportivos têm por volta de 30% da preferência dos entrevistados. Acreditamos o esporte é apreciado pelo jovem por, provavelmente, já ter praticado alguma atividade esportiva durante sua formação escolar, ou ainda praticar. O contato com o esporte em muitos casos perdura com o propósito de buscar uma condição atlética, de saúde e estética, e até mesmo de conhecer outras pessoas que compartilham da mesma atividade ou prática desportiva.

Os modos de uso do rádio pelos jovens é um exemplo típico da mobilidade, cerca de 70% afirmaram escutar no carro. O uso do rádio é também realizado em outros espaços públicos e no ambiente de trabalho. A mobilidade observada aqui reside na condição de estar em movimento ou em trânsito que permite usufruir do rádio em diferentes locais.

Quanto aos gêneros de música preferidos, foi interessante verificar que o sertanejo e suas modulações estão em primeiro lugar. É possível que isto se dê em razão de ser um gênero que está na moda e na mídia graças as estratégias elaboradas pelas gravadoras ou em parcerias com as estações de rádio. O rock e o pop-rock ocupam o segundo lugar na preferência de cerca de 30% dos entrevistados.

Em relação aos hábitos de leitura dos jovens, cerca de 40% não lêem revistas. Uma provável explicação para este percentual seria que o jovem universitário tem acesso a sites de portais e notícias que em parte possibilitam a substituição da leitura de revistas impressas por notícias “instantâneas”, editadas, fragmentadas e pouco

detalhadas, características do que encontramos na grande rede. Os jovens universitários também lêem poucos livros. Imaginamos que por estar em fase de formação acadêmico-profissional nesta condição acadêmica deveriam ler mais, contudo a Internet novamente tende a suprir as necessidades de ampliação de conhecimentos, demandas das pesquisas escolares. Os jovens da Capital lêem mais, 54% afirmaram que lêem de cinco a 12 livros por ano, apenas 38% dos jovens do Interior lêem esta mesma quantidade.

De maneira geral o jovem lê pouco jornal impresso. Somente cerca de 30% lêem este tipo de periódico todos os dias ou até cinco vezes por semana. Reafirmamos que tais percentuais não demonstram que os jovens sejam desinformados, pois podem acessar as informações de que necessita de outra forma, em especial a Internet.

O consumo de filmes no cinema é prática de 54% dos jovens da Capital, no Interior apenas 22% costumam ir ao cinema. A provável explicação deste dado está em razão da oferta de salas de cinema nas cidades do Interior (Bebedouro dispõe de apenas uma sala). A locação de filmes é feita por 53% dos jovens da Capital e por 72% no Interior. Cerca de 90% dos jovens têm acesso à Internet em casa, condição que possibilita o *download* de filmes. Esta facilidade concorre diretamente com aquisição de DVDs e locação pela Internet.

Outras formas de lazer citadas foram frequência a festas, por cerca de 60% dos respondentes; visitas a parentes e amigos, apreciados por 55% dos jovens e navegar na Internet, uma forma de lazer praticada por cerca de 50% dos jovens.

Os celulares e a Internet estão presentes na vida do jovem universitário, o celular há mais de dois anos. Quando o jovem troca seu aparelho celular, mais ou menos a cada dois anos, na Capital (67%) e no Interior (49%), são dois os aspectos que podem motivar esta troca: o *design*, constantemente novos modelos com aspectos diferenciados são lançados, e o avanço das tecnologias digitais que possibilitam a oferta de novos recursos agregados aos aparelhos.

A Internet é acessada principalmente de casa (90%) e do trabalho (55% e 18%).

Os usos de dispositivos para reprodução de músicas, além do celular, é maior pelos jovens universitários da Capital (98%). Já no Interior o percentual dos jovens que fazem uso deste recurso é 61%.

O jovem usa significativamente o recurso de mensagens *SMS*. Algo em torno de 85% dos entrevistados afirmaram que fazem uso desta forma de comunicação. Nas demais formas de uso, os jovens responderam que utiliza o celular para armazenar

dados (48% na Capital e 18% Interior), especificamente músicas, vídeos e arquivos de material acadêmico. O uso da Internet no celular está em torno de 20%, já como recurso de máquina fotográfica cerca de 70% dos jovens da Capital e 50% no Interior fazem este uso.

Os principais aspectos considerados para compra de celulares pelos jovens são *design*, promoção e tecnologia. O *design* é uma comunicação estética, imprime a personalidade do proprietário, o jovem busca esta identificação no seu grupo.

A maioria dos jovens não personaliza esteticamente seus celulares. Apenas cerca de 25% dos universitários alteram seus aparelhos com adesivos, penduricalhos, capas e acessórios.

A partir do mapeamento, foi construído um roteiro para as entrevistas pessoais, também realizadas na Capital e no Interior²² do estado de São Paulo. Para as entrevistas foi selecionada uma amostra composta por 10 jovens universitários, cinco da Capital e cinco do Interior. O sexo dos entrevistados, três homens e sete mulheres.

Buscamos entrevistar jovens de todas as classes sociais, na Capital, os entrevistados são classificados como pertencentes às classes A2 e B1, e uma universitária da classe D, tal discrepância é justificada pela diversidade da amostra. No Interior foram entrevistados jovens das classes B1, C, C1 e C2. Um dado importante a ser considerado é o de que todos os 10 universitários estudam em escolas particulares.

O roteiro teve por objetivo orientar as entrevistas com foco nos objetivos já especificados. A técnica da entrevista permitiu explorar os tópicos do roteiro a partir das declarações dos entrevistados.

Após as entrevistas pessoais foi elaborado um quadro síntese (Apêndice 5) para organizar as informações obtidas pelos relatos dos entrevistados sobre consumo geral, Internet, lazer e telefonia celular. Este quadro foi o norte para análise que se apresentará no próximo capítulo.

²² No Interior foram escolhidas duas cidades da região norte do estado: Barretos com cerca de 115.000 habitantes e Bebedouro com aproximadamente 85.000 habitantes, respectivamente as cidades distam: 425 e 380 Km da Capital .

CAPÍTULO III

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nos capítulos anteriores comentamos os conceitos relativos à identidade (SILVA, 2009), de característica de identidade (HALL, 2006), mediação (MARTÍN-BARBERO, 2008), recepção (BACCEGA, 2006 e 2007) sobre mobilidade e convergência (IGARZA, 2008a) e convergência midiática (JENKINS, 2009), e descrevemos a pesquisa de campo realizada. Agora, neste capítulo, vamos às considerações que respondem os objetivos e as perguntas deste trabalho de pesquisa, a partir da análise das entrevistas individuais - 10 - realizadas com jovens universitários da Capital e do Interior do Estado de São Paulo.

A organização da análise parte dos objetivos que compreendem levantar o mapa de consumo cultural do jovem em relação à posse de celulares, os modos de comunicação existentes entre os jovens através da telefonia celular; o consumo através das possibilidades tecnológicas do celular e o processo de pertencimento a partir das relações que envolvem os modos de consumo e usos do celular pelo jovem.

Aqui neste capítulo de análise verificaremos também se para o jovem universitário o celular é um agente de socialização, se há a ocorrência do consumo do simbólico em seu uso e se a telefonia móvel colabora com a formação de identidade deste jovem.

3.1 O consumo cultural, a comunicação e as práticas de consumo do jovem universitário

A comunicação exercida pelos sujeitos através da telefonia celular é uma prática cultural, que muda de grupo social para grupo social. Esta prática está presente entre os jovens quando estes marcam encontros e reuniões por meio de ligações pessoais, do uso das mensagens *SMS* e dos recursos tecnológicos destinados a se ter acesso a Internet (*MSN, Email e Twitter*) presentes em grande parte dos celulares.

“[...] por exemplo, eu combino com algum amigo, ou se eu tenho que chegar em horário em tal horário, e eu pego trânsito, perco o ônibus, acontece algum imprevisto e eu me atraso, se eu não tenho celular não tenho como avisar essa pessoa, tendo celular eu ligo, aviso aí ela não se preocupa mais, fica mais tranquila, nesse sentido”.

O uso e consumo dos celulares são caracterizados por rituais de pertencimento e vinculações identitárias que se manifestam desde o momento de escolha do aparelho até sua utilização propriamente dita. É muito comum, também, que muitos consumidores personalizem seus celulares (SILVA, 2007), como veremos ao longo dessa pesquisa, buscando relacionar este objeto a certos estilos de vida e preferências.

Aspectos econômicos além dos culturais também devem ser considerados, pois estes influenciam na forma de como se comunica e na frequência de uso dos celulares, o valor da tarifa relacionada ao tempo de uso permitido comunicar, a tarifa de serviços adicionais e o custo dos aparelhos – quanto maior a quantidade de recursos tecnológicos e serviços disponíveis maior é o custo destes aparelhos – muda de grupo social.

Por meio das entrevistas pessoais foi possível observar como é realizado o consumo de meios de comunicação. Em relação à TV, os jovens que participaram da pesquisa afirmaram preferir programas de noticiários e de entretenimento, tais como filmes, entrevistas e esportes.

“[...] Porque (a TV) tem entrevista, acho legal assim pra gente saber mais sobre as pessoas. [...] Pra saber do cotidiano, pra se divertir também, muitas entrevistas são engraçadas. [...] É um programa engraçado, que informa ao mesmo tempo. [...] Pra ficar integrado no que está acontecendo no mundo [...] Pra me manter atualizada, a respeito dos assuntos que estão ocorrendo, e é mais pra isso mesmo, pra me manter atualizada sobre assuntos e estar por dentro do que está acontecendo”.

Dos 10 entrevistados, apenas dois nos indicaram gostar e assistir à novelas. Talvez seja possível explicar o pouco interesse por novelas em razão de estas serem veiculadas nos horários das aulas. Os jovens assistem à TV em horários após a Faculdade ou horários livres - fins de semana - e também nos horários destinados a refeições. Assim, o fato de todos os entrevistados cursarem o período noturno do Ensino Superior poderia impossibilitá-los de acompanhar as novelas.

Os programas esportivos se mostraram populares entre os jovens, provavelmente porque nesta fase da vida eles costumam se envolverem com práticas e exercícios físicos para fins estéticos e de saúde. Esta geração é bastante influenciada pelo discurso, muitas vezes presente na própria mídia, nos quais o esporte relacionado a bem estar nos mais diferentes aspectos. Além disso, pode-se dizer que o período escolar e fase de formação é marcado pela iniciação esportiva, cujo propósito é também o de

socialização. Assim, provavelmente este interesse por este tipo de programação está associado a uma questão de estilo de vida.

“(eu prefiro assistir) mais programas esportivos mesmo”.

“Olha, quando um filme que vai passar me interessa, algumas vezes eu pego um jornal do meio dia e eu gosto também do esporte que passa. São as únicas coisas que eu assisto.”

“Eu gosto de jogar. Nem tanto assim, tem um monte de gente fala “Ah, fisico”, eu nunca me preocupei tanto, eu gosto mais por conta do, do prazer de jogar, de se divertir com os colegas. [...] Então, lá na faculdade é mais a noite, então o futebol acaba meio tarde, a gente acaba de madrugada. Teve umas vezes que eu fui num Society a gente ficou conversando um pouco, mas na maioria das vezes a gente acaba o futebol eu já vou pra casa. Quando é no prédio eu fico lá com o pessoal um pouco também”.

Estes momentos de prática desportiva também são momentos de encontro com antigos conhecidos e oportunidade de fazer novos amigos, esta possibilidade contribui para a ampliação das redes de contato. Através das práticas esportivas o jovem organiza grupos de afinidades, de maneira que praticar um esporte é também um processo de formação de identidade. Como Hall (2006) afirma, a identidade de cada sujeito se constrói nas relações sociais, nos encontros e interações entre diferentes indivíduos (SILVA,2009).

No ambiente esportivo, há troca de experiência e informações entre os jovens sobre o próprio universo de que fazem parte. Dessa forma ele se mantém conectado e atualizado em relações a temas de interesse.

Outra prática que o jovem também compartilha com os grupos com que se relacionada é a de ouvir música. Um local onde isso acontece é nas festas ou reuniões entre amigos, onde eles podem apreciar estilos musicais.

“Já ouvi mais (música no rádio). Hoje é só em festas, nem assim rádio, porque em casa você coloca um CD lá pra tocar você nem escolhe uma estação de rádio, mas quando eu era mais nova eu ouvia muito rádio, porque a minha irmã ate dormia ouvindo rádio, mas agora se eu te falar que escuto uma hora por semana é mentira. Não deve nem dar isso. [...] Então, porque hoje você tem os CDs. Você vai lá, colocam as músicas que você prefere e ai você não segue mais uma estação”.

A prática de ouvir música em festas consiste em um importante dado neste estudo, nas festas o jovem estabelece novas relações sociais e amplia suas redes de contato estabelecendo novas amizades. Assim, esses encontros são oportunidades de

diálogo entre os jovens. Nesse sentido a “comunicação e socialização marcam perfeitamente bem o espírito jovem em nosso tempo” (ROCHA e PEREIRA, 2009, p.97).

As festas e os encontros sociais, como práticas de lazer e entretenimento, tem grande significado para este público. Como destaca Slater (2002, p.162),

os recursos culturais disponíveis – bens de consumo, atividades de lazer, cultura popular sob a forma de roupas e música – são apropriadas e reorganizadas por meio dum processo de ‘*bricolage*’ em padrões significativos – estilos – que podem ser compreendidos em termos de significados, respostas e estratégias por meio dos quais a juventude enfrenta sua situação contraditória.

Além das festas, os jovens consomem música em diferentes locais, como no trabalho, em casa, no trânsito e outros espaços. Os aparelhos que mais utilizam são: o rádio, reprodutores de *CD* e principalmente o celular. Observamos que o rádio tem perdido espaço como aparelho de transmissão de músicas, mas que não desapareceu. Ele convive com outras tecnologias. Os jovens que escutam rádio o fazem geralmente no carro.

“Eu escuto rádio geralmente quando eu tô no carro. Ai eu coloco rádio e eu escuto. Então, quase todo dia [...] Rádio eu ouço mais pelas músicas, quando... há um tempo atrás, agora nem tanto, mas ano passado eu escutava de manha cedo CBN, que é uma rádio mais informativa, ai nem tanto por conta da musica, mais pela informação”.

No decorrer da história quando do surgimento de um novo meio de comunicação de massa, este não eliminou os anteriores, apenas surgiu como mais um novo concorrente. Observa-se a possibilidade de vários meios conviverem simultaneamente. Para Jenkins (2009, p. 39),

a televisão não eliminou o rádio. Cada antigo meio foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformações dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital. Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias.

Nas práticas esportivas, festas e até mesmo na sala de aula o jovem universitário é um sujeito transformador – de discursos, significados e da própria realidade de que faz parte –. Nelas os jovens interagem com os demais construindo sua identidade, ou identidades, através de práticas de comunicação e consumo de bens culturais, como a música ou eventos esportivos. Nessa perspectiva o celular tem o seu papel de importância, já que por meio dele os jovens combinam encontros, ouvem músicas selecionam e armazenam conteúdos e assim interagem.

Em relação a assistir à filmes os jovens entrevistados o fazem em mais de uma plataforma, na TV, no Cinema, no *DVD* e no computador. Os jovens da classe B1 da Capital assistem mais nos computadores e no cinema. Com auxílio da Internet fazem *downloads* e assistem aos filmes preferidos na hora que desejam e onde quer que queiram. Tal condição revela que o jovem aprecia a convergência midiática e dela usufrui como forma de ter acesso ao consumo de bens culturais.

Jenkins (2009, p. 27) aponta que a convergência “[...] representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos”. Igarza (2008a) avança nas considerações de Jenkins (2009), entendendo que a convergência está possibilitando maior mobilidade para os jovens estarem presentes no “mundo” que construiram através de suas relações sociais e do consumo de bens culturais, então facilitados pela Internet.

“eu mais assisto seriados que eu baixo mesmo na Internet ou filmes e tal. [...] Então, geralmente quando eu procuro algum filme, alguma coisa pra baixar, eu digito no próprio, no Google, e de lá ele já me direciona pra vários sites e a partir de lá que eu procuro. Já ... eu faço esse caminho, não tenho uma preferência. [...] Filmes eu prefiro baixar porque eu baixo legendado então, eu assisto esses filmes, mas de vez em quando, quando é TV a cabo eu coloco nesses canais que passa. [...] acho que eu alugo dois filmes por semana talvez, e baixo, depende da época do ano. Quando esta em temporadas boas de seriados eu baixo muito, baixo muito mesmo talvez uns quatro ou cinco *gigas* por mês”.

O jovem aprecia ter aparelhos que permitam acesso ao entretenimento em vários lugares. Aparelhos que se adaptam as características da sociedade atual, repleta de compromissos e atividades nas quais os jovens estão envolvidos, e assim possam ser carregados para qualquer parte e que permitam a mobilidade (IGARZA, 2008a) possibilitando a este mesmo jovem à interação com os grupos de interesse e ao mundo, estes aparelhos também convergem outras mídias como rádio, TV e Internet. O celular é

um destes aparatos tecnológicos que ao mesmo tempo entretêm, são fáceis de serem transportados e convergem outros aparelhos, como telefone, TV, computador e outros principalmente reprodutores de música ou o próprio rádio.

“Bom, no caso do meu celular ele também funciona sem ser somente eu estar escutando, funciona como um rádio também, com um som ambiente. E nas conduções, que no caso, a gente entra na condução e escuta música que é só pra você escutar, só pra eu escutar”.

“Eu não gosto das músicas das rádios. Eu ouço mais cd porque eu gosto mais de musica eletrônica. [...] Eu escuto no celular, no mp3, no computador”.

A pesquisa identificou que os jovens fazem leitura de livros de diferentes gêneros literários e lêem também livros e revistas técnicas relacionados à área que estudam.

“Foi uns quatro (livros), talvez três por mês. Quarenta por ano. [...] Romance na maioria, ficção. É mais historia, romances de história na maioria que eu acabo lendo. [...] (Sobre revistas) Gosto mais da minha área. Tem muita revista de decoração, de arquitetura. [...] Ana Claudia, Casa, Corporativo, Espaço Corporativo. São as que eu mais leio. [...] Porque é da minha área, é dali que eu agrego mais conhecimento, que eu faço minhas pesquisas. [...] (Sobre a leitura de jornal) Muito pouco. Eu acabo lendo mais pela Internet mesmo”.

Os jovens das classes C2 e D lêem em torno de 5 livros ao ano. Todos os jovens afirmaram que lêem revistas, mas o hábito da leitura de jornal em papel é pouco praticado, os jovens de modo geral afirmaram que buscam informações sobre notícias e atualidades pelos portais da Internet, é fácil de entender este comportamento, pois a maioria tem acesso a Internet e muitos afirmaram que “ ficam *on line*” quase todo o dia.

“[...] Não tenho esse hábito assim constante, mas sempre que posso eu estou lendo sim, livros, revistas. [...] (Sobre quantos livros lê) Uns cinco (por ano) [...] Bem, eu gosto mais de Ficção. Ficção, às vezes até um livro que seja baseado em história real, mas assim todos os livros que contém histórias de Ficção são os que eu mais gosto. [...] (Sobre revistas) Olha, as que eu mais gosto é Você S/A, que é mais voltado para profissão mesmo, tem muitas matérias assim que é bem pra minha área de Recursos Humanos, então é a que eu mais gosto, no caso eu vejo o (?) das empresas, eu acho que é interessante que é uma revista voltada para jovens e também para o meio profissional. Então eu gosto bastante.”

Outro prática cultural preferida pelos jovens é assistir à filmes no cinema, contudo apesar de mencionada pelos entrevistados a frequência está relacionada ao local e a renda. Importante lembrar que não há opções de salas de cinema nas cidades do Interior onde foram feitas as entrevistas, em Bebedouro tem apenas uma sala e Barretos nenhuma. Imaginamos que em grande parte do Interior apesar do gosto por filmes, poucos jovens vão ao cinema. Na Capital a ida aos cinemas é frequente em todas as classes sociais abordadas pela pesquisa. Lembrando que mesmo assim os jovens assistem à filmes em outros meios como na TV, DVD e baixados no Computador.

O desenvolvimento econômico observado nos últimos anos promoveu o acesso a bens de consumo a todas as classes sociais²³, como exemplo a classe B busca consumir itens antes associados à classe A como, por exemplo, *smartphones* pós pago – acesso a Internet – e a classe C busca consumir computadores com acesso a Internet em casa, este desempenho da economia possibilitou que as classes de menor renda tivessem a oportunidade de ter acesso a aparelhos que reproduzissem filmes, como computadores, DVDs e TV por assinatura.

“(sobre ir ao cinema) Claro, vou bastante. Quando tem alguma coisa que me interessa. A última vez que eu fui, eu fui ver *Tron Legacy*. É que eu vi o antigo, é que é de 1978²⁴”.

“(gênero dos filmes) comédia porque descontraí, você da risada. Ação é porque um pouco pela adrenalina, e romance porque eu gosto mesmo do romance. [...] Então, esse (passeios com) ... amigos e familiares é mesmo ir no cinema, no shopping, em algum parque de diversão também²⁵”.

3.2 Modos de comunicar do jovem universitário

Os jovens universitários em suas relações cotidianas se comunicam com seus grupos de interesse, grupos de amigos, família e com os demais grupos da sociedade e com os grupos formados no meio acadêmico. O celular e suas dimensões que vão além de um instrumento de comunicação é o aparelho que melhor representa a sociedade atual (SILVA, 2007) e os modos como este jovem universitário se comunica.

O jovem em sua grande maioria é “tecnológico”, é “digital” (PRENSKY, 2001) está inserido em ambiente marcado pelas novas tecnologias comunicacionais, pelas

²³ Segundo dados da revista EXAME ano 44 n°13 edição 972 de 28/07/2010.

²⁴ Jovem do sexo masculino da Capital classe social A2.

²⁵ Jovem do sexo feminino da Capital classe social D.

relações amplas, virtuais e superficiais, pelo desapego as tradições, pelas fragmentações (HALL, 2006), pelas novas configurações do trabalho, pela informação fluida e sem profundidade (BAUMAN, 2004), pelo acesso facilitado a bens culturais, pelo rápido fluxo de capitais, do uso dos celulares e de outros aspectos que estão presentes no ambiente atual. O celular é o aparelho que melhor reflete o jovem, pois este procura agilidade e rapidez nas formas como se comunica, o celular permite encontrar instantaneamente a quem se procura - e também ser encontrado -, em razão de ser um aparelho de uso pessoal e raramente é compartilhado o seu uso com outros indivíduos, pois o celular carrega em si elementos que refletem a intimidade de seu proprietário, como informações sigilosas ou mensagens e fotos de pessoas amadas, provavelmente o celular guarda “segredos” de seus donos, ou seja, informações que não se desejam compartilhar com os demais.

“Pra mim, eu acho o celular importante assim, saber onde esta uma pessoa, se bem que também o telefone faria isso, se bem que o celular faz assim direto com a pessoa, você não corre o risco de ligar e outra pessoa atende, porque o celular é uma coisa própria. Cada um tem o seu, então, com certeza você liga no celular e vai falar diretamente com a pessoa”.

Neste sentido o celular tem grande valor, pois além de ser um instrumento que facilita a comunicação, também “carrega” traços da identidade de seu proprietário, no caso do jovem que tem a necessidade de mobilidade, de estar em trânsito em movimento indo e vindo da faculdade, do trabalho, de casa, do lazer e de outros locais que transita com frequência.

Este jovem constantemente precisa estar em contato e informado em relação aos grupos que pertence ou se relaciona, de certa forma esta condição trás a ele segurança. O celular é uma “ponte” que liga indivíduos e grupos, pois saber “onde estão” ou informar onde se está dá provavelmente uma sensação de proximidade e segurança “afugentando a solidão” em uma sociedade marcada pelo individualismo.

As redes sociais permitem conhecer novos indivíduos, ingressar em outras redes diferenciadas, dando a sensação de segurança e de pertencimento a grupos sociais e minimizando efeitos de uma eventual solidão.

“eu acho que sem o celular seria bem difícil, a gente já acostumou muito, ele é pra mim uma segurança, porque você consegue saber mais onde as pessoas estão entrar em contato, é uma facilidade, uma ferramenta que facilita muito a vida, seria muito difícil viver hoje em dia sem celular”.

Entendemos que o celular é um elemento mediador nos processos comunicacionais contemporâneos, a partir do qual são constituídos significados e feitas re-significações (BACCEGA, 2007), por meio das mediações (MARTÍN-BARBERO, 2008) existentes no universo jovem. Os processos de mediação existentes quando do uso dos celulares pelos jovens universitários possibilitaram notar as novas construções de sentido, a partir das quais estes sujeitos podem dar significado e ressignificar o mundo ao qual pertencem conforme a cultura em que estão inseridos e o cotidiano que o cerca. Tais processos formadores de identidade estão permeados dos discursos presentes no dia a dia do jovem universitário.

Uma das características da comunicação via celular, é a de que podemos encontrar os indivíduos rapidamente e facilmente em qualquer horário, e em contra partida também podemos ser encontrados. É muito comum o jovem que trabalha ser monitorado por seu empregador pelo celular dentro e fora do período de trabalho, outra situação parecida é quando os pais ou namorados – as - tem a sensação de controle, sensação de saber estar quem a gente quer:

“Até por morar em outra cidade, (diferente) dos meus pais, da minha família, por exemplo, é muito fácil pra mim em caso de dar algum problema pra me achar (em). Eu acho extremamente útil. Caso eu não perca (o contato), o que acontece muito”.

“Importante porque às vezes eu preciso falar com a pessoa, a pessoa não esta no telefone fixo, então tem que ligar no celular dela. Ai você acaba encontrando. Ou você só manda mensagem, já sabe”.

“Preocupação que alguém ligue pra mim perguntando alguma coisa, ou algum amigo meu pode tá lá fora da faculdade me ligando, é complicado. Mas não vou falar que eu fico louco, não é controlado”.

“[...] facilidade de conversar pelo celular, então seu eu pensar assim, pra mim não altera muito porque eu sempre tive essa facilidade de comunicação pelo celular, agora quando a gente pensa já por parte dos meus pais, o celular foi uma coisa que modificou muito a vida das pessoas tal, se for pensar assim o celular foi muito bom e excelente em questão de comunicação, essas coisas, pra falar com as pessoas”.

A telefonia móvel associada às novas tecnologias digitais permite que o jovem receba mensagens, notícias instantâneas ou “presencie” acontecimentos à distância (FIDALGO, 2009) como situações em que os amigos estão em algum evento e desejam compartilhar ou até mesmo pela TV presente em alguns modelos de aparelhos, quase que no mesmo instante do fato, contudo em muitos casos são notícias e informações nem sempre relevantes.

Através destas informações transmitidas os celulares realizam uma mediação de aprendizagem, por meio de signos e símbolos, traduzidos nas imagens, ressignificadas na transmissão e armazenagem de conteúdos, como também em sua distribuição. O compartilhamento com os amigos promove o estabelecimento de identidades por meio da configuração de suas impressões sobre a realidade na qual se insere.

“Olha, no computador eu gosto muito de um site de pesquisa que os professores da faculdade passou pra gente, ainda minha professora de espanhol também indicou alguns sites de exercícios, então eu gosto muito de ficar praticando, então eu fico mais praticando, até em jogos que tem mesmo nesse site pra estar aprimorando. Sites de relacionamento, no caso, *Orkut* também mexo bastante, o *MSN*”.

“Eu acho que é. Porque por exemplo pra fazer minhas pesquisas é muito mais fácil ir na internet do que ficar procurando em livros. Pra comunicação também, a gente que mora tão longe da família, dos amigos é bom”.

Os aparelhos celulares dos entrevistados possuem inúmeros recursos, contudo os recursos mais utilizados são a comunicação através da fala, do envio de mensagens *SMS* e de imagens e para ouvir música, para Silva (2007, p.2) considerar sobre o celular,

implica em refletir mais detidamente sobre o caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo, [...] muito além da mera função utilitária, os bens carregam significados e atuam como sistemas de comunicação. Os indivíduos utilizam os bens para constituir a si mesmos e ao mundo, criando desta forma um universo compreensível.

Outras funcionalidades e aplicativos são também usados - como relógio, agenda, jogos e outras -, mas o celular é essencialmente um aparelho de comunicação móvel de contato rápido com quem se deseja, reduzindo distâncias, facilitando a vida e fortalecendo relações. De acordo com Pellanda (2009, p. 12),

a voz foi um elemento essencial no início de todo o processo da comunicação móvel no Brasil, pois já possibilitou uma nova

comunicação ligando diferentes lugares da cidade. Mas as mensagens de texto, ou SMS, tem rapidamente se tornado a segunda linguagem desta tecnologia, influenciando as novas gerações.

3.3 O celular como facilitador tecnológico do consumo

Entendemos que as práticas de consumo dos jovens em relação à telefonia celular nos fornecem elementos para que possamos interpretar a nossa sociedade, Slater (2002, p. 37) afirma que “os bens podem significar identidade social” colaborando com processos de negociação e até disputa por status social, decorrentes das maneiras como os indivíduos que aqui tratamos se comunicam, e se relacionam e consomem.

A Internet é uma forma de pesquisa e lazer em comum dos jovens, ela está disseminada entre todas as classes sociais que a pesquisa contemplou. Segundo Silveira (2009, p. 37):

Do mesmo modo que o barateamento e digitalização das câmeras fotográficas incentivaram a prática da fotografia, a redução ou eliminação do custo de conexão à Internet pode incentivar enormemente o seu uso. [...] Além disso, é possível observar vários casos em que a gratuidade ou baixo custo podem ampliar enormemente o uso das redes de comunicação.

Alem de baixar filmes, de jogar e das redes sociais, oferece facilidades para aquisição de produtos via *ecommerce* e fazer transações. Os jovens apesar de elevado interesse pela Internet reconhecem que ela facilita a vida, mas poucos compram ou fazem transações por ela.

“A Internet todo mundo sabe que facilita em diversas formas, ela agiliza, coisas que a gente tem que resolver o banco, mesmo sendo meio inseguro dependendo, mas pra mim é bom porque eu economizo dinheiro também porque eu alugava muito filme antes, então agora eu baixo, economizo dinheiro. Contatos, coisas que a gente precisa olhar uma coisa por e-mail, agora mesmo na faculdade, pessoal entra muito em contato por e-mail, então pra mim é muito bom. [...] Pouco, mas às vezes eu faço. Por conta assim do próprio perigo de acessar a Internet e como eu faço muito download eu tenho um pouco de receio de mexer com o banco. Mas às vezes eu faço”.

“Já comprei pela Internet. [...] Olha, eu uso muito Mercado Livre. Eu já comprei bastante da Ricardo Eletro, Magazine Luiza, eu entro mais nesses sites mesmo. Compra Fácil também é um site muito bom. [...] Com certeza eu pesquisei também nas lojas aqui de Barretos e pela Internet saia bem mais em conta, o frete gratuito, então”.

“Nunca comprei. [...] Eu morro de medo de dar azar de não vir.”

O jovem consome a telefonia celular, para fazer uso da comunicação móvel, e acessa a “grande rede”, possibilitando a pesquisa de produtos, enriquecida pela possibilidade de associação com a plataforma *WEB*, permitindo a difusão de conteúdos em outros ambientes da Internet, nos sites, nas redes sociais, nos *blogs* e no *Youtube*.

“Eu fico conectada o dia inteiro. [...] Sites de relacionamento, *Facebook*, essas coisas. *Orkut*. Usava muito *Orkut*. Fico o dia inteiro (no *MSN*). É meu meio de comunicação, até com a minha família, por isso que eu uso muito”.

“Porque com a internet eu consigo me manter conectada aos amigos, me manter conectada ao mundo, posso buscar informações, posso ver meus e-mails, e a televisão é mais um lazer, mais um passatempo. [...] *Facebook*, *Orkut*, *Twitter*, *MSN*”.

“[...] a internet veio pra ficar, que os próximos celulares todos devem ter, melhorar cada vez mais, ter mais recursos, mais aplicativos, vai ficar cada vez mais cheio de informação, em um aparelho cada vez menor, é um tecnologia que não vai regredir”.

“[...] Acho que é positivo, a tecnologia que só veio pra facilitar nossa vida. [...] Pelo acesso a Internet, pela conexão com parentes, amigos, redes sociais, pela facilidade de comunicação”.

Para Jenkins (2009, p. 27), “no mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplos suportes de mídia”. Os jovens em suas práticas ao fazer uso dos celulares, se entretêm e se informaram por meio de conteúdos de mídia, criam suas identidades e compartilham suas experiências e história pela comunicação exercida através da telefonia móvel.

Entendendo o contexto no qual os jovens universitários estão inseridos, ou seja, o ambiente onde modos e práticas de consumo se realizam e que influenciam na formação da identidade através do celular este tem o papel de elemento mediador nos mais diferentes processos comunicacionais.

Manter-se conectado ao universo que a cerca e pertencer a um lugar de interesse comum para atividades compartilhadas, estas relações têm papel importante para a formação das identidades, pois os jovens pertencem a grupos que também possuem diferenças. Grupos estes que são marcados e caracterizadas por comunicação e consumo próprios. Para Silva (2009, p.82),

afirmar a identidade significa demarcar fronteiras, significa fazer distinções entre o que fica dentro e o que fica fora. A identidade está sempre ligada a uma forte separação entre “nós” e “eles”. [...] Dividir o mundo social entre “nós” e “eles” significa classificar. O processo de classificação é central na vida social. Ele pode ser entendido como ato de significação pelo qual dividimos e ordenamos o mundo em grupos, em classes. A identidade e diferença estão estreitamente relacionadas às formas pelas quais a sociedade produz e utiliza classificações. As classificações são sempre feitas a partir do ponto de vista da identidade.

As compras pela Internet não são unânimes entre os jovens, já o acesso as redes sociais pela Internet e fazer pesquisas escolares são realizadas por todos os jovens entrevistados, este reconhece a Internet como uma fonte de informação e acesso que vai além das notícias.

3.4 O pertencimento e a aceitação decorrentes do celular

Em relação ao valor simbólico, o celular exerce um importante papel no que diz respeito ao sentimento de pertencimento, aceitação e atribuição de status, condição de conectividade e mobilidade, entre outros fatores inerentes a vida em sociedade. Neste sentido, o celular é um artefato que vem de encontro às necessidades dos jovens, de pertencimento social para Rocha e Pereira (2009, p.97):

[...] os *gadgets*²⁶, no papel de bens simbólicos, dão materialidade à vivência da juventude em suas características mais típicas, e também paradoxais: as práticas de socialidade e os momentos de solidão, o compartilhamento de experiências e o acúmulo de um mundo de informações, a busca por um pertencimento social e por formas de se distinguir de seus pares, o desejo de estar em todos os lugares e a necessidade de afirmação em um lugar único no mundo.

Os grupos jovens possuem como elemento comum os interesses e as práticas que agregam a um objetivo ou preferência que os tornam “iguais”. Estes grupos estão “conectados através de redes” demarcadas pela maneira de como se comunicam e de que forma o fazem, o celular é um elemento contemporâneo facilitador desta comunicação, pois permite estar disponível a qualquer hora ou em qualquer lugar,

²⁶ Dispositivos eletrônicos portáteis como o celular, mp4, *smartphones* e outros.

possibilita a convergência de outros aparelhos em um só e tem como característica a mobilidade, para Igarza (2008 b, p. 36)²⁷:

“El dispositivo móvil es un dispositivo full life, que ofrece una virtualidad ampliada y dual. Una virtualidad para el encuentro social en plataformas de interconexión y de participación, y una virtualidad para la fruición de lo ficcional”.

