

CELULAR, PANDEMIA E CONEXÕES À LUZ DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA MATERIAL

MOBILE PHONE, PANDEMIC AND CONNECTIONS IN THE LIGHT OF COMMUNICATION AND MATERIAL CULTURE

MÓVIL, PANDEMIA Y CONEXIONES A LA LUZ DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA MATERIAL

Manuela do Corral Vieira

■ Docente da UFPA. Doutora em Antropologia. Principais trabalhos: “Rita Von Hunty e o Canal Tempo Drag: infotainment, representatividade e mobilização”, “O bem-estar gay e o dândi: diálogos entre performances, consumo e estereótipos no reality show Queer Eye” e “Dinâmicas do consumo de bens virtuais: práticas e valores no universo de League of Legends”.

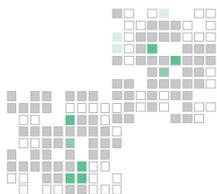
■ Email: manuelacvieira@gmail.com

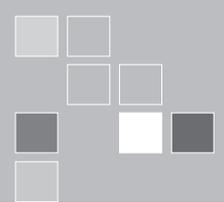
Vitória Melo Galvão

■ Graduada em Comunicação Social – Jornalismo (FACOM-UFPA), bolsista de Iniciação Científica (PIBIC/CNPq) no Projeto de Pesquisa Marcas, Cultura Material e Interações Sociais entre Sujeitos e Mercado: construções de experiências e identidades por meio do consumo” e integrante do Grupo de Pesquisa “Comunicação, Consumo e Identidade” (CONSIA-CNPq/UFPA).

■ E-mail: vitoriamelagalvao@gmail.com

210





RESUMO

No contexto da pandemia de Covid-19, o celular torna-se um objeto de uso para anseios físico-emocionais dos sujeitos, na busca por manter práticas de sociabilidade por conta do isolamento social. Buscou-se analisar o uso do celular por meio das interações entre sujeitos na perspectiva da Cultura Material, o desenvolvimento das subjetividades e os efeitos significativos nos afetos a partir dessas práticas. Compreendeu-se, então, as complexidades que permeiam a sociedade, não só advindas pelo vírus, e do celular enquanto uma extensão do sujeito, além da visível necessidade da inclusão digital e de atenção à saúde mental.

PALAVRAS-CHAVE: CELULAR; COMUNICAÇÃO; CULTURA MATERIAL; PANDEMIA.

ABSTRACT

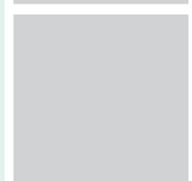
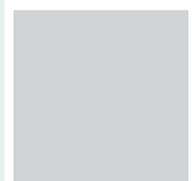
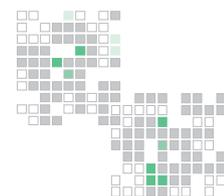
In the context of the Covid-19 pandemic, the cell phone becomes an object of use for the subjects' physical-emotional yearnings, in the quest to maintain sociability practices due to social isolation. We sought to analyze the use of cell phones through interactions between subjects from the perspective of Material Culture, the development of subjectivities and the significant effects on affects from these practices. It was understood, then, the complexities that permeate society, not only caused by the virus, and the cell phone as an extension of the subject, in addition to the visible need for digital inclusion and attention to mental health.

KEYWORDS: CELL PHONE; COMMUNICATION; MATERIAL CULTURE; PANDEMIC.

RESUMEN

En el contexto de la pandemia Covid-19, el teléfono celular se convierte en un objeto de uso para los anhelos físico-emocionales de los sujetos, en la búsqueda de mantener prácticas de sociabilidad debido al aislamiento social. Se buscó analizar el uso de teléfonos celulares a través de interacciones entre sujetos desde la perspectiva de la Cultura Material, el desarrollo de subjetividades y los efectos significativos en los afectos de estas prácticas. Se entendió, entonces, las complejidades que permean la sociedad, no solo provocadas por el virus, y el celular como extensión del tema, además de la visible necesidad de inclusión digital y atención a la salud mental.

PALABRAS CLAVE: TELÉFONO MÓVIL; COMUNICACIÓN; CULTURA MATERIAL; PANDEMIA.



