UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas

Programa de Pós Graduação em Sociologia

CLARA SILBERSCHNEIDER

O uso de fones de ouvido e o novo individualismo

São Paulo

2020

CLARA SILBERSCHNEIDER

O uso de fones de ouvido e o novo individualismo

Versão Corrigida

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo como requisito para a obtenção do título de Mestre em Sociologia.

Professor orientador: Leopoldo Waizbort

São Paulo

2020

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

S582u Silberschneider, Clara
O uso de fones de ouvido e o novo
individualismo / Clara Silberschneider ;
orientador Leopoldo Waizbort. - São Paulo, 2020.
136 f.

Dissertação (Mestrado)- Faculdade de
Filosofia, Letras e Ciências Humanas da
Universidade de São Paulo. Departamento de
Sociologia. Área de concentração: Sociologia.

1. fones de ouvido. 2. era digital. 3.
encapsulamento. 4. novo individualismo. 5.
experimentação da realidade. I. Waizbort,
Leopoldo, orient. II. Título.

ENTREGA DO EXEMPLAR CORRIGIDO DA DISSERTAÇÃO/TESE

Termo de Ciência e Concordância do (a) orientador (a)

Nome do (a) aluno (a): Clara Silberschneider

Data da defesa: 26 /11/2020

Nome do Prof. (a) orientador (a): Leopoldo G.P. Waizbort

Nos termos da legislação vigente, declaro **ESTAR CIENTE** do conteúdo deste **EXEMPLAR CORRIGIDO** elaborado em atenção às sugestões dos membros da comissão Julgadora na sessão de defesa do trabalho, manifestando-me **plenamente favorável** ao seu encaminhamento e publicação no **Portal Digital de Teses da USP**.

São Paulo, 18/01/2021

Assinatura do Orientador

Nome: SILBERSCHNEIDER, Clara

Título: O uso de fones de ouvido e o novo individualismo

Dissertação apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências.

Aprovada em: 26/11/2020

Banca Examinadora

Prof. Glaucia Peres da Silva

Prof. Bianca Freide-Medeiros

Prof. Marcia Tosta Dias

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais e minhas irmãs por toda a força e apoio enquanto eu morei em São Paulo. Agradeço em especial ao meu pai pelas discussões de pesquisa que movimentaram tantas ideias nesses últimos anos.

Ao professor Leopoldo por todas as orientações, debates construtivos e ótimas indicações bibliográficas que contribuíram enormemente para o desenrolar desta pesquisa.

A professora Bianca por ter me auxiliado na parte de desenvolvimento da pesquisa de campo, e me permitir frequentar às aulas de Métodos.

A CAPES, pelo financiamento que possibilitou a realização desta pesquisa e minha mudança para São Paulo.

Gostaria de agradecer à Ana Lúcia, pela amizade formada em São Paulo e todas as ajudas que você me deu no decorrer da pesquisa! Espero poder retribuir algum dia.

A todos os alunos e alunas participantes desta pesquisa, e a todas as professoras e funcionárias da escola que me atenderam e se empolgaram com meu trabalho, meus profundos agradecimentos.

A todos meus anjos e anjas de BH em SP: Soninha, André, Jhonathan, Elvis, Sesh e Gabi; vocês não sabem o quão importante e divertido foram nossos momentos juntos. Muito obrigada!

Às amigas paulistas que espero levar pra vida: Ícaro, Mari, Ivo, Ana Lúcia, Milton, André, obrigada por todo apoio e conversas incríveis.

A todos minhas amigas de BH que participaram da minha vida em SP e que ajudaram, deram palpites e mantiveram minha sanidade mental: Rodrigo, Luken, Maíra, Karine, Paula, Marcelo, Raphael, Alexandre, Fê, Patrick, Nick.

Agradeço também ao Daniel, por fazer de 2020 um ano melhor e por todo o apoio ao longo dessa reta final do mestrado.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

RESUMO

A presente dissertação tem como intuito investigar os ouvintes de fones de ouvidos e compreender a relação entre esses indivíduos e seus aparelhos. A pesquisa investiga a sociedade contemporânea através do fenômeno “Era Digital”, juntamente com bibliografias a respeito de um tipo ideal de “novo individualismo” que abre campo para novas modalidades de interação entre “humano-máquina”. Os elementos sociotécnicos de aparelhos de reprodução sonora são investigados através de uma breve análise histórica e possibilitam que o leitor e leitora perceba como o ato de escutar, no Ocidente, foi se direcionando a esferas privadas e de intimidade de cada ouvinte. Através de um jogo de escalas, a pesquisa também conta com um estudo de caso com alunos de ensino médio e inclui observações de campo, análises quantitativas e qualitativas que dialogam com a literatura e ilustram algumas maneiras pelas quais os fones de ouvido são manipulados por *millenials* em São Paulo. A hipótese segue: os fones de ouvido na atualidade “encapsulam” seus usuários, ao oferecerem uma nova perspectiva de construção e experimentação das realidades individuais. Isto é, o fone de ouvido possibilita que seu ouvinte se feche para o mundo, mas por outro lado esse aparelho fornece uma gama de realidades a serem acessadas em qualquer momento e lugar. A conclusão consiste na verificação de que o encapsulamento pelos fones ocorre, não como um simples isolamento social ou solidão, mas como um processo atrelado a profundas mudanças no que significa *ser social* e *se socializar* nos dias de hoje.

Palavras-chave: Fones de ouvido. Novo individualismo. Era Digital. Encapsulamento. Experimentação da realidade.

ABSTRACT

This dissertation aims to investigate the listeners of headphones and understand the relation between these individuals and their devices. Therefore, it investigates contemporary society through the phenomenon “Digital Era”, along with referencies about an ideal type of “new individualism” that opens the way for new forms of interaction “human-machine”. We look to the sociotechnical elements of audio devices and investigate them through a brief historical analysis which allows the reader to understand how the act of listening, in the West, turned to address private spheres and the intimacy of each listener. As from a game of scales, the research includes a case study with teenager students which consists in field observation and quantitative and qualitative analyzes that dialogue with the literature and illustrate some ways in which millennials handle headphones in Sao Paulo. The hypothesis is that headphones nowadays “encapsulate” their users, by offering a new perspective on the construction and experimentation of individual realities. That is: on the one hand, headphones allow its listener to shut himself off from the world, but on the other hand this device provides a range of realities for access at any time and place. The conclusion consists in verifying that the “encapsulation/cocooning” by the headphones occurs, not as a simple social isolation, but as a process linked to profound changes in what it means *to be social* and *to socialize* today.

Keywords: Headphones. New individualism. Digital Era. Encapsulation/cocooning. Reality experimentation.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
1. Cenários de uma nova era	4
1.1. Pesquisa de campo: “fone de ouvido, presente!”	7
2. Processos sociais que levaram ao surgimento do novo indivíduo	9
2.1. “Você é quem faz as escolhas da sua vida”	9
2.2. Era Digital	14
2.3. Admirável indivíduo novo.....	19
2.4. Reinvenção e personalização.....	21
2.4. Mudança constante, dinamismo e a situacionalidade da vida contemporânea	33
3. Encapsulamento	37
3.1. Realidade aumentada	40
3.2. O humano e não-humano: extensões corporais.....	41
3.2.1. Tecnologias como extensões do corpo humano e <i>digital cyborg assemblage</i>	44
3.3. O ouvinte segundo Michael Bull.....	50
4. O problema da portabilidade.....	56
4.1. O conceito	57
4.2. O conceito de <i>portabilidade</i> aplicado aos aparelhos de reprodução sonora	60
4.2.1. O hábito de <i>escutar</i>	60
4.2.2. O fonógrafo e o gramofone.....	61
4.2.3. A portabilidade do rádio	63
4.2.4. Andando, ouvindo, dançando: o Walkman	64
5. O problema da seletividade.....	67
5.1. O conceito	67
5.1.1. Cultura de convergência e diversidade de conteúdos	68
5.1.2. Seletividade e a teoria de <i>affordances</i>	71
5.2. Seletividade dos aparelhos de reprodução musical.....	77
5.2.1. O rádio e o vinil	78
5.2.2. Fita magnética, fita cassete, e CD: o controle e a construção de trilhas personalizadas através de <i>mixes</i> individuais.....	80
5.2.3. O formato MP3 e os serviços <i>streaming</i>	82
6. O uso do fone	86
6.1. O fone entre gerações.....	88
6.2. Fone de ouvido: <i>now and then</i>	91
6.2.1. Proximidades, lugares, fones	93

CONCLUSÃO	98
BIBLIOGRAFIA	101
TABELAS.....	107
APÊNDICE A.....	113
APÊNDICE B.....	115
APÊNDICE C.....	124
APÊNDICE D.....	125

INTRODUÇÃO

O objeto central do presente trabalho são os indivíduos ouvintes de fone de ouvido. O propósito é compreender como eles se comportam quanto ao uso do fone de ouvido e são afetados por ele na sociedade contemporânea – isto é, a maneira como relações e percepções de mundo se alteram através de mudanças referentes ao *ato de escutar*. A pergunta inicial é se o fone de ouvido *encapsula* seus ouvintes na sociedade contemporânea. A hipótese, desenvolvida e testada ao longo da investigação, é que sim: por um lado, esse aparelho reforça a distância e a impessoalidade dos espaços urbanos, enquanto, por outro lado, permite que o indivíduo preencha espaços antes “vazios” de sentido social com elementos de suas emoções, humores, acessando seu *self* a qualquer momento e em qualquer local.

A fim de estudar esse indivíduo ouvinte, a investigação do objeto ocorreu por três vias: (1) o processo de individualização que desencadeou o surgimento de um *novo indivíduo*; (2) o contexto em que ele se encontra (a Era Digital por detrás, que será analisada no capítulo 2, e o dilema humano/não humano, analisado no capítulo 3); e (3) os comportamentos e posturas introduzidos a partir da miniaturização e maior seletividade de aparelhos digitais e de reprodução sonora que guiaram até os fones de ouvido e o ato de escutar no século XXI. Como pano de fundo em diálogo com a discussão teórica, foi realizado um estudo de caso com jovens ouvintes de fones de São Paulo, cujos dados e relatos serão apresentados ao longo da pesquisa.

Inicialmente, o objetivo do trabalho era realizar uma revisão teórica sobre o tema, o que levou a leituras acerca do *novo individualismo*, relações humano-máquina, e a uma análise histórica sobre elementos sociotécnicos do fone de ouvido (todos abordados, respectivamente, nos capítulos 2, 3, 4 e 5). Por tratar-se de uma temática atual e cara ao entendimento da sociedade contemporânea, percebeu-se a necessidade de trazer a discussão para um nível mais concreto de análise e, por isso, optei pela realização e inclusão de um trabalho de campo. Por um lado, foi possível testar as hipóteses que o levantamento teórico suscitou em relação a certos comportamentos da problemática sociológica dos fones de ouvido no nível concreto. Por outro lado, a pesquisa empírica também movimentou a observação de elementos além daqueles contemplados pela bibliografia – uma vez que o campo é também um objeto em si mesmo.

Os fones de ouvido, nos dias de hoje, diferem daqueles de outros momentos da história devido a três características: (1) portabilidade; (2) seletividade; (3) e o tipo de

relação construída entre humano-máquina. Esses elementos permitem que o fone se transforme em *extensão digital* do corpo humano e, desta maneira, configure o *self* dos indivíduos e atue para que eles possam acessar um mundo que lhes faça *mais sentido*. Isto é, um mundo que, *através* do fone, *evoca* aquilo de mais *real* para seu ouvinte, numa realidade transformada, e aumentada – essa temática da realidade aumentada, junto com os debates sobre encapsulamento, é tratada no capítulo 3.

No capítulo 1, apresento o *contexto* da cidade contemporânea e como o trabalho de campo se insere nesta dissertação. Descrevo a metodologia utilizada e explico como os elementos da realidade micro foram entrelaçados à discussão teórica da dissertação. A partir dos relatos de jovens em uma escola pública de São Paulo, o texto tece um diálogo entre empiria e marco analítico, numa direção que permite ao leitor e leitora compreenderem como o debate sociológico ecoa através de uma escala concreta, além de entenderem de que maneira o fone de ouvido é tratado pelos adolescentes participantes em seu cotidiano.

O capítulo 2 se debruça sobre a análise dos novos comportamentos e sociabilidades pós-Segunda Grande Guerra e de uma globalização intensificada. Tais dinâmicas contribuíram para mudanças no mercado de trabalho que levaram à reestruturação das relações afetivas na “modernidade”. Surge um indivíduo que vive em uma sociedade com instituições “destradicionalizadas”, nas quais ele se vê em constante barganha com os outros. Somado aos adventos da Era Digital, esse processo de destradicionalização guia o indivíduo a uma realidade experimentada sob os aspectos: reinvenção, dinamismo, mudança instantânea e episodicidade/situacionalidade de sua vida. Tal modelo de *novo indivíduo* que surge na Era Digital é tratado como o tipo ideal do indivíduo ouvinte de fones das sociedades contemporâneas. Também no capítulo 2 inicia-se a análise dos relatos e dos dados acessados com o estudo de caso, observando-se de que maneira eles problematizam as categorias desse tipo ideal de indivíduo.

O tema *encapsulamento* é examinado no capítulo 3. Apresento o debate sobre aparelhos digitais – em especial o fone de ouvido – e sua contribuição para as mudanças das dinâmicas entre os indivíduos e a realidade a sua volta. Veremos como o fone de ouvido e aparelhos digitais se configuram em extensões do corpo humano: eles permitem a institucionalização e a incorporação (*selfsication*) de certos modos de pensar e agir que se mantêm agora *por causa* dessas tecnologias – alterações em interações sociais, tais como: *comunicar, relacionar, ser social e estar*. O fone de ouvido influencia a postura de seus usuários em sociedade, seja ao fornecer novos olhares sobre si mesmos, seja ao propiciar o

acesso a um *mundo* ao qual os indivíduos se sentem mais pertencentes, diferente de um *mundo externo*.

Nos capítulos 4 e 5 são realizadas considerações sobre aspectos sociotécnicos do fone de ouvido através de um breve apanhado histórico acerca da evolução de alguns aparelhos de reprodução sonora (analisados sob a perspectiva dos elementos de portabilidade e seletividade). Junto às teorias do novo paradigma das mobilidades e à das *affordances* comunicativas, será possível compreender de que maneira as relações individuais com a esfera auditiva e o ato de escutar foram modificadas e *educadas* pelos aparelhos de reprodução sonora. Assim, o uso do fone de ouvido nos dias de hoje aparece como resultado de um processo de escuta mais privatizada e individualizada. O objetivo aqui é demonstrar como esse processo de alteração do *self* junto à audição não aconteceu de uma hora para outra, elucidando a complexa rede de comportamentos sociais que foram sendo incorporados pelos indivíduos, na medida em que os aparelhos de reprodução sonora se tornavam mais portáteis e seletivos.

Ao final, o capítulo 6 traz um balanço sobre a socialização dos fones de ouvido: retomo elementos comportamentais introduzidos por esse aparelho que alteraram a perspectiva dos novos indivíduos sobre si mesmos, suas realidades e o mundo a sua volta. Algumas reflexões e considerações sobre a hipótese acerca do *encapsulamento* são realizadas nesse último capítulo e complementadas com uma breve conclusão da dissertação, em que apresento um resumo do trabalho feito e as perspectivas de minha pesquisa para o futuro.

1. CENÁRIOS DE UMA NOVA ERA

Andando na cidade, fica evidente como o cenário de hoje difere daquele de há vinte, trinta anos. No ônibus e metrô, livros e jornais foram, em grande parte, substituídos por aparelhos celulares que contribuem para o surgimento de uma corcunda coletiva e para a aparente distração generalizada sobre os espaços urbanos. Fios brancos, pretos, de todas as cores, aparecem pendurados naqueles corpos móveis que caminham pela cidade e se deslocam com o transporte público. De tamanhos e estilos diversos, são os fones de ouvido que, por meio desses fios¹, conectam indivíduos e alteram as paisagens sonoras – e físicas – dos cenários da cidade. O conceito de *paisagem sonora*, cunhado pelo musicólogo R. Murray Schafer, pretende designar: “[...] qualquer campo de estudo acústico [sendo que] podemos nos referir a uma composição musical, a um programa de rádio ou mesmo a um ambiente acústico. [...] [ou seja,] eventos *ouvidos*, e não [...] objetos *vistos*” (SCHAFER, 2011, p. 23-24).

Schafer dedicou e dedica sua vida ao estudo sobre os aspectos acústicos da vida e suas transformações: ruídos, barulhos, *o que é música* hoje em relação ao que *era* música em outros momentos da história, entre outros (SCHAFER, 1992, 2011). Um dos exemplos de mudança do ato de escutar nas cidades decorreu da introdução do motor de automóveis na virada do século XX, que alterou profundamente a percepção sobre *cidade* e *indústria* (SCHAFER, 2011, p.122). Hoje, *barulhos* são intrínsecos às cidades e comuns aos ouvidos de todos e todas que por ali passam – ou pelo menos em teoria. Na prática, os tais *fios* pendurados pelos corpos em movimento abafam as paisagens sonoras *compartilhadas* e transformam todo espaço em um espaço privatizado pela audição.

Com a presença de novas tecnologias, a cidade é alterada, assim como o comportamento dos indivíduos, em uma relação interdependente. Estudos a respeito dessa relação “construída” foram feitos por James E. Katz (2005), em especial sobre os efeitos do uso de aparelhos celulares em espaços públicos. Ele investiga como os indivíduos se comportam perante a introdução dessa nova tecnologia, focando na realização de chamadas telefônicas em público e nas reações que desencadeiam nos que as observam. No livro organizado por ele e Mark Aakhus, *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance* (2002), Katz destaca como “a própria tecnologia oferece às

¹ Ou – por que não? – por meio de ondas *bluetooth* que descartam a necessidade de *fios*.

peessoas a oportunidade de modificar usos preconcebidos e, conseqüentemente, a forma como seu *design* e desenvolvimento de vetor se baseiam nessas modificações” (KATZ & AAKHUS, 2002, p. 301). Ou seja, transformando seus formatos, os indivíduos dão novos significados/usos àqueles aparelhos e modificam sua relação com o ambiente à sua volta.

No que diz respeito ao uso de fones de ouvido, notamos que esse aparelho aparece em diversos campos da nossa visão – e audição – quando andamos pela cidade. Os fones como conhecemos nos dias de hoje surgiram através de demandas ligadas à maior mobilidade dos indivíduos – que passaram a se deslocar em grandes distâncias para atender exigências do mercado de trabalho (BECK, 1992; ELLIOTT & URRY, 2010), ou porque queriam sair de casa para exercer sua liberdade juvenil (WEBER, 2010). O uso de fones na sociedade contemporânea extrapola a *mobilidade física*, uma vez que o aparelho consegue, na Era Digital², oferecer *movimento* àqueles indivíduos aparentemente *parados* e conectados aos fones, na medida em que eles modelam sua realidade através da esfera auditiva.

O trabalho teve início com uma pesquisa teórica sobre o uso dos fones de ouvido e os comportamentos dos indivíduos que os utilizam na sociedade contemporânea, repleta de conectividade e aparelhos com conexão *on-line*, como os *smartphones*. Entretanto, no decorrer do estudo entendi ser necessária a realização de uma pesquisa de campo. Afinal, a multiplicidade de um cotidiano acompanhado de fones de ouvido na Era Digital é intensa, e está acontecendo *as we speak*, neste momento, em constante transformação pelos seus usuários que, como veremos, possuem certas posturas frente à realidade em que se inserem. Além disso, os elementos teóricos, apenas, pareciam estar suspensos de um campo material mais preciso. Logo, a pesquisa empírica foi essencial para compreender, em um contexto concreto, quais os significados que os fones de ouvido têm no microcosmo simbólico de alguns indivíduos usuários desse aparelho.

O trabalho optou por uma pesquisa de campo com adolescentes de uma escola estadual da zona sul³ da capital paulista. Para a descrição socioeconômica da escola e alunos, ver Apêndice A. As possibilidades de observar uma juventude que nasceu em uma sociedade já inserida nos parâmetros do novo individualismo e de conversar com ela colaboraram para a compreensão de aspectos que às vezes apareceriam de modo mais sutil,

² Nas próximas páginas definirei *Era Digital*.

³ Em São Paulo, as pessoas utilizam a terminologia de “zonas” para delimitar o ambiente geográfico da cidade. Não usarei *zona sul* como um qualificador da região conforme o *senso comum*, como se usaria em uma cidade como o Rio de Janeiro, onde “zona sul” se refere geralmente à área nobre da cidade. No presente trabalho, o termo “zona sul” é utilizado como uma simples delimitação geográfica e não diz respeito à situação econômica da região.

se pesquisados em outra faixa etária. Não significa que os elementos do novo individualismo estejam restritos a essa juventude. Porém, a observação e a análise de como esses adolescentes utilizam o fone de ouvido possibilitaram a correlação entre os comportamentos vinculados a esse aparelho e a maneira como eles aparecem nas escalas do mundo concreto micro e macro. A análise de uma juventude que tem para si *naturalizado*⁴ o uso de certos aparelhos digitais (LIVINGSTONE, 2007) certamente acrescenta elementos importantes no estudo de usuários de fones de ouvido e seus comportamentos.

Com o intuito de acrescentar elementos simbólicos à teoria, fui a campo perguntando-me *se o fone de ouvido encapsula* aqueles jovens ouvintes. Decorreu daí, como Howard Becker (2007) já havia observado⁵, que, ao sair a campo, o próprio objeto da atual investigação tomou formas diferentes. Afinal, não faria sentido se *não* tivesse tomado outras formas, pois a pesquisa empírica tem o propósito de *acrescentar*, e não apenas de servir como método de verificação das discussões teóricas com que eu já me deparara. Claro que o campo pode confirmar alguns elementos do debate teórico, mas as relações que ali ocorrem são muito mais múltiplas e complexas, e exatamente por isso acrescentam aspectos não observados apenas pela discussão do comportamento como apresentado em teoria.

As três escalas investigativas sobre o ouvinte de fone de ouvido – debate sobre o novo individualismo, a sociedade em que ele se insere e comportamentos possibilitados pelos fones de ouvido – se entrelaçam e são perpassadas por um estudo de campo que auxilia nossa compreensão acerca de elementos simbólicos aqui discutidos. Esse tipo de bricolagem científica possibilita que o objeto seja investigado sob diversos ângulos, enriquecendo o presente trabalho:

O caráter de abertura da bricolagem permite a reflexão mais profunda e ampla do objeto investigado, pois não é mais admissível o simples enquadramento do tema em método único, mesmo que, para isso, se tenha que buscar referenciais teóricos de áreas disciplinares distintas do conhecimento ao qual o objeto é tradicionalmente abordado ou percebido pelo pesquisador. (GRANGEIRO *et al.*, 2016, p. 972).

Logo, tendo em vista as mudanças na direção tomada pelo trabalho, desde seu ponto de partida em relação à questão teórica *versus* empiria, apoio minha análise metodológica no trabalho de Jacques Revel (1998), historiador que investiga o jogo de escalas, analisando

⁴ Como veremos, os participantes da pesquisa de campo tem para si o uso naturalizado do fone de ouvido.

⁵ Em seu livro sobre *Segredos e Truques da Pesquisa* (2007), Becker destaca como “Posso escolher minha amostra de uma maneira que leve em conta minha imagem do que estou estudando, mas certamente modificarei minha imagem com base no que minha amostra me revela. [...] Não faz sentido imaginar que este será um processo limpo, bem-arrumado” (BECKER, 2007, p. 15).

contribuições que a microanálise traz para a abordagem metodológica de pesquisa de campo:

O trabalho de contextualização múltipla praticado pelos micro historiadores parte das [seguintes] premissas [...] em primeiro lugar, que cada ator histórico participa, de maneira próxima ou distante, de processos – e portanto se inscreve em contextos – de dimensões e de níveis variáveis, do mais local ao mais global. Não existe portanto hiato, menos ainda oposição, entre história local e história global. O que a experiência de um indivíduo, de um grupo, de um espaço permite perceber é uma modulação particular da história global. (REVEL, 1998, p. 27-28).

Sendo assim, ao investigar o contexto de um grupo de ouvintes de fones e verificar quais comportamentos os participantes têm diante desse aparelho, foi possível conhecer as múltiplas facetas do uso do fone em mãos de novos indivíduos que vivem o dia a dia inseridos em dinâmicas da Era Digital. A hipótese que segue é que esse aparelho permite o encapsulamento de seus usuários. A partir do observado em campo, juntamente com as análises teóricas discutidas, a atual pesquisa propõe estudar se há um encapsulamento *positivado* do fone de ouvido. Ou seja, se os indivíduos buscam *refúgio* ao utilizar tal aparelho, evitando situações não planejadas/controladas por eles. Os elementos levantados pela escala de microanálise permitirão compreender de que maneira – e se – esse processo ocorre na prática dos adolescentes participantes do campo, e como eles contribuem para a movimentação de novas reflexões que extrapolam o marco analítico.

1.1. Pesquisa de campo: “Fone de ouvido, presente!”

O objetivo desta pesquisa certamente não é o estudo sobre o *ambiente escolar* ou o uso de fones *na* escola de modo restrito. A localidade fixa – a escola – possibilitou que laços entre pesquisadora e participantes fossem criados de modo mais fluido, abrindo caminho para discussões e observações menos superficiais sobre o comportamento daqueles jovens e seus fones de ouvido. A fim de entender a relação dos adolescentes com os seus fones de ouvido, o trabalho de campo consistiu em três etapas⁶: observação, questionário⁷ e diários auditivos/entrevistas com oito alunos.

⁶ Entretanto, o momento de “observação de campo” perpetuou-se ao longo de todo o período em que estive na escola, mesmo na fase de aplicação de questionários.

⁷ Para o questionário completo, ver Apêndice B. O questionário foi aplicado pelo *Google Forms* a partir do modelo aqui apresentado.

O primeiro dia de visita à escola foi de nervosismo: primeiro trabalho de campo nessa escala, trabalhando com adolescentes – O que eles iriam pensar de uma pesquisadora da USP acompanhando suas aulas, observando e fazendo perguntas “invasivas”? Seriam “invasivas” minhas perguntas? Várias dúvidas e insegurança pairavam na minha mente naquele momento. Ao longo das visitas, recebi o rótulo de estagiária, professora, John Lennon, e, aos poucos, os alunos e alunas foram se sentindo mais confortáveis com minha presença – e perdi minha timidez de socióloga de primeira viagem.

Na última etapa da pesquisa empírica, entrei em contato com alguns alunos que, durante as conversas e intervenções, apresentaram um comportamento mais próximo de seus aparelhos digitais, bem como maior interesse na pesquisa. Através da plataforma de mensagens *Whatsapp*, realizamos uma atividade de quatro dias que consistiu em um *diário auditivo*: a partir de instruções prévias, os alunos foram orientados a uma atividade (“minitarefa”⁸) a cada dia, que se constituía de uma auto-observação ou observação de outros usuários de fone. Após cada relato, foram realizadas perguntas e conversas mais individualizadas, de modo semiestruturado e que permitissem a fluidez de acordo com as respostas de cada um dos alunos.

