



Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

129
agosto-nov. 2015

Comunicación e integración desde el Sur



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Anabel CASTILLO BASTIDAS

CIESPAL, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO

Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

UCT/ UFRO, Chile

José Rafael MORÁN

CIESPAL, Ecuador

Francisco Javier MORENO

CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA

CIESPAL, Ecuador

Jenny PONTÓN

FLACSO, Ecuador

Abel SUING,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO

CIESPAL, Ecuador

Edgar VEGA

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Luis Ramiro BELTRÁN (+)

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Elíseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

José MARQUES DE MELO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cecilia PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

Francisco SIERRA

USE, España

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL - Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Suscripciones: <http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Guillermo Maldonado

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en esculturas de la cultura Jama-Coaque, comunidad indígena que se asentó en lo que es ahora el litoral ecuatoriano, entre los años 500 a.C. y 1531 d.C.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

- 9 **La Utopía de la Comunicación. Una mirada desde América Latina**
Francisco SIERRA CABALLERO

15 TRIBUNA

- 17 **Los lugares incómodos (o las deudas-desafíos de las carreras de Comunicación)**
María Cristina MATA

37 MONOGRÁFICO

Comunicación e Integración desde el Sur

- 39 **Introducción**
Carlos DEL VALLE ROJAS
- 41 **El país que no cabe. Políticas de acceso ciudadano a sistemas públicos audiovisuales en Sudamérica**
Daniela Inés MONJE
- 61 **La ilusión del cuarto poder en Kenia: de los medios convencionales a las redes sociales**
Sebastián RUIZ-CABRERA
- 77 **¿Hasta dónde alcanza la reforma constitucional en telecomunicaciones de México?**
Enrique de Jesús QUIBRERA MATIENZO
- 95 **Repensando las regulaciones de internet. Análisis de las tensiones políticas entre no-regular y re-regular la red-de-redes**
Ariel VERCELLI
- 113 **Celular de Guerrilha: usos subversivos da tecnologia móvel no Brasil**
Adriana BRAGA y Robert LOGAN
- 129 **Palabra de abundancia: saberes indígenas que fortalecen diálogos interculturales de derechos humanos en la Amazonia colombiana**
Alvaro Diego HERRERA ARANGO
- 147 **Participación social en medios de comunicación alternativos y redes sociales: Elementos para la acción gubernamental**
Abraham Allec LONDOÑO PINEDA, Oscar Alonso VÉLEZ ROJAS y Cesar Alonso CARDONA CANO
- 165 **Produção televisual em rede e integração cultural latino-americana na TAL**
Michele DACAS y Simone Maria ROCHA
- 181 **Prácticas de activismo audiovisual con objetivo de integración social: el caso del colectivo Cine sin Autor (CsA)**
Ana María SEDEÑO VALDELLÓS

- 93 **Divulgação científica em La Propaganda Rural: antecedentes da formação prescritiva do discurso no Uruguai disciplinado**
 Phillipp DIAS GRIPP, Juan Francisco Xavier ALVEZ y
 Ada Cristina MACHADO SILVEIRA
- 113 **Produção televisual em rede e integração cultural latino-americana na TAL**
 Michele DACAS y Simone Maria ROCHA

211 ENSAYO

- 213 **O testemunho midiático como figura de historicidade: implicações teórico-metodológicas**
 Bruno SOUZA LEAL y Elton ANTUNES
- 229 **El consumo: forma de identificación socio-comunicativa hegemónica en el marco del capitalismo como religión**
 María Eugenia BOITO
- 249 **Elos entre a Folkcomunicação e o Funcionalismo**
 Iury PARENTE ARAGÃO
- 265 **De la columna a la información corta móvil: análisis de los géneros periodísticos en los j-blogs políticos de Brasil y España**
 Juliana COLUSSI RIBEIRO
- 285 **A percepção de jornalistas sobre as mudanças climáticas: um estudo inicial no jornal *Gazeta do Povo***
 Eloisa BELING LOOSE y Myrian Regina DEL VECCHIO DE LIMA

301 INFORME

- 303 **Irrupción simbólica en el movimiento social mapuche. Una panorámica de su producción audiovisual**
 Andrés PEREIRA COVARRUBIAS
- 325 **As narrativas colaborativas nos protestos de 2013 no Brasil: midiatização do ativismo, espalhamento e convergência**
 Maria Clara AQUINO BITTENCOURT
- 345 **Competencias y formación del periodista en Brasil: pensar a partir de nuevas metodologías de enseñanza**
 Ana Carolina KALUME MARANHÃO y Daniela FAVARO GARROSSINI
- 363 **Indicadores para análisis de las propuestas ciudadanas en presupuestos participativos. Hacia el derecho a la ciudad**
 Vicente BARRAGÁN ROBLES, José Manuel SANZ ALCÁNTARA y Rafael ROMERO
- 381 **Un enfoque del audiovisual etnográfico hacia el desarrollo y la inclusión social de los pueblos indígenas y afrodescendientes de Centroamérica**
 Luis BRUZÓN DELGADO

401 RESEÑAS

437 ÍNDICE DE AUTORES

Celular de Guerrilha: usos subversivos da tecnologia móvel no Brasil

Guerrilla cell phone: subversive uses of mobile technology in Brazil.

