



O CONSUMO DE SMARTPHONE ENTRE JOVENS DE CAMADAS POPULARES

Sandra Rúbia da Silva* e Camila Rodrigues Pereira**

O pensamento que sempre existiu em relação às camadas populares é que elas consumiam somente para sobreviver. Para os estudos de consumo, até as últimas décadas, essa classe era invisível; bem como para o próprio mercado e para a academia no geral, a classe popular não era considerada um mercado consumidor de produtos e serviços (Rocha, 2009). Todavia o poder de consumo das classes populares vem aumentando consideravelmente nos últimos anos. O aumento da oferta do crédito, as facilidades nas condições de pagamento, cartões de crédito, entre outros, fizeram com que muitas pessoas que viviam à margem da miséria, pudessem ir às compras.

Essa transformação processada no mercado brasileiro fez com que uma vasta parcela da população do nosso país entrasse no mercado de consumo (Rocha; Silva, 2009). Com o aumento do consumo, cresceu também o aumento da oferta de novos produtos. Os *smartphones* – telefones inteligentes – surgiram há poucos anos no mercado e no ano de 2013 tiveram suas vendas mais que dobradas. Hoje o Brasil é o quarto maior consumidor de *smartphones*, ficando atrás da China, dos Estados Unidos e da Índia¹¹.

O que se pretende com este artigo é apresentar os resultados de um estudo realizado com adolescentes de camadas populares da cidade de Santa Maria e refletir sobre a relevância que os *smartphones* têm na vida desses jovens, bem como pensar em como se dá a conexão dos adolescentes em seus dispositivos móveis.

A amostra da pesquisa é composta por dezesseis jovens com idades entre doze e quinze anos pertencentes à classe popular. Conversamos com esses dezesseis adolescentes, realizamos entrevistas, e alguns ainda tornaram-se nossos amigos nas redes sociais. Porém o total de jovens observados foi de 137, número de alunos matriculados na sétima e na oitava séries na escola na qual realizamos a pesquisa – uma escola estadual de ensino fundamental da cidade de Santa Maria (RS). Preservamos a identidade dos adolescentes; os nomes que aparecem neste artigo são fictícios. O nome que usamos para representar a instituição de ensino é Vila Real. A coordenação da escola pesquisada pediu anonimato, visto que o uso de celulares na escola é um assunto delicado – é proibido por lei no Rio Grande do Sul o uso de celulares em sala de aula nas escolas públicas.

Juventude e culturas digitais

Definir o significado do termo juventude é uma tarefa difícil, principalmente na contemporaneidade. Rocha e Pereira (2009, p. 15) entendem que a ideia de juventude e a experiência de ser jovem podem ser traduzidas por um processo constante de mediação entre valores, hábitos, gostos, atitudes, estéticas e práticas sociais. Afinal, os autores lembram que a ideia de jovem foi criada como um espaço intermediário, “que faz a transição entre uma maturidade adiada e uma infância espremida”.

Podemos dizer que as relações sociais e os sistemas sociais estão em constante mudança. Essas mudanças implicam o aparecimento de novos padrões estruturais. Segundo Recuero (2011) a mediação pelo computador, por exemplo, gerou outras formas de estabelecimento de relações sociais. A sociedade está se adaptando aos novos tempos e passando a utilizar a rede para formar novos padrões de interação, criando formas novas de sociabilidade e novas organizações sociais.

Para caracterizar o jovem da atualidade, que já utiliza essas novas formas de interação e sociabilidade, citamos um termo utilizado por Castro (2012): os *screenagers*. A autora utiliza essa denominação para caracterizar o adolescente que se divide em ser receptor, produtor, fã e consumidor em uma interação com múltiplas telas. Quando Jenkins escreve sobre a cultura da convergência, ele utiliza os adolescentes como exemplo:

Um adolescente fazendo a lição de casa pode trabalhar ao mesmo tempo em quatro ou cinco janelas no computador: navegar na internet, ouvir e baixar arquivos mp3, bater papo com amigos, digitar um trabalho e responder e-mails, alternando rapidamente as tarefas (Jenkins, 2008, p. 44).