A etapa de observação e aplicação de questionário⁹ levou à escrita de um *diário de campo*. Os relatos dos alunos e dados dos questionários, bem como algumas partes transcritas desse diário, aparecerão entrelaçados ao marco analítico, neste jogo de escalas entre o contexto do comportamento desses jovens, o que se diz *novo indivíduo* na sociologia e os efeitos advindos da introdução de aparelhos digitais junto com fones de ouvido na sociedade contemporânea.

⁸ Para as orientações por dia, olhar Apêndice C.

⁹ Para metodologia quantitativa completa, ver Apêndice D

2. PROCESSOS SOCIAIS QUE LEVARAM AO SURGIMENTO DO NOVO INDIVÍDUO

A revisão teórica feita sobre o novo indivíduo não pretende seguir um viés de generalização sobre os comportamentos de *todos* os indivíduos de todas as sociedades, o que colocaria a análise numa linha evolutiva determinística. Pretende-se mostrar quem é esse indivíduo ouvinte de fones na sociedade contemporânea: como ele se vê inserido no mundo e enxerga a realidade a sua volta. Para tal, estudar alguns processos de individualização que desenvolveram até hoje traz elementos essenciais para a compreensão. Não pretendo exaustar a discussão acerca do *indivíduo* dentro da sociologia – como sabemos, este é um tema que vem sendo debatido desde primórdios da nossa disciplina. O indivíduo será investigado aqui sob a luz de mudanças observadas nas relações sociais decorrentes do Pós-Segunda Grande Guerra, que consistem, dentre outras, em novos comportamentos perante si mesmos e os *outros*, novos significados atribuídos ao consumo, trabalho e relações afetivas.

O que alguns autores percebem é que há, no Ocidente, uma *tendência* à destradicionalização¹ das relações e instituições (BECK & BECK-GERNSHEIM, 2017; GIDDENS, 2006), bem como a transformação nos modos de sociabilizar, oriunda de uma lógica imposta pelo mercado de trabalho (como o aumento dos fluxos de mobilidade) (BECK, 1992), de novas tecnologias de comunicação e do advento da WEB 2.0 (CYPRIANO & SANTOS, 2014). Tais elementos serão aprofundados neste capítulo. Segundo os autores, emerge dessas dinâmicas algo *novo*: uma nova maneira de entender o individualismo e a individualidade de cada um; este *novo indivíduo* que, no século XXI, experimenta o mundo como nunca antes em outros momentos da história.

2.1. “Você é quem faz as escolhas da sua vida”

Antes de chegar ao novo indivíduo, nossa jornada começa com Ulrich Beck e suas proposições para o que chamou de “sociedade de risco”. Segundo o autor, a modernidade

¹ *Destradicionalização*, como veremos, significa não haver *apenas* um padrão a ser seguido, em que família seria somente homem-pai provedor, mulher-mãe dona de casa e filho/a. Hoje existe um leque de possibilidades que segue desde famílias constituídas apenas de mãe e filho, ou pai e filho, ou duas mães, ou duas mulheres que nem são mães; enfim, infinitas possibilidades de relações afetivas que são construídas e abrem portas para novos modos de os indivíduos poderem expressar quem eles são.

teria se tornado reflexiva, levando a sociedade a enfrentar problemas e situações causados por questões intrínsecas à existência da modernidade (BECK, 1992, p. 57). Isto é, a sociedade moderna haveria se transformado numa sociedade de riscos: diferente de outros momentos na história, a sociedade ocidental é marcada pela imprevisibilidade, de modo que toda a nossa vida é pautada pela insegurança (ou seja, a necessidade de segurança por instituições especializadas) e por um processo de individualização que vem acoplado a esse processo (BECK, 1992). Há um superdesenvolvimento das forças produtivas; tudo está sendo superproduzido, e os riscos se encontram exatamente nas fórmulas químicas dessa produção que não conseguimos *ver* (agrotóxicos, produtos transgênicos etc.). Além de serem quase sempre *invisíveis*, conforme o autor aponta, os riscos de hoje se distinguem daqueles da antiguidade² por serem riscos globais. O indivíduo que surge neste cenário de imprevisibilidades e inseguranças é um indivíduo marcado por escolhas individuais (BECK, 1992). Qual *decisão* é a melhor que *eu* posso tomar para *minha* jornada de vida?

Ao discutir as diferenças entre distribuição de riqueza *versus* distribuição de riscos, o autor aponta para como essas novas tecnologias teriam contribuído para alimentar a ideia, principalmente em países em desenvolvimento, de que a máxima de produção de alimentos geraria uma independência relativa no que diz respeito aos países mais desenvolvidos (BECK, 1992). Um dos elementos centrais discutidos por Beck seria a introdução de uma cultura de agrotóxicos, e a premissa de sanar o problema da fome mundial. Vemos aqui novamente a dinâmica da invisibilidade do risco: a fome, que é algo mais materializável, mais visível, é um fator a ser fortemente combatido (BECK, 1992). Entretanto, na sociedade de risco, a distribuição dos seus perigos não se dá na mesma lógica de distribuição de riquezas, de modo que todos os atores nacionais ou internacionais acabam, eventualmente, sendo atingidos pelos riscos – seja em países em desenvolvimento com a exposição direta dos trabalhadores de lavouras que utilizam agrotóxicos, seja em países desenvolvidos, ao importarem alimentos mais baratos do “terceiro mundo”, por exemplo (BECK, 1992).

O ano de 2020 marca um exemplo claro desses riscos globais. O cenário vivenciado em decorrência da crise do coronavírus que provoca a covid-19 expôs a realidade concreta de se lutar contra um risco *invisível*. Como o presidente francês Emmanuel Macron atestou, estamos em “guerra contra um inimigo invisível” (ANJOS, 2020). Os riscos trazidos por uma pandemia nas dimensões em que estamos vivendo destacam a fragilidade das

² Por exemplo, o risco de doenças, como a peste, ou o risco de morte por falta de saneamento básico nas primeiras cidades (que são riscos visíveis em contraposição aos riscos da modernização).

instituições frente às incertezas do desconhecido; além de colocar em xeque a relação comunidade científica *versus* lideranças políticas e soberanias nacionais.

Em certo ponto da história, há o reconhecimento do risco, e ele passa a ser considerado real por aquela sociedade (BECK, 1992). O conceito de *risco* cabe à comunidade científica, o que abre portas à relatividade da interpretação e a falsas alegações – “somente a ciência [...] [tem o] monopólio da verdade” (BECK, 1992, p. 71). O Estado passa a ser influenciado por diretrizes da comunidade científica, de modo que a racionalidade científica é adotada e continuamente adaptada para atender às demandas políticas (BECK, 1992). Nesse contexto, os cidadãos tornam-se dependentes de uma legislação baseada em estudos científicos a qual determina o limite dos riscos sem, no entanto, considerar que o estabelecimento desses limites pode contribuir para o aumento dos perigos, uma vez que o risco estaria na sua própria delimitação (BECK, 1992).

Entendendo modernização como a racionalização tecnológica, mudanças no trabalho e em sua organização, e estruturas de poder e influência (BECK, 1992), temos que a sociedade de riscos passa a “tecnicizar” cada vez mais as instituições e as relações com aqueles que dela (ou nela) participam. Tal racionalização tecnológica vai tomando conta de todas as esferas da vida cotidiana, do mundo da vida, de maneira que as relações sociais se tornam adaptações de uma vida mercadológica (BECK, 1992). Isto é, o mercado em seu ápice dita o modo de ser e reger da sociedade de risco.

Logo, delineia-se o seguinte ciclo: o mercado demanda o surgimento de um indivíduo X, fruto de um processo de individualização gerado pelo mercado; e a unidade de reprodução do social no mundo da vida é agora o próprio indivíduo (BECK, 1992). Os indivíduos se tornam agentes de suas próprias subsistências educacionais e mediadas pelo mercado, assim como sobre o planejamento e a organização de suas vidas. Isso não significa que o mundo é reformulado ou liberto a partir desse individualismo. O que acontece, na verdade, é que essas transformações acompanham as tendências a respeito da institucionalização e padronização de modos de vida, passando a depender de aspectos como educação, consumo, regulação, oferta de produtos, medicina etc; todas estas são formas especiais de controle sobre os indivíduos que emergem (BECK, 1992).

“Com o avanço da modernização [...], multiplicam-se em todos os campos sociais de ação as possibilidades e obrigações de decidir. Exagerando um pouco, poderíamos dizer: ‘vale tudo’.” (BECK & BECK-GERNSHEIM, 2017, p. 50). Nesse sentido, com a conscientização das desigualdades, tudo se torna negociável, tudo há de ser discutido e decidido, não há mais fatos dados sobre como se deve relacionar e levar a vida a dois ou em

família – quem lava a louça ou troca a fralda do bebê, por exemplo. Esses atos de escolher e decidir são travestidos pelas instituições da sociedade como algo que é *inerente* ao indivíduo, e por isso fica a cargo de cada um zelar por seu sucesso, sua jornada etc.

Hoje as tomadas de decisão individual em *fazer escolhas* incorporam o cotidiano dos indivíduos de modo naturalizado, uma vez que eles são constantemente pressionados a *escolher* sem, contudo, a consciência sobre a origem dessa “pressão” – escolher o que comprar, ou qual carreira seguir, a qual série/filme assistir, ter ou não ter filhos etc. Certamente há um leque predeterminado de *escolhas* e recompensas para determinadas escolhas que o indivíduo pode fazer para se *encaixar* na sociedade ocidental. No caso de ter ou não ter filhos, a decisão da mulher referente a sua carreira, coloca em xeque diversas relações antes preestabelecidas sobre casamento e papéis de marido e mulher (BECK, 1992). Todas as esferas da vida na sociedade atual envolvem a constante obrigação – e orgulho³ – da escolha: seja quanto a um fato de grande peso social como *ter filhos*, seja quanto ao melhor celular a comprar, ou quanto ao melhor aplicativo de relacionamento baixar no meu celular.

No que diz respeito ao surgimento de aparelhos digitais mais individualizados, as plataformas e *gadgets* que surgem acompanham essa dinâmica de *permitir/estimular escolhas* e/ou facilitá-las⁴. Todos os participantes da pesquisa de campo relataram ser influenciados por, pelo menos, um aplicativo de *streaming* de música ou vídeo na hora de escolher o que vão escutar. Com a convergência de mídias e conteúdos, é possível escutar uma música na televisão e descobrir seu nome com aplicativos de celular, assistir a um vídeo no *YouTube* e ativar a *playlist* automática que irá *tocar* vídeos semelhantes àquele escolhido “por você” – além de salvar esses dados para uso posterior, caso você esteja “logado” em uma conta do *Google* (dono do *YouTube*).

As mudanças trazidas pela destraditionalização das relações alteram a – e também são consequência da – mobilidade, como Beck nos lembra. Ele aponta para a contradição entre a lógica do mercado e a lógica de certas instituições como o “casamento” e a “família”: enquanto o modelo de mercado exigido pela Modernidade pressupõe a mobilidade dos indivíduos indiferentemente a questões pessoais, casamento e família

³ Este *orgulho* em realizar escolhas individualmente – e com independência aparente – é fruto de uma mentalidade disseminada na sociedade de riscos, na qual todo sucesso e fracasso experienciados pelo indivíduo dependeriam inteiramente dele ou dela.

⁴ Com toda escolha vem uma gama de indústria algorítmica, que conhece seu consumidor ao adentrar sua casa, seu quarto, sua privacidade – e tudo isso com auxílio das novas tecnologias e dos aparelhos digitais que cada um possui, com ênfase nos aparelhos *smartphones*.

pressupõem exatamente o oposto. O movimento de maiores distâncias para exercer tarefas relacionadas a trabalho exigiria um indivíduo com *no strings attached*⁵. O mercado pressupõe uma sociedade sem família e sem casamento:

Em última análise, o sujeito do mercado é o indivíduo só, “não impedido” por relacionamentos amorosos, casamento ou família. De forma correspondente, a sociedade de mercado consolidada é também uma sociedade *sem filhos* – a não ser que cresçam com pais e mães solteiros, com condições de mobilidade. (BECK & BECK-GERNSHEIM, 2017, p. 50-51).

Os indivíduos passam a dar maior foco a suas biografias, sendo independentes do *outro* que os acompanha. E, nesse processo de individualização, além de aspectos relativos à mobilidade, Giddens destaca que assuntos de intimidade ou compromisso passam a ser centrais nas discussões afetivas da sociedade contemporânea frente ao “casamento” como instituição na segunda metade do século XX. A pergunta da contemporaneidade já não é mais “Você é casado?”, mas sim: “Tem uma relação?” (GIDDENS, 2006, p. 59).

A constante *barganha* e a negociação nas relações afetivas seriam oriundas de uma sociedade na qual as instituições tradicionais se perpetuam com os mesmos nomes (família, casamento, amizade etc), porém não são mais dependentes de um padrão apenas (BECK, 1992). A biografia dos envolvidos nessas relações é fator determinante na hora de escolherem *como* querem viver suas rotinas, relacionamentos etc. Isso leva à complexificação e à ampliação de relações afetivas presentes em instituições antes tradicionais. O que segue não é um processo absoluto: na medida em que países do Ocidente passam a encarar processos de globalização em meio a instituições tradicionais – como principalmente a questão religiosa (GIDDENS, 1991; 2006) –, as contradições da modernidade vão emergindo, como a tentativa de conservar tradições que não funcionam na ou vão de encontro à lógica de mercado imposta pelo tempo e espaço da sociedade contemporânea. Beck destaca tais contradições quando analisa de que modo os estilos de vida individualizados reestruturam o modo de se relacionar e de construir suas biografias:

Na medida em que as pessoas constantemente se libertam dos laços sociais e são privatizadas em surtos individualizatórios, ocorre um fenômeno duplo. Por um lado, as formas de percepção se tornam privadas e simultaneamente – consideradas do ponto de vista temporal – *a-históricas*. [...] Isto é, os horizontes temporais da percepção da vida são cada vez mais estreitos, até o limite da *história reduzida ao presente (perpétuo)* e tudo girando em torno do eixo do próprio ego, da própria vida. Por outro lado, reduzem-se os âmbitos em que ações definidas coletivamente podem

⁵ Isto é, um indivíduo *sem vínculos*.

engessar a vida de cada um, aumentando as pressões para que cada um molde sua trajetória com as próprias mãos, inclusive, ou melhor, especialmente nos momentos em que ela não consiste em mais que um mero produto das circunstâncias. (BECK, 1992, p. 199).

Vale dizer que, apesar de libertos *para* escolherem o rumo de vida que quiserem, os indivíduos não estão libertos *dos* “módulos pré-fabricados de possibilidades combinatórias de natureza biográfica” (*Ibidem*). Toda escolha, toda decisão estão nas mãos do indivíduo, de modo que a própria sociedade é pensada a partir do *eu* que decide e que é afetado por essa sociedade. Por isso, Beck descreve o indivíduo como ser detentor de uma *autorreflexividade*, uma vez que cabe a ele mesmo construir suas biografias. O centro do mundo passa a ser o próprio indivíduo, “de tal modo que a relação entre o ego e a sociedade [é] praticamente invertida e que, tendo em vista a configuração da própria trajetória, [lhe é] assegurada a manuseabilidade de pensamento e ação” (*Idem*, p. 200). Somados às dinâmicas de transformação da intimidade que chegam com a construção de um *mundo com o eu no centro*, os comportamentos dos indivíduos seguem uma linha de ação e decisão que envolve repensar todo espaço e tempo sob uma perspectiva individual. Esse processo abre caminho para o surgimento de um indivíduo em constante reinvenção, como veremos nas seções seguintes. O foco no *eu*, a partir de cursos de vida escolhidos de modo “independente”, é intensificado com o advento da internet e de plataformas que permitem o culto ao indivíduo no século XXI. Esse comportamento “indivíduo centrado” ganha novas proporções quando a realidade e o cotidiano passam a ser experimentados através de fluxos eletrônicos, de mídias e aparelhos digitais na Era Digital.

2.2. Era Digital

No momento e espaço em que nos encontramos no século XXI, a experiência em redes sociais, aparelhos *smartphones*, relógios *wearables*, entre outros fluxos de *vida na web*, e a vivência com eles se tornaram fatores contingenciais para nosso comportamento e para a apreensão da sociedade em que vivemos (LUPTON, 2015). Portanto, compreender o que significa *digital* significa entender, em última instância, o que significa ser *humano* de fato (MILLER & HORST, 2013), uma vez que as inter-relações entre *on* e *off-line* –

máquina e não máquina – orientam a visão do indivíduo sobre ele mesmo e sobre o mundo⁶. Desse modo, temos que “o digital, como toda cultura material, é mais do que um substrato; está se tornando uma parte constitutiva do que nos torna humanos” (*Idem*, p. 2⁷).

Fala-se em “Era Digital” porque não há como *não* ser afetado por essas mudanças incorporadas no nosso cotidiano – a um nível em que chegam a ser invisíveis (LUPTON, 2015). Estamos cercados de pessoas que possuem perfis on-line, cercados de imagens digitais, seja em *outdoors* ou no computador, além de vivermos em uma sociedade que, continuamente, investe na coleta e monitoração de nossos dados e de cada passo que damos – às vezes literalmente, pela contagem de *passos*, ou pelo uso de localização remota de celulares, *laptops*, câmeras em espaços públicos etc. A internet e seu acesso deixam de ser apenas uma possibilidade na vida dos indivíduos contemporâneos, e transformam-se em uma “necessidade (onde precisamos realizar diferentes práticas sociais e discursivas)” (VILAÇA & ARAUJO, 2016, p. 131).

Na Era Digital, a utilização da *web* não é feita mais de modo instrumental, mas, sim, relacional: os indivíduos estão, a todo momento, participando da construção de seus próprios conteúdos, interagindo através de redes sociais *on-line*, o que leva ao surgimento de um novo tipo de sociabilidade (CYPRIANO & SANTOS, 2014). A esse espaço on-line onde os indivíduos não atuam de modo passivo na web foi dado o nome de WEB 2.0 (*Idem*). As maneiras de encarar e receber informação, realizar conversas, o modo de se comunicar são alterados com a socialização dos indivíduos na e pela WEB 2.0. “Com as tecnologias de informação e comunicação engendradas na sociedade, ‘surtem novas formas de ser, de se comportar, de discursar, de se relacionar, de se informar, de aprender’.”⁸ (VILAÇA & ARAUJO, 2016, p. 144).

⁶ Os antropólogos Miller e Horst (2013) trabalham seu livro a partir do princípio de que a sociedade *não passa a ser mais mediada* na época digital. Para eles, essa concepção reforça o pensamento equivocado de que haveria maior “autenticidade” na época “pré-digital” (MILLER & HORST, 2013, p. 1). Entretanto, é essencial para o presente trabalho a compreensão sobre como os aparelhos digitais – mais enfaticamente, o fone de ouvido – se tornam *extensões* do corpo humano e como a relação com esses aparelhos altera a compreensão do mundo. Por isso, mantenho a análise sobre como estes *medeiam* e estão presentes nas relações, a fim de enfatizar quais comportamentos acabam surgindo desses usos na contemporaneidade frente a outros momentos na história.

⁷ Do original: “*the digital, as all material culture, is more than a substrate; it is becoming a constitutive part of what makes us human*”.

⁸ Aqui os autores citam o livro *Hipermodernidade, multiletramentos e gêneros discursivos*, de Jaqueline Barbosa e Roxanne Rojo, 2015, p. 116.

Somado a uma globalização avançada, esse cenário digital se espalha de modo rápido, impactando, direta ou indiretamente, a vida de todos em sociedade⁹. A globalização é um fenômeno que atinge esferas políticas, tecnológicas, econômicas e culturais do mundo (GIDDENS, 2006, p. 16). Entende-se “globalização” como a “intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa” (GIDDENS, 1991, p. 60). Segundo o autor, a globalização é um processo de *alongamento* das conexões entre relações sociais que ocorrem em um tempo e espaço (*Ibidem*). Ao mirar um evento local, em certo tempo e espaço, é possível ver aspectos relacionados a efeitos globais, o que não significaria “necessariamente [...] um conjunto generalizado de mudanças atuando numa direção uniforme” (*Idem*, p. 61). Vivemos num mundo globalizado como nunca antes na história (GIDDENS, 2006).

Retomando de modo similar ao pensamento de Beck sobre a destradicionalização das relações que se iniciaram na segunda metade do século anterior, Giddens destaca alguns aspectos relevantes sobre os efeitos da globalização nesse processo:

A globalização não é apenas mais uma coisa que “anda por aí”, remota e afastada do indivíduo. É também um fenômeno “interior”, que influencia aspectos íntimos e pessoais das nossas vidas. Por exemplo: o debate que decorre em muitos países acerca dos valores da família parece ter muito pouco a ver com as influências da globalização. Mas tem. (*Idem*, p. 17).

O autor explica como os laços familiares sofrem pressões para se reinventarem e se reestruturarem num nível semelhante àquilo que Beck designa ser fruto das mudanças do mercado de trabalho. Há uma gama de comportamentos individuais que são moldados e transformados através do advento da globalização que irão afetar diretamente o cerne do indivíduo contemporâneo e as antigas¹⁰ instituições que o cercavam – trabalho, família, tradição etc. (GIDDENS, 2006). O Ocidente vive não apenas em uma sociedade cosmopolita global – onde *local* e *global* se confundem¹¹ –, como também em uma sociedade cada vez

⁹ O nível de inserção e acesso dos indivíduos a funcionalidades da Era Digital vem se tornando cada vez mais um meio de medir desigualdades sociais: seja pela capacidade de ser móvel nessa sociedade, ou pelo acesso (ou a falta de acesso) a pacote de dados online; a fluência ou não nas linguagens digitais – saber mexer nos aparelhos, aplicativos, computadores –, tudo isso são novos elementos que condicionam a vida de um indivíduo na Era Digital.

¹⁰ Antigas, porém ainda presentes em seus formatos cada vez mais contraditórios com a modernização.

¹¹ Giddens (2006, p. 45) analisa, por exemplo, como as instituições e costumes de tradição não deixam de existir por completo, mas que são vividas de modo *não tradicional* com o advento da globalização. Ele usa o exemplo de divindades hindus que são usadas fora da Índia como uma consequência desse processo. Essas

mais imersa em um mundo onde as relações se encontram mais virtualizadas, e mediadas por fluxos eletrônicos. No que diz respeito às redes de sociabilidade formadas através desses fluxos, como a interação com e pelas plataformas digitais, percebe-se que o indivíduo começa a alterar o modo como se relaciona com os outros, enquanto constrói laços de intimidade com seus aparelhos e próprias plataformas:

[...] a cada vez que o indivíduo leva aos círculos sociais que frequenta conteúdos que encontra na internet e pelos quais tem algum tipo de apreço, ele expõe algumas de suas feições. Isso se dá pela expressão de interesses, gostos, preferências que ficam patentes nas escolhas que faz através do disperso material *on-line*. (CYPRIANO & SANTOS, 2014, p. 68).

Essas escolhas feitas em contextos *on-line* passam a afetar diretamente a vida *off-line*, de modo que a intensificação da mobilidade e da conectividade de tais sociedades leva a uma redução do sentido de se falar desses contextos como separados. A distinção entre ambos (*on-line* e *off-line*) só é útil para finalidades didáticas, a saber, *o que foi feito dentro do* ou *com o* celular e *o que foi feito fora do* celular – apesar de, em muitos casos, ambas as ações se (con)fundirem. “A oposição do real e do virtual, em ambos os casos, perde completamente a complexidade e a diversidade das relações que as pessoas podem buscar através da mídia comunicativa que incorporam em suas vidas sociais.” (MILLER & SLATER, 2000, p. 55¹²). No capítulo 3 aprofundo a discussão deste tema e apresento como a realidade dos novos indivíduos passa a ser ampliada pelo uso de mídias digitais, tornando o limiar entre *off* e *on-line* ainda mais difícil de ser estabelecido.

Neste mundo conectado e conectivo, as relações de consumo são alteradas, e tudo aquilo que é consumido – produtos, imagens, conceitos – é deslocado e realocado para uma esfera mais próxima dos indivíduos, que desenvolvem um senso de intimidade, não apenas entre suas relações afetivas, mas também com aquilo que consomem. “A sociedade moderna existe na sua atividade de ‘individualizar’” (BAUMAN, 2008, p. 62), e, neste processo, o mercado de trabalho e o capital trabalham em função da demanda *dos* e *para* os consumidores (BAUMAN, 2008; BECK, 1992).

Os conteúdos produzidos passam a constituir as próprias identidades de seus consumidores e começam a seguir para um local mais próximo de seus “apreciadores”:

imagens são *deslocadas*, realocadas em contextos diversos, alterando o modo como a tradição religiosa hindu é vivenciada e significada.

¹² Do original: “*The opposition of real and virtual in both cases completely misses the complexity and diversity of relationships that people may pursue through the communicative media that they embed in their ongoing social lives*”.

“‘trazer para mais próximo’ de si as coisas é igualmente um desejo apaixonado das massas de hoje, como o é a tendência destas de suplantar o caráter único de cada fato por meio da recepção de sua reprodução” (BENJAMIN, 2014, p. 29). Enquanto obras de arte saem do museu para tomar conta de cartazes e camisetas, livros saem das antigas bibliotecas públicas para o bolso dos leitores¹³, com o advento da internet e aplicativos, as famosas *hashtags* começam a sair dos computadores e celulares para bolsas e camisetas. A própria questão da proximidade é alterada.

A partir da desestruturação das tradições, e à medida que as ações deixam de ser baseadas em *tradição* ou *costumes*, a própria identidade dos indivíduos “– a consciência de quem somos – altera-se” (GIDDENS, 2006, p. 48). As nossas escolhas, decisões deixam de ser pautadas em instituições como família, religião, status etc. “A identidade própria tem de ser criada e recriada numa base mais viva do que antes” (*Ibidem*), o que explicaria por que indivíduos da contemporaneidade frequentam psicanalistas, a fim de renovarem suas identidades, ao mesmo tempo que sanam as angústias trazidas por uma sociedade que os leva a *ter que escolher* quem eles são. O uso de aparelhos digitais portáteis que permitem a internet móvel colaborou para que essas dinâmicas de socialização da Era Digital fossem agora intensificadas:

O que se observa é um indivíduo que tende a estar cada vez mais tempo conectado – *always on*, como querem os anglófonos –, em comunicação constante com aqueles com quem mantém relações, com as redes sociais de que participa, usando a conectividade recentemente adquirida para informar seus pares ou seus amigos sobre o que se passa com ele e no seu entorno, não raro com a riqueza de detalhes possíveis tão somente às testemunhas oculares. Trata-se de modos de compartilhamento que intervêm na forma de dar significado ao mundo, uma vez que nesse caso o exercício cotidiano de [citando Lash, 2001, p. 110:] “fazer sentido é orientado para os *outros*”. (CYPRIANO e SANTOS, 2014, p.66)

As interações em redes digitais passam a integrar a vida dos indivíduos que ali se relacionam, de modo que alteram a percepção sobre o que é *ser eu* e *ser o outro*, como o trecho acima destaca. Veremos que, com o uso dos fones de ouvido, essa percepção diferenciada se torna ainda mais aguçada. Em consonância com o percebido por Giddens (2006), isso significa que a identidade dos indivíduos passa por um processo de

¹³ Vale mencionar também as frases de seus autores favoritos que passam a ser *impressas* no próprio corpo a partir do recurso da tatuagem (que hoje se torna uma forma própria de arte, na qual a tela é o corpo dos indivíduos).

reestruturação quando as próprias maneiras de se sociabilizar são transpostas a um *espaço*¹⁴ antes desconhecido – a saber, a internet e suas plataformas, cujas formas específicas de operar resultam em novos olhares sobre as sociabilidades em si mesmas, com ou sem plataformas digitais.