Celular de Guerrilla: usos subversivos de la tecnología móvil en Brasil.

Adriana BRAGA
Robert LOGAN

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 129, agosto - noviembre 2015 (Sección Monográfico, pp. 113-127)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 03-08-2015 / Aprobado: 10-11-2015

Resumo

Assim que uma tecnologia é implementada em uma cultura, é possível observar usos sociais imprevistos pelos seus inventores ou produtores. As pessoas criam estratégias para aproveitar o novo recurso. Usando teorias de interação social e abordagem etnográfica em situações cotidianas de uso do telefone celular no Brasil, observamos como as pessoas usam esta tecnologia para comunicação interpessoal. Este artigo aborda três usos subversivos da telefonia móvel: i) estratégias de codificação; ii) gerenciamento de cartões SIM; e iii) os usos criminosos de telefones celulares.

Palavras-chave: telefonia celular; etnografia; comunicação; interação social.

Abstract

As soon as a technology is implemented in a culture, it is possible to observe social uses that were not intended by the inventors or producers of that technology. People create strategies to take advantage of the new resource. Using social interaction theories and an ethnographic approach in the natural setting of cell phone use in Brazil, we observed how people use the mobile phone technology for interpersonal communication. This paper addresses three subversive uses of mobile technology, namely, i) strategies of mobile phone coding; ii) SIM card management; and iii) criminal uses of mobile phones.

Keywords: cell phone; ethnography; communication; social interaction.

Resumen

Tan pronto una tecnología se implementa en una cultura, es posible observar usos sociales imprevistos por sus inventores o productores. Las personas crean estrategias para aprovechar un nuevo recurso disponible. A través de teorías sobre la interacción social y un enfoque etnográfico en el entorno natural de uso de teléfonos móviles en Brasil, se observó cómo la gente usa la telefonía móvil para su comunicación interpersonal. Este artículo aborda tres usos subversivos de la telefonía móvil: i) estrategias de codificación; ii) gestión de la tarjeta SIM; y iii) usos criminales de teléfonos móviles.

Palabra-clave: telefonía móvil; etnografía; comunicación; interacción social.

1. Introdução

O uso de telefones celulares no Brasil tem crescido nos últimos anos, atualmente com mais telefones móveis que habitantes; 138 celulares para cada 100 habitantes, exatamente. Entretanto, existem 138 contas de telefones celulares por cem habitantes e não 138 dispositivos de fato. Muitos/as proprietários/as de telefone móvel têm vários cartões SIM, utilizados no mesmo aparelho. Pertencendo a diferentes operadoras de telefonia móvel, é possível ter muitos privilégios. Pode-se ter um plano para a família, ao mesmo tempo um plano para o grupo do trabalho e, possivelmente, um terceiro para uma associação a que pertence. Um informante desta pesquisa relatou ter oito cartões SIM para o mesmo aparelho.

Os brasileiros são um povo muito engenhoso devido à forma como tiveram que lidar com a pobreza, mas ao se tornarem mais ricos, compraram telefones celulares e usaram sua criatividade para transformar o sistema de telefonia móvel no Brasil. Discutiremos três exemplos deste uso estratégico: o uso de múltiplos cartões SIM, o uso de códigos para reduzir as tarifas, e o uso criminoso de telefones celulares.

Com o uso criativo da tecnologia móvel dentro da lei e dentro dos parâmetros do seu contrato com os fornecedores, o povo do Brasil tem demonstrado uma forma de resiliência social, lidando criativamente com as regras que lhes são impostas pelas operadoras de telefonia celular. As estratégias observadas desafiam a ideia dominante de que as pessoas dos países em desenvolvimento são meras vítimas do capitalismo global. As estratégias utilizadas e a forma como enfrentam a situação concreta da adversidade têm muito a ensinar aos empresários que lidam com tecnologia com criatividade, inovação e preocupação com valores humanos. Elas ilustram o fato de que a era digital é também a era do 'faça você mesmo', como Marshall McLuhan proclamou, em 1957, quando escreveu: "À medida que a tecnologia avança, ela inverte as características de cada situação novamente e novamente. A era de automação será a era do 'faça você mesmo'" (citado em McLuhan e Zingrone, 1997, p. 283).

2. Cultura e tecnologia da telefonia móvel

The electric implosion now brings oral and tribal ear-culture to the literate West.
(McLuhan, 1964, p. 50)

Quando McLuhan escreveu esta frase, provavelmente pensava em televisão e outros meios de comunicação elétricos de seu tempo, mas à luz do surgimento dos telefones móveis ela assume um significado adicional. McLuhan, provavelmente, sugeriria que a razão do telefone celular ser ainda mais onipresente em alguns países latino-americanos, como o Brasil, é porque eles estão mais perto de suas raízes orais do que as nações industrializadas.

Visando as consequências culturais e sociais da inserção do telefone móvel em uma sociedade, podemos fazer uso das leis das mídias de McLuhan, que afirma que cada tecnologia ou meio, ao ser inserido em dada cultura, melhora alguma função, obsolesce o meio dominante anterior, recupera algum meio do passado e se transforma em seu oposto. Nesse sentido, o telefone celular aumenta a mobilidade das comunicações telefônicas e sua acessibilidade, obsolesce o telefone fixo, recupera a existência nômade, e se transforma em falta de privacidade.