Introdução

Em 2020, a população mundial se vê em um cenário completamente atípico: a Covid-19, doença causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, tornou-se uma pandemia¹ e alterou as relações em diferentes âmbitos da vida ao redor do mundo, especialmente devido ao seu alto poder de contágio mediante contato físico. Escolas e universidades foram trancadas, além de áreas de lazer, bares, restaurantes, academias e milhares de outros setores que encontraram uma sociedade à beira de um colapso e se viram obrigadas a mudarem a maneira com a qual se comunicam com seus consumidores e interlocutores. Além disso, mesmo encontros com poucas pessoas foram orientados a serem suspensos durante o período pandêmico.

Em atenção às necessidades do distanciamento social, recomendada pelos protocolos de saúde, a internet tornou-se o principal meio pelo qual as pessoas passaram a se comunicar com familiares e amigos, bem como passaram a realizar trabalhos, aulas e reuniões mediados pela tecnologia em formatos remotos e de conferências online. A comunicação certamente sofreu impactos diante da Covid-19, a sua importância foi ainda mais notada diante da imprescindibilidade da divulgação de dados, orientações de prevenção e a eventual virtualização das relações. Castro (2020), aponta receios sobre os impactos que a pandemia terá nos processos comunicacionais:

Um dos efeitos sociais de maior magnitude produzidos pela atual pandemia de Covid-19 parece ser um processo de tecnologização da vida social ainda sem precedentes e com efeitos importantes sobre as formas de comunicação

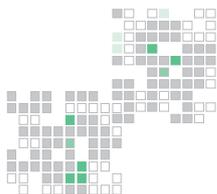
¹ O termo “pandemia” se refere à distribuição geográfica de uma doença e não à sua gravidade. A designação reconhece que, no momento, existem surtos de COVID-19 em vários países e regiões do mundo. Fonte: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6101:covid19&Itemid=875.

interpessoal, a sociabilidade, a proxêmica, a privacidade digital, a economia e a cultura das mídias, o jornalismo, a desinformação e os padrões informacionais – transformações essas que dizem respeito, em síntese, às formas e práticas sociais da comunicação. (Castro, 2020, p.188)

Em consideração às proposições de Castro, ressalta-se que a Comunicação não se constitui em apenas um campo científico sociológico, mas também espaço de construção de trocas simbólicas primordial ao ser humano, conforme aponta Muniz Sodré (2014). Em sua essência a comunicação seria “o fazer organizativo das mediações imprescindíveis ao comum humano, a resolução aproximativa das diferenças pertinentes em formas simbólicas” (Sodré, 2014, p.15).

O presente trabalho integra o conjunto de estudos desenvolvidos no âmbito do Grupo de Pesquisa Comunicação, Consumo e Identidade (Consia – CNPq/UFPA) e foi construído a partir da importância de se produzir análises visando melhor compreensão da comunicação mediada, considerando esta um produto das interações sociais e que apresenta causas, consequências e reflexos que se desdobram em outras áreas da vida em sociedade. A pesquisa de campo desenvolvida constituiu-se na aplicação de formulário, em formato de questionário *on-line*, via **Google Docs**, com 25 perguntas distribuídas entre objetivas e discursivas.

Veiculado entre o período de 8 de maio até 29 do mesmo mês, o questionário foi divulgado por meio das plataformas digitais das autoras (**Whatsapp, Instagram e Twitter**), tendo em vista a rede de conhecidos, os repliques e compartilhamentos das mensagens e a capacidade de alcance das plataformas. As questões foram respondidas por 109 sujeitos que moram na região metropolitana de Belém, no estado do Pará,



e aplicado com jovens de 15 a 29 anos², visando compreender como a vivência dos dias da pandemia influenciou nas rotinas, sobretudo comunicacionais e interacionais. O uso de objetos tecnológicos foi majoritário quando perguntado aos participantes sobre quais itens se tornaram mais importantes durante o período de reclusão social, a destacar celulares³, como objetos imprescindíveis listados tanto para uso de distração, como também para trabalhos e estudos. Ao mesmo tempo, destaca-se que a própria pesquisa faz um recorte sobre o acesso digital pois, pelas próprias limitações impostas pela pandemia, foi veiculada apenas de forma on-line. Os próprios interlocutores dessa pesquisa consideram “acesso a internet e uma boa moradia” como uma posição de privilégio dentro do cenário pandêmico.