O processo de individualização como notado por Beck, no qual as relações afetivas são alteradas e o indivíduo é *abandonado* pelas instituições da sociedade – sem, no entanto, tornar-se independente das mesmas –, é intensificado pelas dinâmicas sociais trazidas com a Era Digital. Nela, há a tendência ao surgimento de uma nova maneira de encarar a individualidade, a privacidade, o espaço público, a velocidade das coisas; enfim, um novo modo de se portar em sociedade e de compreendê-la. Por isso fala-se em um *novo individualismo* nas sociedades contemporâneas ocidentais, em que a interdependência com aparelhos digitais e modos *on-line* de experimentar a vida é fundamental na construção da percepção de mundo dos indivíduos, como veremos a seguir.

2.3. Admirável indivíduo novo

Foi esse processo de globalização, isto é, a “transformação nas dimensões do tempo e do espaço entre pessoas e lugares, e entre organizações, instituições, nações e culturas” (URRY & ELLIOTT, 2010, p. 87), que facilitou o surgimento do que Anthony Elliott e Charles Lemert (2006) chamaram de “novo individualismo”. O *ser social/sociável*, no mundo contemporâneo, mudou. O que exploro nesta seção é o significado dessa(s) mudança(s) e quais as consequências de uma vida mediada por novas tecnologias nas sociedades ocidentais. Como o trabalho de campo se concentrou sobre indivíduos inseridos nesta Era Digital, também nesta parte inicio o diálogo entre campo-teoria, para compreendermos de que maneira as categorias de experimentação de vida deste novo indivíduo são expressas em uma escala de microanálise. Entende-se aqui o “novo indivíduo” como um *tipo ideal*, para tomarmos um conceito weberiano, do qual os indivíduos ouvintes de fone de ouvido se aproximam em maior ou menor nível. Nesse sentido, e tendo em vista que a pesquisa empírica abrangeu adolescentes nascidos na década de 2000, compreender o que a literatura tem a dizer sobre os comportamentos de um *novo indivíduo* auxilia na

¹⁴ *Espaço* este que extrapola as barreiras da internet e se torna parte concreta da *realidade* vivida pelos indivíduos.

compreensão sobre os significados que o uso dos fones de ouvido tem para esses participantes e quais posturas ele estimula/propicia.

O molde da vida humana nos dias atuais resulta de um novo tipo de individualismo, criado a partir das transformações de uma globalização avançada (ELLIOTT, 2013a). As condições tecnológicas sob as quais os indivíduos vivem ajudam a compreender este novo individualismo, uma vez que tecnologia e cultura, natureza e sociedade se desenvolvem em diálogo e se constituem mutuamente (SOUZA, 2015). Na medida em que parte do *self* do indivíduo é realocado e distribuído de forma (in)dependente na incorporação de/em aparelhos digitais, estes se tornam essenciais na construção e apreensão da realidade de cada um. Parto do conceito de *self* como: “essencialmente uma estrutura social que emerge de uma experiência social” (MEAD, 1974, p. 140¹⁵). Em outras palavras, seguindo ainda o legado de George H. Mead: “O *self* é a concepção individualizada que um indivíduo tem de sua própria personalidade. Nós construímos um *self* em e através de nossas interações com outros” (CHAYKO, 2008, p. 159¹⁶). Isto é, ele é “necessariamente social” (ELLIOTT & LEMERT, 2006, p. 135). A delimitação do conceito *self* é essencial para que possamos entender a discussão sobre as influências de novas tecnologias digitais e do fone de ouvido para o processo de individualização e o novo individualismo na Era Digital.

O que difere este novo individualismo de outros momentos na história seriam, segundo Elliott, quatro aspectos: (1) a reinvenção contínua; (2) a mudança iminente/instantânea (*instant change*); (3) a velocidade/dinamismo das relações sociais; (4) e a “episodicidade” da vida – ou uma visão de curto prazo (ELLIOTT, 2013a). Esses elementos coexistem na contemporaneidade e abrem espaço para que um novo individualismo possa operar entre as relações cotidianas.

No que diz respeito ao uso de fones de ouvidos e aos comportamentos observados nos alunos participantes da pesquisa, perceberemos que os fones auxiliam na manutenção dessas características do novo individualismo. A definição de um tipo ideal de um novo indivíduo auxilia na análise do campo, no que concerne às proximidades e às divergências que os jovens participantes têm perante este *modelo* sociológico. Veremos se o uso que eles fazem do fone de ouvido garante a manutenção dos comportamentos previstos pelo novo individualismo.

¹⁵ Do original: “[...] *is essentially a social structure, and it arises in social experience*”.

¹⁶ Do original: *The self is one's individualized conception of one's own personhood. We build a self in and through our interactions with others.* (O autor faz referência à Herbert Mead nas notas de rodapé em seu capítulo sobre o Self e as portabilidades tecnológicas, do qual o trecho em questão foi retirado.)

2.4. Reinvenção e personalização

Num mundo digitalmente dominado pelos modos de vida retratados pela internet, e dependente de aparelhos digitais, é de se esperar que os indivíduos busquem recriar suas vidas da maneira como quiserem (ELLIOTT, 2013). Em *Reinvention* (2013), Anthony Elliott aponta que as sociedades ocidentais estimulam a reinvenção e oferecem diversos mecanismos para que os indivíduos se reinventem a todo momento. Conforme vimos em Beck (1992), a sociedade “abandona” o indivíduo em troca de uma sensação de *a vida estar nas suas mãos*. Como desdobramento desse *abandono* e do – limitado – *empoderamento individual*, junto ao iminente e desconhecido futuro (isto é, os riscos), aspectos da realidade de cada um podem ser *facilmente* – a um certo preço de mercado, é claro – alterados e modificados. Desde a reinvenção do próprio corpo, até das experiências cotidianas de realidade e sociabilidade, tais aspectos passam a ser *modelados* pelos indivíduos em níveis diversos. A reinvenção é fator chave para compreender o novo individualismo, tal como Elliott afirma (2013; 2013a), pois é a partir dela que o indivíduo concretiza seus sonhos e desejos com autonomia e “liberdade”¹⁷.

O fone de ouvido é utilizado pelos participantes do campo¹⁸, dentre outras maneiras, como controle de suas sensações, de seus ritmos diários e da visão que o *outro* tem sobre eles/elas. O fone de ouvido constitui um mecanismo que leva esses alunos a terem um mínimo de *poder*, no sentido de se protegerem das mais diversas situações e *criarem* certas situações. Três aspectos foram notados como mais importantes nesse exercício *consciente*¹⁹ do uso do fone: (1) o ambiente a sua volta; (2) as pessoas com quem interagem; ou (3) alterações sobre si mesmos. Tais aspectos coexistem e é difícil desvinculá-los por completo, como demonstram os relatos que seguem. Com ênfase no uso do fone de ouvido como proteção frente ao ambiente a sua volta, alguns depoimentos servem de apoio:

¹⁷ É importante manter em mente a negação do novo indivíduo a respeito da dependência de suas ações e decisões sobre restrições e orientações preestabelecidas (ELLIOTT & LEMERT, 2006).

¹⁸ O universo desses alunos foi caracterizado mais profundamente no Apêndice A, junto com a delimitação do perfil auditivo presente nas Tabelas elaboradas a partir do questionário que são apresentadas ao final da dissertação.

¹⁹ Faço referência aqui à questão aberta (Q50) do questionário aplicado aos alunos, em que lhes foi dada a liberdade para me contarem um pouco mais sobre a relação com o fone e o porquê de escutarem fones de ouvido em espaços públicos. (Q.50 Conte um pouco mais sobre o porquê de você usar fones de ouvido quando está em lugares públicos (ruas, praças etc.) ou alguma coisa que gostaria de comentar sobre sua relação com os fones).

“Por causa dos barulhos incomoda”²⁰, “Gosto mais das músicas do que do som do lugar, é uma forma de distração (porém, depende do lugar)”, “Quando eu estou sozinha ou no centro, porque os homens falam coisas que eu não gosto e eu finjo que não ouvi pra não ter que xingar”, “Você admira mais as coisas a sua volta”, “Dependendo do lugar é pra me focar durante o percurso”, “Eu acho o caminho mais leve e acompanhado durante o caminho”, “Para me desligar do ambiente”, “Eu amo música, eu entro em outro universo” (QUESTÃO 50)

Esses jovens conseguem *alterar*, reinventar uma gama de sensações e percepções sobre o ambiente pelo qual perpassam e a si mesmos. Percebe-se que, por mais que esses depoimentos estejam à primeira vista relacionados com o ambiente externo pelo qual os indivíduos circulam, há constantemente a presença do *eu*, isto é, do *self* de cada um deles, e o modo como são afetados pelo uso dos fones. Ao alterarem a paisagem sonora de um lugar, os fones acabam transformando a percepção sobre aquele lugar e a própria situação. O objetivo aqui não é fazer uma avaliação, um julgamento de valor daquela alteração – se é *boa* ou *ruim* –, mas verificar que o uso dos fones colabora para a produção de uma *outra* realidade, mais satisfatória a seus ouvintes.

Durante a aplicação da prova, por exemplo, dois alunos continuaram a usar o fone de ouvido enquanto faziam a atividade. Um deles pareceu agitado: enquanto balançava a cabeça ao som que só ele escutava, precisou de alguns minutos até se “acalmar” – não sei se desligou ou pausou a música, ou se colocou o som em segundo plano enquanto se concentrava na prova²¹. Nesse momento de observação, a professora da turma, sabendo do meu tema de pesquisa e a razão pela qual eu visitava a escola, comentou que, quando algum aluno escuta música alto e o som emana além do aparelho de fone de ouvido, ela tem que interromper a aula para chamar a atenção desse ouvinte. Antes de prosseguir, porém, é necessário frisar que, apesar de proibido, o uso do fone de ouvido dentro da sala de aula não é totalmente banido na escola pesquisada²².

Entretanto, o fone de ouvido permite a reinvenção do próprio ambiente da sala de aula, na medida em que também é objeto de barganha para alguns professores. Depois de algumas visitas acompanhando as salas de ensino médio, percebi que os alunos e alunas que utilizam os dois fones de ouvido em sala de aula são mais propensos a “não estarem agitados”, para usar o termo do léxico escolar. Isto é, eles geralmente não interagem tanto,

²⁰ Os relatos serão transcritos conservando-se a maneira linguística utilizada pelos participantes, com pequenos ajustes ortográficos e gramaticais.

²¹ São indagações que pude melhor compreender após as conversas e diários auditivos com os alunos e alunas.

²² Pelo que percebi, cabe ao professor ou professora flexibilizar o uso do fone ou não.

ficam sem conversar com outros colegas, e muitas vezes não é possível perceber se estão com o fone à primeira vista, já que podem escondê-lo usando um casaco com capuz.

Enquanto a professora iniciava sua aula expositiva, alguns alunos iam guardando seus fones de ouvido, que eram colocados na mesa ou ficavam pendurados em volta do pescoço. Alguns poucos alunos e alunas permaneciam com um dos fones ainda *acoplados* à orelha, mesmo com a aula já iniciada. Ao conversar com a professora, ela me diz que “os alunos ficam mais calmos” e “não atrapalham a aula” quando estão com os fones de ouvido. (OBSERVAÇÃO DE CAMPO).

A situação mais curiosa sobre a alteração das dinâmicas em sala de aula é que os próprios alunos, em um primeiro momento, associavam o uso do fone de ouvido a duas temáticas: prejuízo à audição, e que o fone de ouvido “atrapalha a aula” – palavras dos próprios alunos. Num dos encontros que tive entre as turmas, ao perguntar se já havia visitado aquela turma específica, a professora perguntou aos alunos se eles já me conheciam. Uma das alunas disse: “Sim, é por causa do fone de ouvido, né?”. Fui surpreendida com a atenção e o interesse pela pesquisa, um dos alunos me chamou e falou: “Aqui o fone de ouvido: *ô*”, e apontou para seu colega que estava sentado bem ao meu lado ouvindo o fone. Como se eu o estivesse pegando no *flagra* em algum ato ilegal ou *errado*, o aluno se virou para mim e disse com um olhar cabisbaixo, voz mais baixa, meio envergonhado: “Eu só ’tô ouvindo um áudio [de *Whatsapp*] aqui”, como se eu o estivesse avaliando ou supervisionando seu ato de escuta com o fone de ouvido. Eu logo respondi: “De boas, sem problemas”²³, já que meu lugar ali na sala não era, a nenhum momento, o de constranger os alunos²⁴. Esse relato é revelante para demarcar a consciência que os próprios alunos ouvintes têm sobre a sua imagem como *indivíduos ouvintes de fone* em situações e ambientes onde há a presença tradicional e o estímulo de encontros face a face – como o horário de uma aula.

Em situação semelhante, um aluno que ainda não tinha se deparado com minha presença me guiou no seguinte diálogo: “Você é estagiária?”; minha resposta foi: “Não, sou

²³ Sempre que me dirigia aos alunos e alunas, busquei utilizar um linguajar menos acadêmico e mais familiar, para que eles se sentissem mais à vontade com os diálogos.

²⁴ Apesar de eu tentar ao máximo não constranger os alunos, fui descobrindo ao longo da pesquisa meu lugar como *pesquisadora* e, portanto, elemento externo àquela realidade, e como minha presença era, de fato, real e tinha consequências, mesmo que nos momentos de observação. Acredito que, com o tempo de pesquisa, comecei a me sentir mais à vontade com os alunos, e eles, comigo. Isso facilitou meu acesso a eles e vice-versa.

pesquisadora”; ele perguntou: “Você pesquisa o quê?”, e eu: “O uso do fone de ouvido”²⁵. O aluno replicou: “... pra ver como o fone de ouvido atrapalha a aula”. Não entendi o tom claro de pergunta ou afirmação na voz do aluno, mas lhe respondi: “Não necessariamente, isso é com a professora”. Nesse momento, olhei para ela (a todo momento ela estava atenta à curiosidade do seu aluno), e nós duas compartilhamos um sorriso meio amarelo escondendo um possível grande “sim” à pergunta/afirmação do aluno, que não era tão simples quanto parecia²⁶.

Quanto aos depoimentos sobre o uso do fone como ferramenta de proteção contra a presença de outras pessoas, a evocação da consciência de *si* frente à individualidade do outro, e da visão do outro sobre *si*, seguem alguns relatos que nos ajudam a compreender de que modo o fone de ouvido altera essa relação:

“Eu uso para evitar contato com as pessoas, e para curtir minha música”, “Pra me distrair, ignorar pessoas indesejadas.”, “Pra não ouvir o que as pessoas estão falando ou fofocando”, “[eu uso fone] Pra não incomodar os outros que não querem escutar meu gênero de música”, “[eu uso fones para] Me distrair e não incomodar as pessoas ao redor pela minha opção musical” (QUESTÃO 50).

O fone de ouvido pode ser utilizado como prevenção ao incômodo do outro, o que demonstra a consciência sobre uma individualidade que é externa à nossa. Ao mesmo tempo, o fone como ferramenta de proteção da própria individualidade também é algo vivido no relato dos alunos:

“Não gosto de ouvir vozes das pessoas”, “[uso fone] para não conversar com outras pessoas”, “Para não ser incomodado”, “Porque gosto de ficar na minha”, “Eu gosto de usar o fone de ouvido para parecer distraído, quando na verdade não estou”, “Na maioria das vezes quero ficar sozinha, quero pensar ou estou chateada com algo”, “Para evitar incômodo de pessoas na rua”, “Não pretendo socializar naquele meio, já que não conheço ninguém. Isso estimula meu ‘isolamento’. Quando pretendo socializar, eu pauso a música e tiro o fone esquerdo. Já furei o tímpano usando fones... foi o do ouvido esquerdo” (QUESTÃO 50).

²⁵ Antes de entrar em cada turma, eu me apresentava e explicava um pouco sobre o tema da pesquisa para os alunos no início das aulas.

²⁶ O objetivo da minha pesquisa não é analisar se o fone de ouvido *atrapalha* ou *não* a cognição e atenção dos alunos em sala de aula, mas esse tema foi levantado por algumas das professoras nos momentos de conversa nos intervalos na sala dos professores – professoras normalmente da disciplina de português, que eu não tive a oportunidade de acompanhar. A opinião dos professores a respeito do fone de ouvido varia, mas a resposta sobre se ele *atrapalha a aula* não é tão simples porque, segundo algumas relataram, o fone de ouvido impede que os alunos atrapalhem a aula.

Mais uma vez, esses breves relatos não se limitam à *interação com pessoas*, mas perpassam também pelo tipo de ambiente situacional e pela reflexividade dos indivíduos sobre si mesmos. Fica evidente que a relação social *cara a cara* desses jovens é automaticamente remodelada/reinventada em diversos níveis com a presença do fone de ouvido. Esse aparelho permite a *criação* de situações em sintonia com a preferência momentânea de cada indivíduo – e, portanto, de novas dinâmicas de se relacionar quando há o encontro *com o outro*. Os participantes dessa pesquisa podem usar o fone a fim de se protegerem *da* presença do outro, protegerem *o* outro, e até mesmo, na ausência do outro, eles conseguem *invocar/fabricar um* outro – ou pelo menos a sua *não ausência*. Este último aspecto pode ser melhor analisado pelas respostas que problematizaram a questão do *estar sozinho* quando usam fones. Algumas razões apresentadas foram:

“Depende: se eu estiver sozinho nesses lugares, eu vou estar de fones; mas se eu estiver com meus amigos, eu evito usar fones”, “Não uso muito fone em público, mas quando uso é pra não me sentir muito sozinho”, “Porque ’tô sozinho”, “Geralmente é quando eu estou sozinha e não quero prestar atenção em assuntos alheios”, “Eu adoro ouvir música, e me ajuda quando estou entediada ou sozinha, porque sei que ninguém vai falar comigo” (QUESTÃO 50).

De fato, no questionário aplicado, 60,2% dos respondentes relataram que estar sozinho/a é um fator relevante para escutar mais o fone de ouvido, frente a 19,3% que discordaram desse fator (Gráfico 1).

Gráfico – O uso do fone quando se está sozinho(a): questão 14

Fonte: Produção própria

Além disso, *quem é* a pessoa que está com eles também apareceu, tanto nas conversas em sala quanto no questionário, como fator relevante: mais de 50% relataram que a pessoa com quem eles estão faz diferença (Tabela 3).

No que diz respeito à reinvenção de percepções e sensações sobre si mesmos²⁷, as justificativas foram relacionadas ao estado de *self* de cada um, como veremos – sempre em diálogo com as questões prévias referentes ao ambiente e à presença de outros. Ora, se construímos nosso *self* através da interação com o *outro*, conforme lemos em Mead (1974), e essa interação passa a ser (re)modelada pelo uso de diversos aparelhos digitais – em especial aqui, o fone de ouvido –, temos que o próprio *self* sofre alterações constantemente nos dias de hoje. Devido a essa *mudança constante* ou essa *episodicidade/situacionalidade* da vida contemporânea, o *self* passa a ser *representado* em suas mais diversas versões. Nas respostas apresentadas pelos alunos e alunas observou-se que eles/as trouxeram aspectos conscientes acerca das mudanças *em* e *sobre* si mesmos com o uso do fone de ouvido:

“Porque eu me sinto mais à vontade para ouvir o que eu quiser”, “Uso bastante o fone para o tempo passar”, “Privacidade”, “Eles são bons para a minha sobrevivência, kk”, “Para se divertir”, “Bom, acho que o fone ajuda bastante; eu, por exemplo, se eu uso o fone de ouvido, presto mais atenção, fico mais ativa, por mais que eu esteja com o fone”, “Eu gosto de usar muito, na maioria das vezes o fone é bom porque descontraí”, “Eu gosto de usar e me concentro mais”, “Porque eu amo música, e a vida fica chata sem ela”, “Para sair um pouco da realidade”, “Uso fone pra relaxar, [você] se desliga do mundo e foca em algo”, “Quero me conectar com a arte e música”. (QUESTÃO 50).

Esses respondentes usam o fone de ouvido com a *intenção* de algo. O fone de ouvido está *passivamente ativo* na maneira como eles se enxergam e como querem se sentir em determinado momento e lugar. É um aparelho que possibilita a seus usuários não apenas o controle das percepções de tempo e espaço – como vimos nas várias respostas: *o tempo passa mais rápido, eu me desligo do ambiente* –, mas que também, *por causa* dessa alteração espaçotemporal, oferece um estado de consciência reflexiva sobre suas próprias sensações/emoções, suas rotinas de vida e sobre os impactos que o uso de fone traz para suas próprias personalidades.

O conteúdo mais acessado pelos participantes no seu dia a dia é, sem dúvida, música – 65,5% responderam que o que mais escutam pelo fone é música (Tabela 7). Além disso, 91% dos alunos indicaram escutar música com²⁸ os fones “Sempre” ou “Com muita

²⁷ Isto é, o terceiro aspecto que observei como o mais recorrente nas respostas abertas do questionário.

²⁸ Para a relação das mídias escutadas *sem* os fones de ouvido, ver Tabela 10.

frequência” (Tabela 8) e, quando perguntados sobre a frequência com que escutam esse conteúdo sem os fones, destes 91% apenas 22,43% marcaram igualmente “Sempre” ou “Quase sempre” (Tabela 9), o que nos leva a inferir como o mundo musical acessado por eles é, majoritariamente, feito através do uso de fones de ouvido. Uma das reações possíveis de se ter ao escutar música seria: “como um convite à distensão, ao repouso, pretexto para esquecer os problemas da vida cotidiana; trata-se de uma reação bastante normal que todos nós podemos atribuir a uma música de consumo” (ECO, 2011, p. 305). De fato, algumas das respostas apresentadas sobre o porquê dos fones em locais públicos incluíam a constatação de que usam o fone não apenas para suspender a realidade, como também para esquecerem seus problemas e encontrarem sua paz:

“[eu uso o fone para] Me distrai[r], e me sinto em paz ouvindo música enquanto estou em movimento”, “Pra ficar mais relaxada”, “às vezes me deixa um pouco mais calma [e] me dá mais filtro para não responder as pessoas grossas”, “Para esquecer os problemas”, “Uso os fones para me deixar mais animada para diversas atividades e esquecer os problemas”, “Eu sinto que reparo mais no ambiente onde estou e nas pessoas. A música me faz lembrar das coisas boas e esquecer os problemas” (QUESTÃO 50).

Percebe-se como o fone de ouvido cria um ambiente *agradável* para seus ouvintes, frente a todos os riscos impostos pela sociedade. A realidade passa a ser experimentada como um ambiente que ele *conhece* mais com o fone, o que contribui para uma sensação de segurança aumentada de uma realidade modelada por ele e, portanto, por ele apreendida.

Dentre as observações de campo, dois tipos de situação se destacaram no que diz respeito à percepção dos *sons* ao redor. Foi notado que os alunos têm uma relação com o ambiente “externo” de modo diferente quando estão com o fone de ouvido. A complexidade dessa relação ocorre, porque eles entendem o mundo com o uso dos fones de ouvido como algo mais familiar a eles, uma vez que já estão hiperacostumados a esse hábito em todas as esferas de seu cotidiano. Nas conversas realizadas em sala de aula, o uso do fone era tido como óbvio sob os olhares daqueles alunos. Isso acontece porque os participantes do campo não usam fones de ouvido apenas em locais públicos, como transporte, rua etc. O fone de ouvido é essencial na afirmação desses indivíduos em seu dia a dia e permite que eles mantenham as conexões com o *mundo exterior*, enquanto habitam seus próprios mundos acessados pelo fone. Como veremos, tal construção de mundo tem consequências nas relações face a face com o uso do fone.

Sobre essas consequências, seguem algumas observações realizadas a respeito do uso do fone, incômodo físico, relações face a face e barulhos externos. Em uma das visitas, enquanto a professora entregava trabalhos, um aluno e uma aluna, ambos com seus dois fones de ouvido plugados em seus celulares, ficaram de pé, parados na frente da mesa da professora. Eu estava em uma das mesas próximas e percebi que eles começaram a conversar cabisbaixos, sem fazer contato visual um com o outro, enquanto miravam e mexiam em seus aparelhos celulares, conversando sobre um trabalho de outra disciplina (biologia) – que aparentemente estavam fazendo juntos. Tal interação não lembrava, de modo algum, o tipo de contato visual que comumente se *espera* – ou se esperava? – em uma conversa cara a cara.

No dia seguinte, durante o intervalo, procurei esses alunos para conversar sobre a situação observada. Encontrei a aluna na sala com outra colega – porque estavam terminando o tal trabalho para a disciplina de biologia. Entrei na sala, perguntei se a aluna estava ocupada – eu sabia que sim, mas precisava sanar esta questão para minha pesquisa – e logo falei: “É só *rapidinho*, é sobre ontem quando você estava conversando com o Bruno”²⁹. Ela consentiu com a cabeça e eu então disse: “É porque eu vi que vocês dois pararam ontem enquanto discutiam o trabalho, e os dois estavam com fones de ouvido, aí eu fiquei na dúvida se vocês estavam escutando algo no fone ou se ele estava *desligado*”. A aluna reagiu de modo rápido e franziu as sobrancelhas, o que me fez sentir como se eu estivesse fazendo uma pergunta óbvia: “Não”. Então, insisti de modo ingênuo: “Mas vocês estavam conversando enquanto escutavam? Não atrapalha?”, e ela respondeu novamente: “Não, a gente não desliga o fone de ouvido pra conversar”. Para entender exatamente o estado do áudio quando aquelas interações de conversa haviam acontecido, perguntei ao outro aluno em questão – que acabara de entrar na sala – se a música atrapalhava a conversa, ou se ele abaixava o volume do som do fone; sua resposta foi, novamente, negativa. Eles me garantiram, porém, que, sempre que encontravam alguém para conversar, tiravam um dos fones do ouvido.

Outra colega que estava presente na sala durante a minha *investigação* no intervalo comentou, interessada no assunto: “Então, quando eu ’tô com o fone às vezes a música para e eu fico com o fone”. A aluna carregava os fones de ouvido em volta de seu pescoço (um fone pendurado em cada ombro) e, para entender melhor o que ela quis dizer com isso, perguntei: “Você esquece que ele está lá?”, e ela: “sim”. Tornei a perguntar: “Mas não te

²⁹ Nome fictício; os nomes verdadeiros dos alunos, professores e funcionários foram e serão mantidos no anonimato ao longo desta pesquisa.

incomoda ficar com o fone de ouvido na orelha?”, expressando obviamente uma preocupação e incômodo que *eu* teria, sem me dar conta de que ela responderia, com uma clara certeza, rapidez e calma na sua fala, assim como a reação anterior da outra aluna: “Não”. De fato, 41,3% dos respondentes do questionário responderam não ter *nenhum*³⁰ incômodo com o uso do fone (Tabela 1).