2.1 O impacto das “Novas Mídias” no telefone: o surgimento do telefone móvel

O telefone móvel está mudando a natureza das interações sociais. Usuários/as de telefones celulares estão sempre disponíveis, sempre ligados/as, nunca sozinhos/as. Podem sempre preencher o tempo ocioso com algum tipo de atividade em seu telefone celular, tal como entretenimento (Geser, 2004).

Os primeiros telefones celulares foram usados quase exclusivamente para falar. Novos usos para o telefone celular estão surgindo, especialmente na América Latina, que, entre outros países, como Japão e Coréia, pressagiam o futuro para o uso mundial de telefone celular. (Sobre as implicações sociais do uso de telefone celular no Extremo Oriente, consulte Robison & Goodman, 1996; McLelland, 2007).

O termo “telefone móvel” não captura exatamente o uso multi-funcional de um telefone celular como faz a expressão inglesa *smartphone* (telefone inteligente), que distingue o dispositivo de sua história pré-digital, quando era apenas um telefone ‘móvel’. O termo alemão *handy* (útil) (Wilkin, 2012) e o termo japonês *Ketai*, que se traduz como ‘algo que você leva com você’ (Ito, Okabe & Matsuda, 2006, p. 1) denota melhor o aspecto da conveniência do dispositivo móvel / smartphone.

A forma do telefone celular está mudando, de modo a considerar a função principal para a qual foi concebida. A tendência para telefones celulares menores está invertendo, em alguns casos, de modo a acomodar as funcionalidades destes dispositivos. A questão torna-se então se o dispositivo é um telefone celular que pode fotografar e gravar imagens em movimento ou uma câmera que tem a funcionalidade adicional de um telefone e acesso à Internet. A classificação destas tecnologias híbridas como telefone ou câmera ou até mesmo como computador se tornará obsoleta. A propósito do fato de que o telefone celular pode funcionar como um terminal de Internet e, portanto, um computador, telefones celulares estão sendo projetados para serem equipados com cartões de memória e discos rígidos, ou em que ponto teremos uma convergência completa do telefone, câmera, vídeo e leitor de música, cartão de crédito, e computador de mão. Basicamente, o telefone celular acabará por se transformar em um terminal portátil móvel para todos os fins para a produção, transmissão e recepção de todas as formas de informação digital. O novo desenvolvimento nos lembra McLuhan em *Understanding Media*:

Men are suddenly nomadic gatherers of knowledge, nomadic as never before - but also involved in the total social process as never before; since with electricity we extend our central nervous system globally, instantly interrelating every human experience. (McLuhan 1964, p.358)

A imagem nômade de McLuhan nos permite voltar para a discussão da Internet, que é outra ferramenta que torna o/a internauta um/a coletor/a nômade do conhecimento. Privacidade e uso de telefone celular bifurca-se em muitas direções diferentes porque este dispositivo intrusivo tem muitos usos potenciais indevidos. Esta tecnologia poderia ser o sonho de um/a detetive particular para monitorar vários indivíduos a partir do conforto de seu escritório ou computador?

McLuhan sugeriu que o telefone converte seus usuários em anjos ou em vozes sem corpo. O telefone celular está tendo o efeito oposto, salvo quando estamos a usá-lo como um telefone. Está se tornando um dispositivo protético que traz uma série de funções e serviços ao seu usuário, um hub de comunicação móvel. Claro que é um telefone, mas é também receptor de mensagens de texto, câmera fotográfica, câmera de vídeo, que exibe e ainda grava vídeos, rádio, televisão, jukebox, centro de mensagens, console de vídeo game, localizador GPS, banco para os titulares de cartão de crédito, acesso à Internet, computador portátil com um disco rígido, e ferramenta de colaboração. Andy Clark (2003) descreve em seu livro *Natural-Born Cyborgs* como nós fazemos uso de andaimes culturais e tecnológicos para estender nossa mente. Marshall McLuhan sugeriu que nós usamos nossos cérebros fora do crânio, como na seguinte passagem de *Understanding Media*.

Electromagnetic technology requires utter docility and quiescence of meditation such as befits an organism that now wears its brains outside its skull and its nerves outside its hide. Man must serve his electric technology with the same servo-mechanistic fidelity with which he serve his coracle, his canoe, his typography, and all other extensions of his physical organs. But there is this difference that previous technologies were partial and fragmentary, and the electric is total and inclusive. (McLuhan, 1964, p.57)

O telefone celular, que foi originalmente destinado a permitir o uso do telefone em movimento, está rapidamente se tornando um dispositivo protético que converte quem usa em um cyborg, usando parte de seu cérebro fora de seu crânio e por um preço que quase qualquer pessoa pode pagar. Já existe uma versão de telefone celular em forma de relógio de pulso. O telefone celular de pulso disponível hoje pode fazer mais do que Chester Gould, o criador da história em quadrinhos Dick Tracy (1931-1977) jamais imaginou.

