Assistindo TV no Celular:
Notas sobre Usos Coletivos em Espaços Urbanos[1]

Carla BARROS[2]
Universidade Federal Fluminense, UFF, RJ

RESUMO

O artigo apresenta os resultados parciais de uma pesquisa de cunho etnográfico a cerca do hábito de assistir televisão em telefones celulares junto a grupos populares na cidade do Rio de Janeiro. O ato de assistir televisão é tradicionalmente percebido como uma atividade doméstica e privada; a adoção de celulares com TV chama atenção para novas relações com a mídia em espaços públicos. O estudo aborda questões relativas às interações sociais que ocorrem nos cenários urbanos em que a programação de TV pode ser acessada através de celulares, enfatizando os usos coletivos em torno dessa mídia. Os resultados apontam para a necessidade de relativização de parâmetros individualizantes para a análise de outros contextos em que aparelhos tecnológicos criados originariamente para uma pessoa são apropriados dentro de uma lógica pública, coletiva e compartilhada.

PALAVRAS-CHAVE: televisão; celular; usos coletivos; grupos populares.

Introdução

O presente artigo discute os resultados parciais de uma pesquisa de cunho etnográfico sobre apropriações de tecnologias no contexto cultural de grupos populares na cidade do Rio de Janeiro; mais especificamente, o foco recai sobre o hábito de assistir TV em telefones celulares. O trabalho de campo está sendo realizado junto a moradores de uma favela da cidade e em espaços públicos, acompanhando, em particular, o deslocamento das pessoas pela cidade em trens urbanos.

Conforme já ressaltara Silveira (2004), tanto os estudos etnográficos sobre consumo dos meios na tradição britânica dos Estudos Culturais, quanto os produzidos no contexto latino-americano dos Estudos de Recepção, identificam quase sempre o espaço doméstico e o grupo familiar como "unidades estruturais básicas da situacionalidade estandardizada da

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Professora do Departamento de Estudos Culturais e Mídia e do PPGCOM da UFF, email: barros.carla@uol.com.br.

audiência televisiva" (SILVEIRA, 2004, p.65). São estudos que tentam compreender os ritmos das dinâmicas domésticas nas suas vivências relacionadas aos programas televisivos. Como na etnografia exemplar de Silverstone (1996), além de uma análise do núcleo familiar, é feita uma descrição dos móveis e demais objetos da casa, com o intuito de compor um cenário onde as experiências com o meio televisivo se sucedem.

Silveira chama atenção, portanto, para o fato de que os estudos etnográficos sobre a recepção televisiva nas vertentes britânica e latino-americana enfatizam primordialmente a "domesticidade" da audiência. Nesta perspectiva, argumenta, a interpretação dos conteúdos midiáticos dependeria de um mergulho profundo no cotidiano dos sujeitos pesquisados – ou seja, a compreensão dos sentidos surgidos na esfera da audiência deveria ser buscada a partir de um olhar minucioso sobre o lar, a moradia e a família, que, em conjunto, formam a vivência cotidiana. A partir daí, o autor questiona a existência de "um modo natural e universal" de ver televisão, associado à domesticidade e ao grupo familiar, procurando apontar para seu caráter histórico e socialmente construído.

Assim, os estudos privilegiavam a televisão em seu *locus* doméstico, dando pouca importância, ou mesmo ignorando, outros espaços e contextos fora da casa onde o meio estivesse presente. Por que a tendência nos estudos em se pensar a TV em ambientes domésticos? Seria um certo "eurocentrismo", ou seja, a influência da experiência mais familiar da maior parte dos estudiosos do tema com o contexto televisivo da casa? Sem uma resposta definitiva, podemos pensar que a naturalização de TV no ambiente doméstico começa a ser relativizada com o desenvolvimento de estudos empíricos que apresentam outras vivências, em que uma audiência constituída em cenários urbanos está presente, atualizando certas dinâmicas particulares.