Assim como manter o fone ligado enquanto conversam cara a cara é um aspecto que pareceu muitas vezes óbvio, o mesmo acontece quando falamos sobre sons externos, conforme apontei anteriormente. Não é algo que aparece com tanta obviedade no universo dos alunos participantes da pesquisa. Aqueles ouvintes de sons *pelo* fone de ouvido estão tão acostumados a experimentar a realidade pelo fone, ouvindo paisagens sonoras criadas por ele, que certas categorias como “sons externos” perdem sua importância quando não apresentados previamente. Como sons externos/públicos, enfim, paisagens sonoras compartilhadas não são tratadas de modo natural por muitos deles, é possível inferir que, na verdade, é a *audição artificial* pelo fone de ouvido que faz mais sentido no mundo experimentado por eles. O que nos leva às indagações feitas por Schafer sobre como os modos de se ouvir música mudaram ao longo da história:

Hoje, ouve-se mais música por meio de reprodução eletroacústica do que na sua forma natural³¹, o que nos leva a perguntar se a música nessa forma não é talvez a mais “natural” para o ouvinte contemporâneo; se for assim não deveria o estudante compreender o que acontece quando a música é reproduzida desse modo? (SCHAFER, 1991, p. 110).

O que esta dissertação faz é demonstrar como a música, reproduzida *artificialmente*, com o auxílio de fones de ouvido na Era Digital, leva à criação e à recriação das realidades individuais de cada usuário, de acordo com sua preferência. Sem sofrer incômodos, sem incomodar, visitando e revisitando memórias etc., em qualquer lugar e a qualquer hora, tornando a antítese entre som natural/artificial progressivamente irrelevante. Usa-se o termo *sons externos* para tratar desses *sons naturais* no estudo de caso, pois acredita-se que a dicotomia trazida pelos próprios participantes entre dentro e fora pode ser útil para compreender o que se passa quando os alunos estão em uso constante do fone.

³⁰ A questão foi construída em termos de níveis de desconforto, os quais foram divididos de 0 (zero) a 4 (quatro). Esse resultado diz respeito aos respondentes do nível zero.

³¹ Essa forma “natural” a que o autor se refere seria a reprodução da música de maneira acústica, ou seja, sem o auxílio de um aparelho intermediário na relação entre músico-ouvinte (como o rádio, computador etc.). Seria a música ao vivo propriamente dita.

Nas poucas turmas em que comentários sobre sons externos foram abordados pelos próprios alunos³², os aspectos levantados incluíam o *barulho* e as *outras possibilidades* de paisagens sonoras no dia a dia de modo sutil. Ao responderem à pergunta: “Por que vocês usam fone de ouvido, por exemplo, no transporte público, na rua?”, um dos alunos do primeiro ano disse: “Eu uso o fone de ouvido pra escutar *alguma coisa*”, enquanto outra aluna afirmou: “Eu uso o fone de ouvido na rua pra ter algo de diferente pra escutar, pra não escutar a mesma coisa todo dia”. Nesse último relato fica ainda mais clara a questão da reinvenção do cotidiano. A intenção de *escutar algo* e o desejo de ter a autonomia para alterar as paisagens sonoras são comportamentos que possibilitam a manutenção das categorias propostas por Elliott sobre reinvenção, dinamismo, episodicidade e mudança instantânea do novo individualismo. Sendo assim, o fone de ouvido é a peça que compõe o cenário dessas categorias e, portanto, colabora para a reprodução do tipo ideal do novo indivíduo na era digital e sua maneira de experimentar o cotidiano.

A reinvenção constante teria se iniciado porque “[...] os indivíduos [...] são cada vez mais incentivados a pensar em suas vidas em termos de opções de mercado, cálculos de riscos e segmentações de estilo de vida” (ELLIOTT & LEMERT, 2006, p. 40³³). As transformações nas estruturas econômicas e tecnológicas, resultantes de *forças globais*³⁴, alteram a vida emocional e pessoal dos indivíduos, na medida em que essas vidas passam a ser (re)estruturadas *exatamente* por essas transformações (ELLIOTT, 2013a). A cultura do “*do it yourself*”³⁵, acompanhada por um processo de individualização pautado nas mudanças ocorridas no mercado de trabalho, levou os indivíduos a acreditarem que *eles* são os responsáveis pelo seu sucesso ou fracasso e que suas vidas podem ser remodeladas do modo como bem entenderem (BECK, 1992). Como Beck observa, o ponto central no processo de individualização seria: “a demanda por controle do próprio dinheiro, tempo, espaço em que se vive (*living space*) e corpo. Em outras palavras, as pessoas demandam o direito de

³² Faço menção aqui às vezes em que elementos referentes a sons externos foram abordados pelos próprios alunos. Na maioria dos encontros que tive e conversas que realizei, precisei introduzir essa temática diretamente, porque para muitos não era um motivo real para decidirem se iam escutar fones ou não.

³³ Do original em inglês: “[...] individuals [...] are increasingly encouraged to think of their lives in terms of market options, risk calculations and lifestyle segmentations”.

³⁴ Utilizo aqui o termo como apresentado por Elliott em seu texto de 2018 que pretende esclarecer sua teoria do novo individualismo. O autor emprega *global forces* no sentido de demonstrar o *poder* da globalização e da nova economia global em interferir nos comportamentos individuais.

³⁵ No português: “faça você mesmo”.

desenvolver suas próprias perspectivas sobre a vida e de poderem agir sobre ela” (BECK, 1992, p. 92, tradução minha³⁶).

Dentro dessa nova lógica de mercado, o indivíduo enxerga sua autonomia na capacidade/necessidade de (re)desenhar sua vida, (re)construir e (re)modelar suas realidades através do acesso a terapia, cirurgias plásticas e, dentre outros, do auxílio de aparelhos e plataformas sociais digitais. Elliott descreve como a sociedade da reinvenção traz consigo dois ângulos: um em que ela pode se “revelar como uma ilusão destrutiva, na qual mulheres e homens negam ou expulsam aquilo que não podem tolerar em suas vidas” (ELLIOTT, 2013, p. 92³⁷); mas, por outro lado, ele nos explica como:

[...] estamos lidando com as formas complexas e contraditórias pelas quais homens e mulheres subvertem os valores tradicionais, criam novos significados, moldam novos códigos consensuais e experimentam a vida e suas possibilidades. Deste ângulo, a reinvenção nos lembra que, ao confrontar as formas existentes pelas quais fazemos as coisas, acabamos nos confrontando com nós mesmos no processo. [...] Reinvenção é, portanto, um experimento com possíveis versões do *self*, um experimento com versões alternativas da vida social. (ELLIOTT, 2013, p. 93, tradução minha³⁸).

De que maneira, então, ocorre a relação entre os indivíduos e as *ferramentas* digitais usadas para sua reinvenção? As plataformas digitais, as redes sociais, os aparelhos celulares e, finalmente, o fone de ouvido possuem papel crucial para fornecer ao indivíduo a concretização dessas diversas *versões do self*. Nos relatos acima, vimos de que modo essa discussão ecoa na vida concreta dos jovens observados no estudo de caso empírico. Os próximos passos consistem em discorrer sobre *como* essa reinvenção da realidade através dos aparelhos digitais está diretamente ligada a um processo de *personalização* constante das esferas da vida do novo indivíduo. Ou seja, ele/ela busca alterar sua realidade a fim de personalizá-la com conteúdos referentes a *seu* humor, *sua* vontade, *sua* vida privada, experimentando o mundo externo em um movimento voltado para si mesmo/a.

³⁶ Da versão em inglês: “[...] *the demand for control of one’s own money, time, living space, and body. In other words, people demand the right to develop their own perspective on life and to be able to act upon it*”.

³⁷ Do original em inglês: “*revealed as a destructive illusion, in which women and men disavow or expel that which they cannot tolerate about their lives*”.

³⁸ Do original em inglês: “[...] *we are dealing with the complex, contradictory ways in which women and men subvert traditional values, create new meanings, shape new consensual codes, and experiment with life and its possibilities. From this angle, reinvention reminds us that in confronting our existing ways of doing things, we ultimately confront ourselves in the process. Reinvention is thus, in effect, an experiment with possible versions of the self, an experiment with alternative versions of social life*”.

A reinvenção na era do novo individualismo ocorre tanto externa quanto internamente, nos níveis do *self* e da sociedade (ELLIOTT, 2013a). Segundo Elliott, o que importa na sociedade contemporânea é menos a *individualidade particular* do indivíduo e mais a parte do *self* que ele expressa e recria constantemente através do manuseio de novos aparelhos e tecnologias. Nesse contexto, a imersão aural trazida pelo uso de fones de ouvido colabora para que o indivíduo possa reinventar e recriar a realidade a sua volta com a autonomia de alterar as paisagens sonoras por onde passa e, com isso, controlar, deslocar-se, transportar-se para um mundo de sua preferência. Como observado em campo, os participantes ativam uma consciência de seu *self* quando estão usando o fone. Por mais que isso – por motivos óbvios – não tenha sido descrito por eles através deste conceito acadêmico, todos invocaram noções referentes a sensações, lembranças, humores, objetivos, metas, relações, para explicar como usam o fone de ouvido.

Os aparelhos digitais portáteis e de multimídias/conteúdos permitem a criação de um vínculo entre vida *off* e *on-line*, levando à expansão da esfera privada na contemporaneidade, impressa a todo momento na esfera pública. Essa reinvenção requer, portanto, uma individualidade aumentada (ELLIOTT, 2013). O fone de ouvido, neste sentido, é uma peça de *uniforme* do indivíduo contemporâneo, que reinventa sua própria realidade pela manipulação de um dos sentidos humanos mais subjetivos: a audição.

Para aproveitar a imagem do *uniforme*, recupero aqui observações de campo, que mostram como o fone de ouvido estava constantemente presente. Eles funcionam como acessório de vestimenta para os alunos, expostos por fios que contornam os corpos parados ou em movimento, ligados ou não, à distância de um palmo do ombro até o canal auditivo. O local que o fone de ouvido ocupa varia, mas o hábito que mais me chamou a atenção num primeiro momento – e que depois incorporei em meu próprio cotidiano – foi o de deixá-los pendurados pelos fios na gola da roupa, ou simplesmente pendurados no pescoço. Principalmente em dias frios, a grande maioria dos alunos que usavam fone deixava seus fios pendurados pelas golas das jaquetas e moletons, com aqueles fios brancos³⁹ saindo de seus próprios corpos⁴⁰.

As situações acima trazem a reflexão sobre o que significa “usar” o fone de ouvido. Já que ele fica pendurado à espera de ser *usado*, não poderia equivaler a alguma extensão corporal que é utilizada esporadicamente? A mão humana não fica posicionada “pendurada”

³⁹ Foram raras as ocasiões em que os fios dos fones de ouvido dos alunos não eram da cor branca.

⁴⁰ Uso esta imagem dos “fios saindo dos corpos” para enfatizar a integração visual dos fones ao corpo dos alunos.

pelo corpo ou apoiada em algum lugar à espera de um *comando* para agir? A boca humana, quando não tem que falar, comer, sorrir, não fica à espreita, esperando o movimento muscular que vai dar o formato “a”, “o”, “u”, “e”, e inúmeros outros, que resultarão em palavras, expressões e significados? O fone de ouvido pendurado no pescoço ou envolto na orelha (fora do canal auditivo) remete a esse uso potencial de partes do nosso corpo que ficam à deriva, esperando um comando para cumprirem certas funcionalidades. No capítulo 3 ficará mais claro de que modo esta imagem colabora para pensarmos tal aparelho digital como extensão digital do corpo humano.

2.5. Mudança constante, dinamismo e a situacionalidade da vida contemporânea

Escolhi tratar estes três pontos num mesmo tópico graças ao diálogo e intersecção contínua entre eles. Ao final deste tópico, será possível compreender como a dinâmica de comportamento do novo indivíduo na sociedade ocidental é configurada a partir da interdependência com a lógica de funcionamento dos aparelhos digitais. Isto é, além da urgência por reinvenção, os indivíduos da atualidade têm novas expectativas sobre como a vida pode ser moldada e experimentada: a velocidade da internet é a velocidade esperada de como as coisas na vida devem ser. A facilidade e a rapidez com que os indivíduos conseguem manter conexões uns com os outros, através de seus aparelhos digitais⁴¹, de obter respostas e enviar mensagens em questão de segundos, contribuem para uma cultura de curto prazo, que invade todas as esferas de sociabilidade⁴² (ELLIOTT, 2013a). Esse processo, resultante de uma globalização acelerada, digital e repleta de interconectividade,

⁴¹ Por mais que a atenção de Elliott no debate sobre o novo individualismo (ELLIOTT, 2013a; ELLIOTT e LEMERT, 2006) esteja voltada para analisar estas mudanças principalmente sob a óptica de uma globalização avançada e da *sociedade de consumo*, opto por dar destaque aos apontamentos feitos sobre aparelhos digitais e as novas tecnologias, debate que se aproxima do objeto no meu trabalho, e que é depois aprofundado no livro de Elliott *The Culture of AI* (2019).

⁴² Entre outras funcionalidades que contribuem para este novo processo, aqui estão alguns exemplos: adquirir produtos com apenas um *clique* (ELLIOTT, 2013a); escolher quem “queremos ou não” em nossas vidas afetivas através de um *swipe* (uma “arrastada”) para a direita ou para a esquerda na tela de um aplicativo de relacionamentos como o *Tinder*; conversar com nosso chefe por *Whatsapp* sobre a reunião de amanhã, mas também conversar com um amigo próximo sobre as fotos da festa da semana passada – ao mesmo tempo; escutar um *podcast* sobre culinária, dar uma *pausa* porque você lembrou que uma amiga lhe falou do novo álbum de uma banda supostamente incrível – e você abre o *Spotify* ou o *link* previamente enviado pela sua amiga e, em menos de um minuto, altera totalmente a paisagem sonora a seu redor, enquanto envia uma mensagem para sua amiga contando sua opinião e – por que não? – aproveita para abrir o aplicativo do seu banco e pagar um boleto que vence hoje.

estimula os indivíduos a incorporarem *mudança*, *flexibilidade* e *adaptação* como novos motes de sobrevivência em uma sociedade em que relações de tempo e espaço são comprimidas (ELLIOTT, 2013a).

No que diz respeito à praticidade e à adaptação, o fone de ouvido é ferramenta que auxilia neste processo. A questão da praticidade dos fones foi levantada nas salas de aula, e a maneira como ele medeia e facilita alguns comportamentos que antes utilizavam somente os aparelhos *smartphones* – por exemplo, escutar áudios ou fazer ligações telefônicas. O fone de ouvido é *prático*. Segundo o questionário aplicado, 77,6% dos respondentes consideram a praticidade/facilidade do fone de ouvido importante ou muito importante (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Praticidade dos fones: questão 32

Fonte: Produção própria

Enquanto não há incômodo físico com o uso dos fones (mais da metade dos alunos reportaram não se perturbarem com os aparelhos em seus canais auditivos), percebe-se que o incômodo se desloca quando os alunos têm que *se esforçar* para ficar segurando um telefone próximo ao ouvido por longo período de tempo. O seguinte relato ilustra essa situação: “Eu acho que... tipo... é muito melhor, dependendo... vamos supor que você tem uma conversa tipo muito longa com a pessoa que [...] tá te ligando [ou que] você ligou. O fone de ouvido é bom, sabe?” (ENTREVISTADA 1, áudio 8).

Outra questão que faz do fone de ouvido o aparelho de preferência dos alunos é a mobilidade, juntamente com o reconhecimento dos riscos e incertezas que possam ter em alguma situação. Seja o risco de sofrerem um tombo num ônibus/metrô em movimento, seja o risco de serem roubado, seja o de deixar o aparelho celular cair e quebrar:

[...] eu acho que o fone de ouvido é mais... tipo... é um método que inventaram muito bom, sabe? Porque tipo assim: vamos supor que a gente tá na rua, aí tipo assim tem aquela coisa de “ah, eu não quero pegar o celular, sabe”, então eu posso deixar [o celular] dentro da bolsa, posso... tipo só pegar pra atender e deixar na bolsa. (ENTREVISTADA 1, áudio 8).

A imagem do fone de ouvido como *método* nos ajuda a compreender de que modo ele colabora para que possamos fazer múltiplas tarefas ao mesmo tempo – caminhar, carregar sacolas, bolsas, e continuar numa ligação telefônica ou acompanhar um programa de *podcast* sobre cinema ou a conjuntura política do país, dentre inúmeras opções auditivas. Ao mesmo tempo, ele fornece a sensação de segurança, proteção: contra os riscos mencionados acima, ou contra nossos próprios pensamentos, certas situações que não gostaríamos de adentrar, nossos “problemas”, como vimos na subseção anterior. E claro, o fone traz a proteção contra o *outro* no metrô, enquanto nos transporta para uma paisagem sonora diferente daquela pública e, com isso, altera a experiência do nosso cotidiano. Ele permite um controle do indivíduo sobre a maneira como ele vivencia e performa seu *self*, de modo que a vivência da realidade é transformada:

[...] quando a gente 'tá sem fone, a gente fica pensando muito nas coisas que aconteceu [.sic], que deixaram de acontecer; e [...] com o fone, não. O fone, [eu] acho que deixa a gente mais ativo na ideia, sabe? Por mais que seja qualquer besteira, mas a gente 'tá ativo naquilo. E sem o fone, sem o fone eu acho que a gente não fica prestativo, a gente fica pensando numas coisas que aconteceu [.sic], [no] que deixou de acontecer, ou que a gente errou, o que a gente não errou, a gente fica pensando, sabe? Muito, a gente pensa muito sem o fone. Eu acho que o fone... não tem explicação viver sem eles. (ENTREVISTADA 2, áudio 6).

A cultura do “*I want it all and I want it now*”⁴³, gerada pelo consumismo exagerado e dinâmico de uma indústria que se reinventa constantemente, promove, segundo Elliott, a “fantasia da plasticidade infinita do *self*” (ELLIOTT, 2013a, p. 198⁴⁴). O que o autor chama de fantasia já se encontrava presente em seu livro em parceria com Charles Lemert em 2006 – os autores exploram como há uma negação acerca da dependência de aspectos contingenciais impostos pela sociedade. Em seu lugar, existe uma sensação de autonomia e responsabilidade individual, que contribui para a eterna tomada de escolhas por parte dos indivíduos e para o distanciamento entre metas coletivas e individuais (BECK, 1992). Hoje, o mundo é experimentado racional e emocionalmente (ELLIOTT, 2013a) e, dentro dessa

⁴³ Em português: “Eu quero tudo e eu quero agora”.

⁴⁴ Do original em inglês: “*Today's 'want-now' consumerism promotes a fantasy of the self's infinite plasticity*”.

fantasia, está a capacidade do indivíduo de sentir-se *dono* ou *dona* de suas experiências de realidade mediadas e aumentadas através do uso de aparelhos digitais.

Elliott (2013a) se apoia em Zygmunt Bauman para reforçar sua análise a respeito da indústria de consumo e da produção de indivíduos incapazes de satisfazerem seus desejos e acumularem experiências. Graças ao medo de descartabilidade (*disposability*) e aos desejos fúteis trazidos com a cultura de consumo da globalização avançada, os indivíduos se veem forçados à reinvenção diária, com o intuito de suprir aquilo que *falta* (ELLIOTT, 2013a). Esse processo de mudanças nas interações face a face, mudanças na sociabilidade, mudanças no que significa *ser social* surge a partir da demanda por uma vivência intensa da realidade.

Este novo modo de *ser social* envolve uma maneira de enxergar a realidade e se relacionar em sociedade que está sob constante mediação de aparelhos e plataformas digitais. Alguns aspectos do chamado *novo indivíduo* foram apresentados nesta seção: dinamismo, reinvenção, situacionalidade e mudança constante. Cabe agora entender mais a fundo de que maneira os aparelhos digitais interferem nesta modalidade de *ser social* e, mais precisamente, como o fone de ouvido pode – ou não – encapsular os indivíduos nesta nova realidade social. Nos próximos capítulos apresento elementos importantes para a compreensão da relação *tecnologia-modo-de-ser-social*, que envolve a exploração do *assemblage cyborg* junto à portabilidade e seletividade de alguns aparelhos que precederam os fones de ouvido.

3. ENCAPSULAMENTO

A hipótese deste trabalho é que o uso do fone de ouvido altera a relação do ouvinte com o ambiente a sua volta. Proponho que a maneira pela qual isso acontece seria através de um processo de encapsulamento desse ouvinte. Graças a diversos elementos sociais e materiais dos fones de ouvido, com ênfase em sua portabilidade e seletividade, o indivíduo é capaz de (re)modelar e experimentar sua realidade sob uma perspectiva única e pessoal. Seu entendimento sobre o mundo torna-se *pessoalizável*, personalizável; e como já vimos brevemente nos relatos que ecoam nesta pesquisa, os indivíduos conseguem manipular – reflexivamente – o ambiente pelo qual perpassam e seus próprios *selves*.

Isto é, tal processo de encapsulamento se originaria de um paradoxo no caráter *blasé* daqueles que utilizam fones de ouvido e tecnologias digitais. *Caráter blasé* é o nome dado ao mecanismo de proteção que surge contra os estímulos da vida nervosa nas cidades (SIMMEL, 2005). Consiste num *embotamento* acerca das coisas, o que contribui para uma objetificação e objetivação das relações sociais, de modo que o indivíduo possa sobreviver sob a lógica mercadológica de sociabilidades (*Ibidem*). Georg Simmel escreveu sobre esse aspecto em seu texto “As grandes cidades e a vida do espírito” (1903): notou como a urbanização, o movimento das cidades grandes e a vida constantemente mediada por trabalho e dinheiro afetavam de modo decisivo as relações de sociabilidade entre seus indivíduos. Dentre tais mudanças, o caráter *blasé* seria consequência de um novo modelo dos indivíduos de compreenderem *o outro* e as relações com os espaços urbanos com que interagem. Para elucidar mais ainda sobre esse conceito, temos que:

A atitude espiritual dos habitantes da cidade grande uns com os outros poderia ser denominada, do ponto de vista formal, como reserva. Se o contato exterior constante com incontáveis seres humanos devesse ser respondido com quantas reações interiores – assim como na cidade pequena, na qual se conhece quase toda pessoa que se encontra e se tem uma reação positiva com todos –, então os habitantes da cidade grande estariam completamente atomizados interiormente e cairiam em um estado anímico completamente inimaginável (*Idem*, p. 582).

Ou seja, a cidade grande coage o indivíduo a (p)reservar-se frente aos encontros rotineiros com outros indivíduos. Essa reserva consiste em uma leve aversão e estranheza, não apenas um sentimento de indiferença, compartilhado entre os cidadãos da cidade grande e as situações presenciadas (SIMMEL, 2005). Logo, Simmel conclui explicando como a

vida na cidade não poderia existir sem essa proteção fornecida pela antipatia social: “o que aparece aqui imediatamente como dissociação é na verdade apenas uma de suas formas elementares de socialização” (*Idem*, p. 583). Essa “antipatia social” leva o indivíduo a formar uma conexão objetiva com os ambientes a sua volta, havendo uma perda de qualquer significação mais sensível e subjetiva. Então por que falar de encapsulamento como um paradoxo ao caráter *blasé*?

Como *recusa* ao caráter *blasé*, os indivíduos se conectam pelos seus aparelhos digitais a inúmeras mídias, contatos e emoções: eles *preenchem* a experiência do cotidiano com significado social. O que antes seria um espaço *esvaziado* de sentido e repleto de distanciamento sensorial é agora continuamente preenchido por aspectos intimamente ligados à realidade individual de cada um. O paradoxo está no fato de que, ao acessar essa realidade própria, o indivíduo reforçaria o caráter *blasé* ao se *fechar* para qualquer contato subjetivo que viesse a ocorrer nos ambientes de paisagem sonora compartilhada, enquanto, ao mesmo tempo, ele consegue se conectar com *distant others*, além de se realocar/deslocar nesse ambiente, alterando sua experiência a partir do uso do fone de ouvido.

Perceba que o uso desse aparelho, independentemente do conteúdo escutado, gera consequências para encontros face a face, e às vezes de modo proposital e consciente: os usuários recorrem a seus fones *como* meio de proteção contra os estímulos a sua volta – o uso do fone de ouvido sem som, por exemplo. O fone, então, funciona também como ferramenta para a manutenção do caráter *blasé*, quando colocado sob a perspectiva do observador daquele usuário. O usuário ou usuária de fones apresenta-se em público como alguém que não quer ser incomodado/a, graças a sua visível inacessibilidade a distúrbios externos – por estar concentrado em outra realidade, ou apenas recusar o contato com *determinados outros*, como os participantes da pesquisa empírica nos contam:

[...] quando eu estou de fone, eu diria que estou na minha zona de conforto, eu acho que me socializo bem, mas eu amo ficar apenas quieto, escutando música quando estou fora de casa, fico apenas concentrado, às vezes nem presto atenção na música em si, é um método das [sic] pessoas verem o fone e não quererem falar comigo. [...] O fone faz com que eu fique quieto, e em casa não preciso do fone para isso, eu falo quando falam comigo, quando não, eu fico na minha maravilhosa e linda paz. (ENTREVISTADO 5, 27/11, 19:27).

Ao relacionar o uso do fone com sua zona de conforto e enfatizar o não uso desse aparelho quando está em seu *lugar de paz* – que nesse caso é quando está *quieto* ou em sua *casa* –, o jovem citado acima faz referência à possibilidade que esse aparelho traz de

reconfigurar qualquer ambiente que não seja seu *ambiente de paz*. Ou seja, de realocar sua experiência da realidade para aquela que melhor lhe satisfaça, levando a *zona de conforto* consigo ao longo do dia. Em outra situação, quando solicitei uma escuta mais ativa sobre as diferenças encontradas num percurso *sem* o fone, outro aluno relatou seus incômodos e desconforto:

[...] E quando eu estava voltando eu estava sem o fone, eu percebi que é... é ruim ficar sem o fone e... eu acho estranho porque eu sinto falta de ouvir algo, né? Eu sinto falta de ter algo aqui no meu ouvido pra eu conseguir ouvir. Então... eu acho estranho, é um sentimento estranho porque eu sempre 'tô acostumado a usar o fone de ouvido. E eu percebi que sem o fone de ouvido eu ouço bem mais o *lado de fora* porque eu escuto meu fone de ouvido muito alto. Então, hoje sem o fone eu ouvi muita gente conversando a meu redor, muita buzina de carro, [sic. Barulho agudo] é algo estranho, o mundo sem fone de ouvido é algo meio estranho. (ENTREVISTADO 3, áudio 5, grifo meu).