O telefone celular com câmera junto com o YouTube se tornou uma ferramenta para o cidadão comum expor o abuso de autoridades policiais. Devido

à facilidade com que um cidadão pode fotografar um caso de abuso da polícia com seu telefone celular e torná-lo público através de um Web site como o YouTube, uma série de casos de abuso policial são expostos e levam a medidas corretivas pelas autoridades contra o autor do crime. Vídeos mostrando graficamente o comportamento inadequado e cruel por parte de policiais são difíceis de ignorar. Um grande número de tais incidentes são registrados e postados no YouTube diariamente. O telefone celular com câmera e o YouTube podem neutralizar a censura ou autocensura da imprensa, fornecendo meios alternativos para a exposição pública de abusos.

2.2 Sobre os usos sociais do telefone móvel

Os promotores de uma tecnologia não podem prever seu impacto ou a forma como ela será utilizada. Esse entendimento data de Platão, que em seu diálogo Fedro escreveu:

‘Eis, ó rei, uma arte que tornará os egípcios mais sábios e os ajudará a fortalecer a memória. “- Oh, Thoth, mestre incomparável, uma coisa é inventar uma arte, outra julgar os benefícios ou prejuízos que dela advirão para os outros! Tu, neste momento, e como inventor da escrita, esperas dela, e com entusiasmo, todo o contrário do que ela pode vir a fazer! Ela tornará os homens mais esquecidos, pois que, sabendo escrever, deixarão de exercitar a memória, confiando apenas nas escrituras, e só se lembrarão de um assunto por força de motivos exteriores, por meio de sinais e não dos assuntos em si mesmos. Por isso, não inventaste um remédio para a memória, mas sim para a rememoração. Quanto à transmissão do ensino, transmites aos teus alunos não a sabedoria em si mesma, mas apenas uma aparência de sabedoria, pois passarão a receber uma grande soma de informações sem a respectiva educação! Não-de parecer homens de saber, embora não passem de ignorantes em muitas materias e tornar-se-ão, por consequência, sábios imaginários, ao invés de sábios verdadeiros! (Platão, 1989, p. 121-122)

Como o sociólogo francês Pierre Bourdieu apontou, o dilema entre estrutura e agência pode ser descrito, do ponto de vista dos agentes, passando “de regras às estratégias”, isto é, interpretação e adaptação das regras de modo a acomodar situações específicas, sobre o interesse particular de agentes particulares:

A good player, that is somehow the humanized game, does every time what has to be done, what the game demands. That supposes a permanent invention, indispensable to adapt to indefinitely variable situations, never perfectly identical. That does not warrant a mechanical obey to strictly codified rules (when they exist). I have described, for example, the strategies of double game, that consist on “legalizing the situation”, or to put oneself on the side of the Law, on acting accordingly to private interests, but keeping the appearance of obeying the Rules. (Bourdieu, 1990, p. 81)

Esta descrição pode ser aplicada aos usos sociais da tecnologia da telefonia celular no Brasil. Embora as pessoas não sejam poderosas o suficiente para definir as suas próprias regras, elas são imaginativas para engendrar estratégias, a fim de se adequar às regras existentes, mas sob seus interesses particulares, como esperamos que os exemplos abaixo possam mostrar.

Os usuários de telefones móveis no Brasil inventaram maneiras de usar a tecnologia que os desenvolvedores da tecnologia nunca pretenderam. A cultura digital de telefones móveis, computadores pessoais e tablets convida ao que é conhecido como pirataria de produtos. O termo hacker foi originalmente usado para se referir a quem gosta de “explorar os detalhes” de sistemas programáveis e estender as capacidades, ao contrário da maioria dos usuários, que preferem aprender apenas o mínimo necessário. Desta cultura surgiram os “product hackers”, pessoas que apreciam o ato de modificar ou personalizar produtos cotidianos para melhorar a sua funcionalidade, para adaptá-los a outros usos ou apenas para se divertir e expressar sua criatividade. Pirataria de produto não é apenas resultado da tecnologia digital. Qualquer um que personalize um auto-móvel ou uma camiseta para atender às suas necessidades específicas também é um pirata de produto (*product hacker*).

A velocidade com que os telefones móveis são hackeados é impressionante. No dia seguinte à primeira versão do iPhone, que havia sido programado para usar o serviço móvel da AT&T, já havia instruções de como evitar o uso do serviço desta empresa por um hacker que fez isso apenas pela glória de ser o primeiro a fazê-lo. Interessante reassaltar que os fundadores da Apple, Jobs e Wozniak, começaram suas carreiras através de um golpe à mesma empresa, com o desenvolvimento de um dispositivo que lhes permitia fazer chamadas gratuitas a longa distância.

O Brasil é um celeiro de *hackers* de telefonia móvel. A maioria deles é perfeitamente legal, embora as operadoras de telefone não gostem dessas práticas. Mas, dado o grande número de usuários/as, elas não têm que ganhar muito dinheiro de cada usuário/a individual para obter lucros substanciais.