Segundo dados da ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações), em maio de 2020, o acesso de pessoas físicas à telefonia móvel era mais de 188 milhões, dentro de uma estimativa, de 2019 do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), de que a população brasileira possui mais de 210 milhões de pessoas. O aparelho tecnológico em questão é considerado de destacada relevância na sociedade, sobretudo no cenário atual em que se apresenta como uma forma de interação, acesso à informação e construção de práticas de sociabilidade e também de consumo. O que, nas palavras de Castro “de algum modo, todas as esferas da vida social processarão a experiência da pandemia e algumas precisarão de novos marcos de comunicação” (Castro, 2020, p.189). Por essa razão, e também por ter sido o principal objeto citado a partir dos questionários

2 Nesse contexto, a partir de informações do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), foram consideradas jovens pessoas entre as faixa etária de 15 a 29 anos, sendo estes os adolescentes-jovens (entre 15 e 17 anos), os jovens-jovens (com idade entre os 18 e 24 anos) e os jovens adultos (faixa-etária dos 25 aos 29 anos).

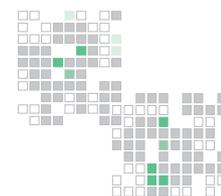
3 Ressalta-se que, neste texto, os termos “celular” e “*smartphone*” serão utilizados como sinônimos.

aplicados para a realização deste trabalho, o celular será o objeto analisado em destaque, considerando-se, especialmente, os aportes advindos do campo da cultura material na compreensão das influências e interações entre objetos e sujeitos (Miller, 2013).

1. Comunicação e Pandemia

Ao longo dos anos, estudiosos buscam compreender os alcances sociais e científicos do campo da comunicação. Segundo Vera França e Paula Simões (2016), o fazer comunicativo é um processo fragmentado em etapas a fim de compreender maneiras com as quais diversas sociedades funcionam. No cenário pandêmico, no qual o mundo ainda se encontra, o vírus da Covid-19 é propagado pela proximidade física, razão pela qual o isolamento social faz-se necessário. As relações interpessoais encontram, assim, obstáculos que alteram fortemente a comunicação em todos os seus âmbitos. Uma das consequências desses processos e mudanças é percebido na incrementação da tecnologia da vida.

Ao longo do presente estudo, ao indagar sobre de qual forma os interlocutores estavam trabalhando e/ou estudando, o uso das plataformas digitais demonstrou-se como a principal forma, se não única, de acesso à informação, destacando-se a importância e o protagonismo do uso dessas ferramentas tanto na produção e veiculação quanto do consumo informacional. De acordo com a Agência Brasil, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - Tecnologia da Informação e Comunicação (Pnad Contínua TIC), realizada em 2018 e divulgada em 2020 pelo IBGE, um em cada quatro brasileiros não possui acesso à internet seja por questões de renda ou alcance, número que representa 46 milhões de brasileiros. A região Norte lidera, com 13,8%, como a localidade na qual os moradores não possuem acesso à internet, dado o não acesso ao serviço.



A questão do acesso às tecnologias e ao próprio uso da internet ainda é, no Brasil, extremamente desigual, por isso faz-se a ressalva de não tomarmos as respostas advindas dessa pesquisa como um reflexo geral da própria região na qual o estudo foi realizado. Trata-se, sim, de uma das diversas realidades existentes no contexto sócio-econômico do país, na qual os dados obtidos em campo são utilizados para auxiliar e questionar as disparidades existentes no país. Castro (2020) analisa as possibilidades contempladas pela comunicação, entretanto, para o autor, o processo de exclusão proporcionado pela ausência de ações de inclusão digital são o maior problema, dadas as questões comunicacionais geradas pela pandemia. Relaciona-se sobre isso a própria dificuldade de acesso a auxílios durante a pandemia, muitas vezes com cadastros realizados de forma eletrônica. A situação aponta para como, a uma parcela significativa da população, o que veio a se tornar como básico para algumas realidades e atividades, ainda se configura uma significativa e preocupante exclusão de grupos socioeconomicamente desfavorecidos que se desdobram em impossibilidades de acessos a serviços diversos, inclusive aqueles prestados/oferecidos pelo governo.