O celular tornou se indispensável para as práticas cotidianas, a presença ou falta do aparelho despertam emoções, que vão da segurança, confiança, a representação da presença de alguém, sentimento de ser querido por outro e demais formas de sentimento.

“É importante porque eu não vivo sem. [...] Importante porque às vezes eu preciso falar com a pessoa, a pessoa não esta no telefone fixo, então tem que ligar no celular dela. Ai você acaba encontrando. Ou você só manda mensagem, já sabe”.

“O celular é um meio de comunicação, uma ferramenta que eu não conseguiria mais viver sem. Conectada com as pessoas, mesmo quando eu não to trabalhando, to em casa, faculdade, ele é uma facilidade, é difícil hoje em dia viver sem ele por todos os recursos.

Já, é difícil. É bem estranho, da uma sensação que tá faltando alguma coisa, por exemplo, eu não uso mais relógio só vejo a hora no celular, então toda hora ... Algumas vezes que eu esqueci no trabalho, ou esqueci de levar pra faculdade, eu ficava procurando o celular pra ver a hora, sentindo falta mesmo, achando estranho que não tava tocando, não tava recebendo nenhuma mensagem. [...]É que eu já to tão acostumada com o celular, sempre ta olhando pra ele, que quando eu tava sem ele realmente senti que tava faltando alguma coisa. Uma parte mesmo da minha rotina”.

Os jovens personalizam seus aparelhos, deixam “traços” de suas identidades (Silva, 2009) ao personalizar o celular lá estão alem das preferências gostos e experiências pessoais. A personalização, ou transformação, é feita continuamente pelos jovens envolvendo a estética e o conteúdo dos aparelhos celulares.

“Faço [...] Eu modifico a música que tá tocando quando alguém liga, modifico a tela inicial, coloco fotos, modifico a cor, as telas o volume, a luz da ... tudo o que pode ser modificado, eu modifico. [...] para que o celular fique mais com minha cara, mais prático para usar, eu sinto que ele pertence mais a mim, porque ele deixa

²⁷ Tradução livre do autor: O dispositivo móvel é um dispositivo ‘vida plena’, que oferece uma alargada virtual dupla. Um encontro virtual conectado com as plataformas de redes sociais e da participação da virtualidade para a fruição do imaginário.

de ser um celular e passa a ser o meu, tenho a sensação que ele é meu. [...] sim eu coloco adesivos, às vezes chaveirinho pendurado, antigamente colocava capinha, hoje em dia eu uso mais “meinha” de proteção. [...] pra proteger e também pra ficar mais bonitinho, protege também se eu vou pegar na bolsa, às vezes deixo cair, também fica mais fácil de visualizar, quando eu vejo diversos celulares juntos, sei qual é o meu”.

“Sim. Eu coloco música, foto eu tiro diversas fotos, essas coisa de tirar foto toda hora no celular, tiro bastante, ai eu coloco assim, no fundo de dela, coloco foto minha. [...] A musica é legal dependendo do horário assim, seu eu vou pegar um ônibus, ai eu coloco o fone a musica, é legal. As fotos porque você quer registrar o momento, quer registrar alguma coisa, o celular proporciona isso, acho que essa evolução, foi bem legal foi bem, quando você ficar velhinha (?) de repente ficar até lembrando, conversando, que eu vi um menino na época que eu tinha a idade dele, ai meu pai explicando pra tirar foto de maquina com filme “ah filho, você vira prende a respiração e tira a foto” e é maquina digital, família certo, diferente”.

“Olha, como ele (o celular) é antigo ele tinha uma memória muito curta, então musica coube só umas duas, mas vídeo deu pra gravar bastante vídeo, tudo”.

“Sim. Eu coloco musica, foto eu tiro diversas fotos, essas coisa de tirar foto toda hora no celular, tiro bastante, ai eu coloco assim, no fundo de dela, coloco foto minha”.

Usar os recursos de armazenagem – músicas, imagens e outros – ou do envio de conteúdos pelo celular é uma prática comum entre os jovens, mesmo que não tenham caráter de registrar indefinidamente o momento. O jovem realiza está prática para marcar um instante e descartá-lo logo em seguida, segundo Lemos (2007, p.34):

Hoje, com a difusão de fotografias e vídeos por celular, talvez possamos falar de produtos imagéticos que refletem o que alguns autores chamam de subjetividade pós-moderna, ou seja, desterritorializada, aberta, presenteísta, esfacelada. As características do dispositivo já encarnam essa subjetividade: as fotos são tiradas, vistas e descartadas imediatamente; elas circulam como forma de fazer contato: enviar para amigos, mostrando onde se está, os momentos banais, fora da solenidade.

O celular com o decorrer do tempo se tornou mais do que um prolongamento do ser humano, ou uma prótese (McLUHAN, 1996). Tanto o é que o jovem entende como um instrumento “vital” para sua vida. Lembrando que o celular não é um telefone de um lugar, mas sim o telefone da pessoa, sendo indispensável para muitos dos jovens.

“[...] se eu ficasse sem o celular eu, acho que eu ia sentir muita falta, ate comentei na entrevista que meu celular quebrou. Eu tenho uma mania muito grande de olhar as horas, e eu não uso relógio, então celular pra mim é, eu preciso me

localizar, falar “ah...” que eu planejo muito meu dia, “se é tal hora”, e eu não tenho celular eu ia sentir muita falta, pra ter que ficar perguntando as horas”.

“É indispensável [...] Ah acho que facilita muito a vida das pessoas, deixa algumas felizes pelo fato de ta se comunicando com quem elas gostam”.

CONCLUSÃO

Partindo do propósito de investigar o papel da telefonia celular, na contemporaneidade, esta entendida por nós como elemento formador de identidade entre os jovens universitários, realizamos esta pesquisa fundamentados nos principais autores do campo científico da comunicação e consumo, e de outros campos relacionados, que abordam conceitos relacionados às Mediações (MARTÍN-BARBERO), Recepção (BACCEGA), Identidade (SILVA, HALL), Mobilidade (IGARZA), Convergência (JENKIS) e Juventude (MORIN, ROCHA).

Para atingir o objetivo geral desta pesquisa, como se dá a formação de identidade através das práticas de uso e consumo dos celulares, observamos os jovens, primeiramente através de um mapa cultural construído com abordagem feita a 139 universitários, esta observação serviu de base para a construção de um roteiro para entrevistas pessoais com 10 universitários realizadas posteriormente.

O mapeamento cultural possibilitou ter informações que num primeiro momento colaboraram conhecer um pouco do jovem universitário, o roteiro elaborado foi base das entrevistas pessoais que possibilitaram informações mais completas sobre o jovem universitário e seus hábitos de consumo e como este se comunica e relaciona com demais jovens e outros grupos.

As entrevistas pessoais também possibilitaram entender como os jovens universitários se utilizam das novas tecnologias digitais e comunicacionais, como usam a Internet e o celular, estes possibilitam acesso às redes de contato e sociais dos jovens, estas que constituem novos relacionamentos e fortalecem os já existentes, aproximam pessoas encurtando distâncias.

A comunicação feita pelo jovem no celular tem discursos que compreendem o relato das experiências do cotidiano, das aulas, das festas que aprecia (BORELLI, ROCHA, 2007), dos relacionamentos afetivos e outras, estes são realizadas através da fala e em maior volume pelas mensagens de texto *SMS*. Os jovens entrevistados reconhecem a importância do celular para comunicar e do papel que este tem em suas vidas, pois o celular possibilita pertencimento a grupos de amigos ou de grupos de interesse de atividades afins. O celular facilita que os jovens se encontrem saibam a onde estão, combinam seus encontros e programam suas festas seus encontros sociais, pois o celular é o telefone da pessoa.

Identificamos que o celular é personalizado pelos jovens em conteúdo armazenado ou na estética, notamos a presença do simbólico existente nas personalizações, feitas pelo proprietário do aparelho. Esta personalização é facilitada em parte pelos recursos tecnológicos (LEMOS, 2007) e consistem em selecionar músicas, *ringtones*, imagens, aplicativos, jogos e outros. Observamos também que a identidade do jovem é formada através dos discursos e das experiências existentes no universo jovem, e esta se dá em boa parte pelos celulares, quando este recebe (significa) ou transmite (re-significa) mensagens “do ou nos” seguintes ambientes, faculdade, trabalho, lazer, da família e amigos e outros. Além personalização é possível ter através do celular informações de notícias e do *GPS*, imagens, textos, funcionalidades de cartões de crédito e bancário possibilita a interação e a participação de seus usuários com outros usuários, trocando e criando conteúdos, produtos imagéticos e subjetividades.

Comunicar-se com mobilidade em qualquer tempo e espaço, com quem está perto ou longe ou com quem temos interesses sempre foi um desejo ou necessidade dos indivíduos em suas relações sociais. E isto agora é feito com os celulares pelo jovem universitário frequentemente, pois este “monitora” amigos ou indivíduos que fazem parte de seus contatos dos quais possui interesse e é “monitorado” pela família namorados (as) e pelo trabalho.

Como prolongamento ou prótese tecnológica (McLUHAN, 1996), o celular permite mobilidade e tem como característica a convergência, é possível observarmos que este aparelho de telefonia móvel é encontrado nos lugares mais incomuns e até nos locais proibidos, observarmos indivíduos fazendo o uso no trânsito, nas salas de aula, durante cultos religiosos, e em outros ambientes que requerem silêncio, como hospitais, bibliotecas, cinemas, teatros e outros. O jovem universitário é um destes indivíduos que “transgride” as normas de conduta para o uso do celular, isso é notado na sala de aula por meio dos “torpedos”, das fotos, das gravações de áudio e vídeo e ao ouvir música ou outros conteúdos.

Os sujeitos atualmente têm mais oportunidades de expressão em ambientes reais e virtuais, podem opinar sobre política, levantar questões em fóruns de discussões, criar e participar de *blogs* e comunidades nas redes sociais, “estar” em diferentes espaços por meio dos quais compartilham conteúdos; expondo suas

preferências, opiniões, gostos e visões, estabelecendo diálogo com as “fragmentações” de mundo a quais pertencem. A convergência digital permite ao celular a “migração” de conteúdos para um único aparelho, possibilitando acesso a outros meios de comunicação, amplificando os contatos e as interações com indivíduos.

Os universitários usufruem de somatória de experiências possibilitada pelo consumo cultural, da comunicação em espaços virtuais ou seja do acesso as redes sociais, modos de uso do celular e de recursos tecnológicos que possibilitam ampliar as suas relações, pessoais ou virtuais, comunicação esta onde a recepção tem papel chave quando chegam os discursos e são ressignificados e posteriormente transmitidos construindo as identidades jovens. Confirma-se quando o jovem diz que não consegue viver sem o celular para se manter conectado aos amigos, pois este sem o celular sente-se solitário e perdido, fragilizado por perder o contato e a mobilidade (IGARZA, 2008^a) mesmo que temporariamente, dos grupos com os quais lhe conferem pertencimento. Jovem que vive numa sociedade complexa que obriga a estar em lugares diferentes num mesmo dia, este se move e tem na mobilidade que o celular propicia a cidadania (CANCLINI, 2008), o contato com os amigos, família e o sentido próprio de ser, ou seja sua identidade.

Este estudo responde que o celular de fato contribui para a formação da identidade, este aparelho é muito mais que um equipamento facilitador da comunicação é um arquivo móvel que carrega junto com seu proprietário parte daquilo que este é. O celular leva o “DNA” cultural de seu dono é um dos poucos aparelhos onde não há o compartilhamento do uso. O celular é o telefone da pessoa.

A pesquisa possibilita para o futuro novas investigações que poderão ampliar os conhecimentos sobre o papel do celular na vida do jovem. Caminhos investigativos abordarão a questão das subjetividades presentes nas relações do jovem universitário através dos celulares tecnologia ajuda o jovem a realizar desejos. Outro trabalho de pesquisa que consideremos relevante a ser feito aborda a questão dos “gadgets” e celulares como próteses ou extensão do homem (McLUHAN, 1996). E por estudos sobre os processos de mudança das formas de cognição possibilitadas pelo celular, suas potencialidades frente a convergência e mobilidade imaginadas na telefonia móvel e nas tecnologias digitais.

Referências bibliográficas

ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Campo da comunicação/Educação: mediador do processo de recepção**. In: XXXI INTERCOM, 2008, Natal RN. Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Tema: Mídia, ecologia e sociedade. São Paulo: Intercom, 2008.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Campo da Comunicação**. In: BARROS FILHO, Clóvis & CASTRO, Gisela. Comunicação e práticas de consumo. São Paulo: Saraiva, 2007.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Da comunicação à educação: a importância dos estudos de recepção**. Revista Comunicação & Educação. São Paulo: Paulinas, ano XI, número 3, set/dez 2006. p. 409 – 414.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e Cultura: a construção de significados**. Revista Comunicação & Educação. São Paulo: Paulinas, ano X, número 2, maio/ago 2005.p. 151 – 156.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e linguagem. Discursos e ciência**. São Paulo: Moderna 1998.

BAKHTIN, **Estética da criação verbal**. São Paulo, Martins Fontes, 2000.

BAKHTIN, **Marxismo e filosofia da linguagem**. 4ed. São Paulo: Hucitec, 1988.

BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1981.

BARBOSA, Livia e CAMPBELL, Colin. **Cultura consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FVG, 2007.

BAUER, M. e GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som.** Petrópolis: Vozes, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido:** sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2004.

BORELLI, Silvia H. S., ROCHA, Rose de Melo e OLIVEIRA, Rita de Cássia. **Jovens na cena Metropolitana.** São Paulo: Paulinas, 2009.

BORELLI, Silvia e ROCHA, Rose. **Juventudes, mídiatização e nomadismos: a cidade como arena.** Revista Comunicação Mídia e Consumo ESPM – ano: 5, vol. 5 número 13, p. 27 – 40, São Paulo, 2008.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder simbólico.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

CANCLINI, Nestor G. **Consumidores e cidadãos.** Rio de Janeiro: UFRJ 2008.

DE FLEUR, Melvin e BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós modernismo.** São Paulo: Studio Nobel, 2007.

FIDALGO, Antonio. **O celular de Heidegger – comunicação ubíqua e distância existencial.** Revista Matrizes. Ano 3 nº 1, p. 81 - 98, 2009.

FREITAS, M. V. de. (Org.). **Juventude e adolescência no Brasil: Referências conceituais.** São Paulo: Ação Educativa, 2005.

GIDDENS, A. **As Conseqüências da modernidade.** São Paulo: UNESP, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1994.

GOGGIN, Gerard. **Cell phone culture – mobile culture in everyday life**. Routelidge London: Eljousit, 2007.

HALL, Stuart. **Da diáspora**. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2009.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOWE, Neil e STRAUSS, William. *Millennials rising: the next great generation*. EUA Vintage Books , 2000.

IANNI, Octávio. **A era do globalismo**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1997.

IGARZA, Roberto. **Nuevos medios: estrategias de convergencia**. Buenos Aires: La Crujía, 2008a.

IGARZA, Roberto e outros. **La cuarta pantalla. Marketing, publicidad y contenidos em la telefonía móvil**. Buenos Aires: Lectorum Ugerman, 2008b.

JAMESON, Frederecic. **Pós-modernismo. A Lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. São Paulo: Edusc, 2001.

LE MOS, André. **Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes**. Revista Comunicação Mídia e Consumo ESPM – ano: 4, vol. 4 número 10, p. 23 – 40, São

Paulo, 2007.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 2007.

LIPPMANN, Walter. Estereótipos. In: STEINBERG, Ch. (org.) **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1972.

MARTÍN-BARBERO. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo** – travessias latino-americanas da comunicação e da cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura & Consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1996.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX, volume 1: Neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso - Princípios e procedimentos**, Campinas: Pontes, 2009.

PELLANDA, Eduardo Campos. Comunicação móvel no contexto brasileiro. IN: LEMOS, André e JOSGRILBERG, Fábio. **Comunicação e mobilidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.

PRENSKY, Marc. **On the Horizon**. MCB University Press, Vol. 9 No. 5 St. Paul, MN, 2001. Em: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> – acesso em 21/06/2009.

RONSINI, Veneza V. Mayora. **Mercadores de sentido: consumo de mídia e identidades juvenis**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ROCHA, Everardo e PEREIRA, Cláudia. **Juventude e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

SCHAFF, A. **Linguagem e conhecimento**. Coimbra: Amedina, 1971.

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, julho/dezembro 2007.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e diferença**. São Paulo: Vozes, 2009.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da Silveira. Espectro aberto e mobilidade para a inclusão digital no Brasil. IN: LEMOS, André e JOSGRILBERG, Fábio. **Comunicação e mobilidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SOARES, Luiz Zico Rocha. **Celular o telefone da pessoa**. São Paulo: Melhoramentos, 2008.

TAURION, César. **Internet móvel**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. IN: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença**. São Paulo: Vozes, 2009.

Figuras

Figura 1:

Fonte: <http://padresteve.wordpress.com/tag/uss-enterprise-ncc-1701/>. Acesso em 18/10/2010

Figura 2:

Fonte: <http://nonamedufus.blogspot.com/2009/04/and-loving-it.html>. Acesso em 22/12/2010

Figura 3:

Fonte: <http://forums.appleinsider.com/showthread.php?t=97724&page=2>. Acesso em 18/10/2010

Figura 4:

Fonte: <http://blogs.jovempan.uol.com.br/planeta/tag/filme/page/2/>. Acesso em 20/10/2010

Figura 5:

Fonte: <http://pdvnews.blogspot.com/2009/03/motorola-e-ogilvy-lancam-loucos-por-u.2.html> Acesso em 20/12/2009.

Figura 6:

<http://www.propmark.com.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inford=56506&sid=2&tpl=printerview>. Acesso em 18/12/2009.

Figura 7:

http://mmimg.meioemensagem.com.br/galeria/gr_nextel_600.jpg. Acesso em 23/12/2009

Figura 8, 9 e 10:

<http://www.esato.com/archive/t.php/t-177198,1.html>. Acesso em 10/01/2010.

Sites Acessados:

<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalPaginaEspecial.do?acao=&codItemCanal=1362&codigoVisao=4&nomeVisao=Cidad%E3o&nomeCanal=Telefonia%20Fixa&nomeItemCanal=Portabilidade>. Acesso em 20/12/2009

<http://gnt.globo.com/Irritando-Fernanda-Young/>. Acesso em 18/12/2009

<http://www.universowap.com.br/curiosidades-mobile/qual-foi-o-primeiro-celular-do-mundo/>

<http://www.teleco.com.br/ncel.asp> acesso 02/01/2011

<http://blogs.estadao.com.br/jt-seu-bolso/celulares-dos-jovens-sao-os-mais-conectados-a-web/>. Acesso em 16/10/2010.

www.motorola.com/consumers/US-EN/about_motorola/history. Acesso 26/12/2010

<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do#> Acesso em 05/12/2010.

<http://noticias.r7.com/economia/noticias/brasil-supera-marca-de-um-celular-por-habitante-20101118.html>. Acesso em 02/01/2011.

APÊNDICE 1

QUESTIONÁRIO DA PESQUISA



NOME (opcional): _____

Instituição de ensino em que estuda: _____

Curso/semestre/área: _____

Período: _____

PERGUNTA-FILTRO

P1. Vc tem celular?

() Sim . Prossiga a pesquisa () Não . Grato por responder a pesquisa.

P2. Quanto tempo você tem celular?

- 1.() menos de 1 ano
- 2.() de 1 ano a 2 anos
- 3.() a mais de 2 nos

P3. Com qual freqüência você assiste à TV?

- 1.() Diariamente
- 2.() Uma vez por semana
- 3.() De 2 a 3 vezes por semana
- 4.() De 4 a 5 vezes por semana
- 5.() Raramente assisto à TV
- 6.() Nunca → PULE PARA PERGUNTA 6

P4. Quais os TRÊS tipos de programa preferidos:

- 1.() Jornalísticos
- 2.() Esportivos
- 3.() Novelas
- 4.() Filmes
- 5.() Programas de auditório
- 6.() Programas educativos
 1. () Clips
 2. () Desenho animado
 3. () Programas especializados
 4. () Seriados
 5. () Outros. Quais? _____

P5. Enquanto assiste à TV, dedica-se somente a isso ou faz outras coisas ao mesmo tempo? Se você faz outras coisas, o que você faz NA MAIORIA DAS VEZES?

1. _____
2. _____

P6. Se você ouve rádio onde costuma ouvir na maioria das vezes? ASSINALE NO MÁXIMO DUAS

ALTERNATIVAS

1. () em casa
2. () na escola
3. () no carro
4. () no Trabalho

5. () na academia
6. () Outro lugar. Onde? _____
7. () Não ouço rádio

P7. Que tipo de música você prefere? ASSINALE NO MÁXIMO TRÊS TIPOS PREFERIDOS

1. () Samba
2. () Axé
3. () Eletrônica
4. () Forró
5. () Funk
6. () Rap
7. () Reggae
8. () Pop Rock nacional
9. () Pop Rock internacional
10. () Rock
11. () Trilha sonora de novelas
12. () Sertanejo
13. () Sertanejo Universitário
14. () Sertanejo de raiz
15. () Outro. Qual? _____

P8. Quais revistas você lê e/ou assina? CITE AS DUAS PREFERIDAS.

Não leio revistas ()

1. _____

2. _____

P9. Com qual frequência lê jornal?

1. () Diariamente
2. () Entre 3 e 5 vezes por semana
3. () Entre 1 e 2 vezes por semana
4. () Semanalmente
5. () Raramente
6. Não leio

P10 Você assiste à filmes em: (ASSINALAR TODAS AS QUE SE APLIQUEM):

- 1.() Cinema
- 2.() Dvd (comprado)
- 3.() Download
- 4.() Locação
5. () Emprestado

P11. De que tipo de filme você gosta? ASSINALE OS TRÊS PREFERIDOS

1. () Ficção Científica
2. () Aventura
3. () Drama
4. () Suspense
5. () Terror
6. () Comédia
7. () Romance
8. () Animação
9. () Documentário
10. Outro. Qual? _____

P12. Você lê Livros?

1. () Sim
2. () Não → PULE PARA PERGUNTA 14

P13. Quantos livros lê por ano, ALÉM DOS LIVROS ACADÊMICOS/ESCOLARES?

1. () Entre 1 e 2 livros
2. () Entre 3 e 5 livros
3. () Entre 6 e 12 livros
4. () Mais de 12 livros

P14. Qual sua forma preferida de lazer? ASSINALE NO MÁXIMO TRÊS ALTERNATIVAS

1. () Visitas a amigos ou parentes
2. () Leitura
3. () Clube
4. () Shopping centers
5. () TV
6. () Internet
7. () Cinema
8. () Festas
9. () Filmes em DVD ou videocassete
10. Outras atividades. O que? _____

P15. De onde costuma acessar com maior freqüência a Internet? ASSINALE NO MÁXIMO DUAS ALTERNATIVAS

1. () em casa
2. () na escola
3. () no trabalho
4. () Locais Públicos Pagos (Ex.: Cyber Cafés, Lan Houses, etc.)
5. () em Locais Públicos Gratuitos
6. () da casa de amigos
7. () de outro lugar. Onde? _____

P16. Se acessa em casa, qual o tipo de acesso que você possui?

1. () acesso discado 2. () banda larga

P17. Quantas horas por dia você navega pela Internet?

1. () Menos de 1 hora
2. () Entre 1 e 2 horas
3. () Entre 2 e 3 horas
4. () Mais de 3 horas
5. Não acesso todos os dias

P18. Quando navega pela rede, que tipo de *sites* visita? ASSINALE NO MÁXIMO QUATRO MAIS ACESSADOS

1. () Bancos
2. () Bate papos
3. () Compras *online*: cd, livro, etc.
4. () Economia / Mercado de Ações
5. () Eróticos
6. () Esportes
7. () Governamentais
8. () *Intranet* da Empresa
9. () Pesquisa (Acadêmica ou Interesse Pessoal)
10. () Serviços de *E-mail*
11. () Serviços *online*: Flores, supermercado, pesquisa de preços, cotações, etc.
12. () *Sites* de Busca
13. () *Sites* de Filmes
14. () *Sites* de Músicas
15. () *Sites* de Notícias
16. Outros *sites*. Quais? _____

P19. Você realiza operações pela Internet?

1. () Sim 2. () Não

P20. Como você se informa sobre os produtos que quer comprar?

1. () TV
2. () rádio
3. () jornal impresso
4. () revistas
5. () internet
6. () mala direta
7. () *outdoor* (cartaz de rua)
8. () conversando com outras pessoas
9. () outra forma. Como? _____

P21. Você tem *ipod* ou outro dispositivo que reproduz músicas?

1. () Sim 2. () Não

P22. Seu celular é:

- 1.() Pré-pago 2.() Pós-pago

P23. Quais recursos tem seu celular?

1. () Telefonia
2. () Jogos
3. () Máquina fotográfica
4. () Internet
5. () torpedos / mensagens sms
6. () Rádio
7. () Músicas
8. () Para armazenamento de dados / arquivos
- () Outros: _____

P24. De que modo você usa o celular? ASSINALE TUDO O QUE VOCÊ REALIZA PELO CELULAR

1. () Para falar
2. () Para jogar
3. () Para fotografar
4. () Para navegar na Internet
5. () Para enviar torpedos / mensagens sms
6. () Para ouvir música
7. () Para armazenamento de dados / arquivos
8. () Outros: _____

P25. Quais os principais critérios que vc levou em consideração na compra de seu (primeiro) celular?

- 1.() Design
- 2.() Promoções
- 3.() Moda
- 4.() Tecnologia
- 5.() Recursos
- 6.() Marca
- 7.() Preço
- 8.() Indicação de amigos
- 9.() Porque todos tem
- 10.() Outros: _____

P26. Em média, de quanto em quanto tempo você troca de aparelho celular?

Nunca troquei

1. () Menos de 6 meses
2. () De 6 meses a 1 anos
3. () De 1 ano a 2 anos
4. () Acima de 2 anos

P27. O CELULAR para você, além das funções que possui, representa: ASSINALAR SÓ AS DUAS CARACTERÍSTICAS MAIS IMPORTANTES PARA VC.

1. () Status
2. () Lazer
3. () Ferramenta de trabalho
4. () Estar conectado com o mundo
5. () Segurança
6. () Controle
7. () Autonomia
8. () Liberdade
9. () Privacidade
10. () Sentimento de nunca estar só
11. () Outros: _____

P.28. Você procura em seu CELULAR

1. () personalizá-lo com capas, rigtones e outros adereços.
2. () deixá-lo assim como comprou
3. () já personalizou anteriormente mas no modelo atual não alterou sua aparência.

P29. Sexo:

1. () Feminino
2. () Masculino

P30. Qual sua Idade? →

1. () De 17 a 19 anos
2. () De 20 a 22 anos
3. () De 23 a 25 anos
4. () Acima de 25 anos

Para terminar eu preciso de alguns dados para classificação: Assinale com um "X" as quantidades correspondentes:

Você tem em sua casa:	Quantidade				
	Não tem	1	2	3	4
Televisão em cores					
Rádio					
Banheiro					
Empregada mensalista					
Aspirador de pó					
Máquina de lavar roupa					
Automóvel de passeio					
Freezer					
Geladeira					
Vídeo cassete/DVD					

Qual o grau de instrução do chefe da família? Assinale com um "X".

	Chefe
Analfabeto/primário incompleto	
Primário completo/ginásio inc.	
Ginásio completo/Colégio Inc.	
Colégio comp./Superior inc.	
Superior completo	

APÊNDICE 2

TABULAÇÃO DO MAPEAMENTO

RESULTADOS DESCRITIVOS DO MAPEAMENTO:

AMOSTRA

Estado de São Paulo

Interior: 67 entrevistados

Capital: 72 entrevistados

TABELA 1: PERFIL DOS ENTREVISTADOS - SEXO

Gêneros	Interior	Capital
Feminino	34 (51%)	40 (56%)
Masculino	33 (49%)	32 (44%)
Total	67 (100%)	72(100%)

Na amostra pesquisada observa-se que há equilíbrio na proporção entre homens e mulheres que responderam o questionário no Interior de São Paulo. Apenas nota-se uma leve inclinação na Capital por uma quantidade superior de indivíduos do sexo feminino (56%). Entendemos que tal proporção não afetará a análise dos resultados. Ter um equilíbrio nesta variável é importante para termos um balanceamento de opiniões nas demais questões.

TABELA 2: PERFIL DOS ENTREVISTADOS – FAIXA ETÁRIA

Idade	Interior	Capital
17 a 19 anos	10 (15%)	42 (58%)
20 a 22 anos	24 (36%)	25 (35%)
23 a 25 anos	18 (27%)	2 (3%)
Acima de 25 anos	15 (22%)	3 (4%)
Total	67(100%)	72(100%)

No interior há um predomínio de pesquisados na faixa que compreende 20-22 anos com 36%, seguido da faixa seguinte (23-25 anos com 27%), de certa forma podemos considerar que existe uma proporção equilibrada nas três últimas faixas da pesquisa.

Na Capital as duas primeiras faixas (17-19 anos e 20-22 anos) correspondem a 93% dos entrevistados, sendo que há um predomínio da primeira faixa (17-19 anos), representando 58%. Os entrevistados na Capital são mais jovens, condição esta que poderá ser de valia para entender os movimentos de consumo da Capital, que teoricamente é composto por estudantes jovens com dedicação plena ao estudo.

TABELA 3: PERFIL DOS ENTREVISTADOS – CLASSE SÓCIO ECONÔMICA

Classes	Interior		Capital	
	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino
A1	0 (0%)	0 (0%)	11 (16%)	12 (18%)
A2	0 (0%)	5 (7%)	16 (22%)	15 (21%)
B1	9 (15%)	3 (4%)	7 (10%)	4 (5%)
B2	10 (15%)	15 (21%)	5 (7%)	2 (3%)
C1	12 (18%)	12 (18%)	0 (0%)	0 (0%)
C2	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
D	1 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
E	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

As maiores diferenças encontradas na pesquisa estão nos dados que classificam os grupos por potencial de consumo, a partir do Critério Brasil de classificação sócio-econômica. No Interior as classes B2 (36%) e C (36%) somadas predominam na amostra de entrevistados. Tal resultado se explica em razão da instituição onde foi aplicada a pesquisa ter em sua grande maioria de matriculados alunos das classes B2, C e D (dados FAFIBE 2009). O mesmo não ocorre na Capital (85% dos universitários são matriculados na ESPM), pois o predomínio de entrevistados é das classes A1 (34%) e A2 (43%). Estes dados, provavelmente, serão na sequência da análise da pesquisa reveladores das diferenças nos hábitos de consumo, facilitados pelo maior poder de compra dos estudantes da Capital.

TABELA 4: HÁBITOS DE CONSUMO DOS MEIOS

	Televisão	
	Interior	Capital
Diariamente	40 (60%)	38 (53%)
Uma vez por semana	4 (6%)	5 (7%)
De 2 a 3 vezes por semana	3 (5%)	10(14%)
De 4 a 5 vezes por semana	7 (10%)	10 (14%)
Raramente	13 (19%)	9 (12%)
Nunca	0 (0%)	0 (0%)

A maioria dos entrevistados, tanto no Interior (60%) como na Capital (53%) assiste à TV diariamente (se observa que apesar do avanço tecnológico e dos outros meios existentes a TV ainda é o meio mais importante). Os universitários que assiste raramente representam dados significativos, pois no interior perfazem 19% e na capital 12%, sendo que no interior equivale a segundo faixa e na capital a terceira faixa em ordem de preferência das cinco faixas existentes na pesquisa.

TABELA 5: HÁBITOS DE CONSUMO DOS MEIOS - GENEROS

Gêneros de programas preferidos - cada entrevistado indicou até três gêneros					
	Interior			Capital	
Jornalísticos	58	87%		14	19%
Filmes	43	64%		25	35%
Esportivos	24	33%		17	24%
Novelas	20	30%		11	15%
Seriados	16	24%		1	1%
Programas educativos	9	13%		5	7%
Programas de auditório	6	9%		5	7%
Clips	5	7%		1	1%
Desenho animado	3	5%		5	7%
Programas especializados	4	5%		5	7%

Nitidamente os jovens do Interior preferem programas jornalísticos (87%) em relação à Capital (19%), o que, entretanto não significa, a princípio, que os jovens da Capital sejam menos informados, pois este grupo tem facilitado acesso a outros meios de informação (internet, jornal impresso, rádio, eventos, etc.).

Uma grande diferença é também observada em relação à preferência por assistir filmes. No Interior 64% afirmam que preferem este gênero, enquanto que na Capital apenas 35% o fazem. Os dados provavelmente podem ser explicados em razão das classes sociais serem distintas, entre as duas amostras pesquisadas. Indivíduos das classes B2, C e D tem menos recursos financeiros que os indivíduos das classes A1 e A2 para lazer e consumo em geral, sendo que assistir à filmes na TV é uma opção de lazer de baixo custo.

Esta observação pode provavelmente explicar também a preferência por novelas ser maior no Interior (30%) do que na Capital (15%). Outra informação a ser considerada é a menor oferta (em relação aos grandes centros urbanos) de opções de lazer existentes no Interior (no caso na cidade de Bebedouro) de cinemas, danceterias, restaurantes/lanchonetes, teatro, opções de atividades culturais e esportivas.

Os programas esportivos, dentre as opções apontadas, são os únicos que têm uma predileção muito próxima pelos dois grupos pesquisados, no Interior por 33% e na Capital por 24%. O apreço pelo esporte provavelmente pode ser entendido em razão do jovem praticar alguma atividade esportiva durante sua formação escolar, tal contato com o esporte em muitos casos perdura com o propósito de buscar uma condição atlética e até mesmo de sociabilização.

TABELA 6: HÁBITOS DE CONSUMO DOS MEIOS

O que faz enquanto assiste à TV	Interior		Capital	
Só assiste à TV	25	37%	31	43%
Refeição	21	31%	13	18%
Pesquisa notebook	7	1%	20	28%
Leio	6	9%	4	6%
Converso	6	9%	2	3%
Falo no celular ou telefone	3	4%	4	6%
Descansa	3	4%	0	0%
Limpa/ arruma algo	2	3%	1	1%
Exercício físico	1	1%	1	1%
Video game	1	1%	0	0%
Artesanato	1	1%	0	0%
Escrevo	1	1%	0	0%
Toco violão/ ouço música	1	1%	3	4%
Desenhando	0	0%	4	6%
Fumo	0	0%	1	1%

Ao assistir TV os jovens universitários do Interior e da Capital apresentam comportamentos relativamente similares. Contudo, o uso do computador – note book ou pc - utilizado simultaneamente ao ato de assistir é de 1% no interior e 28% na Capital, questões relacionadas a maior renda ou a “correria” da vida agitada de um grande centro podem explicar essa diferença. Outro dado que os jovens do Interior (31%) superam os da Capital (18%) é no que tange a assistir TV e fazer refeição simultaneamente.

TABELA 7: HÁBITOS DE CONSUMO DOS MEIOS - RÁDIO

Onde escuta rádio?	Interior		Capital	
No carro	44	67%	50	69%
Em casa	31	46%	24	33%
No trabalho	18	27%	1	1%
Na academia	3	4%	3	4%
Outro lugar, Onde? Ônibus	2	3%	0	0%
Não ouço rádio	1	1%	3	4%
Na escola	0	0%	7	10%

A maneira como os jovens se utiliza do rádio é um exemplo típico da mobilidade, pois segundo o depoimento em pergunta de resposta múltipla de duas escolhas, 67% dos jovens do Interior e 69% da Capital é escutado no carro. O uso do rádio é também realizado em outros espaços públicos.