2.3 Telefones móveis na sociedade brasileira: contextualizando uma tecnologia

De acordo com o grande sociólogo brasileiro Sérgio Buarque de Holanda (1936), em sua obra-prima “Raízes do Brasil”, a cordialidade é um elemento central da identidade brasileira. Ele quer dizer que o povo brasileiro toma as coisas pelo coração (*corda*, em latim), para amigos ou inimigos. Às vezes, tais afeições fortes levam a conflitos entre os sentimentos particulares e o interesse público. Este dualismo entre indivíduo e sociedade (ou como ter regras universais e ainda manter privilégios para os meus) foi chamado de “o dilema brasileiro” pelo antropólogo Roberto DaMatta (1979). Para ele, o modo pelo qual os membros regulares da sociedade lidam com os códigos e as regras estabelecidas é particularmente revelador da brasilidade. Há uma expressão brasileira, “jeiti-

nho” (DaMatta, 1979; 1987), que se refere a um método cultural brasileiro para lidar com adversidades com criatividade, senso de humor e uso estratégico das regras, às vezes explorando os limites entre a legalidade e a ilegalidade, a fim de tirar vantagem das ambiguidades de cada situação. Nesta perspectiva, a sociedade brasileira é construída sobre redes de sociabilidade, ou, nos termos de DaMatta, uma “sociedade relacional”. Assim, não é nenhuma surpresa que uma tecnologia projetada para a conversa e a sociabilidade –como os telefones celulares– tenha tal sucesso no Brasil, como as estatísticas mostram.

A primeira rede de telefonia móvel no Brasil foi instalada em 1990, no Rio de Janeiro. De acordo com a União Internacional de Telecomunicações, o Brasil é o sexto maior mercado de telefonia celular no mundo, e a quarta no uso do telefone celular (depois da China, Índia e os EUA). Em junho de 2015, havia mais de 282.000.000 contas ativas de telefone celular no Brasil, para uma população estimada de 204.000.000, com uma densidade média de 138 celulares para cada 100 habitantes.

No entanto, esses dados devem ser contextualizados: há uma concentração maciça de telefones celulares em grandes áreas urbanas, como Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador (a maior concentração no Brasil, com 164 telefones celulares por 100 habitantes), enquanto na Amazônia a concentração média é de cerca de 25 celulares por 100 habitantes, como mostrado nas Figuras 1 e 3:

Figura 1. Linhas telefone celular x população.

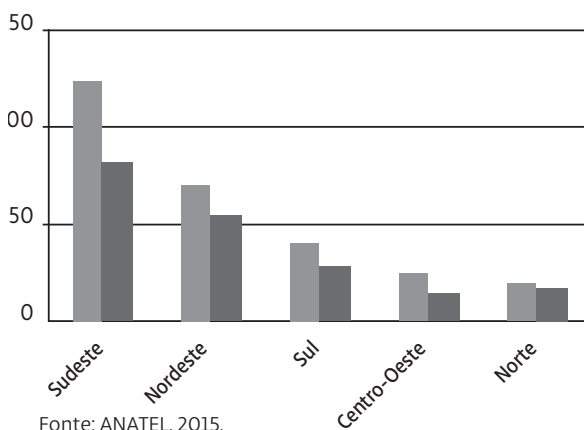


Figura 2. Regiões do Brasil

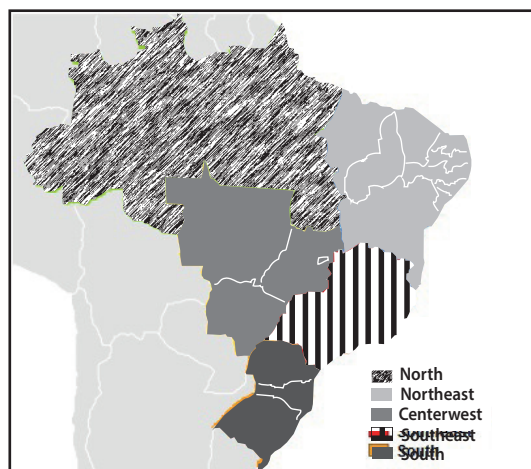
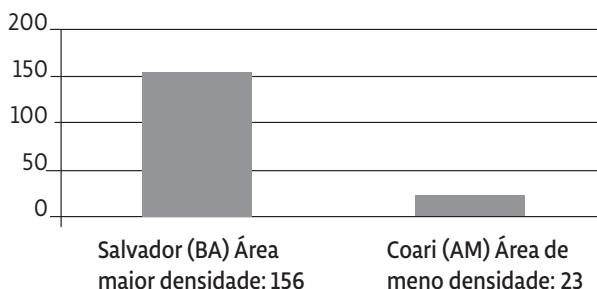


Figura 3. Telefones celulares por 100 habitantes.



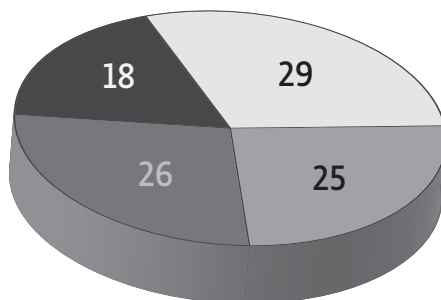
Fonte: ANATEL, 2015.