As informações advindas de meios digitais também apresentaram significativo destaque neste cenário de acesso e consumo, ainda que, como dito anteriormente, para aproximadamente um quarto da população brasileira o acesso à internet não aconteça. Segundo Baccin e Canavilhas (2015), a possibilidade de interligar notícias por meio de *links* possibilita ao jornalismo construir uma rede de informações muito mais ampla e diversificada em relação ao sistema tradicional de jornais, revistas e rádio, tornando possível que o leitor possa imergir em diversos acontecimentos e temáticas. A partir do formulário veiculado para a realização deste artigo, a totalidade dos entrevistados, informam-se via internet, especialmente pelas redes sociais **Twitter** e **Instagram**.

Em entrevista ao Instituto Nacional de Saúde da Mulher, da Criança e do Adolescente Fernandes Figueira (IFF/Fiocruz), em texto elaborado por Mayra por Malavé, a pesquisadora Suely Deslandes analisou o papel das redes sociais durante a pandemia (MALAVÉ, 2020). Deslandes alerta tanto para o que considera serem os aspectos positivos dos usos da tecnologia em tempos de pandemia, como a questão de manter contato com outras pessoas, como também para o que pode vir a ser uma dependência digital e um excesso de informações ou mesmo desinformações.

Um exemplo dos danos causados por informações falaciosas foi o aumento da compra de hidroxicloroquina, remédio utilizado principalmente para pacientes que possuem Lúpus. Inicialmente estudos começaram a ser desenvolvidos para a possibilidade do remédio colaborar no combate à doença, porém, mesmo após descartarem a funcionalidade do medicamento, o discurso da capacidade da hidroxicloroquina contribuir para “curar” pacientes infectados pela Covid-19 foi mantido. A repercussão deste discurso de inverdades ocasionou a ausência do remédio em farmácias e pacientes que necessitam da medicação diariamente, pois a hidroxicloroquina auxilia-os a manter sua saúde estável. Para Delmazo e Valente, o combate às *fake news* demandam atenção e métodos elaborados, pois não existe fórmula pronta capaz de dizimá-las. Nesse sentido, os referidos autores argumentam:

Merece maior aprofundamento a investigação sobre o combate às notícias falsas, que não se resolve com fórmulas simples e prontas, mas com um conjunto de mecanismos que vão desde recursos técnicos até o investimento em educação e literacia digital. (Delmazo; Valente, 2018, p. 166)

Neste aspecto, nota-se a comunicação essencial para a sociedade, principalmente, em um contexto no qual a informação é fundamental

nos processos sociais e no desenvolvimento de ações e soluções de tensionamentos. Em um cenário pandêmico, faz-se mais importante ainda a construção de diálogos responsáveis e capazes de alcançar ao máximo possível a população de forma ética e responsável, haja vista a crescente desinformação e *fake news* que impactam de formas drásticas o corpo social. Além disso, é importante notar que a convulsão social e a instabilidade na qual os brasileiros estão inseridos não é um resultado da pandemia da Covid-19. Conforme assinala Jondison Rodrigues, “o vírus é apenas um indicador, um expositor de um quadro de primazia de uma racionalidade instrumental-utilitarista, predatória, concentradora de rendas e riquezas; e de políticas neoliberais, de financeirização econômica” (Rodrigues, 2020, p. 11), portanto, a comunicação tem um papel destacado na questão de informar e demonstrar a realidade em que o país encontra-se, sendo fulcral a construção de um diálogo responsável e de confiança entre população e mídia.

Daniel Miller (2013) argumenta sobre como as pessoas criam-se e se transformam por meio da interação com os objetos, o que, para o caso da presente pesquisa, foi possível perceber por meio da interação, sobretudo de celulares, *tablets*, computadores, *notebooks* na condição de isolamento social e no agenciamento da vida e das rotinas dos sujeitos, ainda que o conflito entre a sociedade e o indivíduo prossiga no próprio sujeito como luta entre as partes de sua essência. (Simmel, 2006, p. 83-84). Compreender o uso de aparelhos tecnológicos e o seu crescimento durante o isolamento social é fundamental para igualmente analisar como a sociedade está passando por grandes transformações, inclusive em aspectos da saúde psicológica dos sujeitos, com impactos ainda sem capacidade de serem mensurados. Baccin e Canavilhas (2015) destacam que o processo da digitalização da comunicação tornou-a um espaço único na qual os leitores passam a se tornar cada vez mais ativos no processo