TABELA 8: HÁBITOS DE CONSUMO – MÚSICA

Gênero de música preferido	Interior		Capital	
Sertanejo (todas as variações)	57	85%	27	37%
MPB	24	36%	9	12%
Pop Rock Nacional	19	28%	8	11%
Pop Rock Internacional	18	27%	11	15%
Eletrônica	18	27%	9	13%
Axé	9	13%	2	3%
Rock	8	12%	18	26%
Trilha sonora de novelas	8	12%	12	17%
Samba/ pagode	5	7%	6	9%
Forró	3	4%	1	1%
Rap	3	4%	1	1%
Reggae	5	7%	7	10%
Funk	1	1%	0	0%
Rádio (Jovem Pan)	1	1%	2	3%
Gospel			5	7%
Clássica			4	6%
Jazz			3	4%
Hip Hop			2	3%
Outros			3	4%

Quanto aos gêneros de música preferidos (os respondentes podiam apontar até três), foram observadas variações interessantes. A surpresa neste item da pesquisa é verificar que o sertanejo e suas modulações, independentemente se no Interior (Universitário 66%, Sertanejo 16% e de Raiz 3%) ou na Capital (Sertanejo de Raiz 21%, Sertanejo 8% e Universitário 8%), é apontado como gênero de música preferido. Contudo, existe predomínio no Interior deste estilo (Sertanejo 85%) em relação aos demais (MPB em segundo com 36% e Pop Rock nacional e internacional cada com 27%). Já na Capital o Sertanejo é o mais preferido (37%), seguido bem de perto pelo Rock (26%) e Trilha sonora de novelas (17%).

Até aqui a pesquisa, de modo geral, identificou que os jovens do Interior e Capital não têm hábitos tão diferentes. As diferenças se dão aparentemente pelo acesso (financeiro e até mesmo geográfico).

TABELA 9: HÁBITOS DE CONSUMO –MEIOS

Leitura de revistas: podiam optar por até duas alternativas					
	Interior			Capital	
Não leio	23	34%		29	40%
Caras	2	3%		3	4%
Época	6	9%		5	7%
Exame	19	28%		6	8%
Isto É	3	4%		2	3%
Quatro Rodas	1	1%		2	3%
Seleções	2	3%			
Super Interessante	1	1%		9	13%
Veja	18	27%		23	32%
Você S.A.	9	13%		1	1%
Esportivas	2	3%		4	6%
Negócios	4	6%		1	1%
Masculinas	4	6%		5	7%
Femininas	2	3%		3	4%
Juvenis Femininas	1	1%		2	3%
Setoriais/Profissionais	3	4%			
Informática	2	3%			
Variedades	1	1%		7	1%
Científicas				2	3%

O que chama a atenção nesta pergunta é o número de pessoas que dizem que não lêem revistas, indicando a ausência do hábito de leitura em grande parte dos jovens (34% e 40%). Uma provável explicação talvez seja a possibilidade do jovem universitário ter acesso a sites (portais de notícias) que em parte possibilitem a substituição da leitura de revistas por notícias editadas e fragmentadas.

Na preferência por publicações, o que chama a atenção é o fato de que as três publicações mais mencionadas serem da mesma Editora (Abril), o que podemos explicar a partir do sistema de distribuição de divulgação da empresa.

TABELA 10: HÁBITOS DE CONSUMO –MEIOS
Revistas mais lidas.

Revistas mais lidas:		
	Interior	Capital:
Exame	28%	8%
Veja	27%	32%
Você S.A.	13%	1%
Super Interessante	1%	13%

As demais preferências apresentam resultados pulverizados sendo apontado no Interior 24 títulos diferentes e na Capital 31 títulos. É importante salientar que nem todas as publicações são encontradas com facilidade no Interior, mesmo com a

possibilidade de assinatura on-line, o que nos leva a crer não ser esta uma prática dos jovens.

É importante destacar que a revista Exame provavelmente aparece como preferida pelos entrevistados do Interior pelo número expressivo de entrevistados cursarem Administração.

TABELA 11: HÁBITOS DE CONSUMO –MEIOS

Com frequência lê jornal?	Interior		Capital	
	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem
Diariamente	6	10%	10	14%
Entre 3 e 5 vezes por semana	13	19%	8	11%
Entre 1 e 2 vezes por semana	14	21%	8	11%
Semanalmente	5	7%	13	18%
Raramente	26	39%	18	25%
Não leio	3	4%	15	21%
	67		72	

Estes dados da pesquisa provavelmente corroboram com o fato de que os jovens do Interior preferir assistir programas jornalísticos (87%). Já os jovens da Capital têm desinteresse por acesso a informações pela TV ou jornais impressos. O que, reafirmamos, não demonstra que o mesmo seja desinformado, pois pode acessar por outros meios (incluindo o digital) as informações de que necessita.

TABELA 12: HÁBITOS DE CONSUMO –MEIOS

De que forma assiste a filmes (pergunta de múltipla escolha):		
	Interior	Capital
Cinema	22%	57%
DVD (comprado)	37%	38%
Download	27%	18%
Locação	72%	53%
Emprestado	19%	15%

Os resultados aqui são bastante diferenciados no que diz respeito a assistir a filmes em cinemas, razão provável da pouca oferta de salas no Interior (Bebedouro dispõe de apenas uma). Nos demais itens, os resultados são muito próximos, destacando que a locação é a forma de acesso a filmes preferidos (72% Interior e 53% Capital).

TABELA 13: HÁBITOS DE CONSUMO- FILMES

Gêneros de filmes preferidos	Interior		Capital	
	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem
Ficção Científica	10	15%	7	10%
Aventura	34	51%	28	39%
Drama	7	10%	19	26%
Suspense	25	37%	26	36%
Terror	16	24%	14	19%
Comédia	45	67%	49	68%
Romance	27	40%	28	39%
Animação	9	13%	22	31%
Documentário	23	34%	7	10%
Ação	2	3%	4	5%
Policial	1	1%	0	0%

As preferências por gêneros de filmes são idênticas com relação à “comédia”, “aventura”, “romance” e “suspense”. Considerando que os entrevistados são universitários o item “documentário” no Interior é o quinto mais prestigiado enquanto que na Capital ocupa apenas o sexto lugar, junto com “ficção científica”. Observa-se que neste item os dados se assemelham no que diz respeito ao consumo de cinema, mesmo ocorrendo à concorrência com outras plataformas tecnológicas (TV, computador, etc.). É importante que se saliente que na Capital a frequência de ida ao cinema é superior.

TABELA 14: HÁBITOS DE CONSUMO- LIVROS

Livros lidos por ano	Interior	Capital
1 a 2	54%	45%
3 a 5	34%	40%
6 a 12	4%	14%
Mais de 12	1%	1%
Nenhum	7%	0%

Os jovens universitários lêem poucos livros, por estar nesta condição teoricamente deveria ler mais, contudo a internet tende a suprir as necessidades de pesquisas. Os jovens da Capital lêem mais que os do interior. No interior um dado curioso 7% dizem que não lêem livros.

TABELA 15: HÁBITOS DE CONSUMO- LAZER

Principal forma de lazer (até três preferidas)	Interior		Capital	
	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem
Visitas a amigos a parentes	37	55%	39	55%
Leitura	9	13%	11	15%
Clube	15	22%	2	3%
Shopping Centers	14	21%	18	25%
TV	7	10%	9	13%
Internet	32	48%	36	50%
Cinema	3	4%	22	31%
Festas	43	64%	37	51%
Filmes DVD - Videocassete	19	28%	12	17%
Futebol/esporte	3	1%	9	13%
Igreja	1	1%	0	0
Música/ Tocar Violão / shows	1	1%	5	7%
Projetos Pessoais	0	0	1	1%
Sair Com Amigos	0	0	2	3%
Jogos no PC	0	0	2	3%
Ouvir Musica	0	0	1	1%
Teatro	0	0	1	1%
Viagens	0	0	2	3%
Bares	0	0	1	1%

No Interior a preferência é participar de festas, dado que pode ser interpretado pela pouca oferta de opções existentes na cidade pesquisada. Visitar parentes e amigos estão entre as formas mais frequentes de lazer tanto no Interior (2º) como na capital (1º)

assim como festas (1º e 2º), navegar na Internet é a terceira opção para ambos (48% e 50%). Observa que o jovem, tanto no Interior quando o da Capital procura a sociabilização nas práticas de lazer.

TABELA 16: HÁBITOS DE CONSUMO- LAZER
Atividades mais preferidas (5 principais)

Atividades de lazer preferidas		
	Interior	Capital
Festas	64%	51%
Visita a amigos e parentes	55%	55%
Navegar na Internet	48%	50%
Filmes (DVD em casa)	28%	17%
Clube	22%	3%
Cinema	4%	31%

Cinema ocupa o 4º lugar (31%) na Capital e no Interior, como já anteriormente relatado pela falta de oferta de salas de projeção, apenas o nono lugar (4%) No interior 22% dos entrevistados apontou o Clube como opção de lazer, mas é importante notar que o clube é um espaço de socialização em extinção na capital (3%).

Em suma, o consumo do lazer ou modos de lazer é muito similar entre Interior e Capital, quando falamos de opções a frequência é variável, pois é necessário considerar as estruturas de uma cidade de porte pequeno para uma grande metrópole, assim como a renda.

CONSUMO DE TECNOLOGIA

TABELA 17: CONSUMO DE TECNOLOGIA - CELULARES

Tempo de posse de aparelhos celulares		
	Interior	Capital
Menos de um ano	0%	0%
De um a dois anos	6%	2%
Há mais de dois anos	94%	98%

O celular está presente na vida do jovem universitário há mais de dois anos, pela idade da amostra pesquisada, podemos afirmar que é um artefato que se incorporou já há algum tempo nas práticas cotidianas de consumo e comunicação deste jovem.

Este resultado é próximo na comparação entre o Capital e Interior, podemos supor que dois aspectos conduzam a troca neste espaço de tempo, o primeiro refere-se ao *design* - constantemente novos modelos com aspectos diferenciados são lançados - e o avanço da tecnologia que possibilita a oferta de novos recursos agregados aos aparelhos.

TABELA 18: CONSUMO DE TECNOLOGIA- INTERNET

Local de acesso a Internet, apontado os dois locais mais frequentes (três principais):		
Local:	Interior	Capital
Casa	87%	89%
Trabalho	55%	18%
Escola	33%	56%

Os principais locais de acesso à Internet são os mesmos para ambos os grupos, com maior incidência na residência (87% e 89%). Tal dado da pesquisa também constata que muitos dos jovens universitários trabalham (55% e 18%).

TABELA 19: CONSUMO DE TECNOLOGIA- INTERNET

Acesso em casa:	Interior	Capital
Discado	31%	1%
Banda Larga	69%	99%

O tipo de acesso à Internet no local de residência no Interior se faz principalmente pelo modo discado (31%). Na Capital apenas 1% dos entrevistados utiliza linha discada. Tal evidência pode ser entendida pela condição sócio econômica dos grupos pesquisados no Interior Classes C e D e na Capital Classes A e B, pois o acesso discado, apesar da limitação de velocidade e qualidade é mais barato. Outro motivo provável do uso da Banda Larga ser mais frequente na Capital é a maior concorrência entre os prestadores de serviço, oferecendo condições melhores que o Interior (especificamente a amostra Bebedouro e região) com uma única prestadora de serviço que monopoliza o mercado local.

TABELA 20: CONSUMO DE TECNOLOGIA- INTERNET

Acesso Diário em horas:	Interior	Capital
Menos de uma hora	25%	6%
Entre uma e duas horas	25%	24%
Entre duas e três horas	10%	15%
Mais de três horas	31%	55%
Não acessa diariamente	9%	0%

Observa-se que dentre os entrevistados, os universitários da Capital passam mais tempo na Internet do que os universitários do Interior. Tanto que 41% dos universitários do Interior passam mais de duas horas por dia e 9% não acessa diariamente. Já na Capital 70% passam por mais de duas horas e todos os universitários acessam diariamente, resultado que deve ser analisado também em relação ao tipo de acesso – linha discada e banda larga, tendo em vista que por linha discada é mais difícil, provavelmente ocupando o telefone residencial. Segundo o IBGE (2010):

Entre 2008 e 2009 o número de brasileiros com mais de dez anos que declarou ter acessado a internet cresceu em 12 milhões, ou 21,5%, chegando a uma parcela de 67,9 milhões de pessoas. Com isso, o aumento acumulado desde o período de 2005, quando o acesso a internet chegava a 31,9 milhões de brasileiros, é de 112,9%. Os dados são da Pesquisa Nacional por Amostra

de Domicílios (PNAD) 2009, divulgados nesta quarta-feira (8) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).”

Fonte revista exame de 08/09/2010: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/acesso-internet-cresceu-112-2005-2009-brasil-594552> acesso 28/10/2010

TABELA 21: CONSUMO DE TECNOLOGIA- INTERNET

Sites mais acessados	Interior		Capital	
Bancos	15	22%	11	15%
Relacionamento	21	31%	37	52%
Compras online: cd, livro, etc	19	28%	20	28%
Economia/ Mercado de ações	7	10%	8	11%
Eróticos	4	6%	1	1%
Esportes	19	28%	14	19%
Governamentais	2	3%	1	1%
Intranet Empresa	3	4%	1	1%
Pesquisa (acadêmica ou interesse pessoal)	35	94%	21	55%
Serviços de E-mail	56	84%	52	72%
Sites de filme	2	3%	8	11%
Sites musicais	20	30%	20	28%
Sites de notícias	25	37%	23	32%

Serviço de email e de pesquisa, tanto no Interior (84% e 94%) e na Capital (72% e 55%), são os sites mais consultados. É possível que a explicação destes números esteja relacionada ao status atual da amostra, pois são universitários e tais sites favorecem o estudo e troca de informação e conteúdo. No Brasil (2010) os sites mais acessados são Google, Orkut, Google (versão em inglês) e UOL.

Fonte: <http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2010/02/04/no-brasil-facebook-e-mais-popular-que-o-twitter.jhtm> (Acesso: 28/10/2010).

TABELA 22: CONSUMO DE TECNOLOGIA- INTERNET

Sites visitados (até quatro respostas)	Interior	Capital
Serviço de email	84%	72%
Pesquisa acadêmica	52%	28%
Busca	42%	26%
Notícias	37%	32%
Música	30%	28%

TABELA 23: CONSUMO DE TECNOLOGIA- INTERNET

Realiza operações:	Interior	Capital
Sim	60%	58%
Não	40%	42%

As operações realizadas pela Internet são significativas o uso da Internet para realizar operações, pois mais da metade tanto no Interior (60%) como na Capital (58%) fazem o uso do ciberespaço para transações e operações.

TABELA 24: CONSUMO DE TECNOLOGIA- INTERNET

Como se informa sobre produtos e serviços, múltipla escolha (quatro principais):		
	Interior	Capital
Internet	69%	78%
Por outras pessoas	22%	33%
TV	18%	14%
Revistas	9%	19%

A internet para o jovem universitário é uma forma prática para obter informações sobre produtos e serviços. Talvez a facilidade em navegar pelo ciberespaço seja uma das razões que revelam este dado da pesquisa. Representa também, para o jovem, uma fonte confiável de informações.

TABELA 25: CONSUMO DE TECNOLOGIA- REPRODUÇÃO DE MÚSICAS

Posse de equipamentos móveis de reprodução de músicas	Interior	Capital
Sim	61%	98%
Não	39%	2%

O uso de dispositivos para reprodução de músicas é maior pelos jovens universitários da Capital (98%). No Interior (61%) o uso é menor, provável resultado pela classe socioeconômica pesquisada.

CONSUMO DE CELULAR

TABELA 26: CONSUMO DE TECNOLOGIA- CELULAR - CONTA

Acesso ao serviço (modalidades de conta):	Interior	Capital
Pré pago	79%	31%
Pós pago	21%	68%
Pré e Pós pago		1%

Há uma “inversão” na opção na forma de pagamento (pré e pós pago) das contas ou pelo uso do celular em relação ao Interior e a capital. As classes C e D, para controlar gastos optam pela condição pré-paga, tal realidade pode explicar o dado acima.

TABELA 27: CONSUMO DE TECNOLOGIA- CELULAR - RECURSOS

Recursos do celular utilizados	Interior	Capital
Telefonia	100%	100%
“Torpedos” (SMS)	91%	89%
Jogos	90%	74%
Máquina Fotográfica	88%	86%
Música (pré gravadas)	78%	81%
Internet	72%	71%
Armazenamento de dados e arquivos	64%	67%
Rádio	63%	74%
TV	1%	0%

Os principais recursos utilizados dos aparelhos celulares dos dois grupos são praticamente os mesmos.

TABELA 28: CONSUMO DE TECNOLOGIA- CELULAR- MOTIVOS DE USO

Motivos de uso (múltipla escolha):	Interior	Capital
Para falar	92%	94%
“Torpedos” (SMS)	81%	87%
Para fotografar	49%	69%
Para ouvir música	46%	67%
Para jogar	36%	39%
Internet	26%	12%
Armazenamento de dados e arquivos	18%	48%
Outros	4%	4%

O uso do celular para “falar” não foi unânime, o que nos indica que o celular não é apenas o “telefone da pessoa” servindo para outras funções. O jovem usa significativamente o recurso de mensagens SMS para comunicar-se, no Interior 81% e na Capital 87%. Em todas as formas de uso o celular o comportamento dos dois grupos pesquisados é praticamente idêntico excetuando para armazenar dados que no Interior é feito por 18% dos universitários e na capital por 48%. Outra observação é a do uso da Internet ser mais freqüente no Interior 26% pelo celular que na Capital com apenas 12%. O uso como máquina fotográfica tem maior incidência na capital, 69%, em relação ao Interior por 49%.

TABELA 29: CONSUMO DE TECNOLOGIA- CELULAR- COMPRA

Critérios de compra do primeiro celular (múltipla escolha)	Interior	Capital
Preço	42%	24%
Design	30%	50%
Promoções	28%	18%
Tecnologia	28%	36%
Marca	19%	10%
Recursos	16%	29%
Indicação de amigos	4%	3%
Porque todos têm	3%	3%
Outros	2%	7%
Moda	0%	8%

No Interior, Design (30%), Promoção (28%) e Tecnologia (28%) são os principais critérios de compra. Já na Capital o primeiro critério apontado é o Design (50%), seguido pela Tecnologia (36%) e terceiro Recursos (29%). O Design é uma comunicação estética, imprime a personalidade do proprietário, o jovem busca esta identificação entre seu grupo, o design é um dos principais critérios de compra para os dois grupos estudados.

TABELA 30: CONSUMO DE TECNOLOGIA- CELULAR- COMPRA

Frequencia de troca do aparelho celular	Interior	Capital
Menos de 6 meses	0%	1%
De 6 meses a 1 ano	10%	15%
De 1 ano a 2 anos	39%	51%
Acima de 2 anos	42%	33%
Nunca troquei	9%	0%

Na Capital, 67% dos entrevistados trocam o aparelho celular a cada dois anos. No Interior esta porcentagem cai para 49%. Outro dado que chama atenção que no Interior, 9% dos entrevistados nunca trocaram de aparelho, já na Capital todos entrevistados já trocaram. Tal dado pode ser explicado pelas diferentes classes sociais dos dois grupos trabalhados, os lançamentos, geralmente são feitos nos grandes centros, possibilitando aos jovens da Capital um contato “primeiro” com os novos modelos.

**TABELA 31: CONSUMO DE TECNOLOGIA- CELULAR-
REPRESENTAÇÕES**

O celular representa: (assinalar até 2)	Interior	Capital
Status	4%	4%
Lazer	16%	18%
Ferramenta de trabalho	45%	31%
Estar conectado com o mundo	19%	36%
Segurança	33%	31%
Controle	13%	13%
Autonomia	9%	14%
Liberdade	15%	16%
Privacidade	18%	10%
Sentimento de nunca estar só	9%	3%
Outros: Telefonar	0%	3%
Necessidade	0%	1%
Praticidade	0%	3%
Despertador	3%	

O papel do celular na vida dos jovens dos dois grupos focados, representa uma ferramenta de trabalho útil (45% Interior e 31% Capital), observa-se que representa também outras possibilidades além da telefonia convencional.

**TABELA 32: CONSUMO DE TECNOLOGIA- CELULAR-
PERSONALIZAÇÃO**

Você procura em seu celular?	Interior	Capital
Deixá-lo assim como comprou	58%	57%
Personalizá-lo com capas ringtones e outros adereços	30%	21%
Já personalizou anteriormente, mas o modelo atual não alterou sua	12%	22%

A personalização do celular não é feita pela maioria dos jovens. Apenas 30% dos universitários no Interior e 21%. Não é possível precisar, mas podemos entender que os atuais modelos ofertados atendem as necessidades estéticas dos proprietários dos aparelhos.

Conclusão preliminar:

Esta análise descritiva nos servirá para construção de indicadores sobre o consumo de celulares pelos jovens a partir dos quais, fundamentados pelas reflexões teóricas, iremos construir um roteiro de entrevistas a serem realizadas para melhor conhecer as práticas de consumo dos jovens e suas relações com a comunicação.

APÊNDICE 3

ROTEIRO DA ENTREVISTA INDIVIDUAL

Roteiro das Entrevistas Individuais:

- 1- Apresentação.
Ambientação;
Perguntas:
 - a) Qual curso que frequenta?
 - b) Identificar a idade, ano que estuda estado civil e renda (Critério Brasil).
- 2- Consumo de meios.
 - a) Consumo como se processa de meios de comunicação. Audiência e uso.
 - b) Se assiste TV? Se afirmativo qual frequência. Por quê?
 - c) Qual o programa de TV preferido e por quê?
 - d) Se ouve rádio e por quê?
 - e) O que escuta no rádio? Por que desta preferência?
 - f) Que tipo de música prefere e onde costuma ouvir?
 - g) Gêneros, diversidade sociabilização.
 - h) Hábitos de leitura.
 - i) Lê revistas? Por quê?
 - j) Quais?
 - k) Lê jornal? Por quê?
 - l) Quais?
 - m) Se assiste filme e a onde assiste? Por quê?
 - n) Leitura de livros?
 - o) Frequência e por que lê?
- 3- Sociabilização. Tempo disponível e atividades praticadas? Qual o lazer?
 - a) Quais as principais atividades de lazer e se há sociabilização com outras pessoas ou grupos e como se procedem?
 - b) Qual atividade gostaria de fazer ou praticar e quais motivos impedem de realizar?
- 4- Consumo.
 - a) Como compra os celulares, se troca com frequência de quanto em quanto tempo;
 - b) Qual modalidade de conta;
 - c) Como faz uso da internet;
 - d) Quais sites de preferência e por quê?
- 5- Recursos apreciados no celular e de fato quais são usados.
 - a) Personalização, que tipo o faz;
 - b) Convergência.
- 6- Mobilidade
- 7- Redes sociais (acesso pelo celular se há)
- 8- Como seria a vida das pessoas sem celulares?
- 9- O que representa o celular em eu dia a dia?
- 10- Considerações finais

APÊNDICE 4
TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS INDIVIDUAIS

Entrevistador: Denio Dias Arrais

Entrevistada: A. R. S.

Data: 03/11/2010

Local: Faculdades Integradas Fafibe – Bebedouro S.P.

Tempo: 20 min 06 seg.

Denio: Entrevista com Alexandra Rocha da Silva, na Fafibe, no dia 03 do 11 de 2011. Bom Alexandra, fala um pouquinho de você, se apresente pra mim.

Alexandra: Bom eu tenho 24 anos, sou funcionária pública, trabalho no Detran.

D: Aqui em Bebedouro mesmo?

A: Aqui em Bebedouro, nasci em São Paulo, tenho quatro irmãos, moro com a minha mãe e com eles. Eu resolvi fazer direito pra seguir carreira pública mesmo, porque é um campo bastante amplo.

D: Certo...

A: Hobby, adoro dançar, esporte...

D: Bacana, quanto tempo você tá morando aqui no... já?

A: 15 anos

D: Ah, 15 anos. Você morava onde antes lá em São Paulo?

A: Itaquaquecetuba

D: Bom você já acostumou aqui agora né? Depois de tanto tempo. Então tá certo, bom, seu curso é Direito né? Você é solteira né?

A: Solteira...

D: Vou fazer uma pergunta pra você, se você quiser responder tudo bem, se não quiser não tem problema nenhum. A sua renda, qual sua renda mais ou menos?

A: Um novecentos e alguma, coisa varia muito.

D: Legal, ótimo. Você assistiu TV?

A: Bem pouco. Fico mais no jornal, novela não gosto. Final de semana filme, alguma coisa.

D: Qual tipo de filme você gosta?

A: Ação, comédia.

D: Você vai ao cinema?

A: Muito raro.

D: Você loca DVD?

A: Loco.

D: Com que frequência? Todo final de semana?

A: Não, de vez em quando.

D: O que você gosta na TV é mais jornal essas coisas. Por que você assistiu jornal na TV? Qual o motivo que leva não ver as outras opções.

A: Eu acho que é mais porque eu... Público, então eu tenho que tá sempre nas atualidades né?

D: Entendi, e tem outra forma que você se atualiza?

A: Internet.

D: Internet, ah legal.

A: Mais internet que TV.

D: Quantas horas você fica em média na internet por dia?

A: Muitas, acabo ficando porque eu trabalho, mas lá no meu trabalho fica conectado o dia inteiro, quando eu posso vou lá rapidinho. Aí no final de semana o computador em casa fica ligado 24 horas

D: Entendi, então você fica no final de semana em média sábado e domingo quantas horas online?

A: Eu acabo ficando o tempo todo, deixo ligado né.. umas 6 horas por dia tranqüilo.

D: E quais sites você acessa na internet?

A: Sites de concurso, Orkut... globo, notícias.

D: E deixa eu te perguntar, você tem Orkut, esses sites de relacionamento, redes sociais, além do Orkut tem mais algum que você tem?

A: Só o Orkut.
D: E esses de bate papo?
A: MSN
D: E tem mais algum?
A: Só Messenger.
D: O Messenger e o Orkut, que legal. Você é daqui de Bebedouro mesmo né?
A: Daqui.
D: Você disse que gosta de dançar, deve gostar de musica também né? Como que você escuta musica, fala um pouquinho da musica pra você.
A: Final de semana, às vezes eu acordo coloco uns DVDs sertanejo, tipo se eu tiver que limpar a casa, alguma tarefa, não estudar né?
D: E quais os tipos de musica, você disse sertanejo, quais outros?
A: Pra ouvir assim é sertanejo, pra dançar eu danço dança de salão, axé, mas aí é só em aula mesmo. Ou quando to em alguma festa com os amigos.
D: Você faz aula de dança?
A: Eu fiz, mas tive que para por causa da faculdade. Eu fazia a noite, mas sempre nas férias eu vou.
D: Você disse que não gosta de novela, fora jornal tem algum programa que você gosta, que você gostaria de assistir e não pode, que você gostaria de ver?
A: Eu to até assinando a TV Sky agora por conta disso, tem muitos canais que eu quero ver e não tem na Tv normal.
D: E quais seriam?
A: History Chanel, TV justiça, canais de filme
D: Como você se diverte nos finais de semana, alem de dançar tem algum tipo de lazer que você faz?
A: Tem uma turma bem animada, a gente sempre se reúne, vai a algum barzinho, alguma festa, dorme na casa de alguém, joga baralho, joga algum jogo,
D: E esses amigos se reúnem frequentemente?
A: Frequentemente.
D: Deixa eu te perguntar uma outra coisa, você falou da musica e tal, você escuta radio?
A: Muito difícil, quase nunca.
D: Você tem celular né?
A: Sim
D: Você escuta musica nele?
A: Não
D: Você tem algum MP, alguma coisa assim, mp3 assim?
A: Eu até tenho mais não ouço.
D: Não escuta nada disso, então tá, você gosta mesmo do CD mesmo.
A: Do cd mesmo, poe na TV. O DVD tocando...
D: Prosseguindo aqui, você falou da musica e tudo mais e falou também da questão de estar se informando através de jornais, você lê? Tem o habito de leitura, você gosta de ler?
A: Tenho, gosto, tenho assim também, jornal, no serviço todo tinha tem jornal.
D: Então todo dia você lê jornal.
A: Dou uma olhada, quando tem uma coisa que eu me interesse mais leio afundo, mas sou obrigada a ser por causa do curso, que exige muito.
D: E quais as colunas você lê no jornal?
A: hum...
D: Assim o que você lê no jornal, só as principais noticias?
A: é as principais noticias, política, economia...
D: Ah tá isso mesmo que eu queria saber. Além do jornal você lê revista?
A: Ah de vez em quando, de vez em quando compra uma de artista.
D: Certo, entendi, qual revista você lê de vez em quando?
A: Tititi.. Eu gosto da veja, de vez em quando eu vejo e compro uma.
D: E a respeito de livro, você lê?

A: leio, em casa tem muitos livros, meu irmão tem o habito de ler muito, ele acaba comprando e meio que me obrigando a ler.

D: E que tipo de livros?

A: História, ficção...

D: Em média quantos livros você lê por ano?

A: Uns 5, 6...

D: Cinco livros por ano? Qual tipo de filme você gosta?

A: Ação, romance, comédia.

D: Mudando um pouquinho, a respeito das atividades que você faz, participa, como você faz pra entrar em contato com essas pessoas?

A: Mensagem, telefone, MSN, mais o celular mesmo né? Ligando ou mandando mensagem...

D: Você já falou das atividades que você gosta de fazer e tudo mais, com o grupo, com seus amigos. Você gosta de ir a cada de familiares, ou fica difícil pra você, porque você fica aqui no interior?

A: Eu adoro, eu se puder vou sempre, porque meu pai é falecido, então a gente acabou perdendo o vinculo assim, e tanto é que vai ter um casamento de uma prima e eu to louca pra ir porque vai reunir todo mundo que eu não vejo há anos.

D: Então a família é importante pra você?

A: É muito..

D: tem alguma atividade assim de lazer que você gostaria de fazer, praticar e não pratica por causa do trabalho?

A: Natação.

D: Mais alguma outra?

A: O vôlei que eu comecei e parei, me arrependo de ter parado, podia ter continuado.

D: Esse primeiro bloco foi mais pra conhecer você, seus hábitos do dia a dia. Agora vamos falar um pouco mais sobre o consumo. Você já utiliza a internet pra comprar?

A: Sim.

D: O que você compra pela internet?

A: Livro, que eu comprei muitos, eletrônicos, secador de cabelo, prancha de cabelo.

D: Que mais pra comprar... Você usa pra consultar, pra ver preço à internet.

A: Uso..

D: Uso bastante, como VCP faz?

A: Uso muito, pra ficar comparando de um site pro outro.

D: Você ta falando de internet, consumo, quais são os sites que você mais acessa?

A: Da compra? Ponto Frio, americanas ponto com, submarino... esses mais.

D: E pras outras coisas quais os outros que você mais acessa na internet, na sua vida mesmo?

A: O Google, que é pra fazer pesquisas, o JC concursos que eu entro todos os dias pra saber as novidades.

D: O Google é o site mais pesquisado no Brasil. E tem assim algum site que você gosta muito, prefere muito, entra todo dia pra ver?

A: é esse mesmo de concursos, por causa do meu interesse, to sempre estudando.

D: Você tem ha quanto tempo seu celular?

A: Esse? Há uns quatro anos.

D: quatro anos? Nossa.. Você já teve quantos celulares na sua vida?

A: acho que uns dois só. Esse é o segundo.

D: Quais os recursos que ele tem?

A: Internet, Bluetooth, musica...

D: e você usa esses recursos?

A: pouco.

D: posso dar uma olhadinha nele? Ele tá...

A: é to precisando de outro já.

D: no caso você coloca ringtone, você coloca musica nele?

A: coloco musica...

D: e você escuta essas musicas?

A: Só na hora que toca.
D: só quando alguém liga pra você que toca musica. Você gostaria de um celular com mais recursos?
A: ah acho que não muda nada, falando ta bom.
D: falando tá bom, ah legal... falando com as pessoas né?
A: é, acho que é bobeira.
D: entendi esse aí tira foto?
A: tira.
D: e você tira muita foto?
A: muito difícil, a câmera é muito ruim.
D: e se a câmera fosse boa?
A: ah eu tiraria muitas fotos.
D: entendi bom nos falamos de duas coisas aqui que você utiliza, você consome a internet no computador é uma coisa, a outra coisa... O celular. O computador e o celular têm muitas coisas em comum hoje em dia, o que você destaca dos dois que pra você é importante?
A: eu me comunicar com alguém, como diz minha mãe, ela fala, você é doente, você não consegue ficar sem, se eu saio de casa e largo o celular, ela fala vai enlouquecer. E a facilidade de comunicação.
D: e o computador você já foi?
A: é...
D: o que eles têm de diferente assim que você acha assim?
A: é que hoje em dia o celular é praticamente um computador, você pode carregar pra todo lado, e muitos tem as mesmas funções.
D: você já fez acesso ao Orkut pelo celular, twitter essas coisas?
A: não porque meu celular não tem recursos.
D: você já ficou ultimamente algum dia desses tempos atrás sem o celular, esqueceu em casa o celular?
A: já..
D: e o que aconteceu? Qual foi a sensação?
A: parece que ta faltando alguma coisa, um pedaço de mim. é horrível. É assim com o computador também.
D: você se sente insegura, fragilizada?
A: Insegura.
D: Outra palavra que defina?
A: Sozinha, sei lá...
D: Ah tá legal.
A: Medo de precisar e não tá aqui.
D: É como se fosse um sentimento de solidão. O que seria a vida das pessoas sem celular?
A: Complicado né? Porque o mundo evolui muito e as pessoas não precisam dá... Tem que estar junto com as mudanças que o mundo teve. Então antigamente as pessoas ficavam sem se falar anos, não se viam, hoje é tudo mais fácil, facilita a vida das pessoas, agiliza nossa vida, é mais pratico.
D: Você mencionou que gostaria de trocar o celular né? Quais os recursos que seu celular não tem hoje que você gostaria de ter?
A: Não seria por recursos, é porque o meu como eu tenho há muito tempo, a bateria não tá pegando direito, por causa disso só, não por causa dos recursos, mas se eu pudesse pegava um com câmera melhor, com dois chips. Porque tem amigos que tem uma operadora e tem outros amigos que tem outra e ficam reclamando que “onde já se viu ter essa operadora, se eu quiser comprar a mesma”, então...
D: você teria algum comentário, alguma consideração pra falar sobre nosso bate papo, do que você achou da entrevista, já estamos no finalzinho.
A: o sentimento de solidão que eu sinto não é só comigo, não é só comigo, um monte de gente fala isso, “ai esqueci o celular, preciso voltar pra buscar”, como se tivesse perdido uma coisa muito importante, uma pessoa, parece que tá faltando alguém do lado. Mas a gente precisa

entender que não é assim, que quando você chegar à ligação vai tá lá e você pode retornar, a não ser que seja tipo um médico, não pode perder mesmo.

D: Só um instantinho aqui, deixa eu ver se faltou mais alguma coisa. Então eu agradeço você.

Entrevistador: Denio Arrais

Entrevistado: G. T. P.

Data 03/11/2010

Local: Faculdades Integradas Fafibe

Tempo: 21 min 14 seg

D: Iniciando com a entrevista com G.. Aluno do primeiro ano de Direito, Fafibe Bebedouro. O curso que você estuda é direito, sua faixa etária é entre os 17, 19 anos. Você é aluno do primeiro ano né? Seu estado civil?

G: Solteiro.

D: Solteiro. Uma renda aproximada... essa pergunta não precisa, se você não quiser responder.

G: 800, 900 reais

D: 800, 900 reais, ok, não é obrigatório. Como você faz no dia a dia pra se divertir, quais são as opções de diversão que você tem?