Em muitos lugares do país, ainda não existem telefones celulares de modo algum. Em uma pequena aldeia no estado da Bahia, uma placa zomba das quatro empresas de telefonia celular que dominam o mercado brasileiro: Vivo, Claro, Tim e Oi. A placa diz: *Aqui não tem ‘Vivo’, nem ‘Morto’; nem ‘Claro’, nem ‘Escuro’; nem ‘Tim’, nem ‘Tum’; nem ‘Oi’, nem ‘Ui’. Ei, companhias telefônicas, aqui também é Brasil.*

A concorrência entre as empresas de telefonia celular é apertada, na medida que quatro empresas partilham o mercado, mas sem nenhuma hegemonia: a Vivo tem 29% de participação de mercado; CLARO tem 25%; TIM tem 26% e OI tem 18%, como mostra a Figura 4. A competição constante entre as empresas

de telefonia celular promovem as estratégias de usuários/as, que tiram proveito desta situação ao lidar com todas as quatro companhias do mercado.

Figura 4. Divisão do mercado.



Fonte: ANATEL, 2015.

Outro número relevante é que mais de 75% das linhas de telefone celular no Brasil são do plano “pré-pago”, ou seja, o/a usuário/a deve comprar “créditos” antes de usar o telefone. Um grande número de utilizações subversivas de telefones celulares no Brasil são devido a este fato.

3. Notas metodológicas

No que diz respeito à metodologia utilizada em nosso trabalho há um fator operacional e conceitual chave, nomeadamente, a noção de “interação social” (Goffman, 1969). A noção de interação social foi formulada pela Escola de Sociológica de Chicago, na tentativa de compreender processos de trocas simbólicas entre participantes de uma mesma situação social. Para o estudo das ações sociais, o sentido dessas ações para os/as participantes é visto como sendo localmente situado e prático, isto é, envolve uma série de considerações práticas, no que Schütz (1962) chama de “a atitude vida cotidiana.” Tais atividades são caracterizadas mais por suas consequências práticas que por sua natureza teórica. Temos, portanto, que fazer uma análise empírica cuidadosa em uma base caso a caso.

Do ponto de vista etnometodológico, é importante estudar instâncias “localmente situadas” de usos de telefones móveis, ao invés de analisar o fenômeno através de uma descrição e interpretação teórica global e abstrata.

3.1 Uma Etnografia das Práticas de Comunicação: explorando usos do telefone móvel

A etnografia foi concebida e historicamente aplicada ao estudo de grupos em contato face a face com o/a etnógrafo/a, em que a experiência do/a pesquisa-

dor/a é tomada como fonte de dados. A troca interpessoal única ocorrente com o telefone móvel é uma espécie de novidade, que traz desafios metodológicos para a aplicação deste método de pesquisa tradicional, tornando-se necessário ajustar algumas premissas quando aplicado ao uso do telefone celular.

A técnica etnográfica, por sua ênfase na experiência do/a pesquisador/a como fonte de dados, é uma abordagem teórica promissora no trato com objetos de pesquisa relacionados à comunicação digital. Esta escolha exige aprofundamento teórico, longa permanência e impregnação dos dados de campo (Hine, 2000).

A aplicação de técnicas com base etnográfica possibilita construir um relatório de nível micro sobre trocas comunicacionais, focando nas circunstâncias destas trocas. Para tal, os/as pesquisadores/as devem privilegiar a observação direta como fonte de coleta de dados, o diário de campo, a seleção de informantes para entrevistas abertas e a participação nas atividades do grupo. As generalizações, neste caso, são possibilitadas pela sutileza das distinções, em vez de abstrações teóricas. As conclusões resultam da agregação de pequenos relatos detalhados. Através da análise dos fatos sociais e do sistema de símbolos relacionado, o/a etnógrafo/a procura compreender a lógica informal que constrói as formas culturais.

O objeto específico de investigação analisado neste artigo exigiu um dispositivo metodológico específico. Nós trabalhamos com pontos dinâmicos da comunicação móvel, realizada em ambientes sociais cotidianos, juntamente com os dados complementares:

- 1) A própria experiência como membro da sociedade a ser examinada, um ponto de partida que leva a outras fontes de dados.
- 2) As transcrições de entrevistas com informantes selecionados/as pelo contato com usuários/as.
- 3) Notas de campo feitas durante a participação em situações naturais de usos de telefonia móvel.
- 4) Notícias das mídias sobre usos criminais de telefones celulares.

Através desses elementos, foi possível perceber um conjunto de princípios, valores e interpretações de eventos, dinâmicas, negociações de significado e definições de situação sustentadas por participantes.

4. Usos subversivos de telefones móveis no Brasil: três exemplos

4.1 Códigos de celular

Como mencionado acima, mais de 75% de todas as linhas móveis do Brasil são do tipo “pré-pago”, ou seja, funcionam se o/a usuário/a insere “créditos” antes de utilizar os serviços. Assim, a questão de como evitar gastar os créditos é vital para manter e maximizar a utilização do telefone celular. Uma estratégia utili-

zada é criar e combinar um código com uma pessoa próxima. Por exemplo, se duas pessoas marcam um encontro em local público, quando uma delas sai de casa, faz uma chamada, interrompendo após o primeiro toque, que pode significar: “Estou saindo de casa agora”. A segunda chamada, com dois toques antes de interromper pode significar “Eu já estou aqui”. É importante notar que o significado dessas chamadas interrompidas será combinado com antecedência, e pode variar para diferentes situações. Além disso, é importante que o telefone não seja atendido, a fim de evitar o consumo de créditos. Uma variação desta estratégia é que certos planos de linhas celulares - ou às vezes um celular que pertence a uma operadora - podem fazer chamadas gratuitas para um número escolhido, ou a uma linha de telefone fixo. Ou, quando está no modo de *roaming*, às vezes é mais barato fazer chamadas do que receber. A fim de evitar a cobrança, a pessoa que quer falar pode fazer uma chamada, desligar antes de ser atendida, e aguardar até que o/a receptor/a ligue de volta.