Embora relativamente pouco estudada, a audiência sempre esteve em outros espaços fora da casa, o que se intensificou com a chegada de novas tecnologias – em especial, a convergência tecnológica - e o avanço da mobilidade, que levaram a televisão e seu apelo áudio-visual para fora dos limites da casa.

Por ora, me concentro em alguns casos brasileiros anteriores ao advento das novas mídias e que persistem nas vivências cotidianas. Nas cidades brasileiras do interior, pode-se observar cenas em que a TV é levada para as calçadas da rua, mobilizando em torno de si a vizinhança, ou mesmo quem estiver passando, para acompanhar em conjunto a programação veiculada. Tufte (1997) realizou um estudo de recepção no interior do RS relativo à novela Rainha da Sucata, onde mostra que as fronteiras do público e do privado se dissolvem quando as janelas e portas se abrem, permitindo que se veja a TV da rua – aqui, o pressuposto da domesticidade televisiva é desmontado pela observação de outras práticas sociais formadas por "situacionalidades híbridas".

Gastaldo (2005), em um estudo, explora a idéia de uma audiência coletiva em espaços urbanos, se apoiando em uma etnografia realizada em bares na cidade de Porto Alegre onde são

transmitidas partidas de futebol. O autor analisa vários aspectos dessa audiência, enfocando, em especial, as performances de masculinidade e a recepção coletiva do jogo. Quanto ao primeiro aspecto, faz uso da idéia de "relações jocosas" de Radcliffe Brown para entender o tipo de provocação que ocorre entre torcedores de times diferentes; através de brincadeiras e desafios verbais durante o jogo, as pessoas exercem um tipo de sociabilidade em que a brincadeira se sobrepõe ao conflito aberto. O que poderia acabar em briga se ocorresse em outros contextos, termina em um clima de apaziguamento das diferenças em favor da vivência de sociabilidade. É preciso manter o bom humor em caso de derrota, e aceitar as provocações dos torcedores adversários, em prol do clima de sociabilidade reinante. As "relações jocosas futebolísticas" ganham uma dramaticidade maior por ocorrerem no ambiente público dos bares, onde as performances de masculinidade acontecem diante de um público formado por conhecidos e anônimos. Utilizando o conceito de "interação focada" de Goffman (1963), observa como os torcedores se voltam para o aparelho de TV e fazem comentários sobre o jogo para toda a platéia, sem ter que se fixar em uma determinada pessoa – é o que o autor chama de "falar para todos", uma modalidade de reação ao discurso midiático perante à plateia de torcedores presentes. A transmissão do jogo pela TV vai suscitando uma série de reações do público, que faz comentários relativos às falas do locutor da partida – além de comentaristas e repórteres em campo - e às imagens mostradas. Os comentários dos torcedores são, em sua maior parte, bastante críticos ou sarcásticos em relação às falas da equipe de profissionais encarregados da transmissão.

Procurando investigar contextos de audiência existentes em ambientes urbanos, a reflexão presente neste artigo se detém em um tipo de situação diverso do comentado anteriormente. Trata-se, especificamente, da adoção de telefones celulares como plataformas de transmissão televisiva, o que provoca uma reflexão sobre a tradicional divisão público/privado. O interesse aqui é o de pensar em aparelhos criados para consumo individual, como é o caso dos celulares, e que, por conta de determinadas situações existentes em espaços públicos, acabam por serem apropriados em termos de usos coletivos, como será discutido a frente. Antes dessa discussão propriamente dita, segue uma rápida apresentação do objeto celular específico do contexto analisado – os chamados celulares MPXs ou XingLings.