G: De semana eu trabalho normal, mais no final de semana. Lanchonete com os amigos, dar uma volta.

D: Então você trabalha e no final de semana...

G: Lanchonete, dar uma volta, baile, essas coisas.

D: Aqui mesmo em Bebedouro, ou você é de outra cidade?

G: Em outra cidade, moro em Pirangi. As vezes venho aqui pra bebedouro, ou na região inteira.

D: Então onde tem as opções de lazer, diversão você vai. Qual o tipo de diversão que você vai quando sai da sua cidade?

G: Baile, rodeio.

D: Baile, rodeio, ótimo.

G: Onde tem mais povoamento.

D: Onde tem mais gente, mais jovens assim como você? Por exemplo, existem outras opções como cinema, você curte o cinema?

G: Curto, mas na minha cidade não tem. As vezes venho aqui pra Bebedouro, pra Catanduva.

D: Em relação assim, quais gêneros que você gosta de filme.

G: Nacionais.

D: Filme nacionais. Bacana, por que você gosta mais de filmes nacionais, tem algum motivo especial?

G: Porque mostra a realidade do nosso país. Mostra mais o que acontece, é mais realista, mostra mais a realidade.

D: Na TV você assiste algum tipo de programa?

G: Mais programa esportivo mesmo.

D: E no caso filmes, você assiste na TV ou não?

G: Bem pouco, bem pouco.

D: Mais esporte mesmo né?

G: Isso

D: Então no caso seu programa favorito são aqueles que tratam de algum esporte ou jogo, futebol que você gosta, outras modalidades você curte?

G: Futebol.

D: Qual time você torce?

G: Palmeiras.

D: Não tá aqui mais eu vou perguntar, porque é o que você se identifica né? Importante isso.

G: Você gosta de musica?

D: Gosto.

G: Que tipo de musica você gosta?

D: Sertanejo universitário e rock nacional.

G: E você costuma escutar onde as musicas que você gosta?
D: Em casa, no bar com o pessoal e quando ta com os amigos também.
G: E quando você ta assim com os amigos, como você curte a musica? Como que é isso...
D: “Nós sai junto”, vai pro bar, aproveita...
G: Você tem algum equipamento, algum dispositivo de reproduzir musica, ou você escuta só do radio?
D: No radio, mp3, mp4, no computador.
G: Você utiliza outros meios assim né?
D: Você utiliza o celular pra escutar musica?
G: Utilizo, utilizo...
D: No seu dia a dia que você escuta musica, quais os horários que você escuta?
G: De semana é meio difícil porque eu trabalho, tem que ir pra faculdade, mais final de semana que eu escuto no quarto.
D: Você disse que escuta no final de semana, qual a frequência, todo final de semana que você escuta musica?
G: Em casa não muito, quando eu to mais de boa, sossegado em casa eu escuto, mas quando to com os amigos direto, sempre tem uma musiquinha.
D: Você trabalha onde mesmo?
G: Trabalho em ..., uma industria de alimentos.
D: Agora vamos partir para um outro tipo de... bom você costuma ler?
G: Sim.
D: Qual tipo de literatura que te atrai?
G: Que nem eu falo, eu gosto de esporte, então mais esportivo e agora no ramo do meu curso, mais voltado a história também.
D: Você já leu esse ano quantos livros mais ou menos?
G: Uns dois ou três, to mais parado.
D: Esses livros são livros técnicos de Direito?
G: De Direito.
D: E revista? Você lê também ou mais livros?
G: Revista quando eu vou na casa do meu tio eu leio a Veja.
D: E aqui na faculdade, você se utiliza assim das revistas?
G: Revistas não, mas livros sim, frequentemente.
D: Então você comentou pra mim, Veja. Tem mais alguma outra?
G: Revista? Veja, época... essas mais.
D: E jornal?
G: Jornal quase nunca.
D: Bem pouco né? Você já me disse que utiliza as revistas pra se informar, ver as noticias e tudo mais, e você comentou que não vê muita TV. Como você faz pra se atualizar das noticias do dia?
G: Internet também né? Internet ajuda bastante, É que nem eu falo, chega do serviço, toma banho e vem pra faculdade, aí fica meio difícil, mas vezes trabalho de final de semana também, é meio complicado.
D: Internet você fica mais ou menos quanto tempo, quais dias da semana você acessa?
G: Acesso todo dia, mais de segunda a sexta é bem pouco. 1 hora no máximo.
D: Uma média de 1 hora por dia durante a semana e no final de semana?
G: Mais, bem mais.
D: Você tem acesso na sua casa?
G: Tenho, tenho.
D: É banda larga?
G: É.
D: E você passa no final de semana quantas horas?
G: Umas 5, 6 horas.
D: Através disso você se informa.
G: “Se informo”, converso com os amigos também.

D: Você participa dessas redes sociais?
G: Participo.
D: Quais?
G: Orkut, MSN, formspring.
D: Tem mais algum outro?
G: Não só esse mesmo.
D: O que você acha disso?
G: Tem o lado positivo e o negativo, o positivo é que você pode interagir, quem nem Orkut você pode conhecer comunidades, conhecer coisas do seu curso, pode varias informações. MSN também, pode conversar com familiares, conhecer gente nova. E o lado negativo é que tem um pessoal que é chamado burro também né? Que judia muito, faz brincadeira de mal gosto que pode gerar muito problema.
D: Você disse que gosta de curtir os amigos, além das casas de amigos você vai a casa de parentes?
G: Vou na casa dos meus tios, final de semana quando dá eu sempre vou.
D: Você curte muito o lance de família, é importante pra você?
G: Sempre né? Família é o elo.
D: Além disso você tem alguma atividade de lazer que pratica?
G: Como assim, por exemplo?
D: Você disse que gosta de musica, gosta de ir nas festas, você pratica esporte quando dá tempo.
G: Jogo com os amigos, clube.
D: Como é o clube? Lá na sua cidade mesmo?
G: Na minha cidade tem um clube, mas agora ta parado. Vira e mexe vou nas termas.
D: Ah é que as termas é pertinho e é muito bom.
G: Então nesses ambientes você encontra os amigos, faz novas amizades, serve pra isso né? Tem alguma atividade de lazer que você gostaria de fazer, mas por questão de trabalho, estudo você não realiza?
G: Ah como todo fim de ano o pessoal vai pra praia e é bem difícil por causa do serviço ir pra praia e tudo, mas a gente dá um jeito.
D: Por que você falou a praia?
G: Porque lá é amplo, porque você pode fazer qualquer tipo de coisa, pode nadar, se divertir.
D: Tem varias opções de lazer num único local né? E também o verão né? Foge um pouco da rotina aqui do interior né?
G: Ficar aqui é cansativo demais.
D: Por que você considera cansativo?
G: Cansativo porque fica só na mesma coisa entendeu? De segunda a sexta, trabalhar, chega tomando banho na correria, sai do serviço toma banho e vem pra faculdade, sempre a mesma rotina. Acorda cedo e dorme tarde, é complicado.
D: Então vira uma rotina. Essas coisas são mais pra conhecer seu dia a dia né? E agora vou fazer umas perguntas mais especificas na questão do consumo. No caso, você mencionou que costuma acessar bastante a internet. Você compra pela internet?
G: Compro, compro.
D: Em média quantas vezes por mês?
G: Não é com muita frequência. Eu compro mais tipo, coisas ligadas a, por exemplo sou palmeirense, compro camisetas, compro roupa pra sair, tênis, mala de viagem, eletrônicos.
D: Você já comprou celular pela internet?
G: Celular não.
D: E você acha que é um meio confiável pra comprar?
G: Hoje em dia é. Tem muito site seguro. Não são todos, mas...
D: Você já teve alguma experiência ruim?
G: Por enquanto não.
D: Você usa a internet pra consumo, além de comprar, você usa pra pesquisar?
G: Já falei, uso pra relacionamento, Orkut, MSN, pesquisas, compras, trabalhos de faculdades, jogos, brincar...

D: Além do Orkut, MSN tem algum site que te atrai assim, que você sempre consulta?

G: O site que eu mais freqüente, o ... na área de esporte, também o globo, que tem tudo, entretenimento, notícias, esporte, é amplo né?

D: Tem uma variedade grande de informações, isso que te atrai lá né? Você tem um celular atualmente?

G: Atualmente tenho.

D: Esse aparelho você tem há quanto tempo?

G: Uns três anos.

D: Três anos? Ah... e você ao todo tem há quanto tempo celular lá?

G: Celular? Uns três anos mesmo.

D: Ah é seu primeiro celular?

G: Primeiro.

D: E o celular representa o que pra você?

G: Ah celular, é que hoje eu esqueci, porque sou burro, mas celular quando você esquece alguma coisa te ligam, informações do serviço.

D: É um instrumento que você usa pra varias coisas. Por exemplo hoje, qual a sensação que você tá tendo que você ta sem celular? Que você ta sentindo com a falta do aparelho?

G: Não to muito apavorado, mas é bem diferente, é estranho. Preocupação que alguém ligue pra mim perguntando alguma coisa, ou algum amigo meu pode tá lá fora da faculdade me ligando, é complicado. Mas não vou falar que eu fico louco, não é controlado.

D: O seu é pós pago, pré pago?

G: O meu é pré pago.

D: Além do uso convencional do celular, por exemplo conversar, tem mais alguma outra função que você utiliza o celular?

G: Uso mais pra telefone e mensagem.

D: Ah, mensagem.

G: (...) esses celulares novos, cheio de tecnologia e um monte de coisa. O meu é feio e uso só pra ligar, mandar mensagem. Como eu te falei fico obcecado se ficar sem, sou mais tranqüilo.

D: E no caso você falou pra mim de mensagem, essas mensagens como é que você faz, como é que é o uso da mensagem no seu dia a dia no seu celular?

G: É mais como lazer, mandar mensagem pra um amigo, uma garota, conversar, dar um volta, mais pra economizar crédito mesmo.

D: Entendi. O seu não tem recursos, mas você já mandou foto alguma coisa?

G: Já, já. O meu tem Bluetooth. Mas bem pouco, uso mais pra ligar, mandar mensagem mesmo.

D: E você gostaria de ter um celular com mais recursos?

G: É bom, toda tecnologia nova é bom, mas como eu falei, nunca usei, nunca experimentei então não sou muito obcecado, entendeu? Mas se tiver possibilidade de comprar, eu vou comprar, com certeza.

D: Já teve algum momento que teve falta de um celular com mais recurso na sua vida?

G: Não.

D: O seu celular você personaliza ele? Coloca vídeo, hino do palmeiras?

G: Coloco musica, toques, tons, vídeo assim não.

D: Que tipo de musica você coloca?

G: Sertanejo e rock nacional.

D: Que você já disse né? E os toques mesma coisa?

To perguntando porque tem pessoas que as vezes colocam capas pra não cair, proteger, nesse sentido que eu fiz a pergunta, porque quando você coloca musica já esta colocando suas preferências. O celular é um aparelho que possibilita algumas coisas que outros equipamentos como o computador também possibilita, que que você compara do seu celular e do seu computador. Que eles tem em comum e que eles não tem em comum?

G: Celular e computador pra mim é diferente, apesar de ambos conversar interagir, entendeu? Igual assim é mais o contato, às vezes conversa por celular, às vezes por computador, mas claro que o computador é bem melhor, bem mais eficiente que o celular, dá pra fazer varias coisas. Celular é mais pra cidade, urgência, mais na hora.

D: Como seria a vida, não sua, mas o mundo funcionaria melhor ou pior sem o celular?
G: Seria difícil né? O mundo já acostumou né? Varias coisas né? Pedir informação, emprego, locomoção, hoje em dia é complicado, sem celular fica muito difícil.
Então você acha que reflete no seu dia a dia também?
G: É sem celular é complicado.
D: Então pra fechar, estamos terminando aqui as entrevistas, enumere pra mim o que você utiliza o celular, o que você acha importante agora.
G: Agora, como eu já falei que nem o celular é mais para o dia a dia, pra conversar, uma informação. Eu utilizo bastante, mas não é uma coisa que eu vou ficar atordoado se não tiver, celular é mais pra conversar contar, é mais importante.
D: Você já ganhou dinheiro com o celular? Não digo vender, mas uma oportunidade de emprego, uma oportunidade de negócio, “olha tá tendo uma oferta de tal coisa”.
G: Meu emprego né? Indicara e ligaram pra mim no celular, é o emprego que eu to hoje, faz dois anos. Foi uma empresária lá da minha cidade, amiga do meu pai que me ligou e o celular as vezes ajuda, as vezes atrapalha, tem muita gente enchendo o saco assim no final de semana.
D: Vamos dizer assim, pra você foi importante pra conseguir o emprego, mas tem outra passagem na sua vida que o celular foi importante?
G: O emprego, meu pai, a saúde “vem aqui em casa correndo”. Me ajudou muito também.
D: Tem mais alguma coisa pra falar?
G: Não tranquilo, so falo que entrevista sobre celular, é uma coisa muito, mas não fica a mercê dele né? Não dependo muito dele, se eu ficar sem, claro vai ficar mais difícil de conseguir as coisas, mas não vou ficar desesperado.

Entrevistador: Denio Arrais

Entrevistado: M. M. C.

Data 14/11/2010

Local: Residência da entrevistada na cidade de Barretos – São Paulo

Tempo: 22 min 46 seg.

D: Entrevista com M. M. C., dia 14 do 11 de 2010. Aluna da UNIFEB na cidade de Barretos, que cursa o segundo ano de Engenharia Química.
Bom M., começando nossa entrevista, faça uma apresentação de você, quem é você...
M: Bom, meu nome é _____, faço Engenharia química na Unifeb, to no segundo ano, moro aqui em Barretos com meu pai, minha irmã. É isso.
D: Ok, você trabalha?
M: Não, por enquanto não, to procurando serviço.
D: Qual sua idade M.?
M: 19 anos.
D: Estado civil?
M: Solteira.
D: Bom, como você não trabalha, você não tem renda. No caso seu pai que é a fonte de renda.
M: Isso, meu pai e minha mãe.
D: Bom, você tem celular?
M: Tenho.
D: Ótimo. Antes de falarmos sobre o celular que é nossa pesquisa é focada no consumo de celulares. Gostaria de saber se você assiste TV?
M: Assisto.
D: Quais programas você gosta?
M: Gosto do Jô, Altas Horas, CQC, Jornal quando dá pra assistir.
D: Quais canais você tem preferência?
M: Globo.
D: Quantas horas mais ou menos, ou minutos você assiste por dia?
M: De duas a três horas no máximo.

D: Tem algum dia na semana que você assiste mais?
M: Domingo.
D: As aulas suas, são de segunda a sábado, ou de segunda a sexta?
M: Segunda a sexta, mas eu to fazendo um curso no sábado também.
D: Curso de extensão na área de engenharia química mesmo?

D: Por que você gosta desses programas que você mencionou, o que atrai nesses programas?
M: Porque tem entrevista, acho legal assim pra gente saber mais sobre as pessoas.
D: E saber sobre as pessoas é bom pra você por que?
M: Pra saber do cotidiano, pra se divertir também, muitas entrevistas são engraçadas.
D: Entao pra se divertir e aprender também... você escuta radio?
D: Qual estação de radio você prefere?
M: Independente FM.
D: Quais os tipos de musica?
M: Musicas mais antigas.
D: Antigas que jeito?
M: Nacional, internacional, flashback, cazuza, legião...
D: Quais os gêneros?
M: Gosto mais de MPB, mas gosto de tudo.
D: Quais os outros gêneros que você gosta também?
M: Sertanejo.
D: Voce escuta radio sozinha? Na companhia de outras pessoas?
M: Geralmente sozinha, mas as vezes com a minha irmã também.
D: Tv você assiste só, ou com sua família?
M: Geralmente sozinha, é mais a noite né?!
D: O curso é período integral?
M: não, noturno.
D: Entao você gosta mais de flashback, rock nacional, sertanejo e MPB...
M: E MPB, isso...
D: Além de assistir televisao e radio, quais são os outros tipos de lazer que voce tem?
M: Lanchonete, lago, mas não é tanto assim. Mas ficar em casa mesmo.
D: Voce vai com quem? Vai com amigos, família?
M: Família, amigos muito pouco.
D: E você costuma visitar sua família?
M: Costumo.
D: Sua família é aqui de Barretos mesmo?
M: Não, lá em Carneirinho, aqui não.
D: Carneirinho, Minas Gerais. Assim, atividades que você faz em grupo, família, amigos, tem outras além estudar com colegas, na escola, tem alguma outra coisa que você faz, por exemplo viajar, passeio?
M: Não, viajar só com a família, com os amigos não.
D: Quais os hábitos de leitura seu? Voce gosta de ler?
M: Gosto.
D: Que tipo de leitura você gosta?
M: Gosto de livro de auto ajuda, livro de guerra que tem romance.
D: Quantos livros mais ou menos você lê por ano?
M: Acho que mais ou menos uns 5. É mais nas férias que eu tenho tempo.
D: Voce gosta de assistir filmes?
M: Gosto.
D: Voce assiste filme na TV?
M: Assisto, mas é muito de vez em quando.
D: Voce costuma ir no cinema?
M: Não, porque aqui não tem né?
D: E DVD? Alocar DVD você costuma?

M: Costumo.
D: quais os gêneros, quais os tipos?
M: Comédia, romance e filme de época, de guerra.
D: Voce gosta de guerra?
M: Gosto.
D: Além de livros, você lê alguma outra coisa? Jornais, revistas?
M: Quando tem eu leio. Alguma matéria que eu ache interessante.
D: No caso de revistas, qual você gosta de ler?
M: Veja, que é bem informativa.
D: Por que você gosta da veja especificamente?
M: Porque eu acho boa as matérias que ela tem, trata de bastante coisa.
D: Mais alguma outra revista?
M: Não.
D: Livros técnicos da sua área você costuma ler, ou somente os sugeridos pelos professores em sala de aula?
M: Só os que são sugeridos, quando precisa de algum relatório, alguma coisa.
D: Você costuma ler jornal?
M: Não.
D: Por que você não Le jornal? Qual o motivo?
M: Porque não tem, aqui em casa não chega, então eu nem vou atrás pra ler. Mas quando tem eu leio, mas dificilmente tem.
D: Nas suas férias ou nos finais de semana, você costuma se divertir como? Que foge da rotina?
M: É que eu fico mais em casa, mas quando eu saio vou mais em lanchonete. Quando eu to em Carneirinho saio com a minha mãe, pesque e pague, essas coisas, mas eu fico mais em casa mesmo.
D: Voce gosta de ir no pesque e pague? Gosta de pescar?
M: Não.
D: Só vai pra acompanhar mesmo? Só come o peixe né?
M: Só...
D: Em Carneirinho quais as opções de lazer que tem lá?
M: Ah eu acho que lanchonete só.
D: E o pesque e pague?
M: O pesque e pague é uns 30km de lá.
D: EM Rio Grande?
M: Não, é pra frente de Alexandria, antes de chegar em Carneirinho.
D: Tem alguma atividade de lazer que você gostaria de praticar mas não pratica por algum motivo?
M: Caminhada eu gostaria de praticar, mas eu não vou porque não tem muito tempo.
D: Algum outro esporte que você gosta?
M: Não.
D: Só caminhada mesmo né? É falta de tempo?
M: Só... é.
D: A respeito da internet, você acessa?
M: Acesso.
D: Quantas horas mais ou menos, ou minutos por dia você acessa?
M: Acho que umas 3 horas, quando tem pesquisa eu fico bem mais.
D: No final de semana você fica quantas horas na internet?
M: Umas 4, 5...
D: E você acessa a internet pra que?
M: Mais pra comunicação com meus amigos, principalmente pra pesquisa do trabalho da faculdade.
D: Mais pra comunicação nas redes sociais né? Quais redes sociais que você pertence?
M: Orkut e MSN só.
D: Só esses dois?

M: só...

D: Voce tem muitos amigos no orkut?

M: não, só os que eu tenho mais contato mesmo.

D: quantos mais ou menos?

M: Acho que uns cento e pouco.

D: No MSN mais ou menos quantos?

M: Uns 50, mas que eu converso mesmo mais ou menos uns 10.

D: O que você acha da internet para as pessoas, pra você, principalmente pra você. Ela é importante, ela não é?

M: Eu acho que é. Porque por exemplo pra fazer minhas pesquisas é muito mais fácil ir na internet do que ficar procurando em livros. Pra comunicação também, a gente que mora tão longe da família, dos amigos é bom.

D: Ajuda a aproximar bastante vocês.

M: Ajuda.

D: E pras pessoas de modo geral você acha que ela também tem esse mesmo peso, ou você acha que pra outros tipos de pessoas ela tem outras funções?

M: Deve ter outras funções, pra outras pessoas é mais importante pro serviço, é mais focado.

D: Pra trabalho tudo mais... legal. Bom então agora eu vou falar um pouquinho do celular. Então a gente fecha essa primeira parte da entrevista, e aqui a respeito do celular. O seu celular você tem ele há quanto tempo? Esse aparelho atual?

M: Acho que uns 2 anos.

D: Voce já teve outros aparelhos?

M: Não.

D: esse é seu primeiro?

M: é.

D: Voce usa muito ele?

M: não, só pra falar com a minha mãe, meu pai.

D: Ele tem algum recuso além de telefonia, além de conversar que você usa?

M: Tirar foto, mas muito pouco.

D: E além disso, de falar e tirar foto, você usa ele pra alguma coisa?

M: Mandar mensagem as vezes.

D: Voce manda mais mensagem ou fala?

M: Falo.

D: O que o celular representa pra você, na sua vida? No seu dia a dia, ele é importante não é, ele representa o que pra você?

M: eu acho importante porque eu falo com a minha mãe todo dia, com meu pai. Igual se acontecer alguma coisa com a minha Irma ou comigo a gente tem jeito de ta falando assim, ta se comunicando.

D: Eles moram lá em Carneirinho ou estão morando aqui?

M: Minha mãe mora em Carneirinho e meu pai ta em Itajaí, Santa Catarina. Aí a gente se comunica.

D: Entendi, então você sempre mantém contato com os dois.

M: Isso.

D: Qual modalidade de conta que você tem? Pré pago, ou pos pago?

M: Pre pago.

D: Voce disse que só usa pra falar, tirar foto de vez em quando e torpedo. Alguma função de internet você usa no seu celular?

M: Não.

D: Ah ta. Voltando um pouquinho na internet aqui, a respeito dos sites seus de preferência, quais são os sites que você mais acessa?

M: Yahoo, porque eu tenho o email da sala pra gente ta mandando matéria, Orkut, Google pra fazer pesquisa e só.

D: Esses são os sites e tem o MSN que você disse que usa também...

M: é.

D: Voce usa o Google pra pesquisar né? Tem mais algum outro fora o Google?
M: Não. Não, que eu me lembre não.
D: Da faculdade você usa?
M: Uso pra ver nota. Saber o que ta acontecendo, se tem algum curso.
D: Perfeito, lá na faculdade você utiliza a internet ou só na sua residência, porque no trabalho, você não trabalha no momento né? Mas na faculdade usa a internet lá?
M: Dificilmente, só quando eu fico sabendo que saiu uma nota que eu ainda não vi aí eu vou lá consultar.
D: O seu celular tem alguma personalização sua nele? Ele ta do jeitinho que você comprou, você colocou algum enfeite, alguma coisa nele?
M: Só a tela que tem uma foto do meu irmão, mas de resto ta tudo a mesma coisa.
D: E tem alguma musica que você gosta, algum ringtone?
M: Tem umas musicas que eu pus, 3 musicas só.
D: Uma coisa que ta acontecendo, por isso que eu perguntei de internet, celular, é que o celular ta caminhando pra se tornar um computador né? O que você acha disso?
M: Eu acho que pra muitas pessoas é importante, principalmente pra trabalho, as pessoas saem de casa, as vezes não tem jeito, ai ta com um celular que tem internet pode ficar atualizado com tudo que ta acontecendo. Ta mais portátil tudo agora.
D: O que é esse negocio de portátil que você ta falando?
M: Ah por exemplo, você ta conectado a tudo sem precisar ta no seu trabalho, por exemplo você vai pra uma fazenda tem a possibilidade de ta conectado, vendo tudo que ta acontecendo do lado de fora.
D: Entendi, então ele te possibilita estar em vários lugares ao mesmo tempo, sem estar e se comunicar com varias pessoas também, isso que você ta querendo dizer né?
M: Isso.
D: Voce recebe mais mensagens ou as pessoas te ligando no seu celular?
M: Mais ligação.
D: Como seria a vida das pessoas sem celular? Como seria o mundo sem celular? O que você acha?
M: Seria mais difcil pra comunicação, porque muitas pessoas precisam, mas pra mi m não faria tanta diferença, mas pra muitas pessoas fariam, que precisam muito do celular, que vivem em torno do celular.
D: Me explica isso, o que significa uma pessoa que precisa muito do celular?
M: A pessoa que trabalha por exemplo, precisa estar informada de tudo que ta acontecendo na empresa quando ela viaja, quando surge um imprevisto, se acontece um acidente, se você não tiver um celular perto fica difícil pra comunicar as pessoas, até pedindo ajuda.
D: Mais por questão de segurança, de apoio. Mas pras você não?
M: é que eu nunca precisei na questão de segurança, mas se um dia eu precisar vai ser muito útil. Pra conversar com meus amigos também as vezes.
D: então é importante ter ele porque numa emergência... é isso que você quer dizer?
M: é.
D: A respeito ainda do celular, você disse que é importante, mas não é tão fundamental, mas pra maioria das pessoas que é fundamental, o que significa pra uma pessoa dessa sair de casa um dia e esquecer o celular?
M: Muitas se sentem desesperadas, meu pai por exemplo se ele não tiver com o celular por perto, não tiver sabendo o que ta acontecendo na empresa dele, ele fica bravo, fica nervoso, tem que ta com ele.
D: E você por exemplo, vamos supor, se amanhã você vai pra algum lugar e de repente você lembra “a esqueci meu celular”, qual a sensação? Como você vai se comportar?
M: Não, eu não me importo muito, a não ser que minha mãe me ligue, aí ela fica achando ruim que não esteja comigo, e agora eu entreguei alguns currículos, é bom ta comigo se alguém ligar, mas não me importo tanto não.
D: ENtao no caso pra você, ele é importante pra receber a comunicação de outras pessoas.
M: É.

D: Entao no dia a dia o celular é um instrumento...

M: É dispensável.

D: Esse aqui é o terceiro bloco e a gente vai partir para o... ou melhor segundo bloco e vamos partir para o ultimo bloco que também é mais rápido, algumas considerações finais a respeito do celular, o que você pode dizer a respeito desse aparelho em poucas palavras?

M: Ah acho que facilita muito a vida das pessoas, deixa algumas felizes pelo fato de ta se comunicando com quem elas gostam, mas pra mim não é tão importante assim, mas é muito importante pras pessoas, facilita muito a vida.

D: Bom agora ultimo bloco é a respeito de consumo, não só de celular. Como você faz suas compras? Você por exemplo quer comprar um produto, como você vai se informar sobre esse produto?

M: Igual quando eu quero saber o preço vou na internet e vejo quanto que ta, vou nas lojas, vejo se não ta muito (...)

D: E a internet é importante pra você fazer isso?

M: Nesse caso é.

D: Qual o benefício de você fazer assim, o que você ganha fazendo a consulta pela internet?

M: Muitas vezes pra eu saber se o preço não ta muito fora do que ta no mercado assim.

D: Ok, legal, ótimo. E a respeito de propaganda de celular, ela te influenciam? As progagandas de um modo geral influenciam no seu consumo?

M: Não, acho que não.

D: Voce compra produtos que você quer, não influenciada pela mídia.

M: não, não sou não.

D: Ok, era basicamente isso. Então vamos concluir aqui a entrevista, muito obrigada M.

Entrevistador: Denio Dias Arrais

Entrevistado: S. R. S.

Data 29/12/2010

Local: Residência da entrevistada na cidade de Barretos – São Paulo

Tempo: 33 min 56 seg.

Denio: Qual o seu nome?

S: S. R. S.

D: Quantos anos, S.?

S: Vinte.

D: Qual curso você faz?

S: Letras.

D: Qual instituição?

S: Chama ISEB.

Denio: Na cidade de Barretos?

S: Isso.

Denio: Bom, pra iniciar a nossa entrevista, comente um pouco a seu respeito, faça uma apresentação sua.

S: Bom, me chamo S., terminei agora o curso de letras, vou me formar agora em janeiro, mas pretendo estudar ainda mais um pouco, porque meu sonho mesmo é medicina então eu vou estar correndo atrás desse sonho agora, vou estar me dedicando mais aos estudos pra alcançar esse objetivo, e pretendo que seja o mais rápido possível. Vou me esforçar o possível ai.

Denio: Ótimo. Bom S., a nossa entrevista vai falar um pouco sobre o seu habito de consumo, de celulares, e pra iniciar, até chegar o ponto que pretendemos, pra falar a respeito de celulares, eu vou fazer algumas perguntas anteriormente. Por exemplo, o seu estado civil?

S.: Solteira.

Denio: Se você quiser falar só um valor aproximado, a renda, só a renda, está em que faixa?

S: Setecentos.

Denio: Bom, você assiste TV, tem o habito de assistir TV?

S: Raro.

Denio: Mais ou menos quantos dias você vê assim por semana?

S: Uma vez, aos domingos.

Denio: E quantos minutos, horas?

S: No domingo pode aproximar numas três horas.

Denio: Então mais ou menos você assiste por semana três horas.

S: Isso.

Denio: Por que isso, por que você não assiste TV?

S: Assim, devido ao tempo de almoço ser curto, eu dedicar a outras coisas e também por chegar do serviço e em seguida ter que ir pra faculdade. Agora que nas férias assim, mas nem nas férias eu prefiro o computador, fico mais no computador do que na televisão. Então, no horário que seria da TV eu fico mais no computador mesmo.

Denio: Então você substitui, o período que você poderia estar vendo TV, você fica no computador. E no computador você vê o que assim, o que você fica fazendo no computador?

S: Olha, no computador eu gosto muito de um site de pesquisa que os professores da faculdade passou pra gente, ainda minha professora de espanhol também indicou alguns sites de exercícios, então eu gosto muito de ficar praticando, então eu fico mais praticando, até em jogos que tem mesmo nesse site pra estar aprimorando. Sites de relacionamento, no caso, Orkut também mexo bastante, o MSN.

Denio: Então você utiliza a Internet pra você se dedicar mais ao estudo, digamos assim, através pesquisa, de simulação de situações?

S: Isso.

Denio: Qual o idioma que você mais prefere estudar ou como você é aluna de Letras?

S: Isso. No curso eu optei por Espanhol, porque a demanda dos professores é bem pouca, não tem tanto professor formado em Espanhol, tem mais em Inglês, e o inglês eu faço separado, faço aula particular também. Então por isso eu optei pelo Espanhol. Que tinha pouco professor capacitado mesmo, formado.

Denio: Além disso você disse que também entra nas redes sociais, no caso do Orkut e do MSN. O que você fica fazendo assim no Orkut, no MSN e em outros sites de relacionamento?

S: No MSN eu só adiciono pessoas que eu realmente tenho contato mesmo, que eu converso, no entanto eu tenho até poucos amigos, porque quando eu entro, eu entro mesmo pra conversar com amigas, amigos, pessoas que moram fora, então eu utilizo mais o MSN pra isso. Contato que não precisa, antigamente tinha que ficar no telefone com amigas. Agora a gente fica no MSN.

Denio: Então o MSN substitui o telefone pra você?

S: Isso.

Denio: Você o considera um meio de comunicação tão eficiente como o telefone?

S: Isso.

Denio: É melhor ou não? Ou pior? O MSN em relação ao telefone? O que você pode falar?

S: Assim, o telefone é mais rápido. O MSN tem aquele caso que às vezes a pessoa te fala uma coisa e você entende outra. Mas eu acho assim, em compensação aos dois, o telefone no caso é o melhor, porque você já está ali fazendo um contato, parece que é um contato mais direto, por estar ouvindo a voz da pessoa e tudo mais. O MSN não. Se bem que o MSN também se você colocar o fone, você consegue ter esse contato do telefone também, tem esse lado da tecnologia. E possibilita a mesma função praticamente.

Denio: Mais ou menos quanto tempo na Internet você fica por dia?

S: Por dia? Pode por que umas duas horas.

Denio: Então mais ou menos na semana ou no final de semana aumenta? Como é?

S: É, no final de semana aumenta um pouco. Porque aí entro mais aos sábados, domingo também. Pode ser que aumente pra umas quatro horas, é o máximo que eu consigo.

Denio: De segunda a sexta mais ou menos duas horas e sábado e domingo umas quatro.

S: Isso.

Denio: Uma pergunta, voltando aqui. Você é de Barretos mesmo?

S: Isso. Nasci aqui e sempre morei aqui.

Denio: Bom, voltando aqui na TV. Você disse que assiste muito pouco e geralmente você assiste o que na TV? Quando você assiste.

S: Olha, quando um filme que vai passar me interessa, algumas vezes eu pego um jornal do meio dia e eu gosto também do esporte que passa. É as únicas coisas que eu assisto.

Denio: E por que você gosta de filme, jornal e esporte? Quais são os motivos que você (...)

S: O jornal é pra te deixar atualizado do que esta acontecendo.

Denio: Mas é importante ficar atualizado por que?

S: É importante pra tudo, ainda mais pra quem quer prestar um concurso é sempre bom estar atualizado. Se bem que a TV também traz muitas informações negativas, que tem esse lado, mas também tem que estar sempre atualizado do que acontece no mundo todo.

Denio: O que seriam essas informações negativas?

S: Eu acho que quando assim acontece um fato de um acidente ficam priorizando mais aquele assunto em vez de estar com uma matéria mais interessante. Focalizam muito tragédia, eu acho que isso é um fato negativo a TV. Relevam muito um fato negativo, uma tragédia.

Denio: Por que você acha que eles divulgam tanto fato negativo, ou ele só tem fato negativo?

S: Não, não. Alguns canais até que passam alguma coisa bem interessante. Tem algumas matérias interessantes, ate programas mais dinâmicos tudo, mas eu acho no caso das novelas, são, quem senta pra assistir uma novela é muito tempo perdido.

Denio: Então você não gosta de novela?

S: Não.

Denio: Você acha que é perda de tempo?

S: Eu acho.

Denio: Poderia estar fazendo o que assim?

S: Eu gosto, no almoço eu sento muito pra assistir Cultura quando passa transmissão aqui, porque eu acho que a Cultura é um canal assim, você pode ver tem desenho, tudo que passa lá é algo assim mais didático mesmo, eles se preocupam mais com essa parte. Não é como os outros canais que tentam só passar novela, novela.

Denio: Então como você é da área da Educação, faz Letras, você tem uma visão positiva da Cultura e de outros canais que tem esse mesmo perfil, que são mais educativos. Legal, você disse assim que não gosta muito de novela, mas tem um nome de programa que você gosta? Assim, qual seria o seu programa preferido, o nome dele.

S: Um programa preferido? Difícil, viu. Um programa preferido? Seria quando passa filmes mesmo.

Denio: E qual tipo de filme você gosta?

S: Olha eu gosto de filme de aventura, romance, comedia eu gosto muito.

Denio: E por que você gosta desses gêneros?

S: Bom, romance acho que toda mulher gosta de ver filme de romance. Comedia pra te distrair, pra te divertir também. E aventura é sempre aquela coisa mais dramática, aquelas coisas superficiais que não existem, mas interessantes.

Denio: Serve pra te distrair, vamos dizer assim?

S: Também. Pra você sair um pouco do real e ir pra um fato difícil de acontecer.

Denio: Sair do seu cotidiano, do seu, legal. Ótimo. O outro tipo de consumo seu no caso de meio de comunicação, você escuta radio?