O cotidiano de muitos adolescentes hoje é permeado por longas horas de interação com conteúdo advindo de uma ou mais telas, e esses sujeitos geralmente estão em contato com outros por meio da internet e de outras telas. Na análise de Castro (2012) é destacado o embaralhamento de fronteiras entre trabalho e lazer, ócio e tempo produtivo; pois o jovem é privilegiado por poder acessar diversos sites e fazer múltiplas conexões ao mesmo tempo. Para a autora há tempos o consumo e a tecnologia convivem em uma espécie de pacto de cumplicidade e retroalimentação. A tecnologia também está tão rápida, que hoje podemos comprar um *smartphone* de última geração e no próximo mês ele já se tornou obsoleto; o descarte rápido de peças e equipamentos hoje é estimulado com o lançamento contínuo de novas versões de um mesmo produto.

A questão do pertencimento e da sociabilidade nos dias de hoje para os jovens é de muita importância. O uso do celular se transformou drasticamente, e ele não é usado mais somente para realizar chamadas por voz (Lemos, 2007; Ling, 2004); ele é um artefato que

possibilita que o indivíduo esteja sempre conectado, atualizado, dentro das redes sociais e interagindo tanto com a pessoa da sua turma quanto com uma pessoa que está do outro lado do mundo.

A adolescência é uma fase em que os indivíduos desenvolvem a sua identidade e senso de autoestima e os dispositivos móveis se tornaram uma parte da vida cotidiana dos adolescentes e do seu processo de emancipação; a partir dessa informação é possível sugerir que a adoção dos telefones celulares pelos jovens não é simplesmente a ação de um indivíduo, mas sim de um grupo de indivíduos alinhando-se com a cultura de pares (Ling, 2004).

Smartphones e o estar conectado

O *smartphone* é definido como um telefone inteligente – um telefone celular que possui um sistema operacional e funções mais complexas do que o do aparelho celular simples (Teleco, 2013). Segundo Teleco os principais sistemas operacionais hoje são: Android (Google), Symbian (Nokia), iPhone OS (Apple), BlackBerry (RIM), Bada (Samsung) e Windows Phone (Microsoft). Além das variadas funcionalidades que o *smartphone* já possui por si só, ele ainda permite que o usuário acesse a internet, acesse lojas *online* e que também instale aplicativos no aparelho; o número de aplicativos existentes e as funções que eles exercem são praticamente incontáveis.

Jenkins em 2008 já afirmava que os telefones celulares não eram apenas aparelhos de telecomunicações. Além de nossos telefones nos permitirem jogar, fazer *download* de informações da internet, tirar e enviar fotos ou mensagens de texto, cada vez mais eles estão nos permitindo assistir a filmes, baixar capítulos de romances, comparecer a shows musicais em lugares remotos (Jenkins, 2008) e ainda criar e compartilhar conteúdos.

Os telefones celulares hoje apresentam, ao mesmo tempo, “funções de conversação, convergência, portabilidade, personalização, conexão através de múltiplas redes, produção de informação (texto, imagens, sons), localização” (Lemos, 2007, p. 23). Para cada função que o usuário deseja exercer, existe um aplicativo¹² diferente. Uma pesquisa de 2013 revelou os dez aplicativos mais usados no mundo inteiro¹³. Em primeiro lugar, o aplicativo mais utilizado atualmente é de geolocalização, o Google Maps, que fornece mapas do mundo inteiro, trajetos e fotos dos lugares; entre os dez *apps*¹⁴ mais usados encontramos também o Facebook, o Twitter, o WhatsApp e o Instagram.

Alguns dos fatores que tornam os telefones inteligentes e os seus estudos tão relevantes são a mobilidade, a portabilidade, a capacidade de produzir conteúdo imediato, a conexão e a difusão em rede, e acima de tudo o fator da disseminação massiva desse artefato, que segundo Lemos (2007) faz de qualquer indivíduo um produtor, distribuidor e consumidor de imagens, mesmo que virtualmente. O autor também disserta que imagens e vídeos feitos por pessoas comuns através de seus dispositivos realizam a tarefa de registrar eventos cotidianos, desde amigos conversando até usos mais importantes em momentos de guerrilhas urbanas, acidentes, catástrofes, entre outros.