Isso pode levar algum tempo, de modo que o/a usuário/a pode trocar seu cartão SIM por outro, mais apropriado para chamar. Durante uma entrevista, um informante, secretário de 31 anos de idade que vive em uma favela no Rio de Janeiro, contou sua combinação com seus amigos, de modo que todos possam falar de graça, um bom exemplo deste tipo de estratégia:

Eu e meus amigos combinamos que, se um deles quiser falar comigo e a chamada for direto para a caixa postal, isso significa que o cartão SIM de sua operadora está fora do telefone. Então, esse amigo chama cada um dos meus outros números, até que um deles toca. Eu desligo sem atender, então eu troco de cartão SIM e espero por uma nova chamada. Assim, todos nós podemos falar de graça! (Darci, 31, Favela Parque da Cidade, Rio de Janeiro)

O gerenciamento de vários cartões SIM ao mesmo tempo, é um problema complexo, e será descrito em seguida.

4.2 Gerenciamento de cartões SIM

Como vimos acima, o mercado de telefonia celular no Brasil é partilhada quase igualmente por quatro grandes empresas operadoras. Há uma forte concorrência entre elas para capturar usuários/as das outras empresas. Uma maneira de fazer isso é oferecer descontos para chamadas a determinados números (ou um único número com chamada gratuita ilimitada), ou vender o cartão SIM (cerca de dois dólares americanos) pelo mesmo valor em créditos no cartão. Outra promoção oferece acesso gratuito à Internet de alta velocidade para o período de 20 dias. Quando uma promoção de vendas como essa é anunciada, as pessoas compram alguns desses cartões, mantêm um e oferecem os outros a pessoas próximas.

Durante o período da promoção, o/a comprador/a usa seu celular para baixar músicas, filmes, etc. usando a conexão de alta velocidade. A intenção da empresa

de telefonia celular era que o usuário ao perder sua conexão de alta velocidade, pagaria o preço sem desconto para manter o acesso. No entanto, muitas pessoas usam seus dias livres para baixar todas as músicas, livros e filmes que podem, antes que o tempo da promoção se esgote. Depois disso, descartam aquele cartão SIM (chip) e compram outro com a mesma promoção ou outra mais oportuna. A variação é, para viajantes, comprar um cartão SIM para cada cidade visitada, a fim de evitar a cobrança de *roaming*. Alguns dispositivos de telefone celular vendidos no Brasil (geralmente fabricados na China) são capazes de comportar dois, ou até quatro cartões SIM ao mesmo tempo, usar Internet, receber mensagens e fazer chamadas telefônicas a preços baixos.

Uma informante, uma mulher de 27 anos de idade que vive na Favela do Vidigal, no Rio de Janeiro, chama o aparelho de telefone celular chinês de 4-cartões de “ching-ling”, dizendo que não confiar neste dispositivo. Assim, ela tem quatro chips (cartões SIM) e o telefone de um único chip, ela carrega os quatro chips com ela o tempo todo:

Costumo dizer que eu posso esquecer o meu documento de identidade, mas nunca meus chips (cartões SIM). Graças a eles eu posso pagar minha conta de telefone celular... (Claudia, 27, Favela do Vidigal, no Rio de Janeiro)

Os usos subversivos de telefones celulares detalhados até agora são legais e podem ser tomados como essencialmente inofensivos, na media em que são, basicamente, formas de poupar dinheiro e tirar o máximo proveito da tecnologia disponível. No entanto, existem também usos criminosos de telefones móveis, como veremos a seguir.

4.3 Celulares no crime

Mesmo de dentro de uma prisão, narcotraficantes podem comandar suas organizações criminosas, ordenar execuções, entregas de droga e aquisição de armas e munições, usando telefones celulares. A posse de telefones celulares é proibida nas prisões, assim, para as organizações criminosas, é vital encontrar maneiras de colocar telefones celulares dentro dos presídios. Uma série de estratégias foi criada para este fim: pombos-correio podem levar sacos com dois ou três telefones celulares e dezenas de cartões SIM; brinquedos de controle remoto, como aviões, drones ou helicópteros, podem executar a mesma tarefa; crianças foram usadas para transportar telefones e cartões SIM dentro de uma peruca durante os dias de visita, e assim por diante.

Estar na prisão não impede os criminosos de usar telefones celulares, como mostra a notícia de 30 de maio de 2012:

A Polícia Militar apreendeu um modelo de avião de controle remoto que era usado para carregar telefones celulares, carregadores e serras para a Penitenciária de São Paulo. O material foi apreendido do lado de uma torre de monitoramento na área

perto da rodovia Raposo Tavares. A presença do modelo foi detectada pelos funcionários da segurança da concessionária que administra a estrada. O modelo também foi destinado a transportar um pacote de dispositivos eletrônicos encontrados perto do aeromodelo. Ninguém foi preso, segundo a Polícia Militar (Jornal O Globo, Rio de Janeiro, 30/05/2012¹).