A referência aos sons da rua e das pessoas como algo pertencente ao *lado de fora*, conforme a expressão do aluno, nos leva a indagar que haja um *lado de dentro*, onde o *mundo* é mais facilmente apreendido e familiar. É exatamente o acesso a esse *lado de dentro* que o fone de ouvido, por meio de um processo de encapsulamento, permite a seu/sua ouvinte. O ambiente externo, esse *lado de fora*, é colonizado com os sons que saem do fone, levando à construção de uma paisagem sonora individual e *exclusiva* daquele indivíduo, na experiência daquele espaço e tempo. Uma das atividades que pedi aos alunos foi que notassem outras pessoas na rua que estivessem com o fone de ouvido e registrassem o que observaram. A seguir apresento um relato dado por um aluno que me contou como as outras pessoas ficavam com caras sérias e concentradas em algo específico que parecia ser de fora da realidade compartilhada. Quando perguntei se ele também já vivenciou algo parecido, eis sua resposta, rica de elementos constitutivos do mundo experienciado através dos fones de ouvido:

Eu acho que eu também fico [com a cara séria], que eu mudo a cara quando eu coloco o fone. Mas tipo... eu não sei o que significa, se a pessoa 'tá mais séria, se a pessoa 'tá, sei lá, feliz, triste. Eu acho que a palavra não é séria, a palavra é *concentrada*¹, porque ela parece que, pra mim, ela não tem aquela [...] percepção do que 'tá acontecendo em volta. Ela 'tá ouvindo a música com um pensamento e tal, ouvindo a música e com o foco *naquilo*. Ela não percebe o que pode 'tá acontecendo em volta, tipo... igual aquela visão periférica ou quando você 'tá sem o fone, você 'tá

¹ O aluno falou pausadamente, por isso utilizo o grifo para dar a ênfase em sua fala.

prestando atenção no movimento por exemplo, que nem eu [que estou sem o fone]: “Ah, eu ’tô olhando aqui a rua, vendo carro, vendo ônibus, vejo as paisagens assim”. (ENTREVISTADO 4, áudio 10)

Novamente aparece no relato acima a contraposição entre o mundo de dentro e o mundo de fora – o primeiro vivenciado com os fones, e o último, sem. O fone cria barreiras físicas e simbólicas que afastam a realidade externa do seu ouvinte. A barreira física consiste no próprio uso dos fones e na impossibilidade de escutar o que há *lá fora*, somados à imagem que usuários de fones passam de *indisponibilidade* para os co-habitantes não ouvintes desse aparelho. Já as barreiras simbólicas são aquelas que permitem o acesso ao mundo de dentro e a transformação da experiência do cotidiano pela ativação de memórias e outras realidades a partir das diversas paisagens sonoras que podem ser escutadas pelos fones.

Há um aspecto essencial na investigação desse processo contemporâneo de encapsulamento, que envolve a maneira como as tecnologias digitais e seus aplicativos, redes sociais e outras ferramentas digitais acabam mesclando as realidades *off-line* e *on-line* ao introduzirem novas modalidades de se relacionar. No que diz respeito ao uso do fone de ouvido, esse aparelho é capaz de, não apenas alterar, como também *aumentar* a paisagem sonora escutada pelos ouvintes participantes desta pesquisa, além de se portar visualmente como uma ferramenta de distanciamento – não apenas físico – daqueles que permeiam o *mundo* “exterior”. Isto é, o fone oferece uma sensação maior de experimentação do seu corpo e daquele mundo *através* da manipulação da esfera acústica. Para elucidar de que modo a realidade é alterada, utilizo o conceito de *realidade aumentada*.

3.1. Realidade aumentada

Vivemos numa era digital em que toda realidade é vivida como uma realidade virtual – e a linha entre o virtual e o real não pode ser mais pensada como excludente. Nos dias atuais, toda realidade *on-line* é experimentada como sendo *real*, pois tem consequências *reais* para a vida e a rotina dos indivíduos que a constroem (JUNGERSON, 2012). Por que isso é relevante para este trabalho? O que antes era denominado de *mundo virtual* e permitia ao indivíduo estar *em diversos lugares a qualquer momento*, em uma espécie de onipresença e onisciência, hoje extrapolou *megabytes* e telas de computadores. Enquanto no mundo *virtual* todos eram, ao mesmo tempo, usuários, produtores, consumidores e observadores, no

mundo *real* essas tarefas costumavam ser mais diferenciadas entre si e muitas vezes divididas entre grupos sociais específicos. O que acontece na contemporaneidade é que tal dinâmica de onipresença e onisciência do indivíduo se expande para o *mundo externo*, rompendo barreiras de espaço e tempo, levando-o a ampliar sua realidade.

Entretanto, hoje faz menos sentido falar em divisão entre mundo real e virtual, e sim falar de uma realidade aumentada (*Ibidem*), onde há a integração de ambas. Essa realidade aumentada significa que a tecnologia e a sociedade, o que é digital e o que é físico encontram-se implodidos² um no outro, ampliados um no outro (*Ibidem*). Segundo Nathan Jungerson: “Por ‘aumentada’, refiro-me a uma perspectiva conceitual maior, que vê a nossa realidade como o subproduto do entrelaçamento [*enmeshing*] do *on* e *off-line*” (*Idem*, p. 84³).

No processo de uma realidade que é *aumentada*, a sociabilidade dos indivíduos se altera, paralelamente à relação que eles têm com seus aparelhos e plataformas digitais⁴. No escopo deste trabalho, a ênfase é dada sobre o fone de ouvido e como seu uso numa realidade aumentada pode trazer algo novo para o comportamento social – que acredito ser o encapsulamento desse ouvinte. Esse aparelho constitui um elemento diferenciado na imersão do indivíduo em seu próprio mundo (*off* ou *on-line*).

3.2. O humano e não humano: extensões corporais

A nova modalidade de interação entre indivíduos e o mundo ao redor por meio dos fones de ouvido também gera consequências para a forma como o próprio usuário de fones se relaciona consigo mesmo. Isso acontece, principalmente, graças ao caráter que esse aparelho está adquirindo cada vez mais: o de se tornar uma extensão digital do corpo humano. A partir das considerações realizadas previamente, a análise que segue pretende investigar de que modo o fone de ouvido, como extensão corporal, pode auxiliar o indivíduo

² Este termo é utilizado pelo próprio Jungerson, em duas passagens do texto: “[...] *the digital and the physical, media and humans, have imploded and augmented each other*” (JUNGERSON, 2012, p. 84). E em: “*Simultaneously, the properties of the digital also implode into the offline, be it through the ubiquity of web-connected electronic gadgets in our world and on our bodies or through the way digitality interpenetrates the way we understand and make meaning of the world around us*” (JUNGERSON, 2012, p. 87).

³ Do original em inglês: “By ‘augmented’, I am referring to a larger conceptual perspective that views our reality as the byproduct of the *enmeshing* of the *on* and *offline*”.

⁴ Tais plataformas são personagens-chave nesta nova dinâmica de experimentar a realidade, como ficará mais claro nas próximas páginas.

no processo de moldar sua realidade. Seu alto nível de portabilidade e seletividade, somado à conectividade da Era Digital, coloca o fone de ouvido em um patamar diferente, se comparado aos demais aparelhos de reprodução musical. Graças ao constante uso de tecnologias e aparelhos digitais, a construção do “projeto de mundo” de cada indivíduo se torna sempre mais personalizável, na medida em que eles oferecem maiores opções ao indivíduo sobre *qual realidade* e versões de *self* ele/ela pretende acessar. Quando conectado a aparelhos digitais portáteis, como *smartphones*, os fones de ouvido fornecem um leque de seletividade, possibilitam o acesso às mais diversas paisagens sonoras e, portanto, às mais diversas experiências de realidade que elas evocam.

O uso dessas tecnologias leva os indivíduos contemporâneos a uma encruzilhada paradoxal: eles têm a sensação de maior autonomia sobre a realidade graças ao manuseio de suas paisagens sonoras e, entretanto, se tornam cada vez mais dependentes desses aparelhos digitais. Por um lado, têm a sensação de controle sobre suas próprias vidas, ao utilizarem certos conteúdos e com isso acessarem humores, contatos e experiências a qualquer momento. Por outro lado, essas tecnologias passam a afetar a própria estruturação do *self* do indivíduo, constituindo-o⁵. Nesse contexto, o *self* passa a ser vinculado a um perfil de *Facebook*, uma conta no *Twitter*, *selfies* no *Instagram*, *playlists* no *Spotify*, dentre outros, que são acessados como extensões tecnológicas, porém não mais desvinculadas dos corpos humanos.

Sabe-se que “as emoções dos seres humanos têm sido afetadas pelas mudanças provocadas pelos avanços da ciência e tecnologia” (SOBRINHO & FORTUNA, 2016, p. 74). Se é a partir da experiência do corpo no mundo que o ser humano primeiramente *existe* de forma cultural e social (LE BRETON, 2012), tem-se que o novo indivíduo da sociedade ocidental está passando por um processo de socialização do corpo pelo qual os meios técnicos daquela sociedade são introjetados na própria experimentação corporal do mundo – “é impossível separar o natural do artificial, o homem da técnica” (SOBRINHO & FORTUNA, 2016, p. 78). Como os meios técnicos atuais estão atrelados com o modo digital de se viver, são exatamente eles que passam a constituir os indivíduos, uma vez que a formação do indivíduo e da técnica “se estabelece num processo simbiótico” (*Ibidem*). Continuando a análise sobre corpos e tecnologias:

⁵ Esta “perda de controle” inclui desde a *necessidade* pela presença daqueles aparelhos para que a realidade seja experimentada como *real*, até casos de vício gerado pelo uso dos mesmos. Veremos nos tópicos desta seção, porém, que estas atitudes frente às novas tecnologias estão diretamente ligadas ao novo indivíduo e às novas relações entre humano e máquina que a era digital traz para a definição do *corpo humano*.

Os corpos, neste fluxo de canais de informação, são construídos pela técnica da mesma maneira como se criam as máquinas. Portanto, já não é possível falar de corpos sem falar de máquinas, nem falar de máquinas sem discutir como elas se inserem na sociedade. O corpo é o lugar onde se dirige e de onde provêm as tecnologias de produção e manutenção da vida. (*Idem*, 2016, p. 79).

De acordo com o tema abordado pelas autoras, o corpo humano começa a se tornar um híbrido, graças às inúmeras influências que as novas tecnologias trazem para o *agir* e *pensar* do corpo humano. Os corpos híbridos “entre máquina e organismo” (SANTAELLA, 2003, p. 201 *apud* SOBRINO & FORTUNA, 2016, p. 87) levam ao surgimento de um corpo *cyborg*, no qual não apenas fatores da biotecnologia e próteses corporais estão envolvidos, como também aspectos sociais e culturais estão:

O filósofo britânico Andy Clark salienta que todo indivíduo já é um pouco “cyborg”. Não no sentido da ficção científica, com tecido biológico e sistemas computacionais de última geração. Mas no sentido de que esse sujeito tem “uma simbiose com a tecnologia, uma interação muito estreita com dispositivos” (CLARK, 2009) [...] Os aparatos fazem parte de si, como se estivessem ali desde sempre. (SOBRINHO & FORTUNA, 2016, p. 88).

Tal trecho nos remete novamente à existência de uma Era Digital, em que tudo e todos sofrem as interferências do “mundo virtual” de uma maneira ou de outra – no sentido de não vigorar a simples distinção entre virtual e real, como apontamos no primeiro capítulo. Sobre os aparelhos fazerem “parte de si”, conforme assinalam as autoras, podemos aqui estabelecer uma analogia com o uso de aparelhos *smartphones* e fones de ouvido, e como eles passam a ser *naturais* na rotina de seus ouvintes e usuários. Ainda: “Se antes era socialmente aceito comer com a mão e/ou com outras pessoas no mesmo prato, posteriormente, este comportamento foi se tornando condenável” (*Idem*, p. 77). Somado ao processo de individualização, vemos que o mesmo ocorre com a esfera auditiva e a maneira de se relacionar com as paisagens sonoras: com a introdução de novos aparelhos que foram tornando-se peças quase obrigatórias para se comportar de certas maneiras em determinadas situações – o fone de ouvido entra nessa lógica com a escuta de música em transporte público, por exemplo.

Esse processo não aconteceu da noite para o dia e, como o próprio nome sugere, o *processo* é algo em constante movimento. O que acontece hoje na interação com aparelhos e plataformas digitais é que eles não podem mais ser analisados como objetos externos ao corpo humano, devido à enorme conectividade inerente a eles. Tal definição de humano *versus* não humano não dá conta do tipo de interdependência entre ambos – os indivíduos e

as plataformas e aparelhos que eles utilizam. A relação entre esses atores⁶ consiste numa relação constitutiva em que um interfere no outro e vice-versa (LUPTON, 2015). O objetivo desta seção é demonstrar como as novas tecnologias digitais reestruturam a maneira do indivíduo de se afirmar *no* e perceber *o* mundo de acordo com o marco analítico atual.

Trato aqui das considerações feitas por Deborah Lupton (2015) e Nathan Jungerson (2012) a respeito das consequências que a constante relação entre humanos e máquinas tem sobre a formação dos *selves* individuais e a experimentação da realidade na Era Digital. Posteriormente, lanço mão das contribuições feitas por Michael Bull sobre as modalidades de relação entre *música-ouvinte*, em que o autor analisa como as novas mídias digitais e, mais especificamente, o fone de ouvido levaram ao surgimento de um indivíduo em *solidão acompanhada* (BULL, 2004).

3.2.1. Tecnologias como extensões do corpo humano e *digital cyborg assemblage*

A relação entre máquinas e humanos sofreu alterações ao longo da história, e a análise sobre o desenrolar dessas mudanças contribui para entender como os indivíduos foram, pouco a pouco, auferindo emoções e representações do *self* de aparelhos com os quais tinham contato. A interação do indivíduo com o mundo exterior – seja *outros* ou objetos – traz consequências para a estrutura do *self* (URRY & ELLIOTT, 2010). A partir de encontros com *objetos humanos* ou *não humanos*, o indivíduo incorpora traços desses objetos na estrutura do próprio *self*. Isto é, “O indivíduo não usa máquinas ‘fora de si’ para realizar o que em si não é suficiente. Ele as incorpora. Miniaturiza os instrumentos e carrega em seu corpo” (SOBRINHO & FORTUNA, 2016, p. 90). Sobre o uso de aparelhos tecnológicos móveis, ocorre um processo de metamorfose entre o *self* e aquela interação, de modo que o indivíduo passa a reestruturar sua maneira de pensar e se apresentar a partir dos constantes encontros, usos ou o simples reconhecimento da existência daqueles objetos⁷ (URRY & ELLIOTT, 2010). E nesses novos modos de interação, humano e máquina caminham para uma unidade de interdependência no que diz respeito à experimentação da realidade.

⁶ Humanos e não humanos.

⁷ A partir da interação constante com aparelhos digitais móveis, os indivíduos podem mudar o fim pelo qual iniciaram o uso daquele objeto, alterando certos comportamentos preconcebidos de experimentar a realidade (URRY & ELLIOTT, 2010). John Urry e Anthony Elliott exploram o exemplo de uma mãe que começa a fazer uso de álbuns *on-lines* etc., com o intuito de se sentir mais próxima de sua família e se vê, ao final, obcecada por aquelas atividades, de modo que o próprio objeto transformou a usuária e foi transformado por ela.

Poderíamos pensar o novo indivíduo contemporâneo paralelo à metáfora do motorista de carro, que seria o “conjunto (*assemblage*) híbrido de atividades humanas específicas, máquinas, estradas, edifícios, sinais e culturas de mobilidade” (THRIFT, 1996, p. 282-4 *apud* URRY, 2004, p. 26, tradução minha⁸). O carro não é apenas um *objeto*, mas sim um sistema que só existe *por causa* desse motorista híbrido (SLATER, 2001 *apud* URRY, 2004). No que diz respeito à sociedade ocidental contemporânea e ao uso dos aparelhos digitais aqui mencionados, o indivíduo integra um *conjunto* [*assemblage*] híbrido quando entra em contato e interage com a realidade sob a constante mediação desses aparelhos – transformados em extensões do corpo humano. Urry chama a atenção para como esse sistema da automobibilidade, materializado pelo uso do carro, fecha os indivíduos numa cápsula doméstica móvel⁹ (URRY, 2004¹⁰).

Em relação à esfera acústica e aos aparelhos de reprodução sonora, o carro permitiu ao motorista uma liberdade de escolha para ouvir o que quisesse num volume que escolhesse (WEBER, 2010), e muitos passaram a preferir a viagem em seus automóveis de modo “solitário”, com o intuito de preservar suas privacidades, do mesmo modo como o fazem em suas residências (LIVINGSTONE, 2002, *apud* BULL, 2004a), sempre acompanhados por suas músicas personalizadas, a estação de rádio¹¹ favorita (BULL, 2004a). A história da escuta talvez possa ser pensada resumidamente na seguinte linha de desenvolvimento entre *ouvintes* e *som*: dos bailes e praças para casa, de casa para os autôfalantes, para o carro, e do carro para qualquer lugar – com os fones de ouvido. Isto é, o som migrou do espaço público para o privado, transformado em um hábito doméstico, parte integrante da identidade; e

⁸ Do original: “*hybrid assemblage of specific human activities, machines, roads, buildings, signs and cultures of mobility*”.

⁹ O autor cita algumas consequências desta cápsula: “*People inhabit congestion, jams, temporal uncertainties and health-threatening city environments, as a consequence of being encapsulated in a domestic, cocooned, moving capsule*” (URRY, 2004, p. 28). Em português: “*As pessoas vivem congestionamentos, tráfegos, incertezas temporais e ambientes urbanos ameaçadores à saúde, como consequência de serem encapsuladas em uma cápsula doméstica móvel*”.

¹⁰ Neste sistema, noções de tempo e espaço são comprimidas e alteradas, literalmente, e o indivíduo se libera da inflexibilidade dos horários de trens e transportes públicos e suas rotas prefixadas, ficando *livre* para ir e vir quando e por onde quiser (URRY, 2004). O uso de fones de ouvido e aparelhos digitais na atualidade, porém, permite que o indivíduo *altere* sua realidade e suas noções de tempo e espaço *sem* ter que ir e vir fisicamente para algum lugar ou por algum lugar – pegar o carro *versus* pegar o trem. Ao interagir com e pelos aparelhos digitais, ele altera a paisagem sonora e se *desloca* no mundo físico ao remodelar a esfera acústica daquele espaço/realidade.

¹¹ Hoje o universo acústico do carro permite uma teia de conectividade que se expande além do bom e velho rádio: através da tecnologia *bluetooth* é possível acessar ligações telefônicas, *playlists*, áudios de *Whatsapp*, tudo pelo aparelho *smartphone* e o aparelho de som do carro.

depois retornou para o espaço público, agora revestido de uma audição que quer ser sempre individual.

Para compreender como o novo indivíduo na atualidade se configura como um *assemblage cyborg*, é necessário entender de que maneira a relação entre seres humanos e máquinas se tornou contínua e constante, criando laços de interdependência entre ambos. Na era digital, esses aparelhos se tornaram essenciais na construção e configuração do *self* (LUPTON, 2015). Por isso, a partir da relação com essas tecnologias, o *self* se complexifica e é (re)moldado em um *self* digitalizado (*Idem*, 2014). Isto é, um *self* construído e que se baseia em fotos publicadas, comentários de *blogs* e *posts* de “amigos” – palavra que também é ressignificada na Era Digital – em aparelhos de automonitoramento (*self-tracking devices*¹²), entre outros.

Informações e emoções antes *pessoais* e restritas a espaços *pessoais* são facilmente coletadas, compartilhadas e disseminadas através de aparelhos e plataformas digitais. Os indivíduos deixam disponíveis/abrem mão de uma quantidade e uma multiplicidade de informações sobre si mesmos para governos, empresas, plataformas, algoritmos, de modo que a recusa em participar desse sistema – ou a tentativa de recusar – restringe o indivíduo de diversas experiências e redes de sociabilidade¹³. Lupton (2015) nos introduz ao conceito de *digital cyborg assemblage* para retratar este novo indivíduo da Era Digital:

O *digital cyborg assemblage* é o corpo que é aprimorado, ampliado ou, de outras maneiras, configurado pelo uso de tecnologias digitais que são usadas, carregadas ou inseridas no corpo, interagindo continuamente com essas tecnologias de maneiras dinâmicas (LUPTON, 2015, p. 164, tradução minha¹⁴).

Assim como a realidade é *aumentada*, agora as experiências cotidianas são constantemente afetadas pelas relações que os indivíduos têm com e através de seus aparelhos digitais, de modo que se torna cada vez mais difícil pensar nessas tecnologias

¹² Dentro deste grupo de aparelhos estão os *smartwatches* e *sportbands*, que armazenam dados coletados sobre o desempenho de atividades físicas, por exemplo, das quais o indivíduo controla dados sobre si mesmo, com a finalidade de *medir seu desempenho*, saber quantos passos deu em um dia, controlar batimentos cardíacos etc.

¹³ Para um exemplo concreto, basta abrir os “Termos e Compromissos” que é necessário “Aceitar” para abrir contas ou apenas usar diversos aplicativos. Se o usuário não aceita, ele simplesmente fica de fora daquele serviço. Caso aceite, “concorde”, são poucas as especificações e transparências sobre como e o que exatamente é feito com a “coleta de dados” que os aplicativos “fornecem a empresas terceiras” a fim de “melhorar a experiência do usuário”. Esses intercâmbios “unilaterais” de informação nos levam à reflexão sobre as complexas redes de desinformação que os indivíduos têm na Era Digital.

¹⁴ Do original: “*The digital cyborg assemblage is the body that is enhanced, augmented or in other ways configured by its use of digital technologies that are worn, carried upon or inserted into the body, continually interacting with these technologies in dynamic ways*”.

como separadas do corpo humano (LUPTON, 2015). Para esse *entrelaçamento corporal* e cognitivo com o mundo digital, a questão da portabilidade desses aparelhos é, portanto, essencial. Quanto mais portáteis eles forem, será mais fácil para o indivíduo incorporar seu uso no cotidiano, mover-se para onde quiser, minimizando a presença visual daquele objeto sobre seu corpo, e mais *em* seu corpo. Lupton afirma: “Nossos corpos são moldados e movidos de certas maneiras quando usamos dispositivos digitais: digitando, *swiping* (deslizando), segurando, olhando [estes aparelhos]” (LUPTON, 2015, p. 168, tradução minha¹⁵).

Além da constante miniaturização, percebe-se que os fabricantes de aparelhos digitais tais como *smartphones*, *wearables*, fones de ouvido, entre outros, trabalham para criar *designs* diferenciados em quantidade e “estilo”, para agradar aos variados públicos consumidores que buscam afirmar-se pelo seu consumo. Ou seja, você pode comprar *um* fone de ouvido, mas pode também adquirir *aquele* fone de ouvido específico. Há uma tentativa de transformar mercadorias produzidas em massa em artefatos biográficos que possuam significado pessoal para seu consumidor (MILLER, 2008, e TURKLE, 2007, *apud* LUPTON, 2015).

O uso constante desses produtos passa a interferir na relação do indivíduo com a realidade a sua volta. A maneira como as redes sociais digitais funcionam, por exemplo, influencia de modo direto a experimentação do mundo *off-line*¹⁶. Os indivíduos são “treinados para sempre experimentar o mundo como uma potencial foto, *tweet*, *check-in*, ou atualização de *status*” (JUNGERSON, 2012, p. 85, tradução minha¹⁷). Eles se sentem mais confortáveis/satisfeitos quando experimentam a realidade do jeito que lhes é apresentada pelas redes sociais (JUNGERSON, 2012).

As nossas experiências em mídias sociais *on-line* aumentam a nossa realidade *off-line* (*Ibidem*), como mostram estudos sobre os tipos de amizades e a quantidade de contatos que são mantidos a partir dessas plataformas¹⁸. Isso colabora como contra-argumento para o

¹⁵ Do original: “Our bodies are shaped and moved in certain ways when we use digital devices: typing, swiping, holding, gazing”.

¹⁶ A ponto de hoje em dia se entender cada vez mais *rede social* como aquelas redes *on-line* de conexões, tais como *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, *LinkedIN* etc.

¹⁷ Do original: “social media users are being trained to experience the world always as a potential photo, tweet, check-in or status update”.

¹⁸ É evidente que os laços mantidos por essas plataformas não são todos laços *fortes* – um indivíduo pode seguir um perfil no *Instagram*, ou ser *amigo* de alguém pelo *Facebook*, mas continuar sendo, na verdade, um *conhecido*. Entretanto, os laços *fracos* que sobrevivem através de redes sociais digitais são cruciais para o desenvolvimento de relações num mundo móvel, onde quantidade também é uma fonte de riqueza de rede – isto é, onde o número de pessoas que se conhece numa rede colabora para o maior ou menor sucesso de um

dualismo sociológico digital, que considerava a realidade virtual e não virtual como opostas e excludentes (JUNGERSON, 2012). Elas não se excluem e, ao contrário, como insisto, a realidade virtual age como instrumento de aumentar a sensação do *real* no mundo *off-line*. O que era trivial¹⁹ no dia a dia dos indivíduos ganha maior importância com o advento da internet e das plataformas digitais: é aumentado por elas na medida em que podemos contar sempre com um *like*, um comentário, um *share*, um *retweet*²⁰, uma visualização sobre toda e qualquer instância da vida *off-line* que quisermos compartilhar digitalmente (JUNGERSON, 2012).

Para transformar ainda mais essa realidade “*off-line*”, quando pensamos em termos visuais, e mantendo em mente as contribuições de Elliott sobre a capacidade e a necessidade de “reinvenção”, o novo indivíduo tem à sua disposição um leque de filtros fotográficos para modificar o que desejar. São inúmeros aplicativos²¹ que fornecem desde retoques no rosto para uma foto *selfie*, até filtros mais elaborados que trabalham com a luz e a sombra da imagem, fazem a foto parecer “antiga”, ou até oferecem a opção de adicionar bichinhos ou qualquer outra coisa que não *estava lá*²².

Sendo assim, o mundo *off-line* é experimentado sob uma *realidade aumentada*, exatamente pelas influências descritas acima. Neste contexto, a partir da portabilidade e da seletividade quase infinita de conteúdos, aparelhos digitais funcionam como mediadores dessa relação entre *self*-plataformas-realidade *on* e *off-line*. O fone de ouvido, neste cenário, contribui como potencializador da realidade aumentada, na medida em que imerge seu ouvinte em uma determinada paisagem sonora e/ou lhe oferece a possibilidade de uma

indivíduo (URRY & ELLIOTT, 2010, ao mencionar o trabalho de Marc Granovetter, 1983). Urry e Elliott (2010) chamam este recurso que envolve o processo de *networking* constante de *capital de rede*, e fazem uma análise sobre as consequências e desigualdades que decorrem de maior ou menor capital de rede que cada indivíduo tem na contemporaneidade. Sobre a importância dos laços fracos, Granovetter (1973) chamou atenção para como esses laços têm maior capacidade de alcance e difusão de informação do que os laços fortes, criando *pontes* entre um indivíduo e outro pela rede de *conhecidos* (GRANOVETTER, 1973). No que concerne às relações entre redes sociais digitais, o encontro face a face não é descartado da manutenção desses laços fracos e devem ser ativados de tempos em tempos. (URRY & ELLIOTT, 2010).