O modo como os jovens tem utilizado a internet e o telefone celular em suas vidas hoje, entrando e saindo simultaneamente dos âmbitos *offline* e *online*, nos indica que a participação nesses dois mundos está integrada a uma experiência cotidiana, que circula constantemente entre o interior e o exterior de nossas casas, nas diversas formas de ser e habitar os distintos campos do público e do privado (Winocur, 2009). Para Winocur, a intensa experiência de socialização digital não substituiu o mundo real, e sim está ligada a ele.

Os smartphones no cotidiano dos adolescentes

Para pensarmos a relevância que os *smartphones* têm na vida dos adolescentes de classe popular, analisamos os usos que eles fazem do dispositivo móvel em seu cotidiano. Os jovens que participaram desta pesquisa foram observados e questionados sobre fatores como: frequência do uso do dispositivo móvel, utilização na escola e fora da escola, hábitos cotidianos que envolvem o celular, funções mais utilizadas, entre outros.

Ling (2004) acredita que a possibilidade de ter um telefone disponível, sempre à mão, alterou os hábitos existentes anteriormente, quando somente existia o telefone fixo. O telefone agora é individual; cada indivíduo possui o seu número, de uso pessoal, e pode usá-lo para entretenimento, comunicação, trabalho, enfim, para o que achar mais conveniente, a qualquer momento e em qualquer lugar.

No cotidiano dos adolescentes entrevistados o que mais se vê presente é o uso das redes sociais. Para a maioria, o consumo de *smartphone* no dia a dia está ligado à comunicação e ao bate-papo. Observamos que a presença diária e constante do telefone celular na vida dos jovens é essencial. Todos relataram que se sentiriam perdidos se ficasse sem o celular por um dia e que cultivam sentimentos como amor e carinho pelo aparelho. Além disso, quase todos os entrevistados utilizam seu *smartphone* para funções básicas como relógio, despertador, calculadora e agenda.

Os dispositivos móveis atualmente são de uso pessoal e são portáteis. De acordo com Ling (2004) eles foram adotados rapidamente e ligados ao nosso corpo para uma ampla variedade de práticas sociais, que ultrapassam as funções primárias de comunicação; assim como os elementos do cotidiano, as tecnologias sem fio, e principalmente o celular, são percebidas como instrumentos essenciais da vida contemporânea. Quando elas falham, os usuários tendem a se sentir perdidos porque desenvolveram uma relação de dependência com as tecnologias (Ling, 2004).

Acho que os jovens tão usando muito o celular hoje pelo fato de ser fácil de levar pra vários lugares, de carregar e porque nele tem tudo. Tem câmera, relógio, internet, GPS; eles podem fazer todas as coisas que necessitam sem o computador por exemplo (Manuela – 14 anos – 8ª série).

O pensamento de Manuela vai ao encontro da teoria de Ling (2004) e Lemos (2007). A jovem acredita que os principais motivos para a

ascensão do consumo de celular entre os adolescentes são os fatores híbridos, de mobilidade e de portabilidade. Para Lemos, o telefone celular hoje é um dispositivo híbrido, porque carrega funções de telefone, computador, máquina fotográfica, câmera de vídeo, processador de texto, GPS, entre outras; é móvel pois é portátil e conectado em mobilidade funcionando por redes sem fio digitais, ou seja, de conexão; e é multirredes, já que pode empregar diversas redes.

Outro ponto interessante comentado nas entrevistas com os jovens é o fato de o *smartphone* representar uma forma de segurança e de maior independência no dia a dia dos adolescentes. Quase todos os informantes relataram que seus pais pedem para que eles levem o celular para a escola caso aconteça alguma coisa inesperada, para alguma emergência.