informativo, “em maior ou menor grau, os conteúdos devem permitir ao leitor uma imersão nos conteúdos, recorrendo aos potenciais da Web e dos dispositivos de recepção.” (Baccin e Canavilhas, 2015, p. 17). Os objetos capazes de construir uma rede interpessoal tornam-se, então, de suma importância na busca do sujeito, tanto por informações quanto pela manutenção das práticas de sociabilidade.

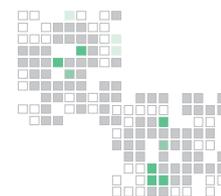
2. Emoções, Consumo e Pandemia

De acordo com a Pesquisa Nacional por Domicílios (PNAD), realizada pelo IBGE, em 2018, 79,3% de brasileiros com 10 anos de idade ou mais possuíam um aparelho celular. Já a pesquisa TIC⁴ Domicílios 2019, realizada pelo Centro Regional para o Desenvolvimento de Estudos sobre a Sociedade da Informação (CETIC), aponta que 99% dos usuários de ferramentas tecnológicas utilizam *smartphones*/aparelhos móveis, os computadores ficaram em segundo com 42%. Os referidos resultados contrastam com o resultado de 2014, os quais apontavam que computador era o principal objeto (80%) e o celular possuía 76% de aderência. Um ponto também a ser ressaltado sobre a aquisição do aparelho celular é o custo do objeto em relação a um computador, por exemplo. Levando-se em consideração os dados do IBGE, que apontam a renda média do brasileiro como sendo de R\$1.438,67, a compra de um aparelho de celular se torna muito mais possível para a maior parte dos sujeitos, uma vez que o valor mínimo de um *smartphone*, com as funções mais simples, custa cerca de R\$ 289,00, enquanto o valor de um *notebook* costuma iniciar em R\$ 1.419,00⁵.

A partir dos dados acima é possível perceber como o consumo da telefonia móvel aumentou de maneira exponencial e como *smartphones*

4 Sigla referente a Tecnologia da Informação e Comunicação.

5 Os valores utilizados para comparação foram retirados da plataforma que compara preços de diversos objetos, *Zoom*, no dia 27 de setembro de 2020. Fonte: <https://www.zoom.com.br/>



passaram a ser os principais meios pelos quais as pessoas passaram a se comunicar, tanto para fins pessoais quanto profissionais. André Lemos (2007), em análise do que classifica como mídias locativas⁶, e como estas transformam as cidades, resgata o conceito de Heterotopia de Michel Foucault (2013) e destaca que a tecnologia reconfigura a relação entre mídia e cidade, criando um território informacional o qual se constitui no encontro entre ciberespaço e centro urbano. De acordo com Lemos, “o território informacional não é o ciberespaço, mas o espaço movente, híbrido, formado pela relação entre o espaço eletrônico e o espaço físico” (Lemos, 2007, p.14). Espaço e tempo se transformam, então, a partir das formas pelas quais os sujeitos os modelam, em heterotopias de redes e de desdobramentos de tempos e espaços outros. Assim, ainda que o sujeito não esteja “fisicamente” nesses espaços, o sentido de sua presença é construído a partir de suas vivências e experiências, conforme destaca a perspectiva de Manuela Vieira (2013) ao afirmar que

não é o sujeito que habita um território, mas sim o território que é praticado pelo indivíduo e que participa da construção de sua identidade, através da expressão de subjetividades e do transitar por distintos lugares que possam satisfazer os anseios e as demandas da pluralidade social e individual. (Vieira, 2013, p. 48)

Diante do cenário pandêmico e de isolamento social, os usos de objetos, como o caso do celular, complexificam-se e ganham importâncias de sociabilidade advindas das funções técnicas capazes de “diminuir” a realidade espaço-tempo, constituindo-se em um objeto capaz de aproximar pessoas em meio à necessidade em buscar

alternativas para construções de face no ato de se estar próximo diante da impossibilidade do contato face a face frente ao isolamento social da pandemia. A pesquisa realizada para a construção deste artigo constatou que os aparelhos de telefonia móvel são, majoritariamente, o principal recurso utilizado pelos interlocutores para manter suas relações interpessoais e de interesse estudantil e profissional, além disso, até necessidade básicas como compra de comida e higiene básica passaram a ser realizadas de forma virtual, sendo majoritariamente via **Whatsapp** e aplicativos de compra e entrega diária.