¹⁹ Isso é facilmente percebido quando pensamos na onda de fotos de comida que começaram a aparecer quando o instagram ficou popular e que continua até hoje: qualquer café da manhã, almoço, lanche da tarde se torna alvo de uma câmera e suscetível a *likes* e comentários nas redes. Seja um tradicional arroz com feijão ou a foto de um *drink* mais sofisticado, ambos são bem vindos no Instagram.

²⁰ Respectivamente, os comandos em português: Curtida (*like*), Compartilhar (*share*), Retuitar (*retweet*).

²¹ Cito aqui alguns aplicativos que possuem filtro e edição: SnapChat, Instagram, LINE Camera, VSCO, entre outros.

²² Alguns fotógrafos por exemplo, passaram a ser contratados não apenas para “tirar foto”, mas pelo tratamento pós imagem, que pode ser uma simples alteração de luz/sombra, como também a inserção de elementos que não estavam presentes anteriormente na fotografia tirada.

sensação de controle/autonomia sobre a experiência que ele ou ela terá nas situações do cotidiano²³.

A portabilidade e a seletividade dos aparelhos digitais são fatores profícuos para a compreensão deste processo de transformação do fone de ouvido em uma ferramenta para o amparo da individualidade contemporânea. A partir da pesquisa de campo pôde-se perceber que, na medida em que novas tecnologias digitais são incorporadas nos cotidianos daqueles indivíduos, eles se tornam cada vez mais interdependentes dos mesmos. Eles naturalizam e são condicionados pelo uso de seus aparelhos, agora transformados em extensões digitais do humano. O fone de ouvido na Era Digital torna-se um instrumento do novo individualismo e permite que seus usuários alterem a qualquer momento a produção de suas realidades e a relação que possuem com seus corpos e o de outros – em movimento ou não.

Vale ressaltar que as relações sociais acontecem em paisagens sonoras, e a presença do fone de ouvido como *modus operandi* da esfera acústica de cada indivíduo altera a maneira pela qual as pessoas se relacionam. Nesse sentido, a maior portabilidade dos aparelhos significa mais facilidade de serem transportados para onde quer que o indivíduo vá. O *self* do indivíduo é reformulado onde ele está e *como* ele está. Ao analisar a evolução dos aspectos de seletividade e portabilidade em aparelhos de reprodução sonora, será possível traçar de que maneira eles contribuíram e contribuem para o processo de individualização e a criação de realidades personalizadas, mundos encapsulados de cada um de seus usuários e usuárias. A intensificação desses aspectos técnicos colaborou para a introdução de diferentes hábitos de escuta, em meio a mudanças de comportamento social advindas de transformações na esfera pública e privada da sociedade. Tais mudanças foram discutidas na seção sobre o novo individualismo e o processo de individualização, conforme apontado pelos teóricos Ulrich Beck e Anthony Elliott. Com a constante colonização do mundo da vida pelo mundo do trabalho – isto é, a mercadorização da vida –, surgiram demandas individuais para lidar com o espaço público a fim de resistir aos modos objetivos da vida – como Simmel discute sobre o *caráter blasé* das cidades. Nesse sentido, a evolução tecnológica e portátil de dispositivos e aparelhos permitiu que os indivíduos carregassem consigo um *menu* de significações pessoais em seus bolsos, em seus ouvidos, e pudessem (re)produzir suas rotinas de modo menos objetivo e com maiores conexões com suas teias de sociabilidade.

²³ Além de conseguirem (re)criar e manipular suas realidades ao deslocarem-se para o lugar de escuta, os indivíduos também podem alterar aquela realidade ao utilizar o fone de ouvido *sem* som algum, uma vez que alteram a percepção social sobre a sua disponibilidade em público.

Exatamente por isso, a realidade é aumentada em um movimento de mão dupla: por um lado, ela surge em decorrência de alterações sociais que aparecem no mundo físico a nosso redor – a relação do “espaço geográfico” com o “espaço privado/pessoal” toma outra forma, de modo que se mesclam em *um* onde as fronteiras não são tão mais facilmente observadas; por outro, ela colabora para que as mesmas dinâmicas se intensifiquem de maneira reflexiva. É como se o *flâneur* de Walter Benjamin não mais levasse seu quarto para as ruas da cidade, mas andasse por essas ruas como alguém que anda em seu quarto, entendendo o mundo como seu quarto, fazendo com que os usuários de fone de ouvido aparentemente se tornem indiferentes à presença dos outros em uma *invisibilidade pública* (BULL, 2004). O indivíduo conhece e possui o mundo a sua volta ao torná-lo íntimo (*Idem*), e ao poder escutar qualquer/determinado som através do fone de ouvido, ele consegue assimilar e acessar o mundo como sendo também *qualquer* mundo, a *qualquer* momento, sendo sempre experimentado como *seu* mundo. A seguir discuto mais a fundo essas relações auditivo-espaciais com a realidade aumentada.

3.3. O ouvinte segundo Michael Bull

Em seu texto *Thinking about Sound, Proximity and Distance in Western Experience: The Case of Odysseu's Walkman* (2004), o musicólogo Michael Bull analisa como as novas tecnologias interferem na produção e reprodução sonora, alterando as relações entre o público e o privado, e a maneira como o indivíduo se insere no mundo através da escuta. Esta parte do trabalho pretende enfatizar o caráter “encapsulante” da música e da esfera sonora, e os motivos por que os aparelhos de reprodução sonora da atualidade contribuem para que a interação do indivíduo com o mundo aconteça sob uma perspectiva crescentemente individualizada e personalizada.

As tecnologias de reprodução musical ensinam e desvendam elementos da cultura e dos indivíduos da sociedade, dos quais elas se originam (BULL, 2004). Isto é, a compreensão de como a música é consumida no Ocidente possibilita entender as formas complexas de proximidade, distância e mobilidade trazidas pelas novas mídias tecnológicas (BULL, 2004). Sendo assim, Bull aborda três situações históricas de consumo de música que teriam contribuído para a *construção* do indivíduo ouvinte da atualidade – que na época de Bull era o usuário do *walkman*. São elas: (1) o encontro de Ulisses com o canto das

sereias na *Odisseia*; (2) o ouvinte do *exótico/mítico*, e o (3) ouvinte de rádio no início da era radiofônica.

Com base na leitura do livro *Dialética do Esclarecimento* (1944), Bull analisa especificamente o canto das sereias, em conformidade com Theodor Adorno e Max Horkheimer, e chama atenção para o modo como Ulisses incorpora, a partir do manuseio da sua paisagem sonora, um novo meio e instrumento de *saber* sobre e *experimentar* o mundo. Esse exemplo leva o autor a apontar que o consumo de música através de sua reprodução mecânica serviria como substituto da experiência direta do indivíduo no mundo, substituto para aquilo que chamamos de *comunidade* (BULL, 2004). Isto é, para Bull, enquanto o indivíduo transcende o mundo através da audição musical, ele se insere exatamente cada vez mais no exercício do cotidiano. É uma maneira de o indivíduo se afirmar no mundo junto a aspectos modeladores de sua identidade. O uso de mídias digitais ensinaria os consumidores a preencherem espaços e tempos que seriam *vazios*, de modo a reforçarem formas do que o autor chamará de “*solidão acompanhada*” (BULL, 2004). Nesse contexto, o uso de fones de ouvido permite uma sensação de experiência mais *real* da realidade, enquanto experiência em que se apreende o mundo.

A análise sobre o ouvinte do *mítico* teria colaborado para a construção de um imaginário em que o indivíduo é capaz de acessar memórias e formas imagéticas do *exótico* através de uma audição que se tornaria cada vez mais semiótica (BULL, 2004). Ele cita o exemplo de antropólogos e exploradores ingleses do início do século XX que utilizavam o gramofone para, ao mesmo tempo, levar a *magia* do Ocidente²⁴ aos nativos e capturar o som *exótico* dos mesmos e reproduzi-los no Ocidente. Sobre este aspecto, cabe trazer à tona uma das características descritas por Anthony Elliott nas páginas acima como essenciais do novo indivíduo: a capacidade de fantasiar, imaginar sua realidade.

Sobre o ouvinte de rádio, o interesse de Bull é demonstrar como este aparelho permite aos indivíduos focarem em seus *desejos*, deslocando suas experiências daquele lugar privado – a casa, a sala de estar, o quarto – para um lugar *mais privado ainda* (BULL, 2004). Isto é, quando a música entra na esfera doméstica do indivíduo, o ato de escutar é habitado e deslocado para o cerne mais próximo do indivíduo, e seu alcance passa a ser, na realidade, a *alma* deste indivíduo (KRACAUER, 1995, *apud* BULL, 2004), ou em termos

²⁴ Como exemplo desta “magia do Ocidente”, Bull descreve as observações feitas por Michael Taussig sobre o filme de Werner Herzog *Fitzcarraldo* (1982), em que um comerciante – com o nome Fitzcarraldo – navega o rio Amazonas no Peru, alterando as paisagens sonoras com o auxílio de um gramofone e as óperas de Caruso. A dimensão do barco e o *poder* de emitir sons atraem a curiosidade dos nativos daquela região, que entendem haver algo de divino ali.

sociológicos, o *self* deste indivíduo. Ora, se a audição se desloca para o *self* do indivíduo, a transformação sobre o ato de escutar também altera a maneira pela qual o *self* se configura.

Duas situações foram observadas nas quais os jovens participantes da pesquisa relataram alterações momentâneas sobre seu *self* quando usam seus fones de ouvido. Foram elas: quando alcançam maior concentração pelo uso do aparelho, e quando utilizam o fone *exatamente* para se distraírem. Tais respostas, aparentemente conflitantes, foram obtidas tanto no questionário, como também nas conversas realizadas em sala de aula. Quando perguntei se eles se concentravam mais com o fone, vários levantaram as mãos e, em seguida, ao perguntar se eles já usaram o fone para se distraírem, ou se já se perceberam mais distraídos com o uso dos fones, muitos dos que haviam reagido positivamente no questionamento anterior também levantaram as mãos e não souberam explicar o *porquê* dessas duas *funcionalidades* do fone. No depoimento de uma aluna, podemos perceber como esses elementos contraditórios atuam:

[...] ficar sem fone é meio desconfortável porque eu me concentro mais com o fone e eu consigo fazer qualquer coisa que você me pedir usando fone. E pra mim foi bom [ficar sem usar o fone] porque eu consegui conversar mais com minha família hoje, eu não fiquei tão presa no meu mundo, sabe? (ENTREVISTADA 7, áudio 3).

Resgatando a discussão de Elliott (2013) e Elliott e Lemert (2006) sobre como o novo indivíduo se apropria de instrumentos que colaboram para a reinvenção, o dinamismo, a mudança instantânea e a episodicidade da vida, é possível perceber no relato acima a maneira pela qual o uso do fone de ouvido funciona dentro dessas categorias. A aparente contradição entre se *sentir desconfortável* sem o fone porque ela fica menos *concentrada*, paralela ao reconhecimento de que a ausência do fone permitiu um envolvimento subjetivo da entrevistada em outras situações que não teria tido anteriormente – no caso, conversar com a família e *sair de seu mundo* –, nos leva à seguinte reflexão: por um lado, quando os usuários de fone se concentram, eles fazem referência a *seu mundo*, isto é, o mundo criado e apreendido por eles; e quando comentam sobre a distração alcançada pelo/com o fone, essa *distração* é exatamente um reconhecimento sobre a alienação daquele *mundo exterior*, experimentado por eles como algo estranho, do qual eles se sentem menos pertencentes. Ainda sobre esta temática, temos o seguinte relato:

[...] é meio estranho um dia sem fone, porque eu gosto de ouvir música, às vezes eu gosto de imergir numa música muito alta, eu boto um fone de ouvido um pouco alto pra me desconcentrar do... do mundo lá fora. E é meio ruim ficar sem fone de

ouvido porque é uma sensação de vazio e tipo... 'tá faltando alguma coisa, é uma sensação de falta, [...] falta algo no meu dia pra melhorar, e era o fone de ouvido. (ENTREVISTADO 3, áudio 2).

O aluno usa a expressão “desconcentrar do mundo lá fora” que, novamente, coloca em xeque a existência destes dois mundos: um que é experimentado pelo ouvinte do fone como *seu*; e um que é aquele *outro* mundo, *externo*, *distante*. Se este mundo externo e estranho é aquele vivenciado *sem* os fones de ouvido, entende-se que o mundo no qual esse jovem vivencia seu cotidiano de modo mais real é exatamente o acessado *pelo* uso do fone de ouvido. Tais relatos colaboram para a compreensão de como funciona o processo de encapsulamento dos novos indivíduos ouvintes do fone de ouvido.

Após descrever os exemplos de ouvintes (Ulisses na *Odisseia*, ouvinte mítico, e o ouvinte inicial do rádio), Bull conclui que os indivíduos ouvintes se relacionam com os sons ao redor cada vez mais no intuito de reorganizar sua relação com aquele espaço e lugar (BULL, 2004). “Em cada caso, o som coloniza o ouvinte, mas é usado para recriar e reconfigurar ativamente os espaços de experiência.” (BULL, 2004, p. 181²⁵). O mundo chega aos ouvintes através de uma caixa falante (o rádio), alterando a esfera doméstica e as percepções intramundanas no dia a dia de cada um. No que diz respeito ao uso do fone de ouvido na atualidade, é este *novo mundo* que pode ser levado para qualquer lugar – ocorrendo a transformação do comum em extraordinário e individual, como os relatos acima nos mostram.

Bull aponta que tanto Ulisses, quanto Fitzcarraldo conseguiram transformar suas experiências (ouvir o som das sereias e navegar pelo Amazonas, respectivamente) em uma simbiose de espaço, trajetória e construção de uma ordem interna. Ulisses carrega consigo os sons escutados enquanto viaja e Fitzcarraldo exerce ordem e controle sobre seu corpo. Ambos habitam o tempo todo seu espaço privado – *todo* espaço habitado é privatizado pela escuta do som que se deseja. A cultura nos dias de hoje seria carregada pelos indivíduos através da música mediada por dispositivos onde quer que eles estejam (BULL, 2004).

A partir dessas análises, o autor discute aspectos sobre o ouvinte de *walkman*, e observa que noções como *perto* e *longe* deixam de ser tão distantes na experiência dos usuários desse dispositivo. Estes ouvintes sumarizam as experiências dos exemplos explorados por Bull, a saber, a partir do rádio de Kracauer, Ulisses e Fitzcarraldo. Ao escutar música através do *walkman*:

²⁵ Do original em inglês: “In each case, sound colonizes the listener but is used to actively re-create and reconfigure the spaces of experience”.

O mundo se torna *um* com a experiência do usuário do aparelho estéreo (*personal stereo*) em uma fantasia mimética potencialmente perfeita que nega a natureza contingente da relação do usuário com o *mundo além* do mundo sonoro escolhido por ele ou ela. (BULL, 2004, p. 185, tradução minha²⁶, grifo meu).

Na sociedade contemporânea e no contexto do fone de ouvido na era digital, esse *mundo além* pode ser analisado como analogia ao que alguns alunos chamaram de “mundo lá fora” ou “meu mundo” há algumas páginas acima. Percebe-se nesse trecho que os elementos tratados por Bull são comuns ao novo indivíduo discutido em Elliott e Lemert (2006). A negação sobre a natureza contingente na experiência dos indivíduos e seus *walkmans* é paralela – senão, a mesma – à negação que os novos indivíduos têm a respeito das condições (contingenciais) impostas às suas ações – o que leva à falsa crença na existência de uma *autonomia* individual²⁷. A experiência de qualquer ação é intensificada com a escuta de sons nos fones de ouvido, de modo que, ao serem estimulados, os indivíduos têm a sensação de que estão realmente agindo, vivendo, experimentando (BULL, 2004). Não é de se espantar que os jovens da zona sul de São Paulo participantes desta pesquisa tenham relatado como o *seu mundo* é aquele vivenciado *com o fone de ouvido*, frente ao desconhecido *mundo lá fora*. A identidade dos indivíduos se torna mais estável na medida em que eles têm – pelo menos a sensação de – controle sobre a experiência do cotidiano (BULL, 2004).

Nesse sentido, o *walkman*, com sua seletividade e sua portabilidade já em níveis elevados, colaborou para a sensação de autonomia sobre o novo *quarto* dos indivíduos, que hoje se torna qualquer lugar em que eles estiverem circulando – seja a rua, o metrô, a sala de estar, o supermercado etc. Num mundo de tantas inseguranças, o consumo do som oferece uma segurança ontológica satisfatória a seus ouvintes (BULL, 2004), por lhes permitir a manipulação do som e, com isso, de sua realidade. O *estar* no mundo é percebido através do *sentido de ouvir*. Os usuários de *walkman* estariam, ao mesmo tempo, colonizando e sendo colonizados pelos sons que escutam em seus fones de ouvido. Eles alteram a experiência do cotidiano ao transcender o espaço geográfico e administrar sua própria presença no mundo apertando ou não o *play* do *walkman* (BULL, 2004).

²⁶ Do original em inglês: “*The world becomes one with the experience of the personal stereo user in a potentially perfect mimetic fantasy that denies the contingent nature of the user’s relationship to the world beyond his or her chosen soundworld*”.

²⁷ Bull utilizaria aqui o substantivo “controle”.

O fone encapsula o ouvinte em sua realidade ampliada, ao fechar as portas para “o mundo lá fora” (BULL, 2004) e alterar a paisagem sonora daquele momento. Diferentemente da visão, não podemos *deixar de ouvir* as coisas; não podemos sair à rua, *fechar os ouvidos* e não escutar algo – pelo menos não era possível²⁸. Hoje, graças à seletividade quase infinita dos aparelhos digitais e a sua portabilidade/mobilidade, o fone de ouvido possibilita ao indivíduo uma espécie de “controle remoto” das suas experiências cotidianas, alinhando-as com humores, memórias, gostos e emoções, enfim, com versões de *self* que podem ser reinventadas e acessadas a qualquer momento, em qualquer lugar e que *querem* ser reinventadas.

²⁸ Hoje, com a eficiência de *design* dos fones de ouvido intra-auriculares, o som externo é abafado ou mesmo *cancelado naturalmente* dependendo da qualidade do fone. Além disso, a tecnologia de cancelamento de ruído ativo (ANC), desenvolvida no início dos anos 2000, vem ganhando cada vez mais mercado e popularidade entre os *earphones* – fones menores e mais leves, como os intra-auriculares. O ANC consiste em fones que possuem microfones e emitem uma onda sonora *contrária* ao som captado externamente. Essa onda cancela o ruído/som externo. O lançamento de fones ANC sem fio, *AirPods Pro*, da *Apple* no ano de 2019 talvez venha a abrir portas para que essa tecnologia esteja presente em versões mais acessíveis de *earphones* nos anos que estão por vir. No Brasil, até dezembro de 2019, a *Apple* era a única empresa a oferecer uma versão de fones sem fio com ANC (AGRELA, 2019).

4. O PROBLEMA DA PORTABILIDADE

Nesta seção do trabalho, farei uma exposição sobre o conceito de *portabilidade* e depois irei aplicá-lo em uma análise sobre a evolução de alguns aparelhos de reprodução musical até o fone de ouvido dos dias atuais. Esta estratégia de trabalho deve permitir ao leitor e leitora se familiarizarem com o conceito e as implicações sociológicas que resultam de maior ou menor portabilidade dos aparelhos estudados. Além disso, pretende-se que seja possível elucidar como e por que há, nos dias de hoje, uma tendência de maior portabilidade na sociedade ocidental, que segue um processo de *miniaturização* nos avanços tecnológicos de aparelhos digitais. É importante notar que esses aspectos técnicos não apenas *impactam* a sociedade, como são igualmente impactados pelas mudanças advindas de novos comportamentos sociais, em uma relação mútua, e por isso são elementos que se relacionam diretamente com comportamentos do novo indivíduo.

No que diz respeito aos jovens abordados pela pesquisa de campo, vimos como o fone de ouvido é utilizado por indivíduos que querem, a todo momento, não apenas movimentar ou deslocar seus corpos *escutando* algo, mas também movimentar/deslocar um determinado *tipo* de experiências da realidade. O fone de ouvido permite a esses adolescentes que se expressem de uma maneira específica, fornecendo uma noção mais consciente sobre seus corpos e *selves*. É a partir desse aparelho que o cotidiano é apreendido, vivenciado de maneira exclusiva e personificada. Sobre as diferentes formas pelas quais o fone de ouvido é uma ferramenta para os indivíduos na sociedade, a socióloga e filósofa alemã Heike Weber apresenta algumas considerações fazendo comparações históricas:

Outrora rotulada de “antissocial” ou mesmo “autista”, agora, no contexto da chamada sociedade “móvel” (composta, cada vez mais, de viajantes e trabalhadores móveis), a prática de escutar com fones de ouvido passou a ser associada à autonomia: a autonomia para criar, a qualquer hora e em qualquer lugar, o próprio “clima de escuta confortável” [...]. (WEBER, 2010, p. 354, tradução minha¹).

Isto é, o reconhecimento da realidade que os cerca, de seus corpos e suas sensações é *ativado* pelo uso do fone, que simula um lugar em que noções de espaço e tempo se alteram.

¹ Do original em inglês: “Once branded ‘anti-social’ or even ‘autistic’, now, in the context of the so-called “mobile” society (composed of more and more commuters and mobile workers”, the practice of headphone listening came to be associated with autonomy: the autonomy to create anytime and anywhere one’s own ‘comfortable listening climate’”.

Este *lugar* é um lugar *realocado*². Podendo se deslocar para qualquer lugar, o ato de escutar permite, na atualidade, que uma gama de versões do *self* sejam acessadas, mantendo o indivíduo em constante *conexão*. Não é de se espantar que alguns dos alunos tenham relatado uma sensação de incômodo e “falta” quando realizaram o *desafio* de ficarem sem os fones por um dia.

4.1. O conceito

A questão da portabilidade pode ser tratada por duas vias principais: a da *mobilidade* e a da *tecnologia*. A linha entre as duas é tênue, uma vez que a última abre portas para a primeira, e a primeira gera demandas para o desenvolvimento da segunda. Portabilidade se refere à capacidade de ser móvel³. Pode ser definida em relação a características físicas como peso e tamanho, mas também tempo de uso, como a duração da bateria de um aparelho (SCHROCK, 2015). É um elemento essencial para lidar com as novas dinâmicas da contemporaneidade, em que os indivíduos se encontram, mais do que nunca, em movimento constante⁴ (URRY & ELLIOTT, 2010).

Essa sociedade móvel surgiu graças à transformação e à flexibilização da vida em sociedade, no mercado de trabalho, e à *destraditionalização* das relações pessoais e afetivas, que contribuíram para que o indivíduo passasse a transitar cada vez mais longas ou curtas distâncias (BECK, 1992; BECK & BECK-GERNSHEIM 2017) e a reconfigurar/renegociar seus relacionamentos a partir de constante movimento (URRY & ELLIOTT, 2010). As novas tecnologias de comunicação colaboraram, por exemplo, para ultrapassar fronteiras do que antes se denominava *família*, levando a um novo tipo de construção daquilo que consideramos *lar*: que se configura, agora, como uma mistura daquilo que é público com o privado. “Sentir-se em casa”, hoje, não requer um espaço físico determinado, mas sim uma coletividade da qual o indivíduo consiga se perceber como membro (MOORES, 1993, *apud* BULL, 2004). No contexto da contemporaneidade, o novo indivíduo pode *levar consigo*

² Utilizo aqui lugar *realocado* em substituição a lugar *deslocado*, porque não falo de uma realidade que está “fora do seu lugar”, mas sim que passa a ter *outro* lugar, a *expandir* seu lugar de existência com o uso do fone de ouvido na era digital do novo individualismo. Esta realidade existe ampliada no uso do fone de ouvido.

³ John Urry aponta em seu livro *Mobilities* (2007) como uma das dimensões de mobilidade é, de fato, a *portabilidade* de algo, o fato de se *mover* ou a capacidade de movimento (URRY, 2007, p. 7).

⁴ Isto não significa que não haja indivíduos que permaneçam imóveis, e que uns tenham maior velocidade de mobilidade e outros menor.

aparelhos portáteis/móveis que contêm em si elementos dessa coletividade. Nos capítulos anteriores, analisamos como o *mundo* ao qual os indivíduos ouvintes de fones se sentem pertencentes é aquele *mundo de dentro*, isto é, uma realidade encapsulada e vivenciada através do uso daqueles aparelhos.

As mudanças na sociedade móvel foram alguns dos fatores que inspiraram o surgimento da teoria chamada *Paradigma das Novas Mobilidades*⁵, na qual se considera que a realidade dos indivíduos contemporâneos é experimentada, cada vez mais, através de uma *vida móvel*, em todas as suas esferas (URRY & SELLER, 2006; URRY, 2007). O estudo da mobilidade é essencial para compreender o funcionamento da sociedade contemporânea e o cenário social dos participantes desta pesquisa, uma vez que a mobilidade⁶ está em praticamente todas as esferas da vida social: desde o movimento de corpos, entre espaços e fronteiras, até o movimento de informação, imagens, relações (URRY & SELLER, 2006).

Por viverem vidas móveis, os indivíduos têm suas relações constantemente mediadas por tecnologias que lhes permitem manter laços sociais sem a necessidade de encontros face a face (BAUMAN, 2008; URRY & ELLIOTT, 2010). Sendo assim, há uma reconfiguração das redes de sociabilidade pessoal e profissional, moldadas através dos aparelhos tecnológicos que surgem para suprir essas distâncias (URRY & SELLER, 2006) e que acabam “[*exercendo*] novas demandas sobre o *self* e suas capacidades de reorganização psíquica” (URRY & ELLIOTT, 2010, p. 3, tradução minha⁷). Tal movimento significa, dentre outras coisas, segundo Urry e Sheller (2006), distanciar-se fisicamente de laços afetivos, e reconfigurar o que antes se chamava *lar*. Neste contexto móvel, a portabilidade de aparelhos de telecomunicação, junto com o advento da internet, possibilitou ao indivíduo a manutenção desses laços. Ele consegue manter-se conectado ao movimentar-se e, ao mesmo tempo, pode, através das conexões formadas, *movimentar-se* – não de uma maneira física, mas nos moldes descritos há alguns parágrafos acima, em relação ao *realocamento* de realidades.

Urry e Elliott (2010) notam como as próprias personalidades dos indivíduos se tornam portáteis, “dessincronizadas” umas das outras, aprofundadas em seus mundos individuais. *Dessincronizadas*, porque cada indivíduo se movimenta e mobiliza aspectos de

⁵ Para uma profunda revisão sobre os efeitos dessa “virada da mobilidade” (ou *mobility turn*) na sociedade, sobre o que está em movimento nos dias de hoje e as consequências desse movimento constante, ver, principalmente: *The New Mobilities Paradigm* (URRY & SELLER, 2006) e *Mobile Lives* (ELLIOTT & URRY, 2010).

⁶ A mobilidade.

⁷ Do original: “[...] *exert new demands upon the self and its capacities for psychic reorganization*”.

sua individualidade de modo único e exclusivo, numa cultura em que o *faça você mesmo* e o mérito individual são o que direciona o comportamento geral (BECK, 1992; URRY & ELLIOTT, 2010; ELLIOTT, 2013). Cada indivíduo é responsável por suas escolhas (BECK, 1992), pelas conexões e desconexões que estabelece, vivendo sob um fluxo constante de informações e experiências móveis, individualizadas e privatizadas (URRY & ELLIOTT, 2010).