Sobre celulares *XingLings*

A situação escolhida para observação no estudo é a que envolve os chamados celulares "MPXs" ou XingLings. O nome "MPX" diz respeito aos aparelhos celulares que estão sendo amplamente consumidos no âmbito dos mercados populares nos grandes centros urbanos pelo país. Vale lembrar que os consumidores presentes nesses locais são

pertencentes não apenas às camadas populares, mas também às camadas médias urbanas, embora os primeiros dominem o ambiente. Os referidos aparelhos são em geral contrabandeados e falsificados com referência a marcas famosas (como Sony, Nokia, Motorola e Apple, que não fabricam esses aparelhos), sendo em sua grande parte de origem chinesa - daí o nome de "XingLing". Os preços variam entre R$ 150,00 e R$ 350,00 e seus grandes atrativos são a captação da TV aberta no sinal analógico e a oferta de mais de um chip, o que permite enfrentar os altos custos da telefonia no Brasil, com a adesão aos programas promocionais das empresas.

Os aparelhos do tipo MPXs são vendidos no Rio de Janeiro e em outros centros urbanos em camelódromos e shoppings populares de informática, tendo preços atraentes graças à sua entrada no país sem o pagamento de impostos. Em geral, os MPXs têm tela sensível ao toque, câmera na frente e atrás, internet wireless, espaço para dois ou mais chips e transmissão de TV aberta. No mercado formal, aceitam-se apenas as denominações de mp3 e mp4, que correspondem, respectivamente, a formatos de compressão de arquivos de áudio e de vídeo. No trabalho de campo realizado nos mercados populares, foi possível perceber a extensão dessa classificação até o aparelho "MPX 20" – nem sempre os vendedores têm o mesmo discurso sobre a razão da especificação técnica de cada aparelho, mas as diferenças dizem respeito à presença de atributos como GPS, número de chips (dois, três ou quatro chips no mesmo aparelho), wi-fi, TV aberta e TV digital, entre outros.

Apesar da questão da pirataria, ocorreu um curioso fenômeno no contexto dos referidos mercados populares – a ampla difusão de *gadgets* do tipo MPX ajudou a se criar mais rapidamente no país o hábito de se ver TV no celular. Verificou-se, assim, uma outra dinâmica, de fato, um tanto incomum – uma "novidade" promovida pela tecnologia, no caso, a possibilidade de se assistir TV no celular, ter se difundido pioneira e amplamente entre pessoas de baixa renda. A aceitação dos produtos com TV analógica no mercado informal, especialmente nas camadas populares, despertou o interesse de empresas em comercializar este tipo de celular no Brasil, agora legalmente. A primeira a se aventurar foi a EUTV, que obteve em 2009 a homologação da agência reguladora no Brasil para comercializar um modelo produzido pela chinesa E-Techco. O executivo principal da EUTV na época de lançamento do aparelho, deixou claro que sua estratégia comercial era a de fazer frente ao "mercado cinza" de celulares contrabandeados, oferecendo um modelo com dois SIM cards e acesso à TV aberta, dois dos mais fortes atrativos dos MPXs .

Assim, a prática de assistir TV em celulares, além de se difundir pioneiramente em grupos populares, passou a inspirar o mercado de empresas estabelecidas legalmente, como Samsung e Motorola, a abrir espaços para a venda de aparelhos nos moldes dos MPXs amplamente consumidos no mercado informal. O importante a destacar é que a ampla difusão de celulares do tipo MPX ajudou a se criar mais rapidamente no país o hábito de se ver TV no celular no contexto das classes populares, e não no das classes médias e altas, como seria de se esperar. A "novidade" da TV no celular, assim, não se difundiu a partir de um efeito "trickle-down" (SIMMEL, 1957) – quando as classes subordinadas imitam os modismos que surgem das classes mais altas – mas sim a partir de um maior consumo encontrado nos grupos de baixa renda. Conforme Miller e Horst (2006) já haviam chamada atenção em sua etnografia sobre o uso de celulares nas camadas populares da Jamaica, muitas vezes as práticas de consumo seguem caminhos bastante diversos dos projetados pelos criadores de tecnologia.