S: Já ouvi mais. Hoje é só em festas, nem assim radio, porque em casa você coloca um CD lá pra tocar você nem escolhe uma estação de radio, mas quando eu era mais nova eu ouvia muito radio, porque a minha irmã ate dormia ouvindo radio, mas agora se eu te falar que escuto uma hora por semana é mentira. Não deve nem dar isso.

Denio: Então menos de uma hora por semana?

S: Menos de uma hora.

Denio: E por que isso? Por que essa mudança de habito?

S: Então, porque hoje você tem os CDs. Você vai lá, coloca as musicas que você prefere e ai você não segue mais uma estação.

Denio: Independente disso você escuta musica? Em geral, quanto tempo por dia você escuta musica em media?

S: Não da uma hora.
Denio: Ta certo. Mas você gosta de musica?
S: Gosto.
Denio: Qual tipo de musica que você gosta?
S: Aqui em Barretos tem que gostar de Sertanejo. Eu gosto muito de Sertanejo.
Denio: E tem mais algum tipo que você gosta fora o Sertanejo?
S: Em segundo lugar algumas musicas de pagode. Não são todas, algumas.
Denio: E você escuta sozinho, escuta na sua casa, escuta com amigos?
S: Geralmente quando eu escuto essas musicas a gente esta em amigos.
Denio: Então a musica tem um caráter também de reunir as pessoas? Ou as pessoas se reúnem pra ver musica? O que você acha?
S: Eu acho que quando esta em um lugar, em uma festa, o pessoal tudo reunido ai é bem interessante estar com uma musiquinha também, porque sem uma musica ai fica um clima mais reservado, mais tenso, a musica da mais uma relaxada.
Denio: Você acha que descontrai mais as pessoas, deixa as pessoas, elas conversam mais nesses ambientes. Anima mais, é isso?
S: Eu acho que sim, viu.
Denio: Bom, prosseguindo aqui. Você lê?
S: Bastante.
Denio: Quantos mais ou menos assim, quantos livros você lê por ano?
S: Por ano? Olha, nesses três anos. Vamos por ano mesmo como você perguntou, eu devo ter lido na faixa de uns quinze livros.
Denio. Quinze livros? Então da mais de um livro por mês.
S: Porque agora de férias a gente da uma parada, mas eu tive um professor que exigiu muito da gente em leitura assim, estar conhecendo vários livros. Então isso ajudou muito, eu adoro ler.
Denio: E quais tipos de leitura você faz ou fez ou gosta?
S: Eu li muito livro literário. Meu professor, como ele era de Literatura ele forçou muito a gente nessa parte, vamos ler literatura, então eu lia muitos livros literários.
Denio: Você lê alguns livros em língua estrangeira ou só em português?
S: Olha, não. Eu li só em português mesmo. Ate traduzimos um livro, mas foi em grupo também, não pegamos todas as partes, cada um, a gente dividiu, então nem chega a ter lido todo o livro.
Denio: Entendi. Então você faz a leitura dos livros porque você gosta e principalmente por causa dos seus estudos?
S: Isso.
Denio: E revistas, você lê?
S: Revistas? Olha, é mais quando eu estou no salão. Você tem que esperar então da uma lidinha em revista, mas eu não tenho o habito de ler revista não.
Denio: E quando você vai no salão qual que geralmente você lê?
S: Tem de fofoca, cabelo, então é mais esses tipos de revista. A gente também trabalhou muito com a revista Nós Escola.
Denio: Essa já é especifica na área da educação?
S: Sim, trabalhamos muito com ela. Seria outra revista.
Denio: Então basicamente a leitura que você faz é de revistas especificas do seu estudo.
S: Isso.
Denio: E você lê jornal?
S: Leio sim.
Denio: E você lê todos os dias, como é que se procede?
S: Não, não chega a ser todos os dias, porque o jornal que a gente recebe é lá no serviço, então na hora que da um tempinho eu dou uma folheada nele lá.
Denio: E quais que você lê?
S: Lá a gente recebe O Estadão.
Denio: Tem alguém jornal local que você, que eles assinam?
S: Não, não tem. Eu já li muito jornal local, mas esse ano eu não peguei ele não.

Denio: E quais são as sessões dos jornais que você prefere?

S: Olha, eu vejo muito a parte, a capa, traz praticamente varias noticias que vai ter dentro do jornal, depois eu gosto muito de noticias do mundo todo. Eu pego mais essa parte. O esporte também eu dou uma olhada.

Denio: Você gosta de esportes?

S: Eu gosto.

Denio: Você já praticou esporte?

S: Assim, quando eu era mais nova, sim. Na minha quinta serie era obrigado, então joguei muito pra escola, eu gosto muito.

Denio: Quais esportes que você (...)

S: Basquete, Vôlei, a gente tinha que jogar ate Futebol. Era bem rígida essa parte, era obrigado mesmo, não tinha opção não. Mas eu gostava.

Denio: Isso ai ajudou pra você ter interesse em acompanhar esporte.

S: Sim.

Denio: Legal, ótimo. Você disse que você lê jornal, com uma certa frequência. Por que você busca a leitura do jornal?

S: O jornal também ele é uma fonte que ele esta sempre atualizado ali, ele sempre tenta trazer também pra pessoa que lê todas as informações possíveis, então por isso eu acho o jornal muito importante. Eu acho ate que eu deveria ler mais jornal. É que realmente lá no serviço, o tempo também acaba sendo curto pra gente fazer varias coisas. Como em casa a gente não assina, eu só tenho esse tempo mesmo no serviço pra estar dando uma olhada.

Denio: E você assim, por que você acha importante a leitura de jornal, repetindo um pouquinho? Você disse que ajuda na sua formação tal, tudo, mas por que você acha, alem de pra você, pra outras pessoas, é importante a leitura do jornal, dessas informações?

S: Olha, importante é, eu retorno a falar que, mais informações. A pessoa que sempre, que todo dia lê jornal ela esta todo dia informada do que esta acontecendo, dentro da cidade, ou ate mesmo fora, porque o jornal ele busca isso, estar mostrando para as pessoas o que esta acontecendo dentro e fora. Essa é a importância, a grande importância da leitura do jornal. Atualidades, conhecimento também.

Denio: E hoje é importante a informação, o conhecimento das pessoas por quê?

S: Eu acho que toda pessoa tem que tem um conhecimento, ser atualizado, porque o mundo hoje, quando você vê o que é a atualidade já se tornou passado e outra coisa e inovou. Então as coisas estão girando muito rápido. Então por isso que é importante você estar antenado no que esta acontecendo.

Denio: Bom, agora vamos mudar um pouquinho. Eu vou perguntar um pouco sobre o seu lazer. Você, qual é o seu lazer, como que você se diverte, distrai?

S: O meu lazer? Agora nas férias a gente da pra falar de lazer. Estou indo bastante pra um clube também no domingo, é o lazer. Seria mais o lazer.

Denio: Durante o período que você estuda você praticamente não tem lazer?

S: Não, não tenho, praticamente. É mais nesse ano que foi o ultimo ano da faculdade. Foi bem difícil. O serviço também exige muito, então você acaba ficando voltado pra as outras coisas e o lazer mesmo você acaba deixando um pouco de lado.

Denio: Você não vai em festas, não sai com amigos? Ou fica difícil isso?

S: Olha, tem, tem festas. Aqui tem a Festa do Peão também que para tudo, da pra você aproveitar um pouco.

Denio: Mas nesse caso é em agosto.

S: É em agosto. Mas é só mesmo. Tem algumas reuniões em grupo, no caso de pessoas do serviço, da gente estar se encontrando mais tarde. Ou a gente mesmo sai do serviço e vai comer alguma coisa. Então seria mais essa parte de lazer.

Denio: Ok, então você faz essa civilização com pessoas do seu trabalho. E na escola? Acontece também ou não, na faculdade?

S: Olha a minha faculdade assim, como a maioria muitas mulheres eram casadas, tudo, então teve pouco assim, envolvimento. Só quando eram realmente festas realizadas pela escola e

conseguia juntar uma turma. Mas assim, que saiam turmas da faculdade junto, isso não acontece. Difícil.

Denio: Pelas características do curso?

S: É.

Denio: Bom, deixa eu te perguntar aqui. Agora mudando um pouquinho mais de assunto, dentro dessas atividades que você faz assim de lazer, tem alguma que você gostaria de praticar e não pratica?

S: Acho que o lazer também pra mim seria viagem, e eu não pratico.

Denio: Então você gosta de viajar?

S: Gosto.

Denio: E por que, o motivo que impede isso?

S: O trabalho.

Denio: Por que você gosta de viagens?

S: Conhecer outros lugares. Você também acaba saindo, só de você estar saindo do seu ambiente natural tudo, você vai estar vendo coisas novas, conhecendo, descobrindo, culturas diferentes. Porque querendo ou não, cada parte vai ser uma cultura diferente pra você conhecer.

Denio: E isso é bom, adiciona pra você em que?

S: Isso soma também em conhecimento. Você estar adquirindo alguma experiência nova. E a viagem serve também pra te relaxar. Se bem que cansa, quando você volta, você volta bem cansado, mas só de falar que ai viajar isso é muito bom.

Denio: Bom, prosseguindo aqui, no ultimo bloco, nós vamos falar a respeito de celular. Você tem celular?

S: Tenho.

Denio: Geralmente você troca de quanto em quanto tempo o seu celular?

S: Olha, eu demorei pra trocar o meu celular, esta com uns seis anos. Fiquei seis anos com um aparelho, fui trocar agora. Esta com um mês que eu troquei.

Denio: E por que você ficou tanto tempo assim com o celular?

S: Porque ele é muito bom, ate hoje eu ainda uso ele. O novo ainda deixa muito a desejar, então eu acabo usando o velhinho ainda. Eu carrego os dois na bolsa.

Denio: Você tem vinte anos. Quantos celulares você teve ate hoje?

S: Dois. Não, três.

Denio: Então você teve um seis anos um, um mês, e o restante do tempo o primeiro.

S: É que eu ganhei o celular bem, eu era muito novinha quando eu ganhei celular.

Denio: E você ganhou de quem?

S: Eu ganhei da minha avó.

Denio: E por que ela te deu o celular? Qual o motivo?

S: Na época era febre o celular, todo mundo tinha. Eu tinha treze anos na época do celular.

Denio: Então há sete anos atrás. E hoje o celular não é mais febre?

S: Hoje o celular é, acabou se tornando uma coisa essencial, você tem que ter.

Denio: E por que você tem que ter? Por que as pessoas tem que ter o celular, pra você?

S: Pra mim, eu acho o celular importante assim, saber onde esta uma pessoa, se bem que também o telefone faria isso, se bem que o celular faz assim direto com a pessoa, você não corre o risco de ligar e outra pessoa atende, porque o celular é uma coisa própria. Cada um tem o seu, então, com certeza você liga no celular e vai falar diretamente com a pessoa.

Denio: Então o celular esta vinculado a cada individuo? Faz parte da pessoa?

S: É também.

Denio: Qual a modalidade da conta do seu celular? Pré pago ou pós pago?

S: O meu é pós pago.

Denio: Como você faz, assim, você usa Internet no seu celular?

S: Não, nunca usei.

Denio: Ele tem esse recurso?

S: Tem, tem sim.

Denio: Mas você nunca usou?

S: Não.

Denio: E voltando um pouquinho em Internet. Você compra pela Internet?
S: Já, já comprei. Eu ate mesmo o celular foi comprado pela Internet.
Denio: A ta. Esse celular atual?
S: Isso.
Denio: E assim, você entra na Internet pra comprar o que, por exemplo?
S: Olha, eu vejo muita promoção. No caso eu estava interessada em comprar uma cama, então eu fiquei pesquisando bastante. O celular eu também pesquisei pra estar vendo o melhor lugar, se era confiável.
Denio: E você comprou a cama pela Internet?
S: Comprei. Celular, cama, Baby Lis, Secador.
Denio: Então vários tipos de produtos diferentes você já comprou pela Internet.
S: Já comprei pela Internet.
Denio: Bom, você tinha comentado anteriormente no seu site que esta relacionado a você aprender, te preparar mais pra sua profissão, e você disse site de compra agora. Quais seriam os sites que você mais gosta de comprar?
S: Olha, eu uso muito Mercado Livre. Eu já comprei bastante da Ricardo Eletro, Magazine Luiza, eu entro mais nesses sites mesmo. Compra Fácil também é um site muito bom.
Denio: E por que você compra na Internet?
S: Com certeza eu pesquisei também nas lojas aqui de Barretos e pela Internet saia bem mais em conta, o frete gratuito, então.
Denio: Tinha uma diferença grande?
S: Tinha.
Denio: Bom, agora voltando novamente para o celular. Você personaliza o seu celular?
S: Olha, esse novo eu personalizei pouco, mas o antigo.
Denio: E como você personalizou ele?
S: Tudo possível. Tudo que eu soube mexer, eu que fui fuçando, aprendendo, eu fui personalizando ele. Praticamente mudei ele todo.
Denio: E você colocou capinha nele, colocou adesivo?
S: Coloquei. Adesivo não, capinha.
Denio: E por que você colocou capinha?
S: Pra proteger. Proteger, durar mais. Quando cair no chão já não quebrar de cara. Se bem que o meu caiu varias vezes.
Denio: E não quebrou?
S: Não. Ele é muito bom.
Denio: Bom ai você falou da personalização, você grava musicas, vídeos, o que você grava nele? Conteúdos?
S: Olha, como ele é antigo ele tinha uma memória muito curta, então musica coube só umas duas, mas vídeo deu pra gravar bastante vídeo, tudo.
Denio: Nesse atual você já faz isso?
S: Não.
Denio: Não teve muito tempo?
S: Ainda não. Só o necessário eu mexi nele ainda.
Denio: E o celular pra você, você disse que é importante e tal, especificamente, me fala melhor assim o papel do celular na sua vida.
S: Olha, o papel do celular na minha vida. Eu caracterizo ele como importante, porque você pode encontrar, conversar com a pessoa quando você quer. A importância dele também, pra mim (...)
Denio: Vamos supor que amanhã você sai de casa sem o celular.
S: Não, não dou conta. Acho que o mundo, acho que ninguém da conta mais. Sair de casa sem o celular, parece que esta faltando alguma coisa. Você sai, mas você não esquece o celular. Por mais ate que ele nem vai tocar, mas se alguém de procurar você esta ali no celular.
Denio: Você recebe mais chama ou faz?
S: Eu recebo mais.
Denio: E a comunicação por torpedo, SMS? Você faz muito?

S: Muito.

Denio: Você recebe muito torpedo?

S: Também, muito.

Denio: E por que você faz isso?

S: O torpedo é uma forma mais barata, pra você estar se comunicando. Você consegue passar varias informações por um torpedo que tem um custo menor.

Denio: Bom, você fala o celular pra você, o que ele representa, que você não consegue viver sem o celular, que você sente uma grande falta. Defina assim com uma palavra o sentimento que é sair sem o celular.

S: Um sentimento de vazio.

Denio: Bom, nós vamos partir agora para as considerações finais. Eu vou mostrar pra você aqui alguns anúncios, umas fotos de celular. Então eu gostaria que você me dissesse o que representa essas fotos.

S: Então essa figura na hora que eu olhei e eu li. No caso são jovens, os jovens sempre procuram uma tecnologia, no caso até celulares mais avançados tudo. Então no caso essa foto acho que pra mim representa isso. Um jovem mais tecnológico procurando mais tecnologia. Aqui no caso da portabilidade seria uma operadora que no caso agora ele estão com varias escolhas. Você esta livre pra escolher a opção que quer. Se você quer optar por uma operadora, tudo, o celular no caso te da essa oportunidade. No caso aqui eu escolhi dizer a verdade.

Denio: Você acha que essas fotos representam bem a realidade?

S: Pode ser que não.

Denio: Por que não?

S: Porque, celular é muito importante sim, tem varias coisas que podem ser mais importante que o celular. Você estar tendo contato direto com a pessoa, sei lá. Complicado.

Denio: Então pra você essas imagens não representam o jovem atual? Seria mais ou menos isso, só pra (...)

S: Seria.

Denio: Perfeito. Porque aqui a gente vê algumas situações, mas é uma interpretação mesmo.

Entrevistador: Denio Dias Arrais

Entrevistado: T. V. R.

Data 29/12/2010

Local: Residência da entrevistada na cidade de Barretos – São Paulo

Tempo: 18 min 30 seg.

Denio: Entrevista com?

T: T. V. R.

Denio: Qual a idade T.?

T: Vinte.

Denio: Você vai fazer o curso?

T: Administração

Denio: Qual instituição?

T: Colégio Barretos.

Denio: Colégio Barretos. Na UniBarretos, não é? Eu acho. Bom, pra iniciar a nossa entrevista, fala um pouco de você. Faça uma apresentação de você.

T: Então, eu estou com vinte anos, eu trabalho lá na Expresso, no financeiro, então eu me interessei em fazer administração porque eu já estou na área. Ai eu gostei lá do que eu faço ai eu quero fazer administração mesmo.

Denio: Pra te possibilitar mais oportunidades, não é?

T: Isso.

Denio: A nossa entrevista vai falar um pouquinho a respeito dos seus hábitos de consumo, e posteriormente eu vou perguntar um pouco pra você a respeito de celulares. Você já me disse a idade, você esta no primeiro ano, no caso. Qual o seu estado civil?

T: Solteira.
Denio: Sua renda é mais ou menos?
T: Setecentos e cinqüenta.
Denio: Setecentos e cinqüenta. Correto. Bom, você assiste TV?
T: Assisto. Bastante.
Denio: Assiste bastante? Quais programas você gosta?
T: Eu gosto do Jornal Nacional, eu gosto também da novela. Só, mas o que eu mais assisto assim é o jornal das oito e a novela das oito.
Denio: Então Nacional e novela. Por que você gosta do Jornal e por que você gosta da novela?
T: Do Jornal eu gosto porque eu fico sabendo de tudo por lá, que eu vejo todo dia. E da novela, eu gosto porque eu acompanho desde o começo mesmo.
Denio: E por que é importante você ficar sabendo das coisas pelo Jornal?
T: Por que eu gosto de ficar sabendo de tudo o que está acontecendo.
Denio: E isso te ajuda?
T: Ajuda. É importante. Você tem que ficar sabendo de tudo o que está acontecendo.
Denio: Por que as pessoas hoje precisam estar informadas?
T: Porque é importante. Vai fazer um concurso, alguma coisa, aí pergunta o que está acontecendo, o que não está.
Denio: Então pra concursos, pra trabalho.
T: Isso.
Denio: Facilitar pra conversar com outras pessoas?
T: Facilita. As vezes a pessoa esta falando de um caso e você já não sabe porque não viu no Jornal.
Denio: E aí te ajuda a ter uma opinião.
T: É verdade.
Denio: Sobre o que esta acontecendo. Não é isso? Tá certo. Mais ou menos quanto tempo você assiste por, por dia TV?
T: Por dia? Chega a ser, porque agora como eu não estou estudando, aí eu fico até mais ou menos umas oito horas vendo, aí depois eu já não vejo mais não.
Denio: Então por dia duas horas?
T: É.
Denio: Então Jornal e novela mais ou menos isso, duas horas?
T: Isso.
Denio: Final de semana você assiste mais?
T: Não. Final de semana eu nem assisto.
Denio: Ok. Quais os motivos que você não assiste no final de semana?
T: Porque eu não paro muito lá em casa no final de semana. Porque aí no sábado eu saio.
Denio: A tá. Você tem outras opções? Em vez de ficar assistindo TV. Você disse que gosta do Jornal Nacional e da novela. Ambos são da mesma emissora?
T: Da Globo.
Denio: Da Globo. Ok. Você escuta musica?
T: Escuto de vez em quando.
Denio: Você gosta de ouvir radio, você escuta radio?
T: Não.
Denio: Muito difícil?
T: Difícil.
Denio: Tá certo. É difícil por que assim, por que você não gosta ou por que (...)
T: Eu não gosto das musicas das rádios. Eu ouço mais cd porque eu gosto mais de musica eletrônica.
Denio: E nas rádios passa pouco?
T: É, nem passa direito.
(pausa)

Denio: Prosseguindo aqui na entrevista, nós estamos comentando a respeito do rádio, você disse que escuta pouco porque não tem musicas eletrônicas e tudo mais. Tem mais algum tipo de musica que você gosta além da eletrônica?

T: Eu gosto de Sertanejo também.

Denio: Mas primeiro eletrônica?

T: Isso.

Denio: Certo. E quando você escuta musica, você disse que é raro, mas você escuta geralmente aonde?

T: Eu escuto no celular, no mp3, no computador.

Denio: Você escuta com outras pessoas as vezes ou não, somente sozinha?

T: Não, sozinha.

Denio: Bom, prosseguindo aqui. Você, a respeito de hábitos de leitura, você gosta de ler?

T: Gosto, gosto bastante.

Denio: Você lê livros. Quantos livros mais ou menos você lê por ano?

T: Esse ano acho que eu já li uns sete mais ou menos.

Denio: Então da quase meio livro por mês. Mais ou menos isso, não é? Qual o tipo de livro que você gosta, o tipo de literatura que você lê?

T: Olha, eu leio bastante os livros espíritas.

Denio: Certo. Por que você gosta? É a sua religião?

T: Não. Porque eu gosto do assunto, as historias são assim bastante interessante.

Denio: Só pra mim saber. Sua religião, qual é?

T: Católica.

Denio: Então você gosta pra se interar mais nesse assunto. Bom, e a respeito de revistas, você lê?

T: Revista não.

Denio: Não? Praticamente nenhuma?

T: Não.

Denio: E jornal, você lê?

T: Também não.

Denio: Você gostaria de ler revistas, ler jornal, ou não?

T: Tem uma revista que eu gosto, minha mãe sempre traz em casa que é aquela Mente & Cérebro, que tem um monte de assunto interessante lá. Mas ai só quando ela traz também.

Denio: Ta certo. E deixa eu te perguntar, você assiste, você gosta de assistir filme?

T: Não, não gosto não. Prefiro ler historia do que assistir.

Denio: Bom agora eu vou te perguntar a respeito de lazer. Você disse que sai bastante, qual o tipo de lazer que você faz?

T: Eu saio pra festa assim a noite, barzinho.

Denio: E você vai só, com amigos, vai com a família.

T: Não eu vou com o meu namorado.

Denio: E ele gosta também?

T: Gosta.

Denio: Dos mesmos lugares e tudo mais. Então é um bom companheiro.

T: É.

Denio: E você sai assim em media, quantos dias por semana? Ou mais só fim de semana?

T: Eu saio assim, começo na sexta, ai eu saio sexta, sábado e domingo.

Denio: Ok, perfeito. Fora esses assim barzinho, tem outro tipo de atividade que você gosta, por exemplo, algum esporte, visitar algum parente. Alguma outra coisa que você também faça de lazer?

T: Esporte eu não gosto não. Eu gosto de ir na casa de parente mesmo.

Denio: E você é daqui mesmo de Barretos?

T: Sou.

Denio: E você esta fazendo o curso por que você quer mesmo? Administração no caso.

T: É porque eu quero.

Denio: Tem alguma atividade de lazer que você gostaria de fazer e não faz?

T: Eu acho que eu gostaria de fazer academia assim, mas eu tenho muita preguiça.
Denio: Mas pro causa da preguiça você não faz. Tempo por enquanto você esta tendo?
T: Não, por enquanto eu estou tendo, mas é porque falta de animo mesmo.
Denio: Entendi. Bom, agora a gente vai partir para um outro bloco que nós vamos falar sobre celulares. Você tem celular?
T: Tenho.
Denio: Há quanto tempo você tem celular? Não esse aparelho exatamente.
T: Acho que eu tive com uns treze anos.
Denio: Treze anos. Hoje você tem vinte então o primeiro foi com sete anos que você ganhou?
T: Não desde os treze.
Denio: Correto então você tem há sete anos o celular. E esse aparelho você troca em media de quanto em quanto tempo?
T: Esse aqui eu ganhei agora de natal. Mas eu troquei bastante de celular.
Denio: Mas ou menos assim, de quantos em quantos meses, anos?
T: Não, uns dois anos eu fico mais ou menos.
Denio: Uns dois anos? Ai você troca. Qual a modalidade de conta você tem. É pré pago ou pós pago?
T: Tenho pré pago.
Denio: Você faz, utiliza o celular pela Internet? Faz uso da Internet pelo celular mais ou menos?
T: Não, até que não.
Denio: Você entra muito na Internet? Consome bastante Internet?
T: Com o celular ou em casa?
Denio: Em casa.
T: Em casa eu entro bastante.
Denio: Mais ou menos quantas horas por dia?
T: Bastante. Umás duas horas mais ou menos.
Denio: E você fica acessando quais tipos de site você gosta?
T: Eu fico no Orkut.
Denio: De redes sociais. Você fica também no MSN?
T: MSN.
Denio: Facebook?
T: Não. Só tenho Orkut e MSN.
Denio: Orkut e MSN. Por que desses dois?
T: O MSN porque eu converso com uns amigos meus e que ai já não tem ninguém a mais. E o Orkut porque eu gosto, pra por foto, pra ver as fotos dos outros também.
Denio: Então MSN é exclusivo para o seu grupo de amigos? Você tem quantos amigos mais ou menos?
T: No MSN, tenho cento e cinqüenta e sete.
Denio: E ai vocês ficam trocando informações e tudo mais. Do Orkut, só pra ter uma noção, quantas pessoas?
T: Acho que é umas quatrocentas.
Denio: Quatrocentas. E ai você usa o Orkut como álbum de foto.
T: O Orkut tem mais umas pessoas que eu nem conheço.
Denio: E você acha legal esse, o MSN, o Orkut?
T: Eu achava mais, agora eu não, não gosto muito não, gosto mais do Orkut. MSN eu já nem entro muito mais.
Denio: Por que essa mudança de preferência?
T: Porque é chato ficar, não tem o que conversar.
Denio: Ta certo. Ai esgota o assunto. E você já acessou pelo celular alguma dessas redes?
T: Já, já sim. O Orkut.
Denio: E você acessa com esse novo aparelho?
T: Não, nesse aqui eu ainda nem entrei.
Denio: E esse você tem há quantos meses mesmo? Quanto tempo?
T: Não, eu tenho há umas duas semanas.

Denio: Duas semanas. Certo. E ele tem vários recursos?
T: Tem. Entra na Internet.
Denio: Ta certo. Você faz muito uso de torpedos?
T: Bastante.
Denio: Por que você faz esse uso pra comunicar?
T: Então, porque tem ai as operadoras de TIM pra TIM é mais barato você fazer o torpedo do que fazer a ligação. A OI também. Ai as vezes eu mando mensagem ao invés de ligar.
Denio: Por ser mais barato ai estimula você a se comunicar mais.
T: É.
Denio: Você compra pela Internet?
T: Não.
Denio: Nunca comprou?
T: Nunca comprei.
Denio: Por que?
T: Eu morro de medo de dar azar de não vir.
Denio: Ta certo. Bom, quais tipos de recursos tem no seu celular atual?
T: Tem Internet, que mais que tem, tem MSN também. Acho que só.
Denio: E você personaliza o seu celular?
T: você fala assim toque?
Denio: Toque (...)
T: Personalizo. Eu troco tudo.
Denio: Então você troca tudo que vem de fabrica?
T: Troco. Papel de parede.
Denio: E você coloca capa também? Adesivo, alguma coisa assim?
T: Não. Ate que não.
Denio: Só mesmo conteúdo interno dele.
T: Só.
Denio: Ta certo. O que você acha dos celulares com TV.
T: Eu particularmente não gosto não. Tens uns que tudo bem, a resolução é boa, porque é perfeito, mas tem uns que (...)
Denio: Então por exemplo, naquela pergunta que você disse se você gosta de TV, que assiste TV bastante. Então você não, você acha que só aqueles que tem boa definição de imagem que é (...)
T: É porque se a for colocar nesses assim não da. Mas eu acho interessante ter TV no celular.
Denio: Você se pudesse, você teria?
T: Eu teria.
Denio: Bom, qual o papel do celular na sua vida?
T: É importante porque eu não vivo sem.
Denio: E por que assim? Importante em que situações?
T: Importante porque as vezes eu preciso falar com a pessoa, a pessoa não esta no telefone fixo, então tem que ligar no celular dela. Ai você acaba encontrando. Ou você só manda mensagem, já sabe.
Denio: Agiliza e facilita a vida das pessoas.
T: Facilita.
Denio: Como seria a vida dos outros? A sua vida você já disse, que seria assim. Mas como seria a vida das outras pessoas, você acha que seria pra todo mundo?
T: Eu acho que pra todo mundo facilita. Porque hoje em dia você não vê ninguém sem celular. Ate criança com onze anos já tem celular.
Denio: Então virou um produto essencial na vida das pessoas. E por exemplo, já teve situações em que você saiu sem o celular? O que você sentiu?
T: Nossa, ai foi difícil. Que nem eu já fui em festa sem o celular ai tinha que encontrar com as pessoas, tinha esquecido, tive que pedir emprestado. É muito difícil ficar sem.
Denio: Então o celular ajuda a aproximar as pessoas?
T: Ajuda.

Denio: Festas e eventos também. Defina assim só com uma palavra o sentimento que é ficar sem celular. O que você sente assim, você vai numa balada.

T: Como se tivesse faltando alguma coisa assim, como se não fosse completo.

Denio: Então você sente mutilada, sei lá, um pedaço de você.

T: Como se fosse um vazio, sabe?

Denio: Entendi. Perfeito. Bom, estamos chegando no bloco final da entrevista e eu vou mostrar pra você algumas imagens de propagandas de celulares e eu queria que você falasse pra mim o que você acha de cada uma dessas imagens que eu estou vou te mostrando, propagandas de celular.

T: O que eu acho?

Denio: É. O que você entende por essa imagens.

T: Aqui eu entendo que ele colheu o 3G, que esse 3G ai é completo praticamente.

Denio: Tem todos os recursos no caso.

T: Tem. Esse aqui eu não sei muito não.

Denio: Deixa eu te perguntar, essas imagens refletem a verdade? Essas propagandas?

T: Eu acho que reflete.

Denio: E o que elas têm em comum assim pra você?

T: Aqui o cara conversando, mostrando para os amigos, as vezes é um jogo, alguma coisa. Ai todo mundo fica interessado. Quando você esta com o celular na mão lá ai todo mundo vem querendo mostrar alguma coisa. Aqui o rapaz também conversando, e aqui ela da o celular eu acho, não sei. Eu escolhi dizer a verdade.

Denio: Então pra você representa mesmo a realidade dos jovens essas fotos, essas propagandas?

T: Só esse aqui que esta meio diferente, parece que ela escolheu falar porque é legal mandar mensagem.

Denio: Deixa eu ver se faltou alguma coisa. Bom é isso aqui mesmo.

VOICE001

Data: 09/12/2010

Local: Consultório Odontológico

Entrevistador: Denio Arrais

Entrevistado: D. S. C. D. - Aluno Curso Odontologia 1º Ano

Tempo: 25m38s e 17m06s

Denio - Bom D., pra iniciar esta nossa entrevista eu gostaria que você comentasse, fizesse uma apresentação de si mesmo. (Então) me fala com pouquinho de você.

D – Certo. Bom, meu nome é D, tenho 18 anos, atualmente estou cursando o curso de Odontologia na UNESP, em São José dos Campos, tenho dois irmãos, meu pai também é dentista, e acho que é simples assim.

Denio – Então vamos prosseguir aqui. Você está cursando qual ano de Odonto na UNESP?

D - Esse ano eu fiz o primeiro ano e agora eu fui pro segundo. Segundo ano então.

Denio – Perfeito, segundo ano de Odontologia. Você está com 18 anos, o estado civil é solteiro. Ok. Bom, a respeito da renda eu vou passar pra você posteriormente um questionário na planilha pra você anotar pra mim alguns itens, ta ok?

(telefone tocando)

Denio – Nesse caso, D., você só estuda? Ou você trabalha?

D – Só estudo. Dedicção total. (risadas)

Denio – Dedicção total. É período integral?

D – Então, eu passei no noturno agora. Eu faço o curso noturno, mas eu tô pra ver pra mudar pro integral ano que vem.

Denio – Perfeito. Ai no período da manha, (do dia), você só estuda mesmo?

D – Ahan.

Denio – Bom, agora nós vamos passar para um próximo bloco aqui, e quero saber um pouco a respeito do, da TV, se você assiste, qual a frequência, você assiste TV?

D – Então, TV raramente que eu assisto, eu mais assisto seriados que eu baixo mesmo na Internet ou filmes e tal. Agora, programa na TV é difícil.

Denio – Difícil?

D – Ahan.

Denio – Tem algum, assim, que você gosta, algum gênero do tipo da TV que você gosta?

D – É legal assistir de vez em quando jornal assim, eu gosto de desenho também.

Denio – E jornal por que você gosta de assistir? Quando assiste?

D – Jornal é um pouco assim, informações, tal.

Denio – E essas informações tem algum peso pra você?

D – Tem. É importante principalmente pra ficar atualizado com o que acontece no mundo. Mesmo assim depois do vestibular, você tem um peso maior assim onde eles vão exigir de você. Que nem, eu passei agora na fase do vestibular, que eles exigem um pouco assim, você tem que estar atualizado com o contexto, principalmente pra escrever redações, tal. Mas é importante, você estar sempre conectado com o que acontece, tudo. Acho isso uma coisa bem relevante.

Denio – Então tem uma importância educativa?

D – Sim.

Denio - (?)

D – Sim, ahan.

Denio – Outro tipo de gênero, assim, que você assiste, quando assiste, você disse que assiste pouco, tem mais algum outro que você gostaria de (comentar)?

D – Então eu que eu mencionei, eu assisto de vez em quando desenho, (?) mesmo.

Denio – Mais pra distração?

D – É.

Denio – Legal. Deixa eu te perguntar aqui, mais ou menos, só pra gente ter uma noção (...) Então D., em média quantas horas, por semana, você assiste TV?

D – TV, eu não sei direito, porque assim, na verdade eu passo boa parte do meu tempo no computador e como a gente fala em assistir alguma coisa, tipo, coisa que eu baixo da internet mesmo. Ai se nós formos pensar por esse lado, ai eu diria quatro horas.

Denio – Ai você assiste por semana, em media, vamos supor, na TV. Na TV e na Internet. Vamos supor, na TV quantas horas mais ou menos por semana e na internet quantas horas por semana?

D – TV é pouco, eu diria, umas dez horas por semana. Agora internet, internet acho que nove horas por dia, depende.

Denio – Nove horas por dia que você fica?

D – Talvez. Quando eu tô de férias, ai eu fico mais tempo na internet. Agora, quando eu to em época de aula ai, depende também de tempo quanto eu to em época de prova, mas faz de conta que é umas nove horas.

Denio – Certo. E essa incidência, por exemplo, aumenta no final do semana, ou é padrão esse índice ou varia?

D – Como eu to em época de aula ai fim de semana é raro pra entrar na internet, eu mais saio do que fico na internet, agora durante semana ai não varia muito não, é isso ai mesmo.

Denio – E pra você é prático em que sentido, ficar na internet assistindo, baixando vídeo, como você mencionou?

D – Como assim?

Denio – Facilita você em que (?) é bom pra você (?)

D – A Internet todo mundo sabe que facilita em diversas formas, ela agiliza, coisas que a gente tem que resolver o banco, mesmo sendo meio inseguro dependendo, mas pra mim é bom porque eu economizo dinheiro também porque eu alugava muito filme antes, então agora eu baixo, economizo dinheiro. Contatos, coisas que a gente precisa olhar uma coisa por e-mail, agora mesmo na faculdade, pessoal entra muito em contato por e-mail, então pra mim é muito bom.