O surgimento de aparelhos com tecnologia *wireless* (sem fio) ressignificou as relações sociais, “afetando a maneira como as pessoas chegam, partem, e habitam lugares, como elas se relacionam umas com as outras, e como elas de fato incorporam mudanças” (MACKENZIE, 2010, p. 5⁸). Um exemplo de como a portabilidade interfere na mobilidade é a diferença observada entre a relação de um ouvinte com um aparelho pouco portátil, como um computador *desktop*, ou um toca-discos, e a nova relação que é estabelecida através de aparelhos mais portáteis:

[...] [as] pessoas com dispositivos digitais móveis podem conectar-se em quase todos os lugares a que viajam, a qualquer hora do dia ou da noite, e assim podem entrar em contato com outros íntimos a qualquer hora ou, virtualmente, em qualquer lugar. A facilidade de acesso e a capacidade de rastrear o movimento representam uma mudança crucial na maneira como os dispositivos são incorporados à vida cotidiana. (LUPTON, 2015, p. 165, tradução minha⁹).

Ou seja, essas novas extensões digitais portáteis alteram nosso modo de nos relacionarmos com o ambiente, com os outros e a maneira como concebemos a nós mesmas/os. A partir desse fluxo de mobilidade, a portabilidade tecnológica, vinculada às inúmeras conexões que podem ser feitas pelos seus aparelhos, permite que o indivíduo crie e recrie performances de seu *self* frente a outros de modo reflexivo (CHAYKO, 2008). Isto é, colabora para a manutenção de categorias essenciais para o novo indivíduo: a reinvenção e o dinamismo (ELLIOTT & LEMERT, 2006), e permite o acesso a versões de *self* e a suas inúmeras transformações a *qualquer e todo* momento.

No que diz respeito à esfera auditiva – que é a primeira afetada pelo uso dos fones de ouvido –, o elemento de portabilidade possibilita que esse aparelho leve ao indivíduo uma

⁸ Do original: “Wirelessness affects how people arrive, depart, and inhabit places, how they relate to others, and indeed, how they embody change”.

⁹ Do original: “people with mobile digital devices are able to be connected almost everywhere they travel, at any time of the day or night, and thus be able to contact intimate others at any time or virtually everywhere. The ease of access and ability to track movement represent a pivotal change in the ways which devices are incorporated into everyday life”.

variedade de paisagens sonoras alcançáveis a qualquer hora do dia e lugar. Cabe perguntar de que maneira esse aspecto sociotécnico dos aparelhos de reprodução sonora contribuiu para que o ato de escutar e as representações do *self* se entrelaçassem ao longo da história e permitissem a *(re)produção* deste novo indivíduo ouvinte dos fones na Era Digital. Nas próximas páginas discorro sobre como o desenvolvimento de uma relação cada vez mais *íntima* com o hábito de escutar foi aumentando paralelamente à maior portabilidade dos aparelhos de reprodução sonora. Com isso, a manipulação de paisagens sonoras – de modo individual com o uso dos fones – foi se instaurando, gradativamente, como comportamento social aceitável, desejável e naturalizado.

4.2. O conceito de *portabilidade* aplicado aos aparelhos de reprodução sonora

Com menor ou maior nível de mobilidade, os indivíduos experienciam suas vidas através de aparelhos digitais, auferindo emoções e afetividade dos mesmos, utilizando-os de acordo com suas necessidades (BOASE, 2008). No âmbito da reprodução sonora, a introdução de som em espaços antes *não habitados* foi possível graças à maior portabilidade dos aparelhos e alterou as dinâmicas entre ouvintes e o *ato de escuta*. Este foi *portabilizado* ao longo dos anos: a transformação da audição em um sentido *portátil* foi essencial para que o indivíduo ouvinte de fones pudesse, atualmente, experimentar sua realidade com a sensação de autonomia compartilhada pelo novo individualismo¹⁰.

4.2.1. O hábito de *escutar*

Ao longo da história, é possível perceber como a experiência de *escutar o mundo*, e escutar qualquer som na realidade, foi desenvolvida refinadamente em direção à esfera individual e privada de cada ouvinte. Esse direcionamento do som e da música, como propriedade de caráter mercadológico, resultou no surgimento de um alto-falante embutido no canal auditivo de cada indivíduo – o fone de ouvido como se conhece hoje. Os aparelhos de reprodução sonora se desenvolveram de maneira dialógica aos hábitos de escuta das sociedades industriais/modernas que, cada vez mais, demandavam um nível de portabilidade adequado ao tipo de individualidade que vinha instaurando-se.

¹⁰ Como apontado por Elliott e Lemert (2006), essa autonomia vem acompanhada de uma negação acerca da dependência que os indivíduos têm de certas condições contingenciais/limitadoras em suas vidas.

Neste contexto, os hábitos de escuta de música foram levados de fora para dentro da esfera doméstica num primeiro momento e, depois, voltaram a sair às ruas com uma nova roupagem individual. Graças à inserção de aparelhos de reprodução musical na esfera doméstica, como o aparelho de rádio e o toca-discos, os indivíduos puderam ressignificar o ato de escutar sons, desenvolvendo *gostos* e *preferências* auditivas, atrelando partes de sua personalidade ao sentido aural. A interação com sonoridades musicais, com as quais pudessem atrelar sua identidade, fortaleceu a complexificação e a reafirmação do *self* dos indivíduos e aumentou a sensação da realidade como algo de experimentação própria. Isto é, com *meus* gostos, *meus* discos, *minhas* músicas, *meus* programas, *eu* consigo *me* reafirmar sempre mais.

A escuta da música, a paisagem sonora ao redor do indivíduo, foi individualizada e privatizada, transformada em experiências aparentemente exclusivas e personalizadas. A portabilidade dos aparelhos de reprodução sonora, nesse sentido, colabora para que essa *sensação* de autonomia e consciência de *self* possa ocorrer continuamente em qualquer espaço em que o indivíduo circule. Se o surgimento do fonógrafo, pai dos aparelhos de reprodução sonora, deu início à indústria de gravação que revolucionaria o modo de se escutarem, tocarem e consumirem sons – ao permitir o armazenamento de vibrações sonoras em um cilindro de cera –, o fone de ouvido da Era Digital contemporânea permite o armazenamento e a reprodução de qualquer som a um *play* de distância do nosso canal auditivo em qualquer lugar. A imersão aural do indivíduo em *sua* experiência de realidade possibilita que, ao ser *aumentada*, sua audição colabore para uma vivência *mais real* das situações cotidianas.

Para demonstrar de que modo esses aspectos técnicos de portabilidade – e, a seguir seletividade – atuaram na lapidação/molde da relação som-ouvinte-*self*, dou ênfase nas próximas páginas a uma análise mais sócio-histórica de alguns aparelhos de reprodução. A partir desta recapitulação teórica, será possível compreender como sua portabilidade (ou a falta de) implicou mudanças nos – e se forjou como demanda de novos – hábitos de escutar que hoje vemos nos ouvintes de fone de ouvido e outras tecnologias digitais.

4.2.2. O fonógrafo e o gramofone

A invenção do fonógrafo em 1878 por Thomas Edison (STERNE, 2003) permitiu, pela primeira vez na história, a captação, armazenamento e reprodução de som em nível

comercial. A audição musical recebia pela primeira vez um nível de portabilidade resultante da desconexão de sua reprodução com a fonte sonora¹¹. O som havia, enfim, ganhado forma material¹², em cilindros de cera, vendáveis e carregáveis para dentro de casa. A musicóloga e socióloga Hyojung Sun nos conta como os sons agora não eram mais restritos a um local fixo e podiam ser multiplicados e distribuídos ao público (SUN, 2019). Porém, não seria até 1899 que o fonógrafo se tornaria popular como aparelho de reprodução musical, ao ser disposto em espaços públicos e estabelecimentos como um tipo de *jukebox* em que os ouvintes passantes podiam escolher uma música a partir da inserção de um *nickel* na máquina (*Idem*).

Devido à dificuldade de gravação em cilindros de cera fonográficos¹³, Emile Berliner teve a ideia de transformar os cilindros em peças achatadas (discos) e introduziu na indústria o que chamou de gramofone. Graças à maior portabilidade, facilidade e qualidade de gravação, o gramofone e seus discos superaram o fonógrafo em uma corrida comercial entre Berliner e Edison¹⁴. Os primeiros discos tinham 12,5 cm de diâmetro, apenas meio centímetro maior do que os discos compactos (CDs) que seriam introduzidos quase um século depois (PHILLIPS, 2019). Eram muito pesados, de vidro, então zinco e depois passaram a ser produzidos com um material chamado goma-laca, o que aumentou ainda mais sua portabilidade e a facilidade de sua produção em massa. Como eles eram gravados em uma forma achatada, os discos (que em inglês receberam o nome de *records*) podiam ser copiados de modo mais fácil do que os cilindros a partir de *master molds* (moldes mestres) em centenas de cópias, e distribuídos massivamente ao público consumidor (SUN, 2019).

Os discos de goma-laca dominaram o cenário musical até o final da década de 1940 – em 1948, eles foram praticamente substituídos pelos *long plays* (LPs), do material vinil. Passaram da rotação de 78 rpm¹⁵ para 33.1/3 rpm (SUN, 2019; VICENTE, 2002), o que

¹¹ Isso significa que não havia mais a necessidade da presença do gerador daquele som – seja o instrumentista ou o cantor etc. – para que fosse escutado a partir da gravação fonográfica reproduzida no aparelho.

¹² Apesar de também serem um formato de materialização musical, desconsideram-se neste trabalho as partituras musicais, pois elas necessitavam da leitura e cognição humana a fim de reproduzir o que estivesse ali escrito. De certa maneira, elas armazenavam as *instruções* para a reprodução do som, diferentemente dos cilindros e, posteriormente, discos, que tinham *gravados* o som *em si*, como um tipo de transdutor.

¹³ O cilindro de cera se mostrou caro em termos de produção, já que, para a gravação de mil álbuns, os artistas tinham que cantar a mesma música cem vezes em dez aparelhos fonográficos (SUN, 2019).

¹⁴ Há também quem diga que a proposta de discos de Berliner se encaixava melhor no sistema de industrialização crescente da época, pois a cópia ilegal de discos era mais difícil de ser feita do que a de cilindros, o que permitia maior controle dos fabricantes sobre seus produtos (NEGUS, 1992, *apud* SUN, 2019).

¹⁵ RPM: unidade de *rotações por minuto*.

aumentou não apenas seu nível de portabilidade¹⁶, mas também seu leque de seletividade musical, ao permitir o armazenamento de quinze a vinte minutos de música em cada um dos lados – enquanto o material anterior permitia a gravação em apenas um dos lados (SUN, 2019; QUINES, 2012). Seguindo os novos formatos de disco, os que sobressaíram e foram escolhidos pela indústria como padrão de produção foram os discos com velocidade de 45 rpm. Eram mais duráveis do que os de 33 rpm e, além disso, possuíam maior leveza para o comércio e exportação (SUN, 2019).

4.2.3. A portabilidade do rádio

Outro elemento decisivo na evolução da portabilidade dos aparelhos de reprodução sonora foi o surgimento do rádio e das estações radiofônicas. Entre as décadas de 1910 e 1930, o rádio, juntamente com o surgimento de música no cinema¹⁷, colaborou para que o som fosse incorporado no cotidiano dos indivíduos. Com a criação de aparelhos que combinavam a função do rádio e a do gramofone (gradativamente chamado de *toca-discos*), os hábitos de escuta se moldavam em torno de caixas falantes em suas casas. Os indivíduos passaram a construir suas rotinas e expressar suas identidades a partir do manuseamento de aparelhos que permitiam a alteração de suas paisagens sonoras pela reprodução musical¹⁸.

No contexto dos avanços tecnológicos após a Segunda Grande Guerra, as descobertas no campo da elétrica e mecânica contribuíram imensamente para o desenvolvimento dos aparelhos de reprodução musical. Desde a invenção do transistor em 1947, foi possível gerar novas tecnologias cada vez mais portáteis e “miniaturizadas”, sem falar de menor custo (SUN, 2019; URRY & ELLIOTT, 2010). Eles foram os principais responsáveis por uma revolução eletrônica no final dos anos 1950, início dos 1960 (quando seu formato já era bem menor do que na época de sua criação). Tal miniaturização permitiu a mobilidade de fluxos de corrente elétrica que antes funcionavam através de tubos a vácuo

¹⁶ O material vinil é muito mais leve do que a goma-laca.

¹⁷ Note-se que não quero dizer aqui *cinema falado*. Chamo atenção para o fato de que havia agora trilhas sonoras em filmes, que colaboraram para a consolidação de uma indústria fonográfica de entretenimento que estimulava a comercialização dessas trilhas. E, por outro lado, contribuiu para a construção de uma realidade fictícia na qual a paisagem sonora ficasse evidente. Para mais informações sobre a relação da música no cinema, ver: CHION, 1994.

¹⁸ Para uma literatura sobre como a música e a performance de sua escuta constroem a experiência de identidade subjetiva e coletiva, ver: Simon Frith, 1996. Para o autor, a experiência de escutar e fazer música resulta sempre num processo do *self*, como algo móvel. “*Music isn’t a way of expressing ideas; it is a way of living them*” (FRITH, 1996, p. 111); isto é, “*music [...] gives us a way of being in the world, a way of making sense of it*” (*Idem*, p. 114). Segundo ele, a identidade se encontra menos no significado decodificado da música escutada, mas sim na atuação mútua [*mutual enactment*], em que a identidade é produzida *em performance*.

e agora eram transmitidos em frequências amplificadas pelos transistores – possibilitando a locomoção de aparelhos sem fio carregados por pilhas ou baterias. No que diz respeito aos rádios, tal tecnologia propiciou sua miniaturização e o surgimento de aparelhos de rádio portáteis no final dos anos 1960.

Quando o mercado de trabalho exige dos indivíduos sua necessidade de mobilidade e deslocamento, o *ato de escutar em movimento* encontra, numa esfera auditiva privatizada, a busca por um substituto que traga o conforto auditivo e remeta a algum lugar *familiar*. Ou seja, com a sociedade em crescente movimento, as transformações ocorridas no estilo de vida dos indivíduos contemporâneos levam à demanda por produtos que, tecnologicamente, contemplem e garantam a perpetuação de novas mudanças incorporadas nos hábitos de escuta. Isto é, a relação íntima e personalizada que vinha sendo construída entre indivíduo e audição, com o som adentrando a esfera doméstica através do rádio e da televisão, foi colocada em xeque com novas formas de trabalho, mobilidade e sociabilidade dos indivíduos.

A maior inserção das mulheres no mercado de trabalho, bem como a flexibilização desse mesmo mercado, levou a um processo de individualização *pelo* mercado de trabalho, implicando a alteração das relações afetivas e móveis (BECK, 1992). Ao correlacionar essas novas dinâmicas individuais com o surgimento do novo indivíduo e seus fones de ouvido, é possível perceber como o vínculo emocional entre hábitos de escuta e configuração de *self* é consequência da colonização da esfera privada sobre a audição – e deste sentido sobre a esfera privada¹⁹. Assim, surge também uma *necessidade mercadológica*²⁰ para compensar – e explorar de modo lucrativo – essas mudanças. A introdução de aparelhos portáteis que permitissem o contínuo desenvolvimento de uma relação íntima e afetiva entre música e ouvinte levaria o mesmo a se acostumar, cada vez mais, a moldar suas paisagens sonoras de acordo com seus gostos e preferências – e consequentemente, moldar suas experiências do cotidiano e, como vimos na pesquisa de campo, a criação de *mundos múltiplos*²¹.

4.2.4. Andando, ouvindo, dançando: o Walkman

¹⁹ Essa relação de “colonização” da audição nos remete à seção sobre encapsulamento, no tópico referente aos textos de Michael Bull (2004).

²⁰ Em uma relação mútua entre os desenvolvimentos dos aparelhos pelo mercado e uma demanda pelos mesmos devido aos novos comportamentos sociais.

²¹ São estes: o mundo de dentro e o mundo de fora, sendo o primeiro aquele acessado pelo uso dos fones, e o segundo o mundo vivenciado de forma estranha e distante pelo indivíduo ouvinte.

O salto na portabilidade – e seletividade²² – dos aparelhos de reprodução sonora ocorreu com o lançamento do *walkman* TPS L2 da Sony em 1979. Esse aparelho toca-fitas portátil pesava apenas 396 gramas e vinha acompanhado de um par de fones de ouvido (TIME, 2009). Apesar de os fones de ouvido já existirem como aparelhos consolidados para escuta doméstica de música desde os anos 1950 (WEBER, 2010), o *walkman* teve um papel essencial na individualização do ato de escutar música. Isso porque o som do *walkman* era reproduzido apenas *com* os fones de ouvido conectados a ele. A escolha pelo uso de fones de ouvido e a ausência de alto-falantes externos contribuíram para o barateamento do aparelho, que “precisava de apenas um pouquinho de força da bateria para que o amplificador acionasse os pequenos e leves *headphones*” (MORITA *et al.*, 1986, p. 89). Além disso, a portabilidade e a leveza do *walkman* e de seus fones de ouvidos, bem como o *marketing* investido pela Sony na distribuição de seu produto, permitiram que os consumidores escutassem música de modo individual e *em movimento*:

Nas décadas pós-guerra, os fones de ouvido eram considerados mais como equipamentos suplementares do que equipamentos acústicos básicos, e raramente eram usados fora de casa ou do ambiente de trabalho. Mas tudo isso mudou quando o Sony Walkman apareceu em cena em 1979 e criou a possibilidade de as pessoas se envolverem no que Karin Bijsterveld (2010) chamou de “envoltório acústico” em público. (WEBER, 2010, p. 340, tradução minha²³).

Isto é, tornou-se normal que as pessoas pudessem levar o que escutavam em casa para rua, para o metrô, de modo privativo²⁴. Assim, esses ouvintes passaram a não mais escutar os sons “públicos” como aqueles mais naturais da paisagem sonora pertencente à cidade, questão que foi levantada em vários dos relatos e conversas com alunos da escola participante da pesquisa. Em uma das conversas realizadas com uma das turmas, alguns alunos declararam como o fone de ouvido é importante para que eles *ouçam* algo, para que “não escut[em] a mesma coisa todo dia”. Certamente esse processo não ocorreu de repente, como vemos aqui com as novas possibilidades de comportamento introduzidas com a portabilidade que o *walkman* trouxe ao ato de escuta.

²² Na seção seguinte veremos como as fitas cassetes inovaram na criação de *mixes* individuais.

²³ Do original, em inglês: “*In the postwar decades, headphones were considered supplementary rather than basic acoustic equipment, and they were rarely used outside the home or work setting. But all that changed when the Sony Walkman appeared on the scene in 1979 and created the possibility for individuals to engage in what Karin Bijsterveld (2010) has called ‘acoustic cocooning’ in public.*”

²⁴ Ao contrário das caixas de som à base de pilhas, por exemplo.

O novo aparelho da Sony tinha como público-alvo consumidor os ouvintes jovens e móveis (DU GAY, 1997; MORITA *et al.*, 1986) e buscou, em seu lançamento, associar um estilo de vida àquele tipo de aparelho, numa jogada de *marketing* que garantiu seu sucesso no mercado. Um fato curioso é que o primeiro *walkman*, o modelo TPS-L2, tinha duas entradas para fones de ouvido e um botão que permitia que seus usuários pudessem conversar um com o outro de maneira sobreposta ao que estivesse tocando. A interação face a face entre os jovens foi o que inspirou a criação desse aparelho, que contribuiria para o afrouxamento dessa própria relação. O seu uso mais *individualizado* causou espanto até mesmo à companhia Sony, que esperava que seu produto fosse oferecer maior interação (face a face) entre seus usuários (DU GAY, 1997). O próprio CEO Morita reconhecia que poderia ser visto como algo *rude* escutar música sozinho e por isso colocou a segunda entrada de fones de ouvido na primeira geração de *walkmans* (DU GAY, 1997).

Esta característica individualizante do produto, de maior portabilidade e seletividade musical, propiciou que a venda de *walkmans* extrapolasse o público-alvo preterido – algo não previsto pelos marqueteiros da Sony – e passasse a ser adquirido por consumidores de variadas idades e nichos (DU GAY, 1997). O costume de associar a escuta de sons e música a ambientes privados e íntimos, a emoções e expressões do *self*, encontrou, num aparelho portátil e como o *walkman*²⁵, canal concreto de sua manifestação. Na Era Digital, que constitui o cotidiano paulistano dos adolescentes participantes desta pesquisa, esses costumes se intensificaram através do uso de *smartphones*, redes de *streaming* e fones de ouvido cada vez mais portáteis e invisíveis – como os fones intra-auriculares sem fio.

A miniaturização dos componentes tecnológicos foi crucial para o desenvolvimento de maior portabilidade, e colaborou não apenas para que os *aparelhos* de reprodução sonora fossem miniaturizados, como também para que os *formatos musicais* passassem por uma micromaterialização (STERNE, 2006), como arquivos digitais de música MP3 e músicas em *streaming* que serão analisados a seguir.

²⁵ E outros toca-fitas generalizados que não fossem da marca Sony.

5. O PROBLEMA DA SELETIVIDADE

Apresento aqui o conceito de seletividade e como ele colabora para a manutenção de uma nova modalidade de interação entre o indivíduo e a esfera auditiva. Através da maior seletividade, os ouvintes se acostumaram a *escolher* o que querem escutar e a se *reinventarem*, na medida em que alteram sua relação de espaço-tempo, através de uma maior sensação de autonomia sobre suas experiências de realidade. Como o leitor e leitora perceberão, o foco deste capítulo está nas novas dinâmicas fornecidas pela seletividade dos aparelhos digitais de reprodução sonora e suas plataformas¹ – musicais ou não².

Considero que os fones de ouvido junto com os aparelhos *smartphones* da atualidade possuem o maior nível de seletividade já observado na história dos aparelhos de reprodução sonora. São esses aparelhos que, devido à proximidade e aos vínculos emocionais que deles são auferidos, constituem-se, cada vez mais, como extensões corporais dos indivíduos da contemporaneidade. Apresento também a teoria de *affordances* comunicativas, que permite angariar instrumentos para melhor explorar o conceito de seletividade e, ao mesmo tempo, possibilita diálogos com o conceito de portabilidade. Este capítulo pretende esclarecer de que modo o acesso à infinitude de conteúdos pelo fone de ouvido se relaciona com as categorias³ do novo indivíduo e sua sensação de autonomia.

5.1. O conceito

Seletividade consiste no leque de conteúdos possíveis de serem acessados através de um aparelho. Esses conteúdos podem ser pensados, para fins didáticos, em dois campos: em termos de *convergência de conteúdos* – isto é, imagens, música, vídeos, redes sociais, telefonemas, *e-mails*, agendas, tudo acessado a partir de um aparelho apenas; e em termos da *diversidade* dentre esses conteúdos – ou seja, imagens (de quem/do quê), músicas (de quem/de onde etc.), vídeos (quais vídeos?) etc. É na intersecção desses dois campos que se

¹ Entende-se, aqui, *plataforma* como: aplicativos *on e/ou off-line*, redes sociais, joguinhos etc.

² Percebe-se que, devido à convergência de conteúdos nos aparelhos digitais, os próprios conteúdos se entrelaçam, e surge uma multiplicidade de ações e funções em uma só plataforma.

³ São estas: reinvenção, dinamismo, mudança instantânea e episodicidade da vida, apresentadas por Elliott e Lemert (2006).

busca analisar as consequências advindas da seletividade dos aparelhos de reprodução sonora sobre o comportamento e expressão dos indivíduos na sociedade ocidental. O objetivo aqui é demonstrar como há uma tendência, graças à maior seletividade, de que os indivíduos estejam se tornando *mais donos* de suas narrativas de vida, mais conscientes de si, através da reconfiguração de suas experiências de realidade mediadas e acessadas constantemente por mídias e aparelhos digitais.

5.1.1. Cultura de convergência e diversidade de conteúdos

A cultura da convergência envolve três conceitos: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva (JENKINS, 2009). Para discutirmos a seletividade dos aparelhos digitais e, principalmente, dos de reprodução musical, são relevantes os dois primeiros conceitos apresentados pelo autor. A cultura de convergência não envolve apenas a convergência de conteúdos em um único aparelho midiático, como Jenkins observa:

Por convergência, [o autor se refere] ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p. 20).

Sobre a *diversidade* de conteúdos digitais, é importante ressaltar a possibilidade de produção e consumo de conteúdos pelos próprios indivíduos. Se por um lado a diversidade midiática é controlada por uma indústria de *marketing* digital que trabalha para que determinado conteúdo chegue a um perfil de consumidor específico, criando o que muitos autores chamam de *bolhas* nas redes sociais⁴, por outro lado os próprios indivíduos possuem uma série de ferramentas digitais a sua disposição para criar o conteúdo que será consumido⁵.

⁴ Os algoritmos organizam os dados oferecidos pelo indivíduo – seja a sua geolocalização, o *like* em uma página ou em determinado *post*, a compra de um livro específico na Amazon, dentre inúmeras outras ações no mundo digital que fornecem informações pessoais – e direcionam o indivíduo a conteúdos que sejam compatíveis com seus gostos e preferências, através da escolha de um *perfil* de consumo no qual ele melhor encaixa. As bolhas digitais têm consequências e dialogam intermitentemente com o mundo *off-line* (SCHROCK, 2015; ITO *et al.*, 2005).

⁵ Isso não deixa de ser relacionado às bolhas sociais, nem mesmo impede a criação delas, mas permite que o indivíduo aja de modo menos passivo nas suas rotinas *on-lines*. Faço referência aqui à criação de *posts*, *stories* com vídeos ou fotos, curtos documentários, *vlogs* ou *blogs*, músicas etc. É interessante notar o processo de profissionalização de algumas dessas plataformas, com destaque para o surgimento de *youtubers* ou *instagramers* das mais variadas idades no Brasil. (FUENTES, 2018). Essa *virtualização* das profissões e do mundo do trabalho é também efeito da flexibilização do mercado de trabalho que teve início pós-Segunda Grande Guerra e que, com o advento da internet e da Era Digital, tende a ser acelerada em seu ápice, na medida em que os indivíduos têm que *se virar* para fazer seu ganha-pão num mundo onde cada vez mais certas

Com perfis cada vez mais personalizados, o contato constante com algoritmos que coletam informações depositadas pelo usuário de internet faz com que eles, os algoritmos, *aprendam* (literalmente, por um processo chamado *deep learning*) a produzir dados e conteúdos que reflitam os gostos e atendam às demandas daquele indivíduo⁶. Isso também reflete o que hoje chamamos de *prosumption* (prosumo): o indivíduo consome e produz ao mesmo tempo em que consome aquilo que foi gerado a partir do que ele produziu.