Além disso, o objeto é utilizado como uma forma de lazer e entretenimento em meio às incertezas e ansiedades geradas por uma realidade caótica, tanto sobre as informações diárias quanto pelos questionamentos acerca do que poderá ser desdobrado ou gerado a partir das transformações das previsões de um cenário pós-pandêmico, relatos dos interlocutores da pesquisa atestam que assistir séries e filmes, além de jogar jogos por *video game* ou pelo próprio celular como forma de distração. A importância do protagonismo dos objetos na vida das pessoas é justamente quando estes se encontram tão inseridos nos cenários da vida que sequer são destacadamente percebidos pelos sujeitos tal o grau de imersão e naturalização destes objetos nas atividades e na ordem do pensar. De acordo com Daniel Miller, ao longo da vida enquanto se aprende a interagir com diversas culturas materiais, o sujeito vai se adaptando a viver de acordo com certas normas culturais, “coisas, veja bem, não coisas individuais, mas todos o sistema de coisas, com sua ordem interna, fazem de nós as pessoas que somos” (Miller, 2013, p. 83).

Quando o celular é apontado como objeto de destaque no cenário da pandemia, com capacidade de realizar ações, possibilitar conexões, realização de serviços, não é de se surpreender a importância e aumento do uso desse objeto

6 Para Lemos (2007), mídias locativas são “como um conjunto de tecnologias e processos info-comunicacionais cujo conteúdo informacional vincula-se a um lugar específico.” (LEMOS, 2007, p. 1)

por parte dos sujeitos, especialmente ao se considerar que a diversidade dos sentimentos que constituem o humano, do que afeta estes sujeitos, serão possíveis por meio destas materialidades. Ao analisarmos a relação entre sujeitos e coisas, a partir dos aportes da cultura material lançamos olhar sobre como os objetos possuem agenciamento próprio, em análise a como “coisas fazem coisas conosco, e não apenas coisas que gostaríamos que fizessem” (Miller, 2013, p. 141).

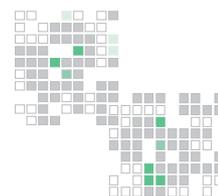
Um outro fator de análise da relação entre coisas e sujeitos, acerca de alguns dos relatos da pesquisa de campo e de fontes primárias analisados no presente estudo, dão conta da utilização destes objetos, no que concerne à sensação tanto de sentimentos como alegria, por se estar em contato com alguém, ainda que de maneira online, quanto com sensações de tristeza e desesperança pelo acesso e conhecimento de determinadas informações. Sobre essas questões, de acordo com a OMS (Organização Mundial da Saúde), alguns países já possuem indicativos do crescimento de doenças psicológicas. Para o diretor da OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus, em entrevista publicada no site oficial da OPAS (Organização Pan-Americana da Saúde), tratar da saúde mental da população é imprescindível.

Miller (2013) destaca que as formas pelas quais uma sociedade utiliza os celulares constituem o cerne da plataforma da internet, dada a capilaridade desta tecnologia nesses objetos e o significativo acesso que possui entre os sujeitos. “Um celular é uma calculadora cômoda e à mão, muitas vezes uma agenda, um calendário e certamente o principal meio de armazenar dados e construir sua própria rede social” (Miller, 2013, p.166). Essa complexidade do estar no mundo e interagir com os objetos do mundo e com o que constrói o tecido social manifesta-se na (re)significação das práticas de sociabilidade que, no cenário da pandemia, se complexificam com interferências no quadro também emocional dos sujeitos.