Assistindo TV no celular: conversas em movimento

De modo diverso aos casos em que a TV já se encontra inserida em um contexto de recepção publica e coletiva – como no exemplo de um aparelho ligado em um bar servindo à fruição do grupo de pessoas presentes – o foco aqui recai sobre situações que seriam, "por definição", de uso individual, mas que acabam se transformando eventualmente em audiências coletivas. A situação escolhida para observação ocorre em espaços públicos onde a programação de TV pode ser acessada majoritariamente por telefones celulares do tipo *XingLing*; dentro do escopo do artigo, a análise se deterá nos usos de celulares com TV em trens urbanos.

Há uma certa dificuldade metodológica em se captar momentos de assistência televisiva menos óbvios, fora das rotinas domésticas, e que se multiplicam em inúmeras situações de audiência, como o dos passageiros que se sucedem em um taxi com TV. Na situação da audiência da TV no celular, em particular, o desafio da observação se intensifica, pelo caráter errático de uma audiência que se encontra em um estado de mobilidade e sem um momento pré-determinado no qual se dará a vivência com o meio.

A cidade do Rio de Janeiro recebe um alto contingente de trabalhadores que moram em municípios vizinhos e que chegam a gastar cerca de quatro horas por dia de ida e volta do trajeto de casa ao local de trabalho. Parte dessas pessoas tem empregos de baixa

qualificação profissional, e utilizam como transporte urbano de massa os trens[3], metrôs e ônibus.

Os trens da *SuperVia* que circulam na cidade são alvo de muitas críticas por parte da população – a má conservação dos vagões e os atrasos são reclamações constantes. Nas viagens, o ambiente é de alta sonoridade, especialmente pelos gritos dos muitos vendedores ambulantes, que circulam pelos vagões oferecendo as mais diversas mercadorias. Os alimentos são os mais ofertados, mas outros produtos estão presentes, como DVDs, kit para pintar unhas e diversos artigos tecnológicos.

Pelo fato das viagens serem longas, um dos modos de passar o tempo é compartilhar com alguém algo que se esteja fazendo no celular. Em uma cena observada, uma mãe mostra o celular para a amiga com uma foto que vai ser postada no "Face (book)". Em outra situação, três rapazes conversam, enquanto um deles pergunta a um dos colegas se pode usar o seu próprio *headphone* no celular do amigo, que no momento está ouvindo no aparelho uma rádio local. A música toca alto o suficiente para que os que estão ao redor possam ouvir. Em vários outras cenas observadas como as relatadas, o celular serve a um propósito coletivo, ligado ao entretenimento e ao exercício de uma intensa sociabilidade entre os pares, não ficando restrito apenas ao desfrute do dono do aparelho.

A novela "Avenida Brasil" - transmitida pela TV Globo no ano de 2012, e que teve altos índices de audiência aliados a uma maciça presença nas redes sociais – merece comentários mais detalhados em relação ao contexto de recepção abordado. Os que voltavam do trabalho mais tarde nos transportes coletivos[4] assistiam no seu aparelho celular, compartilhando muitas vezes com os que estavam ao redor o conteúdo transmitido, iniciando assim uma larga conversação sobre o programa. Destaco, nesse ponto, a recepção do programa feita por empregadas domésticas[5].

A trama da novela se desenvolveu a partir do mote da vingança da personagem Rita/Nina, maltratada na infância por Carminha, sua antiga madrasta. Para realizar seu plano, Rita se emprega como cozinheira na casa de Carminha, e acaba por tomar as dores das empregadas da casa, que eram constantemente humilhadas pela patroa.

---

[3] O trabalho de campo se concentra até o momento no contexto da *SuperVia*, rede ferroviária que transporta passageiros dos municípios vizinhos à cidade do Rio de Janeiro.

[4] A novela iniciava um pouco depois das nove horas da noite.