Denio – Ok. Bom, então você comentou uma coisa interessante a respeito das transações. Então você faz as transações pela internet, você paga conta, você compra produtos?

D – Pouco, mas às vezes eu faço. Por conta assim do próprio perigo de acessar a Internet e como eu faço muito download eu tenho um pouco de receio de mexer com o banco. Mas às vezes eu faço.

Denio – (?) por segurança

D – É, isso.

Denio – OK. Bom, mais pra frente a gente vai voltar um pouquinho na Internet, mas eu vou continuar aqui nessas questões de TV e tudo mais. Você gosta de filmes em TV?

D – filmes?

(outra pessoa falando)

Denio – Repetindo a pergunta a respeito dos filmes, você assiste algum filme, esporte também pela TV ou não?

D – É, futebol assim, principalmente brasileiro que gosta de futebol, então eu acompanho sim futebol, mas não é freqüente, mas eu acompanho. Filmes eu prefiro baixar porque eu baixo legendado então, eu assisto esses filmes, mas de vez em quando, quando é TV a cabo eu coloco nesses canais que passa. Mas eu assisto sim também, freqüente.

Denio – Dentro daquele horário que você me disse, em torno de dez horas por semana.

D – Ahan.

Denio – Ok. Bom, então prosseguindo aqui, agora eu quero saber um pouquinho, você gosta de música?

D – Gosto.

Denio – E você escuta rádio?

D – Escuto.

Denio – Qual a freqüência do que você escuta?

D – Eu escuto rádio geralmente quando eu tô no carro. Ai eu coloco rádio e eu escuto. Então, quase todo dia.

Denio – Quantas horas mais ou menos por dia você escuta?

D – Por dia? Agora que eu tô andando mais de carro, uma hora, duas horas por dia.

Denio – Uma hora, duas horas por dia.

D – Ahan.

Denio – Então quando você está em movimento que você escuta...

D – Ahan, eu entro e já coloco o rádio.

Denio – Por que você gosta de rádio? Por que você ouve o rádio?

D – Rádio eu ouço mais pelas músicas, quando...há um tempo atrás, agora nem tanto, mas ano passado eu escutava de manha cedo CBN, que é uma rádio mais informativa, ai nem tanto por conta da musica, mais pela informação.

Denio – E isso era importante naquela época por que mesmo?

D – Então, eu ia de carro com o meu pai pra escola, ai meu pai colocava então todo mundo escutava geralmente. E era legal também, tinha umas, a CBN ela tem uns programas assim interessantes que as vezes que eles falam, entrevistas.

Denio – E quanto tempo mais ou menos você ficava nesse trajeto com o seu pai?

D – Uma hora.

Denio – Uma hora?

D – Uma hora.

Denio – A ta. Então de segunda a sexta você escutava (?) nesse trajeto uma hora.

Denio – Quais tipos de musica você gosta?

D – Eu não tenho uma preferência. Vai assim, eu pego aquela musica pra escutar, me agrada e eu escuto, não tenho uma seleção assim. Vai pela musica mesmo.

Denio – Um gênero específico não tem.

D – Essas musicas geralmente que passam nas rádios que eu escuto mesmo.

Denio – Você escuta sozinho ou você escuta com mais pessoas. Como é que é?

D – Com mais pessoas é difícil, há muito tempo, agora nem tanto porque eu escutava mesmo no celular, eu colocava o fone e eu colocava a musica e escutava, mas é difícil também. Mas em casa as vezes eu ligo no computador, mas ai todo mundo escuta, não só eu.

Denio – Um coisa importante a respeito do celular e a gente vai também mais pra frente falar mais a respeito disso, eu vou querer retomar com você a respeito sobre a questão do celular. Mas prosseguindo aqui, eu vou fazer algumas perguntas a respeito de outros, de hábitos seus.

D – Certo.

Denio – Agora a respeito da leitura. Você gosta de ler?

D – Eu não leio muito não. Eu deveria ler mais, tenho certeza disso. Mas acho que a leitura é importante e com certeza acho, é uma falha minha não ler tanto, mas eu leio assim, a questão da faculdade é, eu sempre to lendo os livros e tal, mas livro a parte, digamos, de outras fontes de informação, de entretenimento até, eu não to lendo muito, to até pensando em ler nessas férias algum livro.

Denio – Perfeito. E por que você não gosta muito de ler você?

D – Eu não sei explicar o porquê que eu não gosto, na verdade não é falar que eu não gosto, acho que eu gosto sim de ler, mas eu acho que tem coisas que eu dou preferência como eu me dedico muito ao computador e não tanto a leitura, jogos e tal. Então eu me dedico mais a isso. Até por conta que agora que eu to de férias, voltei de férias agora (em outubro), então acho que eu me dedico um pouco mais aos jogos.

Denio - Certo. Então tudo bem, você não tem muito o hábito da leitura, mas você lê revistas?

D – Então, meu pai assina Veja, então, de vez quando chega a VEJA de final de semana, então às vezes eu dou uma folheada, leio algumas matérias.

Denio – E o que te atrai você a ler a VEJA, especificamente?

D – O que me atrai? De vezes em quando sai alguma coisa interessante sobre planetas, eu acho legal. Eu não sou muito chegado em política, assim não sei se é por conta do próprio país que tem esse pensamento de que político é corrupto e política não é uma coisa, como eu posso falar, não é um atrativo, digamos, pra leitura. E ai eu não sou muito chegado, mas de vez em quando eu leio e, que mais...

Denio – E quem assim fala isso que política não é boa, como é que você imagina (?)

D – É meio assim, senso comum, digamos, muita gente, até na própria escola quando você ouvia comentários, você mesmo acompanha quando você vê em jornais o que acontece no mundo da política, e ai as vezes eu leio assim, fico meio inconformado com umas coisas então não me atrai, entendeu. Mas...

Denio – Você ficou desacreditado, Da..

D – É. Mas mesmo assim tem que acompanhar por que é o que acontece no país assim, e é bom você sempre ter um, mesmo que pouco, um pequeno parâmetro pra você ter um senso crítico. Acho que tem que existir isso em cada pessoa.

Denio – Pra você ter argumentação também.

D – Ahan.

Denio – Bom, ai no caso você, chega a ler jornal de vez em quando?

D – Então, quando eu vou pra São José eles disponibilizavam, de vez em quando eles disponibilizam jornal, e ai as vezes eu pego e quando eu tô na viagem eu vou lendo também.

Denio – Quem disponibiliza pra vocês?

D – A própria empresa, que a gente pega.

Denio – (?)

D – Isso, de São Paulo para São José dos Campos.

Denio – Perfeito. E você lê na viagem na volta para São José dos Campos.

D – Ahan.

Denio – Então nesse momento de mobilidade você lê.

D – Ahan. Se não é um livro da faculdade é o jornal.

Denio – Ta certo. Mas ou menos assim qual é (?)

D – É pouco porque eu vou na segunda, volto na sexta, então eu diria uma hora.

Denio – Ok, legal. Então prosseguindo você já adiantou, que a respeito dos filmes você gosta de assistir pela Internet, você falou a respeito de custos e tudo mais. Você costuma ir no cinema?

D – Não. Não vou muito. É difícil, só quando tem o lançamento de algum filme que interessa, mesmo e ai eu vou assim. Mas é difícil também.

Denio – Então você prefere assistir pela Internet mesmo?

D – É.

Denio – Ok. Bom, vamos lá, agora esse bloco aqui é a respeito do seu lazer. Qual é o tipo de lazer que você busca? O que você faz e pratica como lazer?

D – Certo. Então, quando eu to na época, lá na faculdade eu tava fazendo academia, assim pra fugir um pouco da rotina, agora nas férias eu pretendo jogar um pouco de tênis, futebol, o futebol até na própria faculdade de lazer, mais esportes, assim...

Denio – Então o seu lazer é o esporte?

D – Ahan.

Denio – E é importante o esporte por que pra você?

D – Eu gosto de jogar. Nem tanto assim, tem um monte de gente fala “Ah, físico”, eu nunca me preocupei tanto, eu gosto mais por conta do, do prazer de jogar, de se divertir com os colegas.

Denio – Então seu maior peso é por estar confraternizando com amigos, e posteriormente após as partidas vocês se reúnem ou acabam as partidas e vocês vão embora?

D – Então, lá na faculdade é mais a noite, então o futebol acaba meio tarde, a gente acaba de madrugada. Teve umas vezes que eu fui num Society a gente ficou conversando um pouco, mas na maioria das vezes a gente acaba o futebol eu já vou pra casa. Quando é no prédio eu fico lá com o pessoal um pouco também.

Denio – Você mora em república lá? Ou é alojamento?

D – É um alojamento. Cada um no seu quarto.

Denio – Perfeito. Você costuma sair nos finais de semana com os amigos?

D - Eu saio muito com a minha namorada, também amigos, mas é mais com ela. Família.

Denio – Amigos é mais quando está na faculdade.

D – É. Mais durante a semana. Mas também não é tão freqüente.

Denio – Você tem irmãos?D. – Tenho. Dois.

Denio – Dois irmãos?

D – Isso, mais novos.

Denio – Você é o mais velho.

D – Ahan.

Denio - Ok, você costuma sair com eles também ou não?

D – Sim.

Denio – Legal. Tem alguma atividade que você gostaria de praticar, de lazer, e por algum motivo te impeça de fazer isso?

D – Por incrível que pareça eu nunca parei pra pensar nisso, mas teve algum tempo que eu tive vontade de praticar futebol americano, que um rapaz que é meu amigo, conversou comigo que fazia, tal, e ai eu fiquei um pouco interessado, mas até por conta da faculdade de eu passar a semana lá eu não tive essa oportunidade. Eu acho que é uma coisa legal, que eu tenho vontade até de praticar.

Denio – E por que o futebol americano? O que que...

D – Eu acho que é um esporte legal, assim até por conta do... Pelo que a gente vê assim, é diferente.

Denio – É bem incomum, do que a gente esta acostumado no Brasil.

D – É.

Denio – Não é um esporte que a gente ta muito acostumado aqui no Brasil. Como o futebol e tudo mais...

D – Eu acho legal também dar umas porradinhas.

(risadas)

Denio – Você gosta de bater nos outros também?

D – É. Apanhar também.

Denio - Apanhar também? Ta certo. Legal. Bom, mais um bloco agora a gente vai falar do consumo, mas especificamente, nesse caso, do celular, ta certo?

D – Certo.

Denio – Você tem aparelho celular? Você já até mencionou, mas só pra confirmar. Você tem aparelho celular?

D – Tenho.

Denio – Há mais ou menos quantos anos você tem celular?

D – Deixa fazer as contas...seis.

Denio – Seis anos?

D – Ahan.

Denio – Certo. Você troca em média de quanto em quanto tempo um aparelho?

D – Eu na verdade tive acho que três aparelhos, não tive muito, então eu fico em média dois anos com ele.

Denio – Dois anos?

D – É.

Denio – Legal. E o que você, assim, gosta no celular, que tipo de benefício, recursos que esse celular (?)

D – Então na verdade se a gente for pensar em questão de fases a fase que eu estou é mais tecnológica, se a gente pensa assim, então eu sempre tive mais esse contato com computador, telefone, facilidade de conversar pelo celular, então seu eu pensar assim, pra mim não altera muito porque eu sempre tive essa facilidade de comunicação pelo celular, agora quando a gente pensa já por parte dos meus pais, o celular foi uma coisa que modificou muito a vida das pessoas tal, se for pensar assim o celular foi muito bom e excelente em questão de comunicação, essas coisas, pra falar com as pessoas. Basicamente é isso pra mim o celular.

Denio – Qual o tipo de conta do seu celular?

D – Então, meu pai fez uma conta empresa, então é pós-pago. Então se for pensar assim...

Denio – Entendi. E ai ele (?) pra você e para os seus irmãos?

D – Sim.

Denio – Legal. Bom agora eu vou voltar um pouquinho, que você já comentou a respeito da Internet, vou voltar um pouquinho aqui. Você disse que você baixa tudo. Quais sites que você tem maior preferência?

D – Então, geralmente quando eu procuro algum filme, alguma coisa pra baixar, eu digito no próprio, no Google, e de lá ele já me direciona pra vários sites e a partir de lá que eu procuro. Já...eu faço esse caminho, não tenho um preferência.

Denio – Tem algum site de informação que você busca, assim?

D – Eu entre muito no Uol, por conta assim até do meu pai que ele sempre entra no Uol, é assinante, tal. Então eu sempre entro no Uol, e daí eu clico notícias que eles fornecem, tal. Uol acho que é o que eu mais vejo, assim, por parte de informação.

Denio – Você falou do seu pai que te orientou a respeito do portal.

D – Certo.

Denio – Ele também, assim, favoreceu ou te instruiu a questão do acesso tecnológico ou foi mais por conta de você mesmo?

D – É então, acho que foi muito o convívio, assim quando o meu grupo os meus amigos, tal, todo mundo tem, foi mais por parte deles, meu pai acho que na verdade acho que ele demorou um pouco até pra (?) quando ele comprou o computador pra mim, quando eu ganhei um computador eu tinha treze anos, acho, treze, quatorze. Geralmente não é isso que acontece muitas pessoas, dez, nove anos, já tem computador e tudo. Então meu pai foi até um pouco mais, me atrasou, se eu for pensar assim, mas...

Denio – E nesse atraso ele te impediu de (?)

D – Não. De forma alguma.

Denio – (?)

D – Acho que eu não ter acesso ao computador em questão de leitura, se a gente for pensar, na verdade é uma coisa boa, eu lia mais, aí depois que eu comecei a ter acesso ao computador eu passei a ler menos e a me desinteressar um pouco na leitura.

Denio – Então o computador de uma certa maneira concorreu ou influenciou seu hábito de leitura?

D – Sim.

Denio – Bom, como é que você faz uso da Internet e pra que?

D – A Internet é mais pra lazer também um pouco, pra passar o tempo, pra conversar com os colegas, de vez em quando. Pra coisas importantes, recentemente até isso virou uma coisa

freqüente, de informação da faculdade, tal, mas eu nunca fui muito de usar a Internet pra troca de, pra fazer alguma coisa que desse algum proveito, algum resultado benéfico.

Denio – (?)

D – Isso, isso.

Denio – É mais assim, algo mais, musica, (?), mais pra diversão.

D – Ahan.

Denio – Bom, ai prosseguindo em relação ao seu celular, quais são os recursos que o seu celular tem?

D – O meu celular tem Bluetooth, câmera, MP3 toca, acesso a Internet tem mais ai não é que nem os atuais, por exemplo, a TIM a com uma promoção ai que você acessa o MSN, Orkut

(mudança VOICE001 PARA VOICE002)

D – Então, que tem acesso fácil no Orkut no celular, pelo celular, o pessoal acessa o Twitter, essas coisas que o meu celular, eu nunca tentei na verdade, porque na verdade faz dois anos praticamente que eu comprei e eu ate tô planejando trocar por mais um novo, até por conta que ele fica velho, eu nem me importo muito de ter um celular ultima geração, acho que isso ai é menos importante pra mim, é mais por conta da...do estado mesmo dele, ta velho, tive até que mandar concertar que estragou, mas (...)

Denio – Então a questão do celular estar velho é mais assim do aspecto funcional dele, do aparelho em si, mas não pela aparência, não pela falta de função, você fala é isso ou eu estou enganado?

D – É isso mesmo. A aparência que eu digo é por exemplo, quando cai no chão, fica todo riscado, ai influencia um pouco, mas não tanto, ate nem tava planejando trocar, mas por conta do que aconteceu, ele perder a funcionalidade dele que é, não fazer ligação e a gente ter que mandar arrumar, ai já, já influencia um pouco em pensar em um novo aparelho.

Denio – Você comentou um pouco de Orkut, de redes sociais e tudo mais. Você tem alguma rede social você participa de alguma rede social?

D – Ate o começo do ano o que eu mais utilizava era MSN e o Orkut, que é o que é mais comum no meio assim, mas de uns tempos pra cá, o Twitter também tem uma força muito grande, no meio das pessoas, e ai eu nem pensava muito, mas um colega meu comentou do Twiter ai ele falou “ah, faz uma conta” ai eu fiz mas ai eu nem tenho assim, nem entro tanto, não me preocupo. Mas tenho sim, Twitter, Orkut e MSN.

Denio – Facebook você tem ou não?

D – Não. Nem sei como funciona na verdade.

Denio – Correto. Bom, você falou do meio, o que seria esse meio que você disse, que mais funciona no meio? O que seria isso?

D – A sociedade, o grupo, assim, muita gente, ultimamente muitas pessoas tem esse contato através da Internet e pelo Twitter mesmo, acho interessante esse colega meu ele é utiliza demais o Twitter, e ele me mostrou um chaveiro esses dias ele falou “Oh meu, isso aqui eu ganhei de uma mina do Twitter” que era até de outro estado e ela mandou por, mandou pra ele assim, por correio até se eu não me engano. E eu achei super diferente, tipo “meu, como assim? Você conhece essa menina e ela te manda isso”, até porque eu acho um pouco preocupante ter um contato assim, porque a gente não conhece as pessoas mesmo, como elas são, então eu evito um pouco.

Denio – Entendi, esse “meio” que você fala é assim, jovens, o pessoal mais ou menos da sua idade, da sua faixa etária?

D – Eu acredito que a maioria sim, mas ta tomando conta assim, se a gente for pensar todas as pessoas estão se voltando pra esse tipo de comunicação, de...a sociedade está se tornando uma sociedade bem tecnológica, digamos, e recentemente eu até vi (...) eu tava até pensando e eu lembrei agora, sobre essa sociedade mesmo focada no meio, na troca de informação rápida, e ai eu vi que muitas pessoas estão trabalhando mesmo, até tinha uma TV acho que uma matéria, mostrando esse meio assim, que bom na verdade composto por pessoas mais novas, em torno de

trinta, trinta e poucos anos e que, que eles estão conseguindo ganhar dinheiro com isso também, (?) questão financeira, até mesmo muitos sites vendem tênis até agora pouco, descobri recentemente, promoções que eles passam por e-mail, fala tal lugar vai ter essa promoção, e é uma forma de divulgar o site do estabelecimento e de atrair a clientela. Eu acho bem legal isso.

Denio – Então essa tecnologia, esse ambiente, essa sociedade tecnológica, você acredita que esta propiciando também esse surgimento de negócios, de circulação de riqueza, é isso que você quer dizer?

D – Com certeza. É bem visível, que a gente (...)

Denio – E as relações humanas nessa história, nesse ambiente? Esquecendo essa questão econômica, o que que você acha, que na sua, no seu pensamento você considera?

(telefone tocando)

D – quando a gente pensa, bom, relação humana é bem interessante assim, porque é impressionante como as pessoas começaram a ter um contato muito próximo assim como ele está facilmente, acho que 20 anos, nem isso, 15 anos e a gente, vê muito presente na sociedade, as pessoas se comunicam de uma forma rápida, fácil e na minha vida também, colegas que eu não vejo da escola, depois que entrei na faculdade as vezes eu converso com eles, falo “poxa, e aí como é que tá aí a faculdade, o que está fazendo?” e acho que a internet, o próprio meio, os celulares proporcionam muito isso. Até se for pensar no meu pai, quando ele fez Orkut e ele falando assim, “Nossa, essas pessoas, essa aqui, filho, esse aqui foi meu colega, tal”, essa questão (?) por conta da comunicação atual, esta bem mais fácil, mais próximo, até quando tinha uns amigos em outros países a gente conversava no Skype com ele, é muito bom assim, primeiro porque fica mais barato, e a *WebCan*, também poder ver a pessoa, toda a tecnologia, eu acho muito legal, acho muito interessante e também a forma como ela avançou, como desenvolveu e como continua desenvolvendo. Tudo muito impressionante.

Denio – Bom, prosseguindo aqui, você tem observado, pelo que você também comentou, a respeito do seu celular e tudo mais, que você faz bastante uso dele, com conhecimento de música, de informação, tal e tal, eu queria saber de você se você faz algum tipo de personalização no teu aparelho?

D – Personalizar de que forma?

Denio – Conteúdo, se você coloca alguma coisa nele que você gosta ou então de aspecto estético, algum adesivo, se ele tem alguma capa, alguma coisa assim?

D – Não tenho. Assim, na verdade se eu tivesse um celular mais atual, que nem esses iPhones, da própria da Apple, eles tem diversos aplicativos, provavelmente, até porque ele é meio caro, então a gente nem, procura, nem pensa em ter um, quem sabe mais pra frente quando ficar mais barato. E eles tem diversos aplicativos, tipo provavelmente se tivesse eu colocaria. Se for pensar nessa questão de adereços.

Denio – Quantas músicas, fotos você tem, você personaliza o seu, tem conteúdo próprio seu no seu celular?

D – Sim. Eu coloco música, foto eu tiro diversas fotos, essas coisa de tirar foto toda hora no celular, tiro bastante, aí eu coloco assim, no fundo de tela, coloco foto minha.

Denio – Por que você faz uso disso, assim, tira bastante foto, você tem suas fotos. Por que isso é válido pra você?

D – A música é legal dependendo do horário assim, se eu vou pegar um ônibus, aí eu coloco o fone a música, é legal. As fotos porque você quer registrar o momento, quer registrar alguma coisa, o celular proporciona isso, acho que essa evolução, foi bem legal foi bem, quando você ficar velhinha (?) de repente ficar até lembrando, conversando, que eu vi um menino na época que eu tinha a idade dele, aí meu pai explicando pra tirar foto de máquina com filme “ah filho, você vira prende a respiração e tira a foto” e é máquina digital, família certo, diferente.

Denio – A própria máquina faz a correção? Bom, nós vamos partir agora pra mais um bloco, estamos chegando no finalzinho, eu queria saber de você como seria a vida das pessoas sem celular?

D – Mudaria drasticamente, se a gente for pensar na transformação que o celular fez e como ele se tornou assim importante pras pessoas, pra mim algumas horas eu ia sentir muita falta mesmo porque eu estando na rua e eu querendo conversar com alguém e fala “oh, resolve isso pra mim”

eu não ia poder, acho que celular se tornou muito importante nisso e as vezes mesmo assim, na entrevista a gente se recorda de momentos conversando com colegas e ai eles falando assim “ah, sua mãe é muito desesperada imagina de ela tivesse celular, como é que você ia ficar, como é que ela ia perguntar onde você está”, tal, e acho que celular ia fazer falta mesmo. Muito assim, imensa a falta mesmo que o celular ia fazer. Não por conta ate do contato, que é importante, mas pelos aplicativos que ele tem, por tudo aqui que ele proporciona pra pessoa, até em questão de entretenimento e acho que faria muita falta.

Denio – E pra você, especificamente, qual a importância do celular?

D – Celular pra mim ele é importante mais na questão das ligações mesmo. Eu utilizava mais a (...) de vez em quando eu jogava no celular, agora nem tanto. As musicas também eu tenho, mas eu via mais agora, não sei, se tornou uma coisa que eu não, acho que meu tempo esta, esta meio ocupado com outras coisas, o celular nesse ponto de musica, de foto também, não é tão importante, mas se eu ficasse sem o celular eu, acho que eu ia sentir muita falta, ate comentei na entrevista que meu celular quebrou. Eu tenho uma mania muito grande de olhar as horas, e eu não uso relógio, então celular pra mim é, eu preciso me localizar, falar “ah...” que eu planejo muito meu dia, “se é tal hora”, e eu não tenho celular eu ia sentir muita falta, pra ter que ficar perguntando as horas.

Denio – Você ficou, você teve o sentimento de desconforto, você perdeu o referencial, é isso?

D – Foi, foi de referencial, eu achei que eu tava indo com um colega pra faculdade e ai eu tirei o celular um hora do bolso, ele não tava funcionando ai eu falei “que horas são ai” dando risada, porque eu tenho muita mania mesmo de olhar que horas são, que horas eram.

Denio – Perfeito. Bom, agora nós estamos entrando no finalzinho da entrevista eu vou mostrar pra você três imagens de uma campanha publicitária de uma empresa de aparelhos celulares e eu gostaria que você descrevesse pra mim o que você esta vendo nessas imagens.

D – A primeira imagem é uma pessoa sentada no seu, no carro, conversando, e é uma propaganda de uma empresa, portabilidade (jeito Claro), a segunda são pessoas se divertindo, mas ai e já não vejo o celular só a propaganda da empresa mesmo, e a terceira, é falando da recente descoberta do 3G, do acesso a Internet mesmo, através do celular e as pessoas estavam conversando aqui, se divertindo, celular se tornando parte do convívio delas e, uma coisa assim, essencial, acho. Que essa nova tecnologia do 3G que com certeza modificou muito e permitiu esse acesso às redes e MSN e tudo, Internet, que até então era só pelo computador e agora se tornou parte ate do celular de uma forma econômica também.

Denio – O que essas três imagens tem em comum?

D - Sorriso, a alegria, a felicidade acho que é que mostra pra mim assim, as três pessoas, as três imagens mostrando pessoas alegres como se o celular trouxesse prazer, satisfação.

Denio – E essas imagens são reais?

D – Acho que mostra um pouco da realidade, assim quando a gente vê a propaganda, propaganda é muito, ela é uma forma de convencer as pessoas assim, quando a gente vê ate propaganda de cerveja ate, mostra uma realidade que nem sempre é aquilo lá. Do celular talvez nem tanto porque na verdade, como a gente conversa com outras pessoas que tem acesso, muitas vezes a gente se diverte, sorri, mas não é a verdade nua e crua, mas eu diria que é um pouco sim.

Denio – Muito bem, D., muito obrigado e aqui encerramos a entrevista.

Data: 09/12/2010

Local: Residência – São Paulo – capital.

Entrevistador: Denio Arrais

Entrevistado: L. A. – Aluna Farmácia – USJT - 3º Ano

Tempo: 34m28s

Denio: Boa noite L.

L: Boa noite.

Pra iniciar nossa entrevista, eu gostaria que você fizesse uma apresentação, que você se apresentasse, por favor.

L: Meu nome é L., eu to no terceiro ano de Farmácia na São Judas Tadeu em São Paulo, tenho 21 anos, gosto de sair com meus amigos, gosto, quando eu tenho tempo livre que não é muito, gosto de sair com meus amigos e as pessoas que me fazem bem.

Ok, pra iniciar nossas perguntas eu gostaria de saber o seguinte, você trabalha e estuda?

L: Eu faço estágio e estudo. Faço estágio na minha área.

Seu estado civil?

L: Solteira.

Sua renda aproximadamente em quanto?

L: Aproximadamente 1000 reais, é a bolsa de estágio.

Prosseguindo aqui, eu vou fazer algumas perguntas pra você em relação ao consumo, consumo esse cultural. Primeiramente eu queria saber de você da TV, você assiste TV?

L: Assisto. Não assisto muito, todo dia porque eu não tenho muito tempo, mas sempre que eu posso eu assisto.

Em média na semana, mais ou menos quantas horas você assiste de TV?

L: Mais ou menos umas 5 horas.

5 horas por semana?

L: Isso

Por que você não assiste mais? Quais são os motivos?

L: Falta de tempo, principalmente isso, porque como eu estudo e trabalho, tenho muito trabalho da faculdade, provas, fico muito tempo no meu estágio, perco muito tempo entre ir e vir, então é isso.

Ok, quais são os programas que você assiste na TV?

L: Eu assisto geralmente programas de entrevistas, atualidades, jornais, documentários.

O que te atrai nesses programas? Por que você assiste eles?

L: Eu gosto de me manter informada, geralmente eles trazem o que eu estou buscando, eu gosto por isso.

E essa informação é importante porque pra você?

L: Pra eu me sentir um pouco a par do que esta acontecendo no mundo. Pra eu me sentir mais conectada ao mundo, mais ligada

E isso tem qual valor pra você?

L: Isso pra mim é muito importante, porque através do que esta acontecendo eu consigo ter um parecer e consigo planejar melhor o meu futuro, as coisas que eu quer fazer, buscar, saber sobre lançamentos tanto na minha área quanto em outras, pesquisas.

E você comenta com outras pessoas o que você vê na TV?

L: Sempre comento.

E isso é bom pra você ou não?

L: Eu gosto muito, sempre comento, conta a historia do que eu vi. Geralmente com minhas amigas do trabalho, elas contam as historias delas e eu conto aquilo que eu vi.

E isso é bom porque pra vocês todas?

L: É uma forma de nós trocarmos informações, opiniões de uma forma rápida, as vezes eu não consegui assistir um programa e uma amiga assistiu, eu consigo saber do que se trata de uma maneira rápida, fácil, divertida e prazerosa.

Existe algum programa especifico que você gosta? Você comentou de documentários e tal, tem algum com nome especifico?

L: Geralmente eu assito, “Marília Gabriela entrevista”, e assisto alguns... é o que eu procuro assistir sempre é esse mesmo.

É da TV aberta ou fechada?

L: Fechada.

Dos outros programas que você assiste, é na aberta ou fechada?

L: Geralmente na fechada, aberta só o jornal mesmo.

Prosseguindo aqui, você ouve radio?

L: Bastante.

O que você escuta no rádio?

L: Eu escuto notícias, e música. Basicamente as duas coisas.

Quais os locais que você escuta rádio?

L: Eu escuto no caminho pro trabalho, no meu trabalho e em casa.

Certo, você escuta onde? Você disse que escuta em movimento, mas você escuta com o que?

L: Eu escuto com meu celular, e na internet também

Você disse que na sua empresa você também escuta rádio, você escuta onde? Só no celular/

L: Não, lá é pela internet.

Por que é bom escutar música?

L: Eu gosto porque me distraio enquanto to trabalhando, no caminho, as vezes uma atividade que seria chata, fica num momento de lazer, descontração quanto tem música, acho que o tempo passa mais rápido, eu consigo as vezes me desligar, quando to pegando trânsito, eu escuto uma música legal, consigo não me estressar tanto.

Que tipo de música você prefere?

L: Eu gosto de MPB, de rock nacional, de rock, jazz também, um pouquinho de cada coisa.

Bastante eclética né?

L: Isso, sou bem eclética.

Você escuta sozinha, escuta com outras pessoas?

L: Geralmente escuto com outras pessoas, só no caminho de ir e vir que eu escuto sozinha, mas normalmente com outras pessoas.

No trabalho é com outras pessoas?

L: Isso, no trabalho é com minhas amigas.

Eu te perguntei sobre a TV anteriormente, te perguntei a respeito das horas, umas coisa que eu queria saber voltando um pouco, qual período na semana que você assiste mais TV?

L: Eu assisto mais aos finais de semana, porque durante a semana eu assisto mais picado, vamos dizer assim, eu assisto meia hora, e aos finais de semana eu assisto uma hora, duas, depende. O tempo maior é no final de semana.

Em termos de tempo, mais ou menos quanto você escuta rádio por dia?

L: Rádio acho que umas 10 horas por dia, ou mais.

E isso muda durante a semana, início da semana/

L: EU acho que durante a semana eu escuto mais que nos finais de semana.

Então inverte o papel né?

L: Isso, inverte com a televisão.

Bom, prosseguindo aqui, hábitos de leitura, você gosta de ler?

L: Gosto, bastante.

Quantos livros você lê por ano?

L: em média 8 livros.

8 livros, certo. E quais tipos de livros que você gosta de ler?

L: eu gosto de romance, gosto de biografias, gosto de ficção.

E porque você gosta desses gêneros?

L: Eu gosto de biografias, porque geralmente trazem uma história de vida que passam por algum momento de dificuldade, elas me ensinam, e ficção, ou romance porque acho que viram uma distração assim.

E isso aí acrescenta o que pra você?

L: Eu acho que me torna uma pessoa mais criativa, me traz cultura, eu aprende sempre uma história nova, palavras novas, consigo ter outras visões sobre o mesmo assunto, outras opiniões sobre o mesmo assunto.

Então é um aprendizado pra você?

L: Isso, é um aprendizado, e um lazer também.

O aprendizado te ajuda onde? Como?

L: Me ajuda como ser humano no geral, tanto traz amadurecimento, como na minha profissão, eu posso me tornar uma profissional melhor, um ser humano melhor.

E isso é bom é?

L: Eu consigo ter uma visão mais ampla do que quando eu não leio.

Você disse sobre livros, e sobre revistas você lê?

L: Leio.

Quais?

L: Leio Veja e Marie Clair.

E qual a frequência de leitura, você le toda semana?

L: Toda semana, a Veja é semanal.

E por que você lê essas duas que são tão diferentes?

L: A Veja me traz informações sobre o que está acontecendo no Brasil, no mundo, o que ta acontecendo em São Paulo, que é a minha cidade, lançamentos culturais, eventos. E a Marie Clair porque traz mais informações de lazer, são matérias que eu gostaria de ler, de pesquisar, então geralmente ela consegue falar a minha língua, por isso que eu leio.

E isso é bom porque?

L: As duas me trazem informações que eu busco de uma maneira rápida, pratica, ágil.

E você aplica como essas informações?

L: Eu aplico no meu dia a dia. Por exemplo a Marie Clair traz informações mais fúteis, informações de moda, coisas de mulher, e a Veja são informações políticas, eu consigo ter uma visão geral do que ta acontecendo no Brasil, e no mundo, eu consigo planejar melhor meu futuro e coisas assim.

Através dessas informações? Ok. Revista você já disse que lê. E jornal?

L: Eu leio só pela internet.

E você lê todo dia os jornais?

L: pelo menos uma matéria eu leio todo dia.

E quais cadernos, ou paginas, colunas você gosta de ler?

L: eu gosto de atualidades, geralmente eu gosto de ler a pagina principal e aí se tem alguma informação ali que me chama mais atenção eu vou para a matéria. gosto de ler sobre tecnologia, sobre ciência.

E isso é bom pra você por que? Por que você tem esse gosto?

L: pra me manter informada mesmo, pra saber um pouco sobre os lançamentos, por exemplo na área da ciência, saúde, que é a minha área, eu consigo me manter informada de uma maneira rápida, sobre o que ta acontecendo no mundo que muda muito, sobre atualidades eu consigo me manter informada sobre os políticos, sobre o que ta acontecendo no mundo.

Então isso aí contribui até mesmo no meu trabalho?

L: sim, no meu trabalho, na minha vida social também, porque tem mais assunto.

Me explica melhor isso, da sua vida social, sobre ter assuntos.

L: quando você sabe um pouquinho de cada coisa, lê, busca informações, você consegue manter mais uma conversa, você não ta alienado, você sabe o que se passa no Brasil, passa no mundo, você consegue escolher os candidatos, na política, você consegue ter um poder de decisão melhor.

E isso daí é bom em relação ao convivo com outras pessoas?

L: eu acho ótimo.

Ter argumentação...

L: eu consigo ter argumentação, defender meu ponto de vista, ter uma visao geral, eu posso não concordar, mas eu consigo ter uma visão de uma outra pessoa do jornalista sobre um assunto...

E voce faz isso com frequência?

L: sim.

Você conversa com outras pessoas com frequência a respeito do que você lê?

L: sim, a mesma frequência do que eu assisto.

Então você usa o que você lê, o que você assiste como assunto. Ok. Então mudando, você costuma sair, você tem praticas de lazer?

L: costuma, eu gosto bastante de ir em bares, parques, gosto de sair pra dançar com meus amigos, gosto de ir ao teatro, cinema, shows.

E você faz isso com uma frequência muito grande?

L: não, mais aos finais de semana.

Perfeito, e você disse que vai com os amigos, em todas essas atividades você vai com os amigos?

L: Em todas.

E você tem irmãos?

L: tenho 3 irmãs.

A certo, e você faz esse tipo de atividade com...

L: com as minhas irmãs também. Com os amigos e irmãs.