Tenho celular desde os oito anos. É que a minha mãe trabalhava no Centro, então desde pequeno eu tinha que ir pegar ônibus sozinho, aí eu tinha que ter celular pra falar com ela. Sem o celular eu não poderia falar com a minha mãe, não poderia fazer minhas coisas. Eu acho que o celular é uma forma de segurança, porque se eu estiver tipo perdido, me machucar e essas coisas assim eu posso avisar (Gustavo – 12 anos – 7ª série).

Os jovens não relataram nenhum tipo de incômodo causado pelo rastreamento, pelo contrário, acham importante estar sempre com o celular para quando precisarem recorrer a alguém e consideram fundamental avisar aos pais onde estão e com quem estão.

As formas de apropriação de mensagens de texto e ligações

As mensagens de texto e as ligações por muito tempo foram as principais funções utilizadas em um telefone celular. Hoje, com a possibilidade de uso de internet e aplicativos no *smartphone*, muitos dos serviços de SMS e chamadas foram substituídos. Existem aplicativos que, conectados à internet, nos possibilitam fazer chamadas gratuitas e enviar mensagens para todos os nossos amigos sem pagar um centavo. Porém ao notar essa mudança de cenário na telefonia, empresas como Claro, Vivo e TIM^[5] criaram novos planos, dando ênfase ao baixo custo para ligações e valores mínimos por pacotes de mensagens.

Em relação ao uso de mensagens de texto e ligações, alguns jovens entrevistados relataram possuir planos para ligações e mensagens. Bárbara utiliza um plano da Claro, no qual a chamada custa R\$ 0,21 e paga-se R\$ 0,50 por dia para enviar mensagens à vontade; ela diz que chega a enviar 50 torpedos por dia. Melinda tem um plano da TIM, e o utiliza mais para ligações, pois seu pai mora em outro estado com sua irmã mais velha, em Recife, e a chamada custa apenas R\$ 0,25. A jovem conta que chega a ficar de meia hora a quarenta minutos no celular conversando com seu pai. Luís não possui internet em casa e nem 3G no *smartphone*, por esse motivo, é um dos informantes que mais utiliza o serviço de SMS. Ele paga R\$ 5,00 por um pacote de 100 mensagens e chega a enviar mensagens de dois em dois minutos.

Castells et al. (2007) nos recordam que o SMS é o meio de comunicação que emergiu como o mais importante entre os jovens. O SMS, assim como as chamadas de voz, cumpre funções de comunicação instrumental e expressiva. Para os autores, graças ao SMS os jovens criaram também suas próprias linguagens. O curto espaço para escrever mensagens nos celulares, 160 caracteres, fez com que os adolescentes inventassem novas e exclusivas maneiras para se comunicar.

Os adolescentes e sua ligação com a música

Para compreendermos um pouco a importância da música na vida dos jovens pesquisados primeiramente vamos falar de Janaína. Janaína, que tem 15 anos e está na 7ª série, vive com dois tios emprestados e não chegou a conhecer seus pais. Os tios são bem mais velhos que ela (uma tem 82 e o outro 65 anos), são muito rígidos e não entendem as novas tecnologias e tendências do momento; talvez seja por esse motivo, pela educação dos tios, que a jovem não confia no uso da internet pelo *smartphone*. A relação de Janaína com os tios é complicada, e a música para ela é uma forma de fugir, é um escape. Ela gosta de escutar rock e escuta muita, mas muita música. No intervalo da escola Janaína quase nunca está sem seus fones de ouvido. Além de ouvir as músicas, ela ainda faz uma coisa diferente com seu *smartphone*: canta e grava com o gravador de voz, aí depois escuta algumas vezes e apaga.

Janaína se considera viciada em celular, muito em razão da música, pois não consegue sair de perto do telefone e ficar muito tempo sem escutar suas bandas favoritas. A jovem acredita que muitas vezes o *smartphone* atrapalha, pois ela deixa de estudar e de prestar atenção em algumas coisas em casa para ficar escutando música. Por causa dos fones de ouvido a menina também deixa de ouvir muitas pessoas falando com ela, até mesmo as ordens de seus tios. Podemos perceber que a música para um jovem que possui problemas com a família, além dos financeiros, é uma maneira de esquecer suas dificuldades, sua vida real, e entrar em um refúgio.