[5] O material relativo à recepção da novela "Avenida Brasil" não foi coletado durante as viagens de trem, mas em conversas posteriores com empregadas domésticas.

No momento de assistir a novela no celular, junto com outras empregadas na volta para casa, emergia um certo "sentimento de classe", na condenação desse grupo social ao autoritarismo e arrogância da personagem Carminha. Era a hora de "falar mal" das patroas e de seus excessos de prepotência na relação com as empregadas, quando a conversa girava em torno de casos reais ocorridos. As empregadas não participavam da intensa movimentação nas redes sociais provocada pela novela, por não serem adeptas do Twitter, mas amplificavam a recepção do programa nas conversas diárias na ida e volta do trabalho, tanto no momento em que assistiam no celular, quanto nos outros em que apenas comentavam o capítulo do dia anterior. Eventualmente, essa conversa coletiva sobre a novela tinha continuidade na casa da patroa.

A conversa sobre programas de televisão é um modo privilegiado de diálogo, troca de informações, julgamentos morais e conhecimento de novos estilos de vida entre os mundos das empregadas e de suas patroas (BARROS, 2006). Vale nesse ponto lembrar a idéia de "repertório compartilhado", conforme propõe Hamburger (1998), onde o mais importante é o próprio sentimento de compartilhar, em uma sociedade hierarquizada como a brasileira:

> Enquanto a segregação social, econômica e cultural segmenta e divide a sociedade brasileira, a televisão acena a possibilidade de conexão, mesmo que virtual. Telespectadores de classes populares e dominantes compartilham a mesma fascinação com o que eles, em sintonia com o meio, denominam 'modernidade'. (HAMBURGER, 1998, p. 485).

A novela permitiu, ao longo dos anos, a consolidação de convenções formais de narrativa que são de amplo domínio do público. Diferentes interpretações são possíveis porque todos "sabem" ver novela (HAMBURGER, 1998, p. 483). A idéia de "repertório compartilhado", portanto, não implica em um consenso de sentido; ao contrário, chama atenção para o campo de negociações de significados que pode ser compreendido quando o foco de análise recai sobre a recepção.

Esse "repertório compartilhado" criado pelo fato da novela ser assistida no país por todas as classes sociais se estrutura e se fortalece no dia-a-dia, nos momentos em que empregadas e patroas comentam e discutem o conteúdo de diversos programas e, em especial, das novelas (BARROS, 2006).

Em relação à novela "Avenida Brasil", o tema do relacionamento empregadas–patroas se tornou objeto de muitas conversas no ambiente de trabalho, onde, por um lado, a empregada não fazia a "catarse" em relação ao emprego doméstico que acontecia nos trens,

mas aproveitava para comentar com sua patroa sobre os absurdos do comportamento autoritário e dos maus tratos impostos pela personagem Carminha às suas empregadas. Em um país com forte oralidade e intensa sociabilidade (DAMATTA, 1981) como o Brasil, tão importante quanto assistir à novela é poder falar sobre ela, especialmente quando o produto televisivo interessa a todas as classes sociais, como foi o caso da novela "Avenida Brasil". O ato de assistir TV no celular leva para os espaços públicos a possibilidade de amplificar a conversa antes restrita às residências e ao ambiente de trabalho. Falar sobre o capítulo do dia anterior já era um hábito; poder assistir no celular no momento em que o programa é exibido aumenta o engajamento de todos que estão no ambiente, criando desse modo uma grande conversa coletiva.