De acordo com dados fornecidos pelo **Google**, o crescimento sobre questões de saúde mental por parte dos brasileiros foi extremamente significativo. O portal de notícias Metrôpoles divulgou que o crescimento sobre o tema “saúde mental” foi de 98% em relação ao ano de 2010. Além disso, na mesma notícia foi divulgado que, entre as três perguntas mais realizadas no ano de 2020 duas são “como lidar com ansiedade” e “como lidar com depressão”. A diversidade destes sentimentos também foi percebida na pesquisa de campo realizada quando, entre as principais sensações percebidas no cenário da pandemia, pelos entrevistados, destacam-se a ansiedade, a irritabilidade, a desmotivação e, sobretudo, como o fluxo de informações e o desencontro ou incertezas sobre o que está sendo repassado na mídia alterou o que classificaram como a saúde mental. Considerar, portanto, os sentimentos dentro do contexto da pandemia e a maneira com a qual os indivíduos estão lidando com eles se torna um dos principais fatores com os quais a sociedade civil deve se atentar.

Considerações Finais

O contexto retratado da pandemia de Covid-19 neste estudo põe à luz, além de algumas reflexões acerca da disseminação da doença viral, diversas outras implicações que a Covid-19 expôs na sociedade, tais como a ausência de políticas públicas na inclusão digital, o crescente número de pessoas adoecidas mentalmente e a fragilidade de instituições que deveriam zelar pela população, além da vigente importância da mídia e da comunicação como instituições subservientes ao interesse público. O celular, como protagonista desse estudo, demonstrou como os objetos tornam-se desdobramentos e potencialidades das experiências dos sujeitos a partir das possibilidades vividas nas superfícies do tecido social e nas relações entre coisas e sujeitos, complexificando a relação das materialidades no mundo.



Considerando-se que “não há separação entre sujeitos e objetos” (Miller, 2013, p. 92), ao necessitar dar vazão às imaterialidades, sensações, sentimentos, é por meio do material que essas intangibilidades podem ser, em alguns aspectos, vivenciadas e experienciadas, ou seja o imaterial pode demandar também da materialidade. Compreendeu-se a importância dos aparelhos de *smartphone* para a manutenção de laços afetivos e das práticas da vida vivida, como atividades relacionadas aos estudos e aos trabalhos. Além disso, os objetos, contemplados nas observações realizadas são agenciadores de experiências, descobrimentos e desdobramentos das subjetividades dos sujeitos e da própria percepção e da relação com o outro. Essa percepção das relações realizadas por intermédio comunicacional apontam a comunicação como o fazer imprescindível ao ser humano (Sodré, 2014) capaz de dar forma tanto sobre as potencialidades de mobilização, de conexão quanto da própria sensação de solidão e de isolamento.

Se a pandemia já marca de forma expressiva o tecido social, ao mesmo tempo em que também foi um expositor de muitos problemas econômi-

cos, políticos e sociais, que já assolavam a sociedade, faz-se necessário atentar para os impactos também na área da saúde e de como eles se refletem e seguirão por refletir em uma sociedade que precisa reinventar-se e pensar sobre os objetos, seus papéis, responsabilidades e influências nas vidas dos sujeitos e em suas construções sociais. Em um contexto considerado “utópico”, no qual as mudanças ainda não podem ser conclusivamente mensuradas, em razão da magnitude de um cenário pandêmico globalizado que segue em curso, é imprescindível avaliar as possibilidades e as desigualdades das estruturas sociais, relacionadas com questões econômicas e políticas, e que envolvem desde impactos no estar e ser no mundo, quanto nas percepções do sujeito sobre si, o outro, bem como o que o rodeia e constrói sua presença em mundos de (in)tangibilidades e complexidades. Consideram-se importante estudos capazes de aprofundar as problematizações dos objetos para além de seus usos finais, mas que compreendam os processos que as formam a partir do fluxo e das transformações das coisas e das pessoas.

Referências

BACCIN, Alciane Nolibos; CANAVILHAS, João. Contextualização de reportagens hiperfúria: narrativa hiperfúria e imersão. *BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH* - v.1, n.1, p.10-27. 2015. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/716/616>>. Acesso em: 19 set. 2020.