Nesses meses de observação pudemos notar também que no intervalo da escola muitos alunos escutam música sozinhos, com seus fones de ouvido, fazendo o seu lanche. Para esses o intervalo parece ser solitário, mas eles aparecem estar felizes, relaxados e aproveitando o recreio do seu melhor jeito. Todavia há jovens que escutam música juntos, em duplas, dividindo os fones de ouvido, conversando e interagindo. O uso do celular nesses casos passa de individual para uso coletivo, ele vira uma ferramenta de sociabilidade, onde a tecnologia pode ser compartilhada. E ainda há aqueles que não utilizam os fones de ouvido, os funkeiros, que gostam de escutar e colocar suas canções favoritas para todos ouvirem.

Existe também uma espécie de rixa entre os jovens da escola pesquisada, na qual os funkeiros sofrem preconceito por escutar as canções sem fone de ouvido. Pelos depoimentos notamos que os alunos que gostam de rock e de outros estilos musicais, não gostam das atitudes dos funkeiros. Eles são julgados "bagaceiros" e vulgares por escutarem canções com letras apelativas e ainda sem fones, para todos perceberem.

Funkeiro não sabe usar fone de ouvido. E eu falo mesmo. Funkeiro não usa fone, só rockeiro. Porque o funkeiro quer se

mostrar, quer mostrar aquelas músicas que falam nada a ver. O rock não precisa mostrar. O funkeiro tem que descer até o chão e tem aquelas músicas que falam "ai encosta aqui, vai lá, põe a mão lá e não sei o quê", e essas músicas não são legais (Janaína – 15 anos – 7ª série).

Os outros não gostam de nós porque dizem que funkeiro não usa fone de ouvido, mas eu não uso mesmo. É só pra escutar alto mesmo, eu não gosto de escutar tipo no fone. Eu gosto de escutar pra todo mundo ouvir. Rockeiro e funkeiro não se dão, não adianta (Pablo – 14 anos – 7ª série).

A música, no entendimento de Castells et al. (2007), é uma importante forma de autoexpressão para os jovens. E as tecnologias de comunicação sem fio hoje, como os *smartphones* e outros telefones celulares, permitem que os adolescentes expressem a sua identidade de maneira mais visível, em sintonia com as modas e tendências atuais (Castells et al, 2007). Para o autor, hoje o telefone móvel por si só já se tornou um símbolo da identidade dos jovens em muitos países; e não só dos jovens, mas de crianças e adultos também.

O uso de redes sociais e de aplicativos

Nesta seção buscamos entender algumas das razões para as redes sociais e os aplicativos hoje serem as principais funções utilizadas nos *smartphones* no dia a dia dos adolescentes. Dos dezesseis entrevistados, apenas dois não utilizam as redes sociais pelo dispositivo móvel, mas se conectam às mesmas através de seus computadores. Todos os informantes possuem aplicativos, seja de redes sociais seja de jogos, de calendário, de fotos, entre outros. Todos os usuários de *smartphone* têm o Facebook como seu aplicativo/rede social favorito.

Depois do Facebook a rede mais usada é o Twitter, e em seguida o Instagram. Relembrando brevemente as funções de cada uma, o Facebook permite ao usuário ter uma conta, um perfil pessoal, adicionar fotos e vídeos, criar conteúdo e compartilhar, assim como adicionar amigos, conversar com eles através de um bate-papo, criar comunidades, eventos e páginas; o Twitter tem como proposta o compartilhamento de mensagens curtas, de no máximo 140 caracteres e o Instagram é utilizado para a postagem de fotos, com suas respectivas legendas e filtros.