Oralidade e usos coletivos em torno das mídias

Podemos pensar, a partir desse ponto, na importância da oralidade na sociedade brasileira e de como os fenômenos comunicacionais têm no país uma forte marca da sociabilidade e da interação, antes do advento das novas mídias. Na verdade, essas últimas vieram a acentuar determinados aspectos culturais já existentes. O antropólogo Gilberto Freyre (1987), em seu clássico Casa Grande & Senzala, já enfatizava a forte oralidade da sociedade brasileira desde o período de colonização, expressa nas animadas conversas presentes nas ruas e nas narrativas orais com as quais as escravas, grandes contadoras de histórias, divertiam os filhos dos senhores de engenho. Tratava-se de um contexto social mais afeito à conversa que à escrita, que sempre teve ares de excessiva formalidade frente à fala "mole" encontrada nas ruas, fruto das trocas culturais entre os grupos formadores do país – escravos, portugueses colonizadores e índios.

Lançando um olhar para momentos cotidianos na sociedade brasileira em que o consumo de mídia se dá de modo compartilhado, vale comentar uma cena típica na cidade do Rio de Janeiro, que é a leitura coletiva das notícias nos jornais expostos nas bancas. Os jornaleiros penduram os jornais diários no lado de fora das bancas pela manhã, e as pessoas que passam se aglomeram a frente das manchetes, tecendo eventuais comentários sobre os mais diversos assuntos estampados nas primeiras páginas. Assim, lê-se e comenta-se os assuntos dos jornais diários, sem que a compra seja necessariamente realizada.

Na parte de campo da pesquisa realizada em uma favela da cidade do Rio de Janeiro, também foi possível observar uma variação dessa conversa coletiva em torno de uma mídia. No local estudado, um teleférico leva os moradores aos pontos mais altos da

favela. A condutora do bondinho sempre deixava um jornal popular dentro do transporte, que era lido e comentado por ela ou por algum outro passageiro, suscitando comentários de outras pessoas. Em certa cena observada no bondinho, a partir da leitura de seu próprio jornal, uma pessoa comentou de modo irônico e em voz alta sobre o comportamento de um polêmico jogador de futebol, ouvindo opiniões de apoio e reprovação de alguns passageiros. Nesse mesmo trajeto, outras pessoas liam uma manchete do jornal. O jornal não era lido de modo introspectivo; ao contrário, era comum a situação em que a pessoa lia o jornal e externalizava seu sentimento para os outros, esperando algum tipo de comentário. Assim, o jornal era lido em partes e comentado em grupo durante a curta viagem a caminho de casa.

Essa leitura "socializada" remete à contraposição feita por Chartier (1993) a respeito de possíveis modos de relação entre leitor e objeto lido. Para o autor, existe um tipo de leitura intensiva que marcou um período histórico em que a leitura era escassa e que se articula a várias práticas, como recitar o lido para outras pessoas. A ela se contrapõe a leitura extensiva, que teria se imposto a partir do séc. XVIII, onde os textos passam a ser lidos individualmente, na intimidade e no silêncio. Chartier sugere que não teria havido propriamente a substituição da primeira modalidade pela segunda, mas que elas podem coexistir nas experiências com leitura em grupos sociais diferentes. Os relatos sobre a leitura socializada observada na experiência de campo poderiam, até certo ponto, serem associados a essa idéia de leitura extensiva, onde o contexto coletivo é enfatizado através do compartilhamento do conteúdo lido dentro do grupo. No caso contemporâneo, o índice de leitura também é baixo no grupo social estudado – seja pela baixa escolaridade da população, seja por restrições econômicas que limitam a compra de jornais.

Alguns autores, em especial, se preocuparam em enfatizar o ambiente sócio-cultural onde as tecnologias de comunicação se inserem, convidando a um olhar mais aprofundado sobre as interações, redes e sociabilidades que pré-existem às vivências com os meios e que se reconfiguram a partir daí. Miller e Horst (2006), em uma etnografia sobre celulares na Jamaica, mostraram como tais objetos são incorporados nas estratégias de fortalecimento de extensas redes de relacionamento já existentes antes da adoção de novas mídias. Winkin (1998), que também se insere nessa linha de estudos, pensa na "novidade" tecnológica dentro de quadros culturais específicos, enfocando interações mais amplas que revelam o aspecto propriamente coletivo das práticas estudadas, como em seu estudo em escolas primárias e secundárias na Europa. No trabalho citado, Winkin (1998) acompanhou

relações coletivas com o computador e não relações individuais "aluno-máquina", observando os comportamentos e as interações em torno do meio tecnológico. Analisando o ritual de troca de e-mails entre crianças de escolas localizadas na Inglaterra e Itália, observou que o maior prazer entre os alunos estava, de fato, no envio e recepção das mensagens, sendo totalmente secundário o que estava sendo dito, por exemplo.