E nessas atividades que você vai com amigos, irmãs, o que acontece? Você vai a parques, show, como acontece a relação entre vocês? Vocês conversam, curtem;?

L: geralmente a gente vai conversando no caminho, chega lá tem fila, a gente conversa antes de entrar no lugar, entrando. Sempre a conversa é sobre o que aconteceu na semana, mais sobre isso mesmo, sobre as atualidades.

Correto. Tem algum tipo de forma de lazer que você gostaria de fazer e não faz?

L: eu gostaria de ir mais a shows de artistas que eu gosto, teatro, cinema, gostaria de ter mais tempos pro lazer.

E é por falta de tempo que você não vai mais?

L: Isso. Tempo, e tenho um trabalho, um estágio, então também falta um pouco de recursos financeiros.

Então recursos financeiros também interferem nessa questão?

L: isso porque eu to fazendo faculdade, e tem todos os gastos.

A faculdade é particular?

L: particular.

Você custeia ela em parte, ou totalmente com o estagio?

L: isso com o estágio. E me sobra pouco.

Agora nos vamos partir para um bloco diferente, nos vamos falar sobre celulares. Você tem CELULAR?

L: tenho.

Há quanto tempo?

L: mais ou menos uns 10 anos.

Você tem 21, tem desde os 11 anos?

L: isso, mais ou menos.

Você troca constantemente seu aparelho?

L: não, mais ou menos a cada 2 anos, não troco muito não.

O atual você tem ele há quanto tempo?

L: tenho há um ano.

Ok, você pretende trocar ele logo?

L: porque sinto que ele já tá desatualizado, não tem as tecnologias mais modernas que foram lançadas. Sinto que faltam recursos nele.

E que tecnologias seriam essas?

L: ele não tem acesso a internet, não tem televisão.

Você gostaria de ter um celular co televisão, ou internet? O que é mais importante pra você;?

L: pra mim é mais importante internet. Bem mais importante.

Por que?

L: Porque com a internet eu consigo me manter conectada aos amigos, me manter conectada ao mundo, posso buscar informações, posso ver meus e-mails, e a televisão é mais um lazer, mais um passatempo.

A televisão não é tão interativa né? E o acesso a internet também as redes sociais né? Você tem quais redes sociais?

L: Facebook, Orkut, twitter, MSN.

Mais ou menos quantas pessoas você tem nessas redes sociais?

L: mais de 100 em cada.

Perfeito, qual a rede social que você mais gosta/

L: Facebook e MSN.

E você tá há quanto tempo com facebook e MSN?

L: MSN nem sei, uns 10 anos por aí. Faz muito tempo, e facebook 1 ano, 1 ano e meio.
Você tem Orkut também?

L: tenho.

E o Orkut não tem tanto peso quanto o facebook?

L: na verdade foi uma troca, antes eu só tinha o Orkut, depois migrei proi facebook e agora eu acesso menos o Orkut.

Você continua acessando ou deixou de lado o Orkut?

L: continuo acessando, mas com muito menos frequência do que eu acessava.

Ok, prosseguindo nessa questão da internet, quais são os principais sites que você consulta?

L: eu consulto muito sites relacionados ao meu emprego, sites da saúde, sites de pesquisa como Google, a pagina inicial do meu e-mail, já tem umas informações, então busco lá e jornal.

E sua ajuda você no que? Por que faz acesso?

L: pra buscar informações do meu trabalho, faço uma pesquisa rápida, não tenho que ficar buscando em livros, informa~çoes em lugares diferente, e pra acessar meu email, me manter informada.

E da faculdade, você tem algum peso?

L: facilita muito pra fazer trabalho, as vezes tem algum matéria que eu não entendi bem, vou em sites relacionados a saúde buscar informação, tem uma outra explicação, as vezes encontro apostilas de outros professores sobre o mesmo assunto.

Especificamente qual nome de sites que você gosta mais.

L: gosto do site da UOL, site da folha, folha de são paulo, gosto também de acessar alguns blogs, sites da minha área gosto de acessar da ANVISA, sempre com muita frequência, também outros sites que são de universidades.

Você falou em blogs, porque você acessa blogs? Qual a importância?

L: eu gosto, como eu eu gosto de ler, geralmente os escritores que escrevem em blogs trazem informações, crônicas, informações do cotidiano, mas escritas de uma maneira legal, e sempre tem um questionamento no final, conta uma historia divertida, acho que é um momento de lazer com cultura.

Então você encara que isso tanto pra lazer...

L: como pra cultura. Pra conhecimento.

Pra aprender também.

L: alguns, não todos.

Perfeito, agora vamos partir para um outro bloco, e vai falar especificamente a respeito do celular. Você faz alguma personalização no seu celular?

L: faço.

Que tipo?

L: eu modifico a musica que toca quando alguém liga, eu muda a tela inicial com fotos, a cor das telas, o volume, a luz. Tudo que pode ser modificado eu modifico.

E isso você faz por quê?

L: pra que o celular fique mais com a minha cara, fique mais pratica pra eu usar, sinto que pertence mais a mim, deixa de ser um celular e passa ser o meu. Eu gosto dessa sensação de que ele é meu.

Entendi, então a personalização do seu jeito, da a sensação que ele é um pedaço de você. A personalização vc faz na estética dele, no design, na parte externa, você coloca adesivo?

L: sim eu coloco adesivos, as vezes chaveirinho pendurado, antigamente colocava capinha, hoje em dia eu uso mais minha de proteção.

E por que você usa minha de proteção?

L: pra proteger e também pra ficar mais bonito, protege também se eu vou pegar na bolsa, as vezes deixo cair, também fica mais fácil de visualizar, qdo eu vejo diversos celulares juntos, sei qual é o meu.

Você tira fotos com o celular?

L: tiro. Mas só em momentos que eu estou desprevenida sem a minha máquina. Também fotos de pessoas importantes pra mim, dos meus familiares pra aparecer quando eles me ligam.

Então quando uma pessoa te liga aparece uma foto dela?

L: geralmente sim.

E a musica a mesma coisa?

L: tem uma musica especifica, pras pessoas que mais me ligam.

Pras pessoas mais conhecidas.

L; mais próximas.

E porque você faz isso? Coloca uma musica por pessoa, uma imagem?

L: Porque eu gosto de personalizar, assim eu nem preciso olhar pro meu celular já sei quem tá me ligando, é uma informação a mais.

Voce ta vendo que nos últimos anos o computador ta migrando para o celular, e isso é bom é ruim?

L: Pra mim isso é muito bom, é uma evolução tecnológica, comportamental, eu acho que é uma maneira das pessoas unirem duas tecnologias, a praticidade do celular, você pode se manter conectado em qualquer lugar, as vezes vc ta esperando, tá no transito, um momento de descontração ali, pode ver seus emails, ganhar tempo, vejo como uma evolução.

E essa evolução é boa?

L: acho que é boa porque facilita mesmo a vida, você não perde tempo, se tem um celular que acessa a internet, eu consigo checar meus e-mails, não preciso chegar em casa e esperar ligar o computador, acessar a internet, com o celular eu consigo acessar no caminho, é mais rápido, mais ágil.

Gostaria de saber o seguinte, pra você, como seria a vida das pessoas sem o celular?

L: eu acho que sem o celular seria bem difícil, a gente já acostুমou muito, ele é pra mim uma segurança, porque você consegue saber mais onde as pessoas estão, entrar em contato, é uma facilidade, uma ferramenta que facilita muito a vida, seria muito difícil viver hoje em dia sem celular.

Porque você fala segurança? Me explica isso.

L: por que se, por exemplo, eu combino com algum amigo, ou se eu tenho que chegar em horário em tal horário, e eu pego transito, perco o ônibus, acontece algum imprevisto e eu me atraso, se eu não tenho celular não tenho como avisar essa pessoa, tendo celular eu ligo, aviso aí ela não se preocupa mais, fica mais tranqüila, nesse sentido.

Você falou que tem irmãs, e elas tem celular?

L: tem todas tem...

E elas usam muito?

L: usam bastante, internet, usam pra mensagem de texto, pra falar, pra ouvir musica.

Você usa pra internet tambem?

L: não, o meu celular não tem internet, mas o próximo pretendo que tenha.

E quando mais ou menos você vai ter o próximo.

L: eu acredito que o ano que vem eu consiga comprar outro.

Se estamos em dezembro, seria mais ou menos quando? (???)

No primeiro semestre.

Daqui uns 6 meses então. Pra você o que representa o celular no seu dia a dia.

O celular é um meio de comunicação, uma ferramenta que eu não conseguiria mais viver sem. Conectada com as pessoas, mesmo quando eu não to trabalhando, to em casa, faculdade, ele é uma facilidade, é difícil hoje em dia viver sem ele por todos os recusos.

Você já imaginou só por um dia ficar sem celular, esquecer em casa, ou ele estar quebrado?

Já já, é difícil. É bem estranho, da uma sensação que tá faltando alguma coisa, por exemplo eu não uso mais relógio só vejo a hora no celular, então toda hora ... algumas vezes que eu esqueci no trabalho, ou esqueci de levar pra faculdade, eu ficava procurando o celular pra ver a hora, sentindo falta mesmo, achando estranho que não tava tocando, não tava recebendo nenhuma mensagem.

Você sentiu solidão?

Solidão? um pouco talvez.

Você sentiu faltando uma parte de você?

Isso, uma parte sim.

Explica melhor essa parte.

É que eu já tô tão acostumada com o celular, sempre tá olhando pra ele, que quando eu tava sem ele realmente senti que tava faltando alguma coisa. Uma parte mesmo da minha rotina.

Vamos pro último bloco. Seus pais têm celular?

L: tem.

E eles têm a mesma facilidade que você tem pra manusear o celular?

L: não, eles só utilizam pra ligar mesmo. Eles não utilizam nenhum outro recurso do celular.

Pra relógio?

L: Não, nem pra isso. Nem pra manda mensagem, só pra ligar mesmo.

Agora vou te mostrar 3 imagens de uma empresa e eu gostaria que você descrevesse pra mim o que você tá vendo.

L: a primeira foto é sobre a facilidade de trocar de aparelho, trocar de chip, trocar de operadora, todos jovens que buscam tecnologia, que buscam se relacionar com pessoas, com amigos, com namorados, eu vejo isso, como jovens buscando tecnologia, é o foco deles, em todos têm pessoas rindo, se divertindo, tendo momentos de descontração em locais que não são de lazer.

Essas fotos expressam a realidade, o mundo real?

L: acredito que sim. pelo que parece se tratam do cotidiano, o homem no carro, utilizam muito o celular se tiver um trânsito, etc, então são situações do cotidiano que eles inseriram o celular pra mostrar como pode ser a facilidade, ou como um momento de descontração.

Tem alguma consideração final a falar a respeito do celular?

L: não, acredito que é isso. Que a internet veio pra ficar, que os próximos celulares todos devem ter, melhorar cada vez mais, ter mais recursos, mais aplicativos, vai ficar cada vez mais cheio de informação, em um aparelho cada vez menor, é uma tecnologia que não vai regredir.

E isso que você tá falando, essa visão do futuro você acha que é positivo?

Acho que é positivo, a tecnologia que só veio pra facilitar nossa vida.

E facilita em que sentido?

Pelo acesso a internet, pela conexão com parentes, amigos, redes sociais, pela facilidade de comunicação.

Correto, muito obrigado L.

Data: 05/01/2011

Local: Restaurante no Bairro do Bom Retiro – São Paulo – capital.

Entrevistador: Denio Arrais

Entrevistado: A. S. A. - Aluno do Curso de Arquitetura e Urbanismo Belas Artes - 3º Ano

Tempo: 20m36s

Denio: Vamos começar a nossa entrevista. Eu gostaria que você fizesse uma apresentação de você. Falasse seu nome completo, idade e comentasse a respeito do curso que você faz.

A: A. S. A., vinte e dois anos, faço Arquitetura e Urbanismo. Estou no terceiro ano, no sétimo semestre.

Denio: Então confirmando, A. S. A., terceiro ano em Arquitetura e Urbanismo. Me fala o seu estado civil?

A: Solteiro.

Denio: Mais ou menos qual a sua renda, não precisa ser um valor exato, preciso apenas para consultar.

A: Uns dois mil.

Denio: Dois mil. Agora eu vou fazer pra você perguntas a respeito do consumo dos meios culturais. No caso, você assiste TV?

A: Sim.

Denio: Mais ou menos quantas horas por dia você assiste?

A: Umás duas horas.

Denio: Duas horas. Tem algum período na semana que você assiste mais?

A: Costumo assistir o jornal, Jornal da Globo assim meia noite, uma meia noite, um pouco de Jô Soares, umas duas horas mais ou menos.

Denio: Perfeito. Nos finais de semana você assiste mais TV?

A: Assisto. Futebol, muito futebol, e filmes. Filmes antigos eu vejo bastante.

Denio: Legal. Mais ou menos quantas horas a mais você assiste nos finais de semana?

A: Quer ver, umas seis horas. Seis, oito horas.

Denio: Ótimo. Você comentou que você gosta de assistir jornais, gostaria que você falasse qual o seu programa preferido.

A: TV aberta, Jô Soares.

Denio: E por que você gosta do Jô Soares, assiste o Jô Soares.

A: É um programa engraçado, que informa ao mesmo tempo. Faz muito tempo que eu vejo ele.

Denio: Você falou em informação, você gosta de assistir ou se informar por que? Quais são os motivos que te levam a isso?

A: Pra ficar integrado no que esta acontecendo no mundo.

Denio: E é importante estar integrado? Qual é pra você?

A: Acho que é importante, tem que saber o que esta acontecendo. Não sei explicar.

Denio: Você ouve rádio?

A: Sim, sim.

Denio: Aonde você costuma ouvir radio?

A: De manha quando eu acordo. (?)

Denio: Sim, você escuta radio na sua casa?

A: Isso.

Denio: Você tem algum aparelho que você escuta em movimento, andando?

A: Rádio só em casa. Quando eu sai e costumo levar o mp3, mp4. Porque não pega bem.

Denio: Então você escuta musica no mp3, mp4?

A: Sim.

Denio: Qual tipo de musica você gosta?

A: Rock, pop, alternativo.

Denio: Qual a radio de sua preferência?

A: A Nova Brasil.

Denio: Há quanto tempo você mora em SP?

A: Três anos, três anos e meio.

Denio: Você nasceu aonde?

A: Taboeira do Norte – Ceará.

Denio: E você sempre gostou desse tipo de musica que você mencionou?

A: Sempre, sempre. Sempre gostei de musica, toco violão, sempre ouvi musica.

Denio: Quando você escuta radio, você escuta com amigos, família, como que é que procede?

A: Sozinho.

Denio: Você gosta de ler?

A: Sim, leio muito.

Denio: Mais ou menos quantos livros você lê por ano?

A: Uns, quando eu lia bastante, agora eu estou muito sem tempo, mais ou menos uns quarenta, cinqüenta.

Denio: Quarenta livros por ano? Nossa, muito bom.

A: Agora diminuiu. Deve ser uns trinta talvez.

Denio: Em torno de trinta. E esses livros, quais os tipos de literatura?

A: A maioria ficção, agora é mais arquitetura pelo curso, mas romance, de tudo um pouco.

Denio: Mais livros técnicos, não é? Você lê atualmente. Você lê também outros tipos de meios, por exemplo, você lê revista?

A: Leio revista. Superinteressante.

Denio: Tem mais alguma alem da Superinteressante que você lê?

A: A Época às vezes e a Cult.

Denio: E no que você gosta dessas revistas, o que elas atraem em você?

A: A Superinteressante pela tecnologia, sempre sabe as novidades, tal, no mundo, curiosidades que não tem em outras revistas. A Época é mais por um ponto de vista político. Eu gosto porque as reportagens são mais imparciais. Não gosto da Veja. A Cult é bem diferente, ela eu gosto de ler, ela tem umas reportagens bem bacanas.

Denio: Você comentou que você não gosta da Veja porque ela não é parcial. Ou melhor, ela não é imparcial. É isso?

A: Isso. Ela puxa mais pra um lado.

Denio: Ela tem um lado mais político. É isso que você diz?

A: Isso.

Denio: Legal, ótimo. Você também lê jornal?

A: Jornal nem tanto porque eu vejo mais na Internet.

Denio: Essas notícias que você vê na Internet, no caso você vê que tipo de notícia, que tipo de informação você busca?

A: Gosto muito de Cinema, sobre de TV, notícias em geral, país, política também um pouco. Já li muito economia quando eu fazia administração. De tudo um pouco.

Denio: Então essa é no caso, você começou a fazer uma faculdade e você está na segunda faculdade?

A: É. Eu tranquei a primeira. Administração.

Denio: Prosseguindo a gravação com A. S. A. A gente estava falando a respeito das revistas, que você, agora eu vou fazer perguntas a respeito. Você mencionou que você gosta de filmes antigos. É isso? Ou tem outros gêneros, outros tipos que você gosta?

A: Eu vejo de tudo na verdade. Vejo, gosto dos antigos também, mas eu vejo muito (?) vejo bastante.

Denio: Você vai muito no cinema?

A: Claro, vou bastante. Quando tem alguma coisa que me interessa. A última vez que eu fui eu fui ver Tron Legacy. É que eu vi o antigo, é que é de 1978.

Denio: No caso, você mencionou que você vê pela TV e também assiste no cinema. Você também assiste por DVD, ou no DVD?

A: Sim, eu alugo também, alugo, baixo muito também da Internet, filme, seriado.

Denio: No caso, falando em quantidade, quanto que você baixa, quanto você aluga por semana em média?

A: Acho que eu alugo dois filmes por semana talvez, e baixo, depende da época do ano. Quando está em temporadas boas de seriados eu baixo muito, baixo muito mesmo talvez uns quatro ou cinco gigas por mês.

Denio: Qual o gênero de filme que você gosta e por que você gosta?

A: Eu vejo de tudo um pouco na verdade. Mas eu vejo muito ação, aventura, drama também. Eu gosto de tudo um pouco.

Denio: E por que você assiste tanto filme?

A: Então, eu sempre gostei de filme. Não sei assim porque, sempre gostei.

Denio: Bom, vou falar agora a respeito da Internet. Quantas horas em média você fica na Internet por dia?

A: Agora que eu não estou trabalhando, que eu estou de férias, eu fico mais tempo, devo ficar umas três, quatro horas. Quando eu estou estudando é umas duas horas no máximo, não tenho muito tempo.

Denio: Além de assistir filme, você tem alguma outra prática de lazer?

A: Agora (?) eu só corro mais no parque, gosto de ir ao teatro, as vezes eu vou ao teatro.

Denio: Essas idas ao parque, assistir filmes, você faz sozinho ou faz com amigos?

A: Correr eu corro sozinho, que aí o pessoal fica pra trás, mas se for só pra ir para o parque dar uma volta aí eu vou com os amigos.

Denio: Esses momentos com os amigos são muito frequentes?

A: Agora nas férias nem tanto. O pessoal viaja bastante, é mais na época de aula.

Denio: E você costuma ir em barzinhos, costuma ir em festas?

A: Mais barzinho. Festa nem tanto porque eu tenho que acordar cedo, eu trabalho. Mas barzinho depois da facul ou antes da aula não tem problema.

Denio: E isso é feito com os amigos. E quais são os assuntos que geralmente vocês tratam?

A: A gente trata de tudo um pouco. A maioria é sobre a faculdade, época de aula, tal, mas sobre noite, o pessoal sai para festas.

Denio: Tem alguma atividade de lazer, alguma prática que você não faz e gostaria de fazer?

A: Teclado, sempre quis fazer teclado, piano, nunca tive tempo.

Denio: E qual o motivo de você querer aprender a tocar música, tocar teclado, piado?

A: Eu sempre gostei de música. Violão foi mais fácil, só que eu acho o teclado muito bonito, piano.

Denio: Bom agora nós vamos fazer nesse segmento da entrevista, vamos falar a respeito de celulares. Quantos aparelhos de celular você tem?

A: Eu tenho dois. Pessoal e do escritório.

Denio: O seu telefone celular, você tem há quanto tempo esse aparelho?

A: Nossa, o meu pessoal eu devo ter há uns quatro anos. No começo eu trocava bastante de celular. Quando saía um novo, com câmera, alguma coisa e tal eu trocava sempre. Depois que, vai, eles fazem tudo só que hoje (?), ele tem câmera só que a câmera não é boa, ele tem Internet só que não faz tudo. Hoje em dia eu nem me preocupo muito com celular mesmo. Os aparelhos antigos estão bem melhor.

Denio: Entendi. E os aparelhos hoje, você considera que eles estão completos?

A: Esse Net Fone faz muita coisinha assim, para, tem Excel, tem Word, ele é bonzinho. Mas para o que eu uso acho que está completo sim.

Denio: Com quantos anos você teve o seu primeiro celular?

A: Como eu estudava fora, quatorze anos.

Denio: Então naquela época, com quatorze anos, você trocava com maior frequência?

A: Sim, sempre trocava quando tinha um modelo novo.

Denio: Desses celulares que você teve, você fez alguma personalização nele?

A: Sempre baixo toque, esses papel de parede. Sempre mudo, pra ficar com a sua cara.

Denio: E explica isso, “pra ficar com a sua cara”? O que seria isso?

A: Você compra todos são iguais, e eu gosto de me identificar, ficar diferente.

Denio: Você considera que esse celular tem uma parte da sua identidade mesmo?

A: Com certeza. Eu passo o dia com aquela coisa, fico andando com ele direto. Com certeza.

Denio: Correto. Qual modalidade de conta no celular que você tem?

A: Pré-pago.

Denio: Pré-pago. E o seu celular, desses dois você disse que ele tem vários recursos. Quais são os recursos principais pra você desses aparelhos?

A: Eu vejo, acesso muito Internet do meu, checo e-mail as vezes. E a planilha do Excel eu uso também para fazer anotação de aula.

Denio: Perfeito. Você se comunica muito com o celular? Ou só utiliza o aparelho? Digo assim, no sentido da principal função dele, que é fala, o envio de mensagem.

A: Sim. Mensagem eu não gosto muito. Prefiro falar direto, mas sempre estou falando com a minha família. E o do trabalho principalmente, passo o dia inteiro falando.

Denio: Vamos imaginar uma situação hipotética que de repente não existisse mais celular no mundo. Qual, o que você acha que aconteceria com as pessoas?

A: Sabe que eu prefiro sem celular. Não vou mentir, não gosto de celular. Acho que afasta as pessoas. Você quer sair com a pessoa, você liga. Pra distante é bom vai, eu falo com a minha mãe sempre, com as minhas irmãs, mas pra convívio em si, social, acho que o celular, de um jeito acaba forçando assim.

Denio: Então você considera que o celular afasta as pessoas de um contato mais próximo? Mais pessoal?

A: Sim.

Denio: Como é que seria sua vida especificamente sem o celular?

A: Ia ser complicado porque no trabalho a gente precisa muito. Esse é um ponto positivo. Mas no particular eu acho que, porque todo mundo tem celular, não tem que ficar buscando as pessoas e tal, você consegue localizar rapidamente, economizo muito tempo.

Denio: E o celular você acha que veio à tempo. E em relação à modernidade, você estar em vários lugares, poder se comunicar com várias pessoas? O que, isso é importante pra você?

A: Verdade, verdade. Antes só tinha fixo lá em casa, por muito tempo era só fixo, era sempre complicado, porque eu ligava para a pessoa e ela nunca estava. Vou sair de casa, a mãe ficava super preocupada, não conseguia falar com você. Hoje em dia acho que melhorou bastante com a mobilidade. Sei lá, estar em qualquer lugar, no interior, lá melhorou muito.

Denio: Perfeito. Agora nós vamos partir aqui para o final da nossa entrevista, eu vou apresentar pra você algumas fotos e eu gostaria que você comentasse essas fotos. O que você vê nessas fotos, o que te chama atenção?

A: Eu vejo muita interação. Eles usam mais o celular, mas ele acolhe as pessoas. Você tem um cara que parece que esta falando com a namorada pelo jeito dele. Os três que estão se divertindo, com algum jogo, algum vídeo, não sei, da Internet. Para o 3G que acho que melhorou bastante no celular. Esse aqui não a pra entender bem, eu acho que são namorados e tal. Eu acho que a imagem é muito boa, atrai o usuário.

Denio: Você considera que essas imagens são reais? Seriam imagens do cotidiano mesmo?

A: Com certeza, com certeza. Eu mesmo já passei por todas aqui. Já, eu sempre costumo ver pessoas assim. Já esta impregnado na vida das pessoas isso aqui.

Denio: E no caso aqui você observa que são jovens nessas fotos. Você considera que o jovem de fato representa o celular? Tanto que foi usado nessa campanha publicitária.

A: É que ele fala de tecnologia. Essa novas tecnologias o jovem é o maior usuário porque ele já nasceu nessa geração, ele está habituado. Você encontra pessoas mais velhas, (?), “não sei mexer nisso aqui, mexe pra mim”, é mais pela questão da geração. O jovem de hoje já está habituado com tudo aquilo, ele que, as funções, (?) as novas funções do celular.

Denio: Correto. Vamos então encerrar nossa entrevista. Você tem alguma consideração final pra fazer a respeito da entrevista, algum comentário a respeito do celular que você gostaria de fazer?

A: Não, não.

Data: 18/01/2011

Local: Shopping Santa Cruz – São Paulo – Capital.

Entrevistador: Denio Arrais

Entrevistado: M. N. C. - Aluna do Curso de Design de Interiores – FMU - 3º Ano – recém formada.

Tempo: 24m 32s

Denio: Bom dia, M. M., por gentileza, no início dessa nossa entrevista faça uma apresentação de você mesma. Fale quem você é, o curso que você esta fazendo.

M: Bom, sou formada em Design de Interiores, acabei de me formar, estou na fase de procurar emprego, na fase de pesquisa.

Denio: Você formou em qual faculdade?

M: Me formei na FMU da Vila Mariana ano passado.

Denio: Perfeito. A sua idade é vinte e um anos. Seu estado civil?

M: Solteira.

Denio: Você é estudante. Não nenhuma renda ainda?

M: Não tenho renda ainda.

Denio: Recém formada no caso. Bom, vamos começar a nossa entrevista para saber um pouco mais de você a respeito do seu consumo de meios de comunicação. No caso aqui, você assiste TV?

M: Assisto.

Denio: Em media, quantas horas por dia?

M: Cinco horas por dia talvez.

Denio: Cinco horas. Essas cinco horas são todos os dias ou no final de semana aumenta?

M: No final de semana aumenta.

Denio: Mais ou menos quantas horas no final de semana?

M: Oito talvez.
Denio: Oito horas. Qual tipo de programa ou qual o programa você gosta de assistir?
M: A maioria eu assisto seriado. Sei lá, CSI, talvez, seriados, essas coisas.
Denio: Ok, seriados norte americanos.
M: Isso.
Denio: Por que você gosta desse tipo de programa?
M: Pela historia continua que a gente tenha que acompanhar e é algo eu acompanho sempre assim a historia.
Denio: Isso te favorece no que? Qual beneficio que isso traz esse tipo de seriado, de histórias continuas?
M: Dependendo no seriado não acrescenta absolutamente nada, por puro prazer. Alguns, não sei se eu posso falar, no meu dia, não sei se tem algum crescimento. Honestamente não acho que acrescenta.
Denio: É mais a questão do entretenimento mesmo.
M: Isso.
Denio: Bom, você assiste algum programa de noticia, algum jornal?
M: Jornal eu vejo. Quanto à noticia eu vejo mais pela Internet mesmo do que mais pela televisão.
Denio: Perfeito. Nós vamos voltar mais à frente pra falar sobre Internet. Bom, prosseguindo, você gosta de musica, você ouve radio?
M: Radio não. É muito difícil eu ouvir radio. É mais no carro ou coisa assim, em casa é mais musica que eu tenho no computador.
Denio: Então você escuta musica pelo computador?
M: Isso.
Denio: Você tem algum dispositivo móvel de musica, um mp3, mp4?
M: Eu tenho um Ipod.
Denio: Você tem o Ipod? Prosseguindo a entrevista, bom M. eu perguntei pra você a respeito do radio, você comentou que escuta no carro, tem mais algum outro local que você escuta radio, ou somente em dispositivos como o Ipod?
M: Não, em casa quando as vezes eu estou escutando na sala, essas coisas, mas não é minha primeira opção de musica.
Denio: Ta certo. Mais ou menos quantas horas por dia você escuta, ouve musica?
M: Musica? Todos os dias, o dia inteiro é a base de musica. Então, sei lá, mais de dezesseis horas, sei lá.
Denio: Dezesseis horas por dia. Por que você gosta tanto assim de musica?
M: Não sei, acho que a musica acaba movimentando meu dia. Não como eu vou explicar, alegre, me ajuda.
Denio: Motiva. Que tipo de musica você gosta?
M: Depende. Eu vou de musica clássica à pop, atual. Não tenho uma musica preferida, um gênero preferido.
Denio: Você é bastante eclética?
M: Muito.
Denio: Você gosta de Sertanejo?
M: Não.
Denio: Não.
M: Nem tão eclética assim.
Denio: Entendi. E que outro tipo de musica você não gosta?
M: Rock, Metal, Hard Rock.
Denio: Você escuta musica sozinha ou com amigos, familiares?
Denio: Você gosta de ler?
M: Muito.
Denio: Em media quantos livros você lê por ano?
M: Foi uns quatro, talvez três por mês. Quarenta por ano.
Denio: Quarenta por ano. Que tipo livro você, que tipo de literatura você gosta?

M: Romance na maioria, ficção. É mais história, romances de história na maioria que eu acabo lendo.

Denio: Você gosta também de ler revista?

M: Gosto mais da minha área. Tem muita revista de decoração, de arquitetura.

Denio: Assim, qual o nome das revistas que você gosta de ler?

M: Ana Claudia, Casa, Corporativo, Espaço Corporativo. São as que eu mais leio.

Denio: Esse tipo de revista é bastante específica. Por que você gosta de lê-las?

M: Porque é da minha área, é dali que eu agrego mais conhecimento, que eu faço minhas pesquisas.

Denio: Elas ajudam você profissionalmente. Seria isso?

M: Isso.

Denio: Você gosta de ler jornal também?

M: Muito pouco. Eu acabo lendo mais pela Internet mesmo.

Denio: Pela Internet. E aí como você disse anteriormente, está relacionado a questão de você se informar pela Internet. É isso?

M: Nem tenho o hábito de comprar muito.

Denio: Perfeito. Quais portais de notícias que você vê pela Internet?

M: UOL e Terra.

Denio: Quais tipos de notícias mais te atraem nesses portais?

M: Eu vou pelas manchetes.

Denio: Bom, agora a respeito de filmes. Você gosta de assistir filmes?

M: Muito.

Denio: Você vai no cinema?

M: Pelo menos uma vez por semana.

Denio: Que tipo de filmes você gosta?

M: O que tiver em cartaz, menos Terror.

Denio: A tá. Você é bastante eclética. Da uma média de um por semana.

M: No cinema. É.

Denio: Por que você gosta de cinema?

M: Não sei, eu gosto muito disso, talvez.

Denio: Uma das formas de entretenimento.

M: É. É outra realidade também, pra sair um pouco do dia a dia.

Denio: O cinema te leva à outros mundos?

M: Isso.

Denio: Quando você falou em realidade.

M: É isso mesmo. Sair um pouco disso.

Denio: Sair um pouco da rotina. Você pratica algum outro tipo de lazer além do cinema?

M: Não.

Denio: Você costuma sair com os amigos, ir em festas?

M: Alguns bares.

Denio: Mais barzinhos. Festas você vai também?

M: Vou. Não é tão comum.

Denio: Geralmente você vai com os amigos nesses eventos?

M: Sim.

Denio: E basicamente quais são os assuntos que vocês tratam? Como é, como que vocês se comunicam em grupo?

M: Como são amigos de longa data, de colégio, etc, é mais assuntos do dia a dia, da convivência. Não tem nada de muito específico não. Mas é como a gente está indo, o que a gente está fazendo.

Denio: Então vocês conversam num lugar, matam um pouco a saudade, colocam o papo em dia. Seria isso? Existe algum tipo de atividade de lazer que você gostaria de fazer e não faz?

M: Talvez ir mais ao teatro, exposições, coisas assim. Mais culturais mesmo que eu não faço.

Denio: E por que você não faz?

M: Falta de hábito.

Denio: Seus amigos gostam desses gêneros?

M: Gostam.

Denio: E eles vão ou não?

M: Também não. É mais algo que a gente nunca fez. Faz pouco na verdade.

Denio: O que impede de vocês irem ao teatro, exposições e outras coisas do gênero?

M: Falta de pesquisa, falta de ver o que está em cartaz, falta de habito mesmo. A gente não vai porque a gente acha bacana, mas nunca combinou. Não sei explicar o que é.

Denio: Bom agora nós vamos começar um bloco para falar sobre consumo e especificamente de consumo de celular e Internet. O atual celular que você tem, você tem ele há quanto tempo?

M: Eu já estou há um tempo com ele, fiquei uns seis meses com ele. Agora, coloca uns seis meses.

Denio: Em média você troca o celular de quanto em quanto tempo?

M: Esse ano eu tive quatro aparelhos.

Denio: Então em média de três em três meses você troca?

M: É.

Denio: Por que você troca os aparelhos? É por uma questão de tecnologia ou é por uma questão de você não gostou?

M: As vezes eu não gostei do aparelho, as vezes ele acabou quebrando. Esqueceu, perdeu outro, gostei mais do outro.

Denio: O design dele influencia nisso?

M: Sim.

Denio: A questão estética. Como você é profissional dessa área, faça um comentário a respeito do celular.

M: Do meu celular?

Denio: É, do seu, dos outros. O que você acha em termos de estética, em termos de design já que você é dessa área já pode comentar.

M: O que eu vejo nos celulares, no design deles quanto, como eu posso explicar, hoje aqueles celulares pequenininhos e Touch não funcionam mais. Eu acabei não me acostumando muito. Esses por ser desse tamanho talvez pra mim me ajuda porque eu não perco ele com tanta facilidade.

Denio: Ele tem acesso à Internet?

M: Tem, tem. A possibilidade de ferramenta, manda e-mails, etc. Pra mim, falando do design, quanto mais retas as linhas melhor, por isso que eu tenho esse. Não tem tantas frescuras e é mais simples. É isso que eu vejo neles.

Denio: E de um modo geral os modelos hoje, nessa linha de design e na linha da estética?

M: Eles são muito parecidos. Um acaba copiando o outro, linha Touch, etc.

Denio: A indústria como um todo apresenta modelos similares.

M: Tudo igual.

Denio: Qual a modalidade da sua conta?

M: É família.

Denio: É pós-pago, pré-pago?

M: É pós. Não é nem mais família porque o DDD é outro. Mas é pós, não sei.

Denio: Como você faz uso da Internet? Você disse que faz pelo celular. Tem algum outro meio que você utiliza?

M: Pelo modem do computador, como eu não tenho telefone fixo eu acabo usando o modem da operadora.

Denio: Quanto tempo você fica na Internet por dia?

M: Oito horas.

Denio: E esse consumo aumenta no final de semana?

M: Não. As vezes diminui. Eu fico conectada o dia inteiro.

Denio: Quais os sites de sua preferência?

M: Sites de relacionamento, Facebook, essas coisas.

Denio: Tem mais algum além do Facebook?

M: Orkut. Usava muito Orkut.

Denio: MSN?

M: Sim. Fico o dia inteiro. É meu meio de comunicação, até com a minha família, por isso que eu uso muito.

Denio: Então MSN é um meio mais de família, mais usado. E por que você usa ou gosta do MSN, quais são as vantagens disso? MSN.

M: Olha a principal vantagem que eu vi foi o preço que por morar em cidades separadas ele ajuda porque eu detesto telefone.