Percebemos ainda que as redes sociais são usadas pelos adolescentes para entretenimento. Jonas e Bárbara contam que ficam felizes quando estão *online* no Facebook e que dão muitas risadas quando estão escrevendo e lendo mensagens no Twitter. Além disso, muitos mencionam se sentir estranhos e até mesmo desesperados se ficam muito tempo sem entrar nas redes sociais. Eles precisam saber o que está acontecendo, quem está conversando com eles e o que as outras pessoas estão fazendo.

Na opinião de Janaína, seus amigos estão tão felizes conectados, se divertindo e conversando, que se esquecem de algumas coisas importantes como realizar os deveres de casa e de estudar. Lemos (2007) disserta que o uso de *smartphones* e de outras tecnologias móveis interfere, como toda mídia, na gestão do espaço e do tempo. Como os celulares estão sempre em nossas mãos, quase 24 horas por dia junto a nossos corpos, muitos adolescentes realmente perdem a noção de tempo. O que é hora de lazer, diversão e entretenimento se confunde, ou até mesmo oculta, a hora de estudos e de trabalhos escolares dos jovens.

Ricardo e Alice acham que a vantagem de se estar conectado nas redes sociais é poder estar perto de outras pessoas, sem estar próximo fisicamente.

Quando eu tô conectado eu sinto que eu posso falar com quem eu quiser, entendeu? Em qualquer lugar e que essa pessoa não precisa tá perto de mim pra conversar (Ricardo – 15 anos – 8ª série).

Quando tô conectada sinto que posso ver os outros, às vezes alguém que tá longe eu vejo. O Facebook eu uso pra conversar com as minhas amigas, eu tenho uma prima que mora bem longe também, daí eu converso bastante com ela (Alice – 15 anos – 7ª série).

Recuero (2011) pensa que o que diferencia as relações hoje é o advento dos laços sociais mantidos a distância. A autora acredita que a tecnologia proporcionou uma certa flexibilidade na manutenção e criação de laços sociais, uma vez que permitiu que eles fossem dispersos espacialmente. Para Recuero "a comunicação mediada por computador apresentou às pessoas formas de manter laços sociais fortes mesmo separadas a grandes distâncias [...] Essa desterritorialização dos laços é consequência direta da criação de novos espaços de interação" (Recuero, 2011, p. 44).

Podemos dizer que o pensamento de Lemos (2007) conversa com as ideias de Recuero, pois em seu entendimento a diferença das relações atualmente é a circulação imediata de conteúdos, a conexão planetária, fazendo de todos nós partícipes da experiência, de tudo e de qualquer coisa. As redes sociais e as novas tecnologias são capazes de manter amizades a longas distâncias, relacionamentos entre namorados que vivem em diferentes cidades, e possibilita que famílias amenizem a saudade que sentem de um filho que está em outro país.

Smartphones e sociabilidade

Desde nossas primeiras entrevistas no campo de pesquisa, interessou-nos o fato de que, para os alunos da escola Vila Real, ter um *smartphone* significa sentir-se incluído. Incluído na modernidade, incluído nos grupos de jovens e na escola. Os celulares passaram a ser um artefato importante que marca a aparência dos indivíduos, tornando-se não somente objetos de desejo, mas sim símbolos de pertencimento de diferentes grupos sociais (Ling, 2004; Horst; Miller, 2006; Silva, 2008).

Possuir um *smartphone* para nossos informantes significa “ser visto normal, que não tá nem por baixo, nem por cima, mas que nem os outros”. Os jovens entrevistados em nenhum momento se referiram aos *smartphones* para falar de mais ou menos *status*. Quase todos comentaram possuir um celular moderno para estarem iguais aos colegas. Eles não querem o *smartphone* mais caro, nem o “tijolão” (celular antigo), eles precisam ter os *smartphones* que todos têm, para estar na moda.