Em trabalho anterior da autora (BARROS, 2012), estudando adeptos de games em *lan houses* populares no Rio de Janeiro, foi possível observar um contexto de recepção em que a aprendizagem do jogo acontecia através de um forte compartilhamento coletivo. O grupo em questão era formado por jogadores do game World of Warcraft, classificado na categoria MMORPG - *Massive Multiplayer Online Role-Playing Game* – que são jogos *online* e em massa para múltiplos usuários. O uso dos computadores na *lan* chamava atenção por um aspecto específico – além dos usuários estarem conectados e interagirem com outros jogadores *online*, existia uma grande interação com as outras pessoas que estavam no ambiente físico da lan. Os jovens, estivessem de frente ao computador ou não, se comunicavam intensamente trocando "dicas" sobre as melhores estratégias e ações a serem tomadas na batalha. O "ensinamento" era passado por alguém que tivesse uma maior expertise no jogo que os outros, papel que é tomado alternadamente por múltiplos atores – os atendentes da *lan* e os jogadores mais experientes. Acontecia, em vários momentos, da navegação ser realmente compartilhada, quando alguém tomava o mouse de quem estivesse à frente do computador, jogando durante um certo tempo, para depois devolver o controle do jogo ao colega. O aprendizado girava em torno de dicas sobre a lógica geral do WoW, seu passo a passo, as melhores estratégias a serem adotadas, o significado de palavras e expressões em inglês e ainda a melhor forma de manusear o *mouse* e os teclados, a fim de se alcançar maior agilidade nos combates.

Podiam ser duas, três ou quatro pessoas ao redor de um mesmo computador, com uma "oficialmente" protagonizando a aventura, outra, de maior expertise, tomando o *mouse* em alguns momentos para avançar nas etapas, e terceiras fazendo comentários sobre o jogo ou simplesmente "zoando". De certo modo, existia aqui um contraponto com a idéia original de *personal computer* – no ambiente da *lan house* encontrei até certo ponto máquinas coletivas, funcionando de um modo colaborativo, como uma espécie de "computador pessoal compartilhado".

Neste contexto de pesquisa citado, a plataforma de jogos online é apropriada de um modo coletivo no plano "físico", exacerbando o caráter já interativo do *game*. A interação e

a aprendizagem coletiva do jogo que ocorre no espaço da *lan house* é resultado de uma audiência dinâmica, que flutua entre as máquinas formando novos grupos no decorrer das horas. O jogador da *lan house* é, assim, afetado por uma larga sociabilidade que ali se estabelece, além da interação *online* proporcionada pelo jogo. Trata-se de um cenário onde a relação com o computador deve ser vista para além do plano individual – ou de uma estrita relação homem-máquina – buscando o entendimento do fenômeno comunicacional sob uma ótica das interações, que mostram a importância da conversa e da sociabilidade na constituição da própria vivência com o meio.

Considerações finais

O artigo procurou abordar algumas questões relacionadas à audiência em espaços públicos onde a programação de TV pode ser acessada através de aparelhos celulares, na busca de um debate mais amplo acerca de usos coletivos de tecnologias digitais.