BUSCAS NO GOOGLE SOBRE TRANSTORNO MENTAL TÊM RECORDE DURANTE PANDEMIA. 21 set. 2020. Saúde. Disponível em: <<https://bitly.com/eDQNL>>. Acesso em: 23 set. 2020

CASTRO, Fábio Fosenca de. Impactos da Covid-19 sobre os processos comunicacionais: Primeiras observações sobre dinâmicas, impasses e riscos. Paper do NAEA 2020, Volume 29, No 1 (Dossiê Crise e Pandemia). Acesso em 23 de Set. 2020.

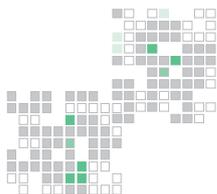
CELULARES SÃO UMA ARMA CONTRA A COVID-19. *Jornal da USP*, Ribeirão Preto, 24 abr. 2020. Atualidades.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C.L. FAKE NEWS NAS REDES SOCIAIS ONLINE: PROPAGAÇÃO E REAÇÕES À DESINFORMAÇÃO EM BUSCA DE CLIQUES. *Media & Jornalismo*. n.º 32 v. 18, n.º 1, p. 155-169. 2018, Disponível em: <<http://www.scielo.mec.pt/pdf/mj/v18n32/v18n32a12.pdf>>. Acesso em: 17 set. 2020.

FALTA DE CLOROQUINA CAUSA INTERNAÇÃO DE PACIENTES COM LÚPUS. *Garce*. 4 jun. 2020. Notícia.

FERNANDES, Augusto; SOARES, Fernanda. Bolsonaro diz que hidroxiquina poderia ter evitado as 100 mil mortes por COVID-19. *Estado de Minas*. Minas Gerais, 13 ago. 2020. Política. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y9x8ng9n>>. Acesso em: 23 set. 2020.

FOUCAULT, Michel. De espaços outros. *Estudos avançados*. v.27,



n.79, p. 113-122, 2013. Disponível em: <<https://bityli.com/BnxEK>>. Acesso em: 22 set. 2020.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula. *Curso básico de Teorias da Comunicação*. 1. ed. - Belo Horizonte : Autêntica Editora, 2016.

IBGE DIVULGA O RENDIMENTO DOMICILIAR PER CAPITA 2019. *Agência IBGE Notícias*. 28 fev. 2020. Estatísticas sociais. Disponível em: <<https://bityli.com/eE7Ok>>. Acesso em: 23 set. 2020.

LEMO, André. *Mídia Locativa e Territórios Informacionais*. Disponível em: <https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf>. Acesso em: 20 set. 2020.

LOBO, Ana Paula. *No Brasil, 45,9 milhões de pessoas ainda não acessam a Internet*. Disponível em: <<https://bityli.com/shuqu>>. Acesso em: 23 set. 2020.

MALAVÉ, Mayra. *O papel das redes sociais durante a pandemia*. Disponível em: <<http://www.iff.fiocruz.br/index.php/8-noticias/675-papel-redes-sociais>>. Acesso em: 20 set. 2020.

MILLER, Daniel. 2013. *Trecos, troços e coisas*: Estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

ONU DESTACA NECESSIDADE URGENTE DE AUMENTAR INVESTIMENTOS EM SERVIÇOS DE SAÚDE MENTAL DURANTE

A PANDEMIA DE COVID-19. *OPAS Brasil*. 14 mai. 2020. Disponível em: <<https://bityli.com/7JjXN>>. Acesso em: 24 set. 2020.

PAIVA, Fernando. *79,3% dos brasileiros têm celular, informa IBGE*. Disponível em: <<https://bityli.com/JUKxa>>. Acesso em: 24 set. 2020.

RODRIGUES, Jondison. Narrativas políticas, produção de vulnerabilidades e convulsão social no Brasil e no mundo, no contexto do Novo Coronavírus. *Papers do Naea*. v.29, n.1, p.1-31, 2020.

SIMMEL, Georg. *Questões Fundamentais da Sociologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

SODRÉ, Muniz. *A ciência do comum: Notas para o método comunicação*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

TOKARNIA, Mariana. *Um em cada 4 brasileiros não tem acesso à internet, mostra pesquisa*. Agência Brasil, Rio de Janeiro, 29 abr. 2020. Economia.

VIEIRA, Manuela do Corral. *Os jovens flâneurs.com: A construção e a liquidez da identidade no espaço das redes sociais da internet*. 220 f. Tese (Doutorado em Antropologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2013.