Ter um dispositivo móvel moderno, com acesso a internet e aplicativos, expressa pertencimento, porque para nossos interlocutores “quem é conectado é na moda. Os que estão por fora, estão desatualizados”. Assim, consideramos que os *smartphones* atuam diretamente na inclusão simbólica dos jovens, em uma lógica que hoje é marcada pela conectividade e pela modernidade. Na realização das entrevistas e na observação em campo, sempre que perguntávamos como alguém usava as funcionalidades e aplicativos do celular, a resposta grande parte das vezes era: “Tudo que eu faço no celular eu acho que os outros jovens fazem também”.

Mesmo possuindo um *smartphone* com variadas funções e com capacidade de armazenamento para muitos aplicativos, os adolescentes contaram que utilizam apenas as redes sociais e aplicativos que os colegas utilizam. Eles possuem o *smartphone* justamente para se incluir, para pertencer e estar onde os outros jovens estão. O pensamento de Bourdieu (2007) complementa nossa reflexão dizendo que os objetos nunca são consumidos de forma neutra. No caso dos jovens da escola Vila Real, os objetos, os *smartphones*, são consumidos com o objetivo de pertencer e se igualar.

Bourdieu (2007) entende que pessoas pertencentes às mesmas classes e frações de classes tendem a comportar-se e usufruir dos bens de maneira semelhante. O fato de nossos informantes quererem ser vistos normalmente pelos outros jovens, significa poder ter e desfrutar igualmente dos bens que os colegas têm. Eles utilizam o celular de maneira parecida ou idêntica para sentirem que pertencem ao universo dos adolescentes.

Perguntamos aos dezesseis entrevistados se alguma vez eles já foram vistos ou tratados de maneira diferente por causa do modelo de seu celular. Muitos comentaram que já presenciaram pessoas sendo tratadas como diferentes, tanto por terem um celular antigo – um “tijolão” – quanto por possuirem um *smartphone* de muita qualidade – os “playboyzinhos”.

Eu já vi pessoas serem tratadas diferente por causa do celular, mas só algumas vezes. É que é assim, quando tu tem tipo um celular mais velho ficam chamando de tijolão, e quando alguém tem um celular mais moderno daí chamam de rico né, de playboyzinho. Tem que ser meio termo (Alice – 15 anos – 7ª série).

No entendimento de Slater (2002) é através das mercadorias e dos bens que a vida cotidiana, assim como as nossas identidades e relações sociais são sustentadas e reproduzidas. Para o autor o que consumimos determina a imagem que queremos passar e serve para identificar nós próprios e uns aos outros. O consumo de *smartphones* pelos jovens é uma maneira de expor suas identidades por meio de bens materiais que simbolizam um estilo de vida, um gosto. Na escola Vila Real, o adolescente que consome *smartphone* faz parte de um grupo que está na moda, está atualizado. Eles não são diferentes dos outros economicamente, mas usam o consumo como estratégia para construir determinada imagem de si.

Considerações finais

O nosso objeto de estudo, o *smartphone*, ganhou muito destaque no ano de 2013, foi bastante evidenciado pela mídia e nunca teve modelos de entrada tão acessíveis no mercado. Os dados de Teleco (2013) afirmam que o preço dos *smartphones* em 2012 caiu cerca de 25%, o que explica em parte a explosão de vendas desses aparelhos. Pudemos notar através da observação em campo e das entrevistas a relevância que esses aparelhos têm na vida dos jovens.

Esse dispositivo móvel é um objeto importante para a cultura material contemporânea, e estudar a sua significância e o modo como é consumido é de grande contribuição para as pesquisas de consumo. Outro fator importante para a pesquisa é o fato de o trabalho envolver o uso de *smartphones* nas camadas populares, pois esses tipos de bens são considerados supérfluos e são vistos com preconceito pelas camadas altas quando se encontram nas mãos de pessoas com menos poder econômico.

Hoje o jovem encontra conectado o seu lugar de pertencimento. Sim, as formas de consumir, de interagir e de socializar se modificaram. Mas essas relações mudaram basicamente de território. O que antes era feito face a face, somente agora e ao vivo, hoje pode ser feito a milhares de quilômetros. As novas tecnologias romperam as barreiras físicas e geográficas que nos eram impostas e nos apresentaram um lugar onde as relações à distância, entre diferentes cidades e países se tornam simples.