Estratégias como estas são conhecidas por terem falhado, e foram descobertas pelas autoridades. Pode-se inferir que há muitas outras maneiras de passar telefones celulares para a cadeia ainda não descobertas. Medidas como a instalação de antenas que cortam a comunicação de telefone celular em torno de prisões às vezes são tomadas, mas criam um problema adicional, na medida em que a população que vive nas proximidades também é afetada.

Uma forma particularmente terrível de uso criminoso de telefones celulares dentro das prisões é o chamado “sequestro de telefone celular”. Um número de telefone aleatório é chamado, e quando a pessoa atende, ouve um grito terrível, implorando por ajuda. Como resposta emocional involuntária, diz o nome de alguém que pode estar em perigo –um filho, uma esposa, uma neta– e o bandido confirma que: “sim, estamos com ele/ela, e se você desligar nós vamos matá-lo/la”. Se o truque funcionar, o usuário fará tudo que os bandidos solicitarem. Nessas situações, costumam pedir créditos para telefone celular. Muito dinheiro em créditos de telefone celular pode ser adquirido desta forma. Esses créditos podem ser vendidos dentro da prisão, ou usados para comandar organizações criminosas. Como esse truque tornou-se mais comum e matérias sobre o assunto foram publicadas nos jornais, as pessoas tornaram-se conscientes, e assim os bandidos tiveram que sofisticar sua estratégia. Escolhem uma vítima com antecedência, um parceiro fora da prisão segue-a por alguns dias, obtendo informações sobre sua rotina. Em seguida, o truque fica mais eficiente, uma vez que pode jogar com informações que não deveriam estar disponíveis –o nome de uma escola, um endereço, e assim por diante. Como joga com terror psicológico, esse tipo de crime é infelizmente terrivelmente eficiente. E não deixa vestígios.

Outro tipo de crime envolvendo telefones celulares é o chamado “clone de chip”. Depende de uma máquina que captura o sinal de telefones celulares e cria um cartão SIM “clonado” que pode ser utilizado como cópia de uma linha móvel existente. Tal como acontece com os telefones celulares pré-pagos, que funcionam somente enquanto há créditos, os criminosos preferem telefones celulares pós-pagos, geralmente adquiridos por pessoas mais ricas. Assim, a máquina de clonagem deve ser tomada perto de locais onde as pessoas ricas frequentam, como aeroportos internacionais, shoppings de luxo e assim por diante. A vítima vai notar que sua linha de telefone celular foi clonada apenas na conta do próximo mês.

1 <http://goo.gl/f181UP>

5. Conclusão

Nossa pesquisa revelou que o povo brasileiro têm encontrado maneiras criativas para fazer uso da tecnologia do telefone celular, elaborando estratégias de uso para os quais a tecnologia não foi projetada nem destinada para utilização. Alguns usos são benignos e apenas reduzem o custo final para usuários/as da tecnologia, enquanto outros usos são altamente indesejáveis e mesmo criminosos. A tecnologia não pode ser controlada por seus produtores, mas em vez disso, é quem utiliza cotidianamente que determina a aplicação final da tecnologia. Fabricantes de telefones celulares e operadoras não podem controlar o uso de seus produtos nem podem prever de antemão como sua tecnologia será implementada. Ao observar as práticas das pessoas comuns e a forma como expressam sua resiliência a padrões industriais, pode-se chegar a uma leitura mais sutil sobre a complexa relação entre tecnologia e sociedade.

Referências bibliográficas

- Bourdieu, P. (1990). *Coisas Ditas*. São Paulo: Brasiliense.
- DaMatta, R. (1979). *Carnavais, Malandros e Heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Zahar.
- DaMatta, R. (1987). *O que faz o Brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco.
- Geser, H. (2004). Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone. *Sociology in Switzerland: Sociology of the Mobile Phone*. Online Publications, Zürich. Recuperado de http://socio.ch/mobile/t_geser1.pdf
- Goffman, E. (1969). *Strategic Interaction*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage.
- Holanda, S.B. (1936). *Raízes do Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio.
- Ito, M., Okabe, D. & Matsuda, M. (Eds.) (2006). *Personal, portable, pedestrian: Mobile phones in Japanese life*. Cambridge, MA: MIT Press.
- McLelland, M. (2007). Socio-cultural Aspects of Mobile Communication Technologies in Asia and the Pacific: a Discussion of the Recent Literature. *Journal of Media & Cultural Studies*, 21/2. pp. 267-277. London: Routledge.
- McLuhan, E. & Zingrone, F. (Eds.) (1997). *Essential McLuhan*. Concord Ontario: Anansi.
- Robison, R. & Goodman, D.S.G (Eds) (1996). *The New Rich in Asia: Mobile Phones, McDonald's And Middle Class Revolution*. London: Routledge.
- Wilkin, R. (2012). "An exploratory comparative analysis of the use of metaphors in writing on the Internet and mobile phones." *Social Semiotics* 2012, 1-16.