Denio: No caso você estuda em São Paulo e sua família mora em Campinas. Então o custo do MSN. E tem alguma relação de você poder estar online 24 horas por dia?

M: Sim. É Facilmente achado por qualquer pessoa. Quem eu tenho no MSN sabe que eu fico o dia inteiro.

Denio: Existe alguma relação entre MSN e celular?

M: Não. Eu não uso MSN no celular.

Denio: E o celular também você pode ser achada em qualquer lugar?

M: Sim. Ele fica ligado 24 horas. Nem pra carregar direito.

Denio: Então seu celular fica ligado 24 horas, então quem tem seu numero pode entrar em contato com você o dia inteiro. Tem algum tipo de recurso que você aprecia no seu celular?

M: Não. É muito difícil eu usar os recursos dele. Talvez tem a Internet que é o principal. E as musicas, fotos e coisas do gênero.

Denio: Musicas, fotos, imagens. Vídeos ou coisas assim, ou não?

M: Não. É a oportunidade de fazer vídeo.

Denio: Você fez alguma personalização no seu celular?

M: Só as cores e o plano de fundo.

Denio: E ele tem algum conteúdo como musica de sua preferência?

M: Sim, tem. Todas as minhas musicas e minhas fotos de preferência também que eu passo pra ele pra ver.

Denio: Perfeito. Em termos assim de mobilidade, o celular pra você é um instrumento muito útil?

M: É. Até por morar em outra cidade, dos meus pais, da minha família, por exemplo, é muito fácil pra mim em caso de dar algum problema pra me achar. Eu acho extremamente útil. Caso eu não perca, o que acontece muito.

Denio: Você esta há quanto tempo em São Paulo?

M: Dois anos e meio.

Denio: Dois anos e meio. O teu curso durou quanto tempo?

M: Dois anos e meio.

Denio: Então quando você começou a faculdade você veio pra cá.

M: É.

Denio: Imaginando assim, não você mas as outras pessoas, como é que seria a vida dessas pessoas sem o celular?

M: Muito diferente. Todas vez que, por exemplo, quando acaba a bateria, que a gente não consegue achar a outra pessoa, o comentário é sempre o mesmo: o que seria a vida sem o celular? Então a facilidade acho que ele traz hoje para o dia a dia, todo mundo (?) morto, sei lá três celulares, então elas não conseguem viver sem ele mais (?).

Denio: E pra você, especificamente, o que ele representa?

M: Oportunidade de comunicação, de trabalho. É isso.

Denio: Comunicação assim em termos mais específicos seria como? Comunicação pessoal?

M: Comunicação pessoal e para o trabalho.

Denio: Perfeito. Você já saiu algum dia sem celular?

M: Já.

Denio: E qual foi a sensação que você teve?

M: De perda, de vazio. Eu não tinha nem como ver a hora. Eu não tinha como falar com as pessoas, onde eu tava, seu eu estava bem, se não estava.

Denio: Essa sensação de perda, de vazio, se você fosse definir em uma palavra como que você definiria?

M: Não sei. Falta. Não sei definir.

Denio: Vazio.

M: É, Vazio. Isso. Sensação de perda mesmo.

Denio: Bom, estamos chegando no final da nossa entrevista, eu vou passar pra você aqui umas imagens de uma campanha de celular e gostaria que você comentasse, comentasse a respeito dessas imagens. São três imagens, de uma operadora, e gostaria que você comentasse o que de cada uma delas pra mim, o que você vê em cada uma.

M: O dia a dia, amigos, etc, em comum. E olhar essas pessoas não me traz nada de celular, não entendo por que elas foram escolhidas, além de pessoas bonitas, um aparelho,

Denio: Então a que mais representa é essa aqui?

M: É, isso.

Denio: Que é o convívio de amigos, contato de pessoas.

M: Isso.

Denio: Então dentre essas a que representa a realidade é essa daqui?

M: Isso.

Denio: As demais não?

M: Não. Pra mim não traz nada. Não entendo porque uma pessoa (?)

Denio: O que as três fotos pra você tem em comum ou não tem em comum? Ou quais seriam as diferenças das três fotos?

M: Além de pessoas extremamente bonitas em uma imagem do cotidiano. Acho que é isso.

Denio: As pessoas jovens representam o público?

M: Não. Não só os jovens. Hoje em dia qualquer um. Esta errado colocar isso assim, um padrão. Não é.

Denio: Cria assim um estereotipo do consumidor do celular.

M: Isso, não é só (...). Antes até poderia ser porque era uma novidade, mas hoje não é.

Denio: Então você acha que as pessoas já sabem todas, independente da idade aproveitar os recursos que o celular oferece.

M: Sabem. Tirando algumas, o pessoal assim sabe.

Denio: Perfeito. Bom, finalizando nossa entrevista, eu gostaria que você fizesse algumas considerações finais, a respeito da entrevista, de você, do seu celular.

M: Tirando meu vício em hora, em música, em comunicação essa perda eu acho que seria acostumado a viver assim, o celular é um material. Acho que hoje até propaganda, não sei, essa questão de segurança, de você ter acesso à pessoa a qualquer hora faz com que o celular seja algo necessário no dia a dia mesmo. Não sei, eu vivia bem sem ele antes é que é muito exagero.

Denio: Então esse celular ele transformou a vida das pessoas?

M: É. Acho que transformou.

Denio: E você acha exagerado.

M: Eu acho. Apesar de usar, falar tanto dia, (?) perda, eu acho exagerado sim.

Denio: E no caso você acha que o celular aproxima ou ele afasta as pessoas?

M: Aproxima de um jeito de você querer a pessoa de fácil acesso, até 24 horas por dia, agora afasta porque algumas pessoas preferem falar pelo celular do que pessoalmente.

Denio: Ela afasta do contato pessoal?

M: Isso.

Denio: Então está certo. Muito obrigado M.

Data: 18/01/2011

Local: ETEC Prof. Camargo Aranha – São Paulo – Capital.

Entrevistador: Denio Dias Arrais

Entrevistado: J. N. C. - Aluna do Curso de Recursos Humanos – Universidade São Judas Tadeu - 2º Ano

Tempo: 23m 02s

Denio: Boa Tarde, J. Por gentileza, faça uma apresentação de você. Comente um pouco a seu respeito, qual curso você está fazendo.

J: Meu nome é J., tenho dezenove anos, faço o curso de Gestão de Recursos Humanos na Universidade São Judas Tadeu no período noturno.

Denio: Você trabalha?

J: Trabalho sim. Na Escola Técnica Estadual _____.

Denio: Qual a sua função?

J: Secretaria da Diretora.

Denio: Perfeito. No caso, você não precisa se você não quiser falar, mas a respeito da sua renda, qual seria a sua renda? Se você quiser omitir esta informação não tem problema.

J: Mil reais.

Denio: Estado civil?

J: Solteira.

Denio: Bom, vamos começar a falar um pouco sobre o consumo dos meios. A primeira coisa que eu quero saber de você é a respeito se você assiste TV?

J: Assistio sim.

Denio: E em quantas horas em media por dia você assiste?

J: Umass quatro horas.

Denio: Quatro horas. E isso aumenta no final de semana ou mantém-se na mesma quantidade de horas?

J: Deve aumentar para umass seis horas mais ou menos.

Denio: Qual tipo de programa que você assiste, qual é mais preferido por você?

J: Assistio jornal e gosto muito de novela, e algum documentário.

Denio: Perfeito. No caso do jornal você assiste por que?

J: Pra me manter atualizada, a respeito dos assuntos que estão ocorrendo, e é mais pra isso mesmo, pra me manter atualizada sobre assuntos e estar por dentro do que esta acontecendo.

Denio: Isso é importante por que pra você? Ficar atualizada, ficar sabendo o que esta acontecendo.

J: Olha, tanto na vida pessoal, que acrescenta bastante, quanto na vida profissional, sempre é bom saber o que esta ocorrendo, principalmente quando a informação é sobre mercado de trabalho, ainda mais a gente que esta em um nível universitário, a gente tem que estar se aperfeiçoando cada vez mais e isso acrescenta sim.

Denio: Então essas informações você utiliza elas como um meio onde você vai se atualizar profissionalmente, pra você se desenvolver e crescer na profissão? Seria isso?

J: Também.

Denio: Perfeito. Você disse também que gosta de novelas, o que te atrai em novelas, por que você gosta tanto de novelas?

J: Na verdade seria assim, eu sei que não é uma realidade, mas por abordar assuntos também atuais, ate mesmo assuntos que de repente eu não conhecia, através de algumas novelas eu fiquei sabendo sobre doenças, sobre até algum tipo de crime que a pessoa sofre dentro do trabalho, então também é uma forma de eu aprender um pouco. Porém eu sei que é uma história fictícia, mas eu gosto de acompanhar.

Denio: Então tem esse lado também de estar te informando?

J: Isso.

Denio: No aspecto de entretenimento, a novela ela te distrai?

J: Isso. Ela funciona como uma forma de distração e é mais uma forma de distração mesmo.

Denio: Perfeito. Você também comentou que gosta de documentários, é isso? Quais tipos de documentários e por que você gosta?

J: Eu gosto de documentários porque quando aborda um assunto, documentários falando sobre até doenças que esta dentro do mundo dos jovens, então assim, eu gosto dos documentários porque eles abordam o assunto mais a fundo, mais profundo sobre determinada coisa.

Denio: É mais completa a informação?

J: Isso, mais completa.

Denio: Entendi. E você aplica tudo isso que você vê na TV, novela, documentário, noticias, na sua vida, no seu cotidiano?

J: Sim. Assim, não tudo na vida profissional, mas na vida pessoal e profissional eu aplico sim.

Denio: Perfeito. Outra pergunta a respeito, se você escuta radio?
J: Escuto.
Denio: Quantas horas mais ou menos por dia você escuta radio?
J: Não são todos os dias que eu escuto e quando eu escuto são por volta de umas três horas.
Denio: E aonde você escuta radio?
J: Às vezes aqui no trabalho mesmo, enquanto eu vou fazendo as atividades do trabalho eu coloco uma radio pra eu escutar. E em casa também, no final de semana.
Denio: Perfeito. Você tem algum dispositivo móvel que reproduz musica?
J: Sim, celular.
Denio: Você escuta música pelo celular?
J: Escuto.
Denio: Por que é bom escutar musica pelo celular? Qual a vantagem que isso traz pra você?
J: Bom, no caso do meu celular ele também funciona sem ser somente eu estar escutando, funciona como um rádio também, com um som ambiente. E na conduções, que no caso, a gente entra na condução e escuta musica que é só pra você escutar, só pra eu escutar.
Denio: E essas musicas são musicas que de sua preferência no caso?
J: Isso.
Denio: Você mesmo faz a seleção de musicas no seu celular?
J: Isso. Eu já tenho a galeria com as musicas que eu mais gosto.
Denio: Perfeito. Então na sua mobilidade, no seu transporte de um local pra outro seu celular tem esse papel de te entreter de, através da musica.
J: Isso.
Denio: Radio, qual emissora você escuta?
J: Olha, devido a minha religião, eu escuto muito a radio Gospel FM, que é a de minha preferência. Mas eu escutei outras, mais também voltadas para musica, Mix, Transcontinental já escutei também.
Denio: E no caso, qual tipo de musica você prefere, que você gosta de ouvir?
J: Musica Gospel, assim, eu gosto de tudo um pouco, porem tem alguns ritmos que eu não gosto muito, como Funk, Forró, esses eu não gosto.
Denio: Sertanejo você escuta?
J: Mais recentes, dependendo do Sertanejo, há uma seleção também.
Denio: Quando você escuta musica você escuta sozinha, ou com amigos, ou com família? Como é esse processo?
J: Depende da onde eu estiver. Quando é aqui no trabalho eu escuto em som ambiente, no transporte somente eu mesmo e em casa com a minha família.
Denio: Hábitos de leitura seus. Você lê livros?
J: Sim. Não tenho esse habito assim constante, mas sempre que posso eu estou lendo sim, livros, revistas.
Denio: Você gosta de ler?
J: Não muito.
Denio: Mais ou menos assim quantos livros por ano você lê? Mais ou menos.
J: Uns cinco.
Denio: Uns cinco? Você lê revista. Bom, continuando no livro, qual tipo de literatura você prefere?
J: Bem, eu gosto mais de Ficção. Ficção, às vezes até um livro que seja baseado em história real, mas assim todos os livros que contém historias de Ficção são os que eu mais gosto.
Denio: Das revistas que você gosta de ler, qual são as que te atraem mais? Quais você lê mais?
J: Olha, as que eu mais gosto é Você S/A, que é mais voltado para profissão mesmo, tem muitas matérias assim que é bem pra minha área de Recursos Humanos, então é a que eu mais gosto, no caso eu vejo o (?) das empresas, eu acho quem interessante que é uma revista voltada para jovens e também para o meio profissional. Então eu gosto bastante.
Denio: Você assina essa revista?
J: Não sou assinante. Eu consulto aqui pela escola. Todo mês nós recebemos.
Denio: Perfeito. Tem outro tipo de revista que você lê?

J: É só revistas assim, a maioria do acesso de revista que eu tenho é aqui na escola também, que tem a Agitação, Piração, que é tudo voltado para estudantes e jovens, são as que eu mais gosto.

Denio: Prosseguindo a gravação, J., nós estávamos comentando a respeito das revistas que você lê, que você mencionou que você gosta da revista Você S/A, em função da mesma ser adequada ao teu estudo, profissionalmente falando é uma revista interessante. Você comentou depois as revistas que você lê aqui na escola que você tem acesso. Você lê a Veja?

J: Depende da matéria. O que me interessa eu leio, senão.

Denio: Bom, agora eu vou comentar a respeito de jornal. Você costuma ler jornais?

J: Não muito.

Denio: Por que você não lê jornal? Em questão do acesso, disponibilidade, tempo. Quais seriam os motivos?

J: Na verdade eu não tenho muito interesse em ler jornal mesmo, eu vejo jornal na televisão, mas o impresso já não.

Denio: Perfeito. Você acompanha algum jornal pela Internet? Algum site de notícias pela Internet?

J: Na verdade assim, o e-mail aqui da escola mesmo que é profissional, quando eu abro tem as manchetes dos sites, que é as notícias, que é no caso o site do Terra. Então eu olho, abro, procuro me aproximar mais naquela matéria, mas assim, especifico mesmo jornal, e as páginas assim eu não abro não.

Denio: Perfeito. Então você se informa pelo Terra?

J: Isso.

Denio: Você gosta de assistir cinema?

J: Gosto.

Denio: Mais ou menos em média quantos filmes você assiste no cinema por mês?

J: Olha não sou de todo mês ir no cinema, seria por ano, assim, eu assisto uns vinte filmes.

Denio: Na sua casa você assiste também? Filmes pelo DVD.

J: De alugar eu também não sou muito de alugar filme, mas eu assisto bastante também o que passa pela televisão, e às vezes eu alugo sim, ou pego emprestado.

Denio: E qual os gêneros que você gosta de filme?

J: Comédia, romance, de aventura assim, como que é o nome?

Denio: Ação?

J: Isso. De ação. São os gêneros que mais me interessam.

Denio: E por que você gosta desses gêneros?

J: Bom, comédia porque descontrai, você da risada. Ação é porque um pouco pela adrenalina, e romance porque eu gosto mesmo do romance.

Denio: Perfeito. Entendi. Agora vamos falar a respeito de lazer, consumo de lazer. Você tem alguma atividade de lazer? Fora essas já citadas como cinema.

J: Eu fazia academia, às vezes assim eu pratico, eu vou fazer caminhada, ando de bicicleta, é o que mais assim eu faço.

Denio: Algum outro tipo de, por exemplo, você faz algum tipo de lazer com colegas, amigos, familiares?

J: Então, esses de amigos e familiares é mesmo ir no cinema, no shopping, em algum parque de diversão também.

Denio: Você vai em festas, em barzinhos, essas coisas ou não?

J: Às vezes. Lanchonete, restaurante, essas coisas eu vou sempre.

Denio: Você vai com amigos?

J: Amigos.

Denio: Quais são dessas atividades a principal que você vai com amigos, que você freqüenta com amigos? Quais são as principais atividades que você faz?

J: Com amigos? Lanchonetes, shoppings, cinema. Essas são as principais.

Denio: Tem alguma atividade de lazer que você gostaria de fazer e não faz?

J: Na verdade seria esporte que eu gostaria de praticar, natação, eu tenho vontade de fazer.

Denio: E por qual motivo você não faz?

J: Tempo.

Denio: Agora nós vamos partir para mais um bloco. Esse bloco vai falar agora a respeito agora de consumo mais de dois itens, celular e de Internet. Há quanto tempo você tem o seu aparelho de celular atual?

J: Um ano.

Denio: Você troca em média de quanto em quanto tempo o seu celular?

J: Mais ou menos um ano também. Esse é o segundo que eu tenho.

Denio: Então você teve o seu celular com dezessete anos, é isso? O primeiro.

J: É.

Denio: Qual a modalidade de conta?

J: Pré-pago.

Denio: O seu celular tem acesso à Internet?

J: Tem como acessar, mas eu nunca acessei por ele.

Denio: Você faz o acesso a Internet pelo computador. Em média quanto tempo você fica na Internet por dia?

J: Como eu trabalho com o computador eu fico o dia todo na Internet.

Denio: E no final de semana você tem Internet em casa?

J: Acesso. Ai é uma média de duas horas e meia, três horas.

Denio: Certo. Os sites que você mais acessa quais são?

J: Terra, Yahoo, Orkut. São os que eu mais acesso.

Denio: E esses sites de relacionamento ou redes sociais, além do Orkut você tem qual mais?

J: MSN e Facebook.

Denio: A respeito do teu aparelho celular, você personaliza ele?

J: Como assim?

Denio: Você muda, você coloca algum adesivo, você coloca algum conteúdo.

J: A configuração dele eu altero. Agora adesivo eu não coloquei ainda não.

Denio: Você não tem nenhum adereço estético que personalize. Mas personalização de conteúdo. Suas preferências de musica, fotos, essas coisas. Você tira fotos com seu celular?

J: Muitas.

Denio: O celular ele possui varias funções, quais são as principais funções para você que um celular tem que ter?

J: Foto, câmera, e musica. Radio também, radio e mp3 no caso, musica no celular.

Denio: Você faz acesso a essas redes? Você já disse que não, através do celular das redes sociais.

J: Não.

Denio: Agora imaginando não você, as outras pessoas, como é que seria o mundo sem o celular?

J: Olha, seria difícil a comunicação, porque facilita bastante de você tem algo urgente pra falar para a pessoa. Mesmo um recado se aconteceu algo na casa, é mais fácil de encontrar a pessoa. Então seria bem difícil.

Denio: E no teu caso específico, como seria você sem o celular?

J: Eu fui ter o celular muito tarde. Dezessete anos eu ainda não tinha celular, então eu sobrevivi sim sem o celular, mas assim, agora que eu já acostumei com o celular, já seria um pouco mais difícil, porque assim, porque todos os dias eu converso com algum amigo, ligo pra minha casa, fico todo dia fora, converso com a minha mãe, então eu sentiria falta mais por isso mesmo.

Denio: Você fica, você sentiria uma necessidade de se comunicar com seus familiares e amigos de modo geral. Já teve algum dia que você esqueceu seu celular em casa, que você ficou sem o celular? Como é que foi esse dia?

J: Teve. Não desse parêntese, do outro. Eu esqueci e me senti um peixe fora d'água. Que eu queria falar, queria mesmo até ver a hora, que eu não tenho relógio de pulso, queria ver a hora e não tinha, é uma sensação estranha.

Denio: Essa sensação, defina assim com uma palavra. O que seria essa sensação sem o celular?

J: Como eu vou definir? Isolada.

Denio: Já estamos partindo aqui para o finalzinho da nossa entrevista, eu tenho aqui três fotos de uma campanha de uma empresa de celular, e gostaria que você comentasse cada uma dessas fotos, o que ela representa, o que você entende vendo elas.

J: Eu vejo o celular aqui, que é um celular, eu um modo também de interagir não somente para você ligar pra pessoas distante, mas para você compartilhar algo no seu meio de convívio. Então você pode compartilhar (...)

Denio: Compartilhar o que? A experiência, seria isso?

J: Compartilhar, vamos supor, que nem eu falei mesmo pra você na entrevista que eu gosto de tirar foto. Então às vezes a pessoa não vê que nem no Orkut, quando eu posto as fotos no Orkut. Eu posso pegar a foto no celular e compartilhar com ela a foto até na musica mesmo “olha, vem cá ver a musica, escutar musica”. Então eu vejo mais isso, compartilhar com as pessoas mesmo. E aqui que nem eu falei que é uma comunicação assim, o celular ele facilita muito a comunicação entre as pessoas, então aqui nessa foto ele esta falando com alguém, então às vezes é só mesmo para jogar conversa fora com amigos, com os nossos familiares também. E aqui é entretenimento mesmo, os dois se divertindo assim.

Denio: Você acha que essas fotos representam a realidade? Ou é um mundo fora, atípico, a parte. Elas representam o cotidiano?

J: Na verdade sim, porque como eu falei que pode compartilhar como eu já compartilhei sim coisas assim que nem com as minhas amigadas de comunicação sim. E aqui acho que eles estão escutando musica. Eu acho que faz parte sim.

Denio: E elas estão bem representadas? Por que nessa foto só tem jovens. Está certo isso pra você?

J: No caso não.

Denio: Por que não?

J: Porque eu acho que hoje em dia é difícil a pessoa que não tenha um celular. Então assim, não é só para jovem, que nem tem crianças que hoje em dia tem celular, que usa mais para jogar, jogar, até telefonar também, mas ai é mais para todas as faixas etárias, tanto criança, adolescente, jovem, adulto, enfim todas as faixas etárias eu acho que já se enquadraria nesse tipo de uso. Talvez seria um uso diferente, que nem um profissional usaria mais o celular para a vida profissional, para estabelecer contatos profissionais entre empresas.

Denio: Para finalizar a nossa entrevista J., comente um pouquinho assim, considerações finais, o que você achou da entrevista, alguma coisa que você queira falar, comentar a respeito do celular que não foi tratado aqui, mas que você gostaria de dizer.

J: Olha, eu achei interessante o tema abordado na entrevista, sobre o meio de comunicação, porque o principal meio hoje em dia de é mesmo o celular, Internet, que pra mim tem essas principais funções, as vezes nem sempre de aproximar as pessoas porque quando você falou o tema da entrevista eu ate imaginei que a Internet no caso, a gente ate pode se comunicar mais, celular, mas perdeu aquela coisa de pessoal, de você ver a pessoa, de você sentar e conversar. Hoje é muito via Internet, e-mail, Orkut, Internet, MSN, então perdeu um pouco esse contato com as pessoas, mas porem facilita muito assim, no caso de alguma coisa urgente e se você não tem como você ver a pessoa e conversar pelo menos com ela. Então essa é a minha conclusão da entrevista e eu gostei sim do tema abordado.

Denio: Muito obrigado J.

J: Obrigada você.

APÊNDICE 5
QUADRO SÍNTESE DAS ENTREVISTAS

ENTREVISTA	PERFIL:	HABITOS DE CONSUMO	CONSUMO GERAL	LAZER	INTERNET	CELULAR
1. A. R. S.	24 ANOS FEMININO TRABALHA CLASSE C2 1º ANO DIREITO BEBEDOURO-RES 15 A. SÃO PAULO- NASC	NÃO ASSISTE NOVELA TV – POUCO FILME – AÇÃO COMÉDIA RADIO LÊ JORNAL- NOTÍCIAS POLÍTICA E ECONOMIA LÊ LIVROS - 5 A.A. LOCA DVD MÚSICA	REDES SOCIAIS NÃO TEM MP3 COMPRA PELA INTERNET	DANÇAR ASSISTIR FILMES ESPORTE - VOLEY FESTAS	6 HORAS P/DIA PESQUISAS COMPRAS REDES SOCIAIS	SIM PERSONALISA SÓ O CONTEUDO É FUNDAMENTAL EM SUA VIDA POSSUI RECURSOS NÃO TIRA FOTOS O CELULAR ENTENDE O PAPEL DA MOBILIDADE O CELULAR É UM COMPUTADOR QUANDO ESTA SEM O CELULAR SENTE QUE FALTA UMA PARTE DELA
2. G. T. P.	19 ANOS, MASCULINO, TRABALHA,	NÃO ASSISTE NOVELA TV –	REDES SOCIAIS NÃO TEM MP3	LANCHONETES – BAR ESPORTE -	1 HORAS P/DIA DURANTE A SEMANA – 5 A 6	SIM – TEM A 3 ANOS PERSONALISA

	CLASSE C1, 1º ANO DIREITO PIRANGI-RES 19 A. PIRANGI- NASC	PROGAMAS ESPORTIVOS FILME – NACIONAL RADIO LÊ JORNAL- NOTÍCIAS POLÍTICA E ECONOMIA LÊ LIVROS - 2 A 3 A.A. MÚSICA: SERTEJO UNIVERSITÁRIO E ROCK NACIONAL	COMPRA PELA INTERNET	FUTEBOL ASSISTIR FILMES E FUTEBOL FESTAS – RODEIO	NO FDS FAZ COMPRAS PESQUISAS – NOTÍCIAS – TRABALHOS DA FACULDADE REDES SOCIAIS – ORKUT E MSN	SÓ O CONTEUDO – TOQUES E MÚSICAS É FUNDAMENTAL EM SUA VIDA POSSUI POUCOS RECURSOS TEM ATÉ HOJE O MESMO CELULAR - NÃO TIRA FOTOS O CELULAR É IMPORTANTE – MAS AFIRMA QUE PODE VIVER SEM
3. M. M.	19 ANOS FEMININO NÃO TRABALHA CLASSE B1 2º ENGENHARIA QUIMICA BARRETOS-RES 2 A. CARNEIRINHO MG – NASC.	NÃO ASSISTE NOVELA TV – 2 A 3 HORAS CQC – ALTAS HORAS – JORNAIS – PROGRAMA DO JÔ FILME –AÇÃO	REDES SOCIAIS NÃO TEM MP3 COMPRA PELA INTERNET	LANCHONETE PASSEIA COM A FAMÍLIA ASSISTIR FILMES	3 A 4 HORAS P/DIA COMPRAS PESQUISAS REDES SOCIAIS – COMUNICAR COM AMIGOS E FAMÍLIA	SIM – É O PRIMEIRO APARELHO – 2.A FALA COM OS PAIS É FUNDAMENTAL EM SUA VIDA COMO TELEFONIA

		<p>COMÉDIA RADIO ESCUTA LÊ JORNAL- NOTÍCIAS POLÍTICA E ECONOMIA LÊ LIVROS - 5 A.A. LOCA DVD MÚSICA: POP ROCK – ANOS 80 -, MPB – SERTANEJO</p>				<p>POSSUI POUCOS RECURSOS – MAS NÃO FAZ FALTA TIRA FOTOS – POUCO O CELULAR ENTENDE O PAPEL DA MOBILIDADE</p>
4. S. R. S.	<p>22 ANOS FEMININO TRABALHA CLASSE C1 3º ANO LETRAS BARRETOS – RES. 22 A. NASCEU EM BARRETOS</p>	<p>NÃO GOSTA DE NOVELA TV – RARO FILME POUCO NÃO OUVE RADIO LÊ JORNAL- NOTÍCIAS LÊ LIVROS -15 A.A. REVISTAS E JORNAIS QUANDO</p>	<p>REDES SOCIAIS NÃO TEM MP3 COMPRA PELA INTERNET</p>	<p>FESTAS ESPORTE – BASQUETE E VOLEY ASSISTIR FILMES FESTAS COM AMIGOS RODEIO</p>	<p>6 HORAS P/DIA COMPRA – COMPROU O CELULAR PESQUISAS ESCOLARES REDES SOCIAIS PREFERE O COMPUTADOR Á TELEVISÃO</p>	<p>SIM – DEMOROU 6 ANOS PARA TROCAR O APARELHO PERSONALISA COM CAPA E CONTEUDO É ESSENCIAL POSSUI RECURSOS NÃO TIRA FOTOS MOBILIDADE QUANDO ESTA</p>

5. T. V. R.	20 ANOS FEMININO TRABALHA CLASSE C1 1º ANO ADMINISTRAÇÃO SEMPRE MOROU EM BARRETOS	DISPONÍVEIS OUVE MÚSICA - GOSTA MAIS DE SERTANEJO ASSISTE BASTANTE TV NOVELA E JORNAIS FILME –AÇÃO COMÉDIA RADIO NÃO GOSTA NÃO LÊ JORNAIS NEM REVISTAS LÊ LIVROS - 7 A.A. LOCA DVD MÚSICA – CELULAR E MP3	REDES SOCIAIS TEM MP3 NÃO COMPRA PELA INTERNET	BARZINHOS FESTAS ASSISTIR FILMES VISITAS A MAIGOS E PARENTES	FICA MUITO TEMPO NA INTERNET REDES SOCIAIS	SEM O CELULAR SENTE QUE FALTA UMA PARTE DELA SIM TROCOU RECENTEMENTE PERSONALISA – MUDA TUDO É FUNDAMENTAL EM SUA VIDA POSSUI RECURSOS O CELULAR É UM COMPUTADOR QUANDO ESTA SEM O CELULAR SENTE QUE FALTA UMA PARTE DELA
-------------	--	--	---	--	---	--

6. D. S. C. D.	18 ANOS MASCULINO NÃO TRABALHA CLASSE B1 1º ODONTOLOGIA NASCEU E RESIDE EM SP	NÃO ASSISTE NOVELA TV – POUCO – NOTICIÁRIOS E DESENHO SERIADOS PELA INTERNET RADIO LÊ JORNAL- NOTICIÁRIO EM GERAL PELA INTERNET LÊ LIVROS - 5 A.A. LOCA DVD MÚSICA – VÁRIOS GENEROS PELO CELULAR	REDES SOCIAIS NÃO TEM MP3 COMPRA PELA INTERNET	ESPORTE – DIVERSOS ESPORTES ASSISTIR FILMES PELA INTERNET NÃO VAI A FESTAS – SAI COM FAMILIA	9 HORAS P/DIA COMPRAS INFORMA ATRAVÉS DE PORTAIS REDES SOCIAIS	SIM PERSONALISA SÓ O CONTEUDO GOSTA NO CELULAR OS RECURSOS TECNOLÓGICOS QUE OFERECE O CELULAR TEM TODOS OS RECURSOS E OS UTILIZA O CELULAR ENTENDE O PAPEL DA MOBILIDADE O CELULAR É UM COMPUTADOR
7. A. S. A.	22 ANOS MASCULINO	NÃO ASSISTE NOVELA	REDES SOCIAIS	BARZINHOS RESTAURANTES	3 A 4 HORAS P/DIA	SIM – 2 – UM PESSOAL E UM

	<p>TRABALHA CLASSE B1 3º ANO ARQUITETURA E URBANISMO SÃO PAULO-RES 3 A. CEARÁ-NASC</p>	<p>TV – ASSISTE BASTANTE FILMES ANTIGOS E ESPORTE RADIO EM CASA LÊ JORNAL- NOTÍCIAS LÊ MUITOS LIVROS - 30 A 40 A.A. LOCA DVD ASSISTE COM FREQUÊNCIA CINEMA MÚSICA – MP 3 E 4</p>	<p>TEM MP3 E MP4 COMPRA PELA INTERNET COMPRA GAMES</p>	<p>ESPORTE – CORRIDA CINEMA NÃO FREQUENTA FESTAS FESTAS</p>	<p>COMPRAS PESQUISAS – NOTÍCIAS PESQUISAS – NOTÍCIAS REDES SOCIAIS ACESSO PELO CELULAR</p>	<p>DA EMPRESA PERSONALISA SÓ O CONTEUDO FUNDAMENTAL EM SUA VIDA POSSUI RECURSOS NÃO TIRA FOTOS O CELULAR ENTENDE O PAPEL DA MOBILIDADE O CELULAR É UM COMPUTADOR SEMPRE TROCOU DE APARELHO, MAS O APARELHO ATUAL TEM 4 ANOS QUANDO ESTA SEM O CELULAR SENTE QUE FALTA UMA PARTE DELA</p>
--	--	--	--	---	--	--

8. J. N. C.	19 ANOS FEMININO TRABALHA CLASSE D RECURSOS HUMANOS 1° A SÃO PAULO –RES SÃO PAULO – NASC.	TV - ASSISTE GOSTA BASTANTE DE NOVELA E DE FILMES NÃO GOSTA DE LER MAS, LÊ 5 LIVROS POR ANO. LÊ REVISTAS TÉCNICAS NÃO LÊ JORNAIS SE INFORMA PELA INTERNET MÚSICA NO RÁDIO E NO CELULAR	NÃO TEM MP3 NÃO COMPRA PELA INTERNET	LANCHONETES E CINEMA GOSTA DE ESPORTES MAS NÃO PRÁTICA	FICA O DIA TODO NA INTERNET REDES SOCIAIS PESQUISA SE INFORMA	SIM – TROCA DE UM EM UM ANO – TEVE ATÉ HOJE DOIS APARELHOS – NÃO USA TODOS OS RECURSOS – TIRA FOTOS COM FREQUÊNCIA MOBILIDADE É IMPORTANTE EM SUA VIDA – ENTENDE QUE AS PESSOAS QUE NÃO POSSUEM CELULARES SÃO ISOLADAS DO MUNDO
9. M. N. C.	21 ANOS FEMININO NÃO TRABALHA CLASSE A2 DESIGN DE INTERIORES 3° A RESIDE EM SP 2,5	ASSISTE TV – A CABO SERIADOS E NOTICIÁRIOS NÃO OUVE RÁDIO OUVE MÚSICA	TEM IPOD COMPRA PELA INTERNET	BARZINHOS CINEMA VAI POUCO EM FESTAS	ACESSA A INTERNET COM MUITA FREQUÊNCIA REDES SOCIAIS	TROCA DE CELULAR EM 3 EM 3 MESES COMPRA PELO DESIGN ACESSA A INTERNET PELO

<p>10. L. A.</p>	<p>AA NASCEU EM CAMPINAS</p> <p>21 ANOS FEMININO ESTAGIÁRIA CLASSE B1 FARMÁCIA UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU NASCEU EM SÃO PAULO E SEMPRE RESIDIU EM SP</p>	<p>SE INFORMA PELA INTERNET LÊ LIVROS 40 AA LE REVISTAS TÉCNICAS NÃO LÊ JORNAIS VAI AO CINEMA</p> <p>ASSISTE TV – POUCO TV A CABO OUVE RÁDIO – ASSISTE PROGRAMAS DE ENTREVISTAS E NOTICIÁRIOS OUVE BASTANTE RÁDIO MÚSICAS E NOTÍCIAS NÃO LE JORNAL SÓ PELA INTERNET LE 8 LIVRO A.A. LE REVISTAS</p>	<p>COMPRA PELA INTERNET NÃO TEM MP3 USA O CELULAR</p>	<p>BARZINHOS DANÇAR FESTAS CINEMA SHOWS COM AMIGOS E IRMÃS</p>	<p>ACESSA A INTERNET COM FREQUÊNCIA REDES SOCIAIS PESQUISA ESCOLAR E INFORMAÇÃO</p>	<p>CELULAR MOBILIDADE TEM RECURSOS MAS NÃO USA TODOS – INTERNET E FOTOS COMO PRINCIPAIS-</p> <p>TEM CELULAR 10 ANOS TROCA EM MÉDIA DOIS ANOS QUER UM CELULAR COM MAIS RECURSOS PERSONALIZA CONTEÚDO E ESTÉTICA TIRA FOTOS MOBILIDADE</p>
------------------	--	---	---	--	---	--

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)