Mais do que a exposição de nossas imagens nas redes sociais, hoje se busca o que é vivido junto, a cumplicidade (Lemos, 2007), o compartilhamento do dia a dia. Os telefones celulares se tornaram uma parte muito importante da vida cotidiana das pessoas, principalmente dos adolescentes (Ling, 2004). O telefone móvel não é mais usado apenas para comunicação; ele é usado para a coordenação funcional do cotidiano e para a interação de um grupo.

* Sandra Rubia da Silva é mestre em Comunicação e Informação (UFRGS) e doutora em Antropologia Social (UFSC). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e líder do grupo de pesquisa “Consumo, Culturas Digitais e Materialidades da Comunicação”. E-mail: sandraxrubia@gmail.com

** Camila Rodrigues Pereira é bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: rp_camilac@hotmail.com

Referências

- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- CASTELLS, Manuel; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, Mireia; QIU, Jack Linchuan; SEY, Araba. *Mobile Communication and Society: a global perspective*. Cambridge: MIT Press, 2007.
- CASTRO, Gisela. *Screenagers: entretenimento, comunicação e consumo na cultura digital*. In: BARBOSA, Lívia (org.). Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- HORST, Heather; MILLER, Daniel. *The cell phone: an anthropology of communication*. Oxford; Berg, 2006.
- JENKINS, Henry. *A cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- LEMOS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHCM). *Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, vol. 4, nº 10, 2007.
- LING, Rich. *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. New York: Morgan Kaufman, 2004.
- RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- ROCHA, Angela; SILVA, Jorge Ferreira. Consumo na base da pirâmide: um desafio para a pesquisa. In: ROCHA, Angela; SILVA, Jorge Ferreira. *Consumo na base da pirâmide: estudos brasileiros*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- ROCHA, Everardo. Invisibilidade e revelação: camadas populares, cultura e práticas de consumo – apresentação. In: ROCHA, Angela; SILVA, Jorge Ferreira. *Consumo na base da pirâmide: estudos brasileiros*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- ROCHA, Everardo; PEREIRA, Cláudia. *Juventude e consumo: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- SILVA, Sandra Rubia. Vivendo com celulares: identidade, corpo e sociabilidade nas culturas urbanas. In: *Culturas juvenis no século XXI*. BORELLI, Silvia H. S.; FILHO, João Freire. São Paulo: EDUC, 2008.
- SLATER, Don. *Cultura de consumo & modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002.
- TELECO. *Inteligência em telecomunicações*, 2013. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/>> Acesso em: junho 2013.
- WINOCUR, Rosalía. *Robinson Crusoé ya tiene celular: la conexión como espacio de control de la incertidumbre*. México: Sigla XXI: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, 2009.

Notas

- ^[1] Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/mercado/2014/04/vendas-de-smartphones-no-brasil-mais-que-dobram-em-2013.shtml>> Acesso em: 6 mai. 2014.
- ^[2] Aplicativos ou aplicativos móveis são softwares desenvolvidos para rodar em dispositivos móveis como smartphones, telefones celulares e tablets. Disponível em: <<http://www.alldreams.com.br/artigos/44-o-que-sao-aplicativos-mobile.html>> Acesso em: 15 out. 2013.
- ^[3] Pesquisa: Top 10 aplicativos mais usados no mundo. Disponível em: <<http://top10mais.org/top-10-aplicativos-mais-usados-em-smartphones/>> Acesso em: 16 out. 2013.
- ^[4] Abreviação da palavra aplicativo que é muito utilizada pelos usuários de *smartphone*.
- ^[5] As três empresas são operadoras de telefonia no Brasil. A Vivo é uma empresa do Grupo Telefônica, que adquiriu a participação da Portugal Telecom na operadora em 2010. A empresa de telefonia Claro é uma subsidiária da América Móvil para o Brasil e a empresa TIM é controlada pela Telecom Italia. Disponível em <<http://teleco.com.br/>> Acesso em: 29 nov. 2013.