Os usos da mídia celular com TV aqui abordados ocorrem em um contexto cultural específico, marcado por forte oralidade e sociabilidade – o aparelho celular de uma pessoa fornece o conteúdo de conversa e diversão para outros além do seu dono, estendendo o momento de recepção para um processo permanente de relações interpessoais. Como mostrou o exemplo das empregadas domésticas no caso da novela Avenida Brasil, assistir TV no celular durante a viagem de ida e volta do trabalho permite a amplificação da discussão das relações entre empregadas e patroas.

Ao estender a análise para outras situações ligadas a vivências em torno das mídias em espaços urbanos, sugere-se a necessidade de uma relativização do modo de "consumo individual", na busca de uma maior compreensão dos usos coletivos relacionados a celulares (no caso da recepção de TV em ambientes públicos) e a computadores (no caso das práticas de navegações compartilhadas nas *lan houses)*. Trata-se de pensar em um modo mais amplo do que o da relação indivíduo-máquina, procurando enfatizar o jogo de interações que acontecem nessas práticas e nos sistemas culturais que servem de pano de fundo para as vivências com os meios tecnológicos.

Alinhada à perspectiva de Miller e Slater (2000), a abordagem apresentada se deteve na investigação de como membros de uma cultura específica se relacionam com os ambientes digitais e moldam o meio segundo sua própria imagem. A conversa no ambiente público em torno da mídia celular tem uma dinâmica particular, que espera-se aprofundar no desenvolvimento da pesquisa, em busca de um melhor entendimento das dimensões

coletivas de processos comunicacionais onde o hábito de ver televisão sai da tradicional "domesticidade" e se move pelos cenários urbanos.

Referências bibliográficas

BARROS, Carla. Televisão e processo reflexivo: notas sobre uma etnografia de um grupo de empregadas domésticas. In JACKS, Nilda; SOUZA, Maria Carmem Jacob de (orgs). **Mídia e recepção**: televisão, cinema e publicidade. Salvador: EDUFBA, 2006.

_____Sociabilidade juvenil, classificações e 'gostos' culturais: um estudo no universo de games e redes sociais em lan houses populares". In: RIAL, Carmen; SOUZA, Ângela Maria de ; SILVA, Sandra Rúbia (Orgs). **Consumo e cultura material**: perspectivas etnográficas. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2012.

CHARTIER, Roger. Du livre au lire. In: CHARTIER, Roger (org.). **Pratiques de la lecture.** Paris: Editions Payot & Rivages, 1993.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis**: por uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 3ª ed., 1981.

FREYRE, Gilberto. **Casa Grande & Senzala**. Rio de Janeiro: José Olympio, 25ª ed., 1987.

GASTALDO, Édison. `O complô da torcida': futebol e performance masculine em bares. In **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 11, n. 24, p. 107-123, jul./dez. 2005

GOFFMAN, E. **Behavior in public places**. New York: The Free Press, 1963.

HAMBURGER, Esther. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In NOVAES, Fernando A.(dir.); SCHWARCZ, Lilia M. (org.). **História da vida privada no Brasil**: contrastes da intimidade contemporânea, vol. 4**.** São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

MILLER, Daniel; SLATER, Don. **The Internet**: An ethnographic approach. Oxford: Berg, 2000.

_____; HORST, Heather. **The Cell Phone:** An Anthropology of Communication. Oxford; Berg, 2006.

SILVEIRA, Fabrício. Sobre a 'naturalização' da domesticidade televisiva: uma problematização e um protocolo para a observação empírica. In **Alceu**, v.4, n.8, p. 65-77, jan./jun. 2004.

SILVERSTONE, Roger. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.

SIMMEL, Georg. Fashion. In **The American Journal of Sociology**, vol. 62, n.6, p. 541-558, May 1957.

TUFTE, Thomas. Questões a serem estudadas em estudos etnográficos de mídia: mediações e

hibridização cultural na vida cotidiana. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Temas contemporâneos em comunicação**. São Paulo: EDICON/INTERCOM, 1997, p.291-318.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação**: da teoria ao trabalho de campo. Campinas, SP: Papirus, 1998.