A seletividade dos aparelhos digitais, portanto, diz respeito às diversas maneiras pelas quais os indivíduos podem auferir, de seus aparelhos, fragmentos emocionais de seu *self*. As tecnologias facilitam a contenção emocional [*emotional containment*] dos indivíduos (URRY & ELLIOTT, 2010; ELLIOTT, 2019). O *self* é transformado a partir do investimento emocional que cada um transfere a plataformas e aparelhos digitais, seja ao conectar-se ao *Facebook*, escutar uma música que vá *aliviar* a ansiedade de se pegar um ônibus lotado, ou assistir a algum vídeo que leve o indivíduo a submergir em uma *fantasia* da realidade – ou no *mundo de dentro*⁷ –, dentre outros (ELLIOTT, 2019). Desse modo, a partir da possibilidade de seleção de maior número de conteúdos, funcionalidades e plataformas, os indivíduos têm, em seus aparelhos digitais portáteis, mais recursos para alterarem suas experiências do cotidiano, bem como as várias performances do *self*. Um dos participantes da pesquisa relatou ter uma relação com o fone de ouvido tão forte e integradora de suas emoções, que nos dias mais tristes e desanimados ele não consegue usá-lo:

[...] [eu fico com] desânimo que eu falo, tipo... é eu levantar meio na *bad* [...] pra você entender mais fácil. Tipo um desânimo, [por] exemplo, não quero comer, [...] só quero ficar deitado, não quero sair pra rua, pra lugar nenhum, [...] aí eu já nem uso o fone, sabe? [...] às vezes eu vejo vídeos na internet, mas sem o fone. Porque... ah, sei lá, mas... tipo, eu não ponho [sic] o fone quando eu 'tô [...] meio desanimado. Eu fico meio na minha e deixo o fone de lado, [...] fico tranquilo o dia inteiro sem o fone. (ENTREVISTADO 8, áudio 8).

Este mesmo aluno relatou usar o fone quinze horas por dia em dias *normais* – isto é, *não desanimados*. Evidentemente há uma questão psicológica a ser investigada nessa relação,

profissões passam a ser extinguidas ou substituídas – no caso de *youtubers* e afins, não é necessária/obrigatória a formação em Comunicação para gerar conteúdo que resulte em lucratividade.

⁶ Um exemplo é o mecanismo utilizado pelo *Spotify* na criação semanal de *playlists* personalizadas para todos os mais de 40 milhões de usuários da plataforma (DIAS, 2017) .

⁷ *Fantasia* é o termo utilizado por Elliott e Lemert (2006) na denominação da realidade criada pelos novos indivíduos que não percebem as contingências da sociedade sobre suas autonomias, enquanto *mundo de dentro* é o termo encontrado nos relatos da pesquisa de campo que faz referência, especificamente, ao mundo escutado e acessado com o uso de fones de ouvido.

que extrapola o contexto da atual pesquisa. O que nos interessa aqui é entender que existe um vínculo emocional entre os fones e os jovens participantes desta pesquisa, o qual interfere não apenas no conteúdo a ser escutado, como também na escolha sobre o uso ou não daquele aparelho. Para elucidar melhor como o uso do fone de ouvido afetou as emoções do adolescente do trecho acima, segue outro relato do mesmo participante, no qual ele elabora como esse aparelho é fundamental no seu cotidiano:

Pra mim o fone, o fone é tudo, né? [...] pra mim o fone [...] também é motivação, parece que te concentra mais, tem barulho a seu redor você coloca o fone, faz aquela coisa que você 'tá fazendo. [...] Pra mim, tipo... sempre 'tô [...] quinze horas por dia de fone, o tempo inteiro na escola, chego de tarde, vou ver série, vou ver vídeo no *YouTube*, fico bastante tempo. Depois eu vou fazer as coisas com minha vó, depois que eu saio [da escola], depois que eu faço as coisas com ela, eu volto de noite e ainda continuo escutando música antes de dormir. (ENTREVISTADO 8, áudio 1).

Isto é, o uso do fone de ouvido torna-se unidade de medida para o humor e sensações de bem-estar desse indivíduo ouvinte. Outra aluna relatou que o fone a deixa “tão animada”, que ela “tem que tirar” o fone para dançar: “Às vezes se eu estou escutando música eu paro e fico cantando, às vezes eu danço, tipo... é uma coisa muito louca” (ENTREVISTADA 2, áudio 2). Isto é, o fone ativa certas memórias e sensações daquela ouvinte. Os aparelhos digitais são capazes de oferecer aos indivíduos novas maneiras de se expressarem emocionalmente, mesmo em locais onde isso antes não era possível, por exemplo em situações de movimento, no trem, ao conversar no telefone com alguém querido. Mesmo quando não são ativadas⁸, essas tecnologias garantem ao indivíduo o conhecimento de que ele ou ela podem se conectar a qualquer momento com algum *outro* virtualmente, sanando parte de suas ansiedades (URRY & ELLIOTT, 2010). Neste ponto vale salientar que a possibilidade de se conectar com uma música do passado ou alguma canção que remeta a determinado tipo de humor, ou a sua vida pessoal, também contribui para a contenção dos *males* de se ver distante afetivamente da família, de amigos etc.

Em outro relato, um dos adolescentes declara: “Eu gosto da música animada e contagiante porque eu sou um cara muito animado no dia a dia, gosto de dançar, kkkkkk⁹ [sic]” (ENTREVISTADO 6). Este último aluno só utiliza o fone em transportes públicos, e me contou que já começou a dançar sem perceber e como não pôde evitar de isso acontecer:

⁸ A esta função é dado o nome de *motility*, isto é, a *mobilidade em potencial* que essas novas tecnologias oferecem para as relações pessoais contemporâneas (URRY & ELLIOTT, 2010).

⁹ Na linguagem escrita da internet e em mensagens de texto, “kkkk” expressa *risos*.

E em público eu não gostava [de dançar], por estar rodeado de pessoas desconhecidas e elas me acharem um bobo e *taus* [sic]. Hoje não, hoje eu penso [...] que não vou ver mais essas pessoas e não ligo para o que os outros vão pensar. Se é uma forma de me expressar, eu devo fazer. (ENTREVISTADO 6, 26/11/2019).

Os fones permitem que o indivíduo se expresse e se conecte com versões de seu *self*, independente do espaço em que ele esteja. O fone de ouvido protege o aluno de qualquer estímulo externo: enquanto escuta sua música animada, ele pode transformar um ônibus numa pista de dança, num palco de show. Vale ressaltar que, ao descrever as situações dançantes vivenciadas com o fone de ouvido, o aluno em questão também trouxe à tona sua ascendência: “Descendente de nordestino: P [emoji sorrindo]” (ENTREVISTADO 6, 26/11/2019). Ou seja, ele tem consciência de quem é e de sua origem e, ao relatar que *já se pegou dançando* em um ônibus ou em locais públicos, atrelando isso à sua ascendência, percebe como o fone de ouvido colabora para que ele possa expressar essa versão de seu *self*, de acordo com sua história e identidade.

A partir do uso de seus aparelhos e dos conteúdos acessados através deles, os indivíduos combinam diferentes tipos de mídia de acordo com seus gostos e preferências, e tomam uma postura ativa na relação com tecnologias digitais (BOASE, 2008). Há um propósito, uma *intenção* na escolha individual de uma ou outra mídia ou conteúdo – por exemplo, optar por uma plataforma de conversação no aparelho celular para manter contatos pessoais que estão distantes. Segundo o sociólogo Jeffrey Boase (2008), as novas tecnologias de comunicação permitem o surgimento do que ele chama de “sistema de comunicação pessoal”, no qual os indivíduos escolhem utilizar aparelhos que convergem diversas mídias de comunicação, conforme suas necessidades pessoais e individuais. Tais colocações nos levam ao próximo tópico, sobre a teoria de *affordance social*.

5.1.2. Seletividade e a teoria de *affordances*

Uma teoria que nos ajuda a analisar de que maneira a seletividade de mídias e conteúdos pode interferir na relação do indivíduo com o *self* é a teoria de *affordances*. Tal teoria, cunhada pelo psicólogo James Gibson, mas apropriada posteriormente nas áreas de comunicação e sociologia, se preocupa em compreender a interação entre os indivíduos, determinadas propriedades dos objetos com os quais interagem e os usos que os indivíduos fazem desses objetos (BOASE, 2008). Quando aplicada ao estudo sobre aparelhos digitais e

seus conteúdos – aparentemente – “infinitos”, a teoria de *affordances*¹⁰ colabora para perceber quais comportamentos¹¹ surgem a partir do uso desses aparelhos e quais permanecem ou sofrem alterações no novo ambiente pelo qual o indivíduo da sociedade ocidental circula nos dias de hoje – um ambiente repleto de conectividade, típico da Era Digital.

A partir desta teoria foi forjada a expressão *affordance comunicativa*. Ou seja, a capacidade da tecnologia de despertar a percepção do indivíduo sobre sua própria agência, a fim de adotar um determinado tipo de comunicação e interação que não seria possível sem a existência desses objetos/aparelhos¹². Aqueles que investigam a *affordance* comunicativa concentram-se sobre as *práticas* provenientes das novas tecnologias, e não nos seus efeitos sobre as relações sociais (SCHROCK, 2015). Isto é, na maneira pela qual os indivíduos, através do contato e uso daqueles aparelhos, (res)significam hábitos do cotidiano. Apesar de os indivíduos não criarem *affordances*¹³, não há uma relação causal entre objeto e indivíduo, e sim uma relação construída a partir do uso e implementação constante daqueles hábitos no cotidiano. Tal quesito nos interessa em particular, porque corrobora o argumento do *assemblage cyborg* de que há uma interdependência mais forte entre indivíduo e tecnologia, uma vez que os indivíduos passam a expressar seu *self* constantemente através de novos aparelhos digitais e suas plataformas – que seriam extensões de seus corpos humanos.

Ao esclarecer o que são “*affordances* comunicativas de mídias móveis” (*mobile media*), Andrew Schrock (2015) analisa quatro *affordances* relacionadas aos elementos discutidos aqui – a saber, portabilidade e seletividade. São elas: (1) portabilidade, (2) disponibilidade/acessibilidade (*availability*), (3) localização (*locability*), e (4) multimidialidade (*multimediality*). Para o autor, mídias móveis são “uma classe de dispositivos móveis, incluindo celulares, *smartphones* e *tablets*, que integram multimídia (tipicamente um microfone e uma câmera), uma conexão de rede sempre-on e,

¹⁰ Literalmente, a teoria de *affordances* lida com as interações, comportamentos e usos que os objetos, com os quais os indivíduos se relacionam, despertam/*providenciam* (*afford*) nos mesmos.

¹¹ No quesito musical, temos que, por exemplo, novas formas de se compartilharem músicas surgem. Basta um toque na tela *touchscreen* do aparelho *smartphone* – seja pela plataforma *YouTube*, *Spotify*, ou até mesmo o velho formato MP3 – e você pode enviar suas canções favoritas para amigos, postar nas redes sociais, não havendo mais a necessidade da presença física *nem* do formato musical, *nem* do encontro social. Em um segundo, o indivíduo está compartilhando uma música com um amigo, no outro, ele pode escolher abrir um *app* do seu banco e pagar contas, tudo isso enquanto pega o metrô para ir a uma reunião de trabalho – ou enquanto senta no sofá da casa com sua família na frente da televisão.

¹² Por mais que a teoria de *affordances* utilize o termo *objeto*, prefiro falar em *aparelho*, para demonstrar mais precisamente a relação entre os indivíduos e os aparelhos aqui descritos.

¹³ Os indivíduos podem alterar os usos sobre as tecnologias e seus hábitos, mas as alterações das *affordances* comunicativas requerem uma variação radical no tipo de tecnologia utilizada em uma sociedade, que, segundo Schrock (2015), é controlado, na maioria das vezes, pelos fabricantes dos aparelhos e plataformas digitais.

frequentemente, execução de *softwares* móveis ou ‘*apps*’” (SCHROCK, 2015, p. 1234, tradução minha¹⁴).

Dentro de seu conceito de *affordance de portabilidade* em mídias móveis, o autor se concentra principalmente nas diferenças que esses aparelhos teriam frente às antigas tecnologias. Enquanto o *walkman*,¹⁵ com seu fone de ouvido, permitiu à música e aos sons movimentarem-se por espaços públicos, dividindo a atenção dos indivíduos nos ambientes em que circulavam, o uso de fones de ouvido com o auxílio de *smartphones* aumenta tal “desatenção” – ou atenção *multidirecionada* –, porque estes aparelhos possibilitam relações de comunicação diversas e simultâneas.

O que Schrock chama de *availability* e multimidialidade se relaciona profundamente com *seletividade*. Enquanto a *affordance de availability* (disponibilidade/acessibilidade) diz respeito às práticas de multiplexidade, frequência de uso, e contato direto (*directedness*) frente às mídias móveis (SCHROCK, 2015), podemos dizer que este aspecto dialoga diretamente com a convergência de conteúdos e mídias em um único aparelho. Um elemento importante sobre esta *affordance* é que ela permite que os aparelhos estejam sempre na *frequência*¹⁶ do indivíduo. Ela possibilita que o indivíduo escolha qual o nível de disponibilidade *ele* quer oferecer aos outros, a partir do uso desses aparelhos (SCHROCK, 2015). Isto é, não se trata apenas da disponibilidade de acesso do aparelho *para* o indivíduo, mas do modo como ele utiliza os aparelhos e suas plataformas a fim de se colocar mais ou menos disponível com quem ele esteja se comunicando. No caso do ouvinte de fones de ouvido, o nível de *disponibilidade* deste indivíduo frente àqueles que circulam a seu redor é reduzido, por exemplo.

Na pesquisa empírica, foi possível observar vários dos alunos usando o fone como uma ferramenta que reforça de modo paradoxal o caráter *blasé* do seu dia a dia. Eles evitam conversas indesejadas, uma vez que não oferecem atenção a determinado diálogo – no caso de escutarem seus fones *ligados*, ou ao usarem os fones sem áudio, ou *desligados* –, tendo o

¹⁴ Do original: “[...] are a class of mobile devices including cell phones, smartphones, and tablets that integrate multimedia (typically a microphone and camera), an always-on network connection, and often, the running of mobile software or ‘apps’.”

¹⁵ Schrock utiliza o exemplo do livro e como ele permitiu a portabilidade da escrita e da leitura, alterando a atenção dos indivíduos sobre os espaços – mas chama atenção para o fato de que esses materiais não possibilitavam uma comunicação bidirecional, como as mídias móveis do século XXI o fazem. Entretanto, opto aqui por analisar, de modo análogo, o *walkman*, devido a sua maior importância para o decorrer desta pesquisa.

¹⁶ No sentido figurado, como um rádio: “Availability is, like a radio, tuned within a user’s comfort zone” (SCHROCK, 2015, p. 1236). A metáfora com “zona de conforto” e “rádio” contribui ainda mais para mostrar como a seletividade musical e sonora permite que o indivíduo esteja no controle de sua experiência cotidiana.

controle sobre sua disponibilidade ou não, demonstrando entender qual imagem sobre si mesmos eles querem passar àqueles a seu redor.

Sobre as relações “comunicacionais” desses alunos e o uso do fone de ouvido nas interações face a face, percebe-se que há um comportamento típico na rotina daqueles que tentam se comunicar com ouvintes de fone. No campo foi possível perceber duas situações: a primeira, quando é preciso retirar o indivíduo ouvinte de sua imersão auditiva a fim de realizar *contato*; e uma segunda situação, na qual o uso dos fones é manipulado de modo a permitir que a comunicação face a face aconteça, independentemente de uma das partes (o ouvinte de fones) se encontrar em uma paisagem sonora não compartilhada. A seguir relato o ocorrido em uma ocasião que se mostrou frequente no que diz respeito à primeira situação comunicacional observada. Em uma das salas de segundo ano, um aluno chamou seu colega que, usando fones de ouvido e mexendo no seu celular, estava sentado próximo de onde eu me encontrava. Na falta de uma resposta do colega – isto é, ao perceber que ele não tinha *visto* ou *escutado* o seu chamado –, o aluno levantou-se da carteira e foi até o colega que escutava fones de ouvido. Ele cutucou-o para *fazer contato*. O colega tirou um dos fones, e eles iniciaram a conversa. Inúmeras vezes esse hábito se repete em sala de aula.

Sobre a segunda situação observada, concernente ainda à disponibilidade do indivíduo ouvinte frente ao outro não ouvinte de fones, seguem os seguintes relatos. Uma das perguntas realizadas nas conversas com as turmas sobre o uso de fones durante encontros face a face tinha como objetivo entender melhor a avaliação geral deles a respeito deste comportamento – o de escutar fones enquanto conversam. Para isso, foram apresentadas a eles duas problemáticas: (1) se eles se incomodam quando conversam com alguém e aquela pessoa está com o fone de ouvido; e (2) se eles usam fones de ouvido enquanto conversam com alguém – como uma pergunta provocativa, a fim de captar suas reações após seus relatos sobre “irritarem-se” ou não ao conversarem com alguém de fones.

Aqueles que responderam se sentir incomodados apontaram como razão o fato de a pessoa ouvinte de fones “estar distraída” – Schrock diria *menos disponível* – quando conversa enquanto escuta fones. Perguntados sobre “Como vocês sabem que a pessoa com fone de ouvido está distraída?”, uma aluna do primeiro ano respondeu: “Eu sei porque, quando elas conversam comigo e eu ’tô com o fone de ouvido, eu ignoro elas, então eu sei que elas fazem a mesma coisa que eu faço com elas”. Nesse relato, vemos um exemplo do modo reflexivo pelo qual o uso do fone de ouvido faz os indivíduos apreenderem a realidade a sua volta dentro da *affordance* de disponibilidade explanada acima.

Além disso, a questão de “só escutarem o fone *ligado* se estiverem conversando com uma pessoa *chata*” foi levantada como uma justificativa para o incômodo daqueles que se sentiram incomodados. Isto é, se eles escutam fones quando estão conversando com pessoas *chatas*, é institucionalizado e natural no contexto daqueles alunos que eles sejam vistos como *chatos* em certas situações. A respeito da segunda parte da pergunta (sobre se eles usam fone enquanto conversam), aqueles que participaram mais ativamente das intervenções em sala responderam que abaixam o volume do fone de ouvido quando vão conversar face a face. No questionário aplicado, as seguintes respostas foram obtidas: enquanto 41% dos respondentes relataram retirar os dois fones de ouvido quando iniciam uma conversa cara a cara, o restante permanece com, pelo menos, um dos fones acoplados ao canal auditivo (Tabela 2). De fato, o uso do fone de ouvido altera as relações entre ouvinte e *não ouvinte*¹⁷ do mundo *externo*, ou *off-line*, e há uma gama complexa de elementos que levam os alunos a tirarem ou não seus fones, usarem-nos com ou sem áudio. Enquanto menos da metade dos respondentes (36,4%) usa o fone com o áudio ligado enquanto conversa, 78,7% responderam afirmativo sobre já terem usado o fone sem nenhum som ligado, sendo que 7,1% do total de respondentes assinalaram que *nunca esqueceram* o fone sem som no ouvido, mas que na verdade fazem isso por hábito (Questão 10).

A multimidialidade dos novos aparelhos de mídias móveis contempla também, mas não apenas, o nível de convergência *entre* plataformas – isto é, convergência de usos de mídias, como nos casos da postagem de fotos e textos, nas caixas de conversa, nos vídeos em *streaming*. A multimidialidade permite que os indivíduos criem uma nova relação *com* a comunicação, ao elevar o nível afetivo auferido daquilo que é *visto*, na medida em que a própria comunicação se torna mais visual (SCHROCK, 2015) – através da implementação de imagens, vídeos, *emojis*. No quesito sonoro, as novas maneiras de interação móvel, seja por mensagens de áudio ou compartilhamento de músicas e vídeos, contribuem para que o indivíduo altere seu próprio conceito de comunicação¹⁸, o que afeta, tanto o mundo *off* quanto o mundo *on-line*. Tal dinâmica reforça o argumento de que a maior seletividade de um aparelho complexifica as relações do *self*, uma vez que os indivíduos (re)modelam suas

¹⁷ *Não ouvintes* daquele mundo próprio que é criado pelos indivíduos com seus fones.

¹⁸ Nos dias de hoje, o sinal com as mãos em *hangloose* – em que uma pessoa imita o formato de um telefone com a mão fechada, apenas com os dedos mindinho e dedão abertos, por exemplo – é raramente usado para passar a mensagem “*liga pra mim*”. A razão para tal é que ligações telefônicas, no geral, diminuíram sua importância dentro do ambiente de *comunicação* na vida dos novos indivíduos. Poder enviar áudios de curta duração por *Whatsapp* – ou longa, dependendo do usuário daquela plataforma – ou curtos vídeos, pelo *Telegram*, altera não somente a dinâmica de interação comunicativa entre os envolvidos na *conversa*, como a percepção sobre o que significa *conversar* e *se comunicar* nos tempos atuais.

relações sociais através das emoções auferidas dessas mídias móveis e, portanto, suas próprias experiências de realidades são alteradas.

A questão da *affordance* de localização (*locatability*) dos aparelhos digitais permitiu, principalmente a empresas e cientistas, por meio de algoritmos, acessarem essas novas informações de localização e usá-las para avaliar mudanças comportamentais em relação à comunicação dos indivíduos (SCHROCK, 2015). Foi observado que os usuários preferem, muitas vezes, fornecer informações sobre sua localização através de hábitos mais *antigos*, como enviar uma mensagem de texto sobre onde estão (SCHROCK, 2015). Ao mesmo tempo, há um crescimento no número de usuários que utilizam a funcionalidade de compartilhar a *localização em tempo real* com amigos, ou mesmo usar sua geolocalização combinada com um mapa *on-line* para chegar aonde pretende, sem ter que interagir face a face com outros no mundo *offline*¹⁹. Diversos tipos de interações são possíveis graças ao *affordance* de localização, o que aumenta o interesse dos indivíduos com a ideia de *local*²⁰. Nota-se uma nova concepção de espaço, o *existir* em um espaço se altera. O *taggeamento* (*tag*: marcação²¹) de fotos, vídeos, *stories*²², ou o uso do *check-in* nos respectivos lugares onde essas mídias foram capturadas, com a conexão dos arquivos às localidades no *Google Maps*, torna esse processo mais perceptível. A toda hora o indivíduo pode, facilmente, *marcar* o local onde esteve ou onde está, além de fazer comentários sobre esses locais, correlacionadamente às funcionalidades das redes sociais que ele utiliza.

¹⁹ A diminuição aparente na interação face a face, graças ao uso constante de aparelhos digitais, levou o inglês Gary Turk a realizar, em 2014, um vídeo chamado *Look up*. O vídeo viralizou na *web* na época, e no momento registrado neste trabalho (23/05/2019) possuía mais de 61 milhões de visualizações seu canal oficial na plataforma *YouTube*. O vídeo critica, poética e equivocadamente, a *falta* de “sociabilidade” que estas mídias digitais trazem para o nosso cotidiano, e mostra várias situações em que pessoas estranhas não interagem porque estão *ligadas* com os “olhos para baixo”, fitando seus aparelhos. Uma das cenas que leva a uma história romantizada ao final do vídeo é a de um homem conhecendo alguém porque está procurando um endereço a partir de algo escrito num pedaço de papel, *versus* uma outra dimensão em que este mesmo homem utiliza *apps* de geolocalização e acaba *perdendo* a oportunidade de conhecer outras pessoas. Para acessar o vídeo completo: <https://www.youtube.com/watch?v=Z7dLU6fk9QY>.

²⁰ A própria sensação de *localidade* é experimentada de modo aumentado, de modo que: “Ei, isto é um *lugar*... o lugar *x*! Eu estou aqui, ou quero ir lá, ou conheço alguém que foi lá, e eu posso interagir com esta informação de modo explícito”.

²¹ A tradução correta seria “etiquetamento”, mas optei pelo uso de “marcação” por causa da linguagem utilizada pelos brasileiros nas redes sociais, que incorporam o verbo no inglês sem a tradução, porém abreviado: “Vou te *taggear* em uma foto”; ou utilizam o verbo “marcar”, já que as pessoas ficariam *marcadas* na foto: “Depois me *marca* lá na foto”.

²² *Stories*, em português “histórias”, é uma modalidade de mídia fornecida por várias plataformas, como *Whatsapp* e *Instagram*, em que o usuário posta uma imagem, texto ou vídeo, que fica *on-line* por apenas 24 horas e depois desaparece para os usuários. Isto é, uma *versão* de seus dias, de sua realidade, de fato uma *história* dentre as várias que virão, e desaparecerão, marcando o dinamismo da realidade do novo indivíduo.

As diversas possibilidades que as últimas três *affordances* analisadas oferecem ao indivíduo se relacionam proporcional e diretamente com o nível de seletividade de conteúdos de seus aparelhos. Quanto maior a seletividade de conteúdos, e maior a convergência dos mesmos em apenas um aparelho, maiores serão as *affordances* de disponibilidade, multimidialidade e localização que eles têm para preencher as necessidades e demandas de seus usuários. Nos aparelhos de reprodução musical, a evolução de maior seletividade foi permitindo a complexificação do *self* e a institucionalização do controle individual sobre suas paisagens sonoras, até chegarmos ao modelo do fone de ouvido da Era Digital.

5.2. Seletividade dos aparelhos de reprodução musical

A partir da análise sobre o desenvolvimento dos aparelhos de reprodução musical, perceberemos como a demanda por maior seletividade foi se configurando constantemente como parte do *self* dos indivíduos, num processo em que o acesso a conteúdos foi se expandindo. Esse processo de reestruturação dos hábitos de escuta permitiu que a audição fosse se personalizando de acordo com os gostos e preferências individuais, desenvolvidos – e mantidos – graças às novas tecnologias de reprodução sonora.

Sendo assim, o que acontece com a experiência do cotidiano na sociedade contemporânea é que, através da audição do som *escolhido*, ela passa a ser moldada *individualmente*. Os hábitos de escuta do que é selecionado pelos indivíduos contribuem para perpetuar uma cultura do *self*, que passa a colonizar a realidade pelos – e ser colonizada através dos – sons *ao redor*. Devido aos aparelhos de reprodução sonora, o espaço que antes capturava esses sons *ao redor* torna-se cada vez mais próximo ao *interior* de cada ouvinte e menos pertencente a um mundo exterior, num processo que envolve tanto a portabilidade quanto a seletividade dos mesmos.

Tal dinâmica teve início quando a música e os sons passaram a ser deslocados de ambientes públicos, antes exclusivos para a reprodução sonora, para ambientes privados. Em relação à seletividade, podemos argumentar que a primeira experiência de controle sobre as paisagens sonoras em locais públicos começou através do uso das *jukebox* fonográficas no final do século XIX. Como apresentado no capítulo anterior, com um *nickel*, qualquer pessoa podia escolher o que fosse tocar em um dos estabelecimentos ou espaços que tivessem a presença desse aparelho.

Neste escopo, cabe analisar como alguns aparelhos de reprodução permitiram ao indivíduo a expressão de *self* através dos mesmos, transformando sons em *containers* de suas emoções e identidades, desenvolvendo comportamentos sociais frente à construção de realidades que antes não eram possíveis²³. Para tal, serão analisados aqui o rádio, o disco vinil, as fitas cassetes, CDs, os MP3 *players* e os *smartphones* como plano de fundo para compreender o desenvolvimento sociotécnico da relação entre os novos indivíduos e os fones de ouvido desta pesquisa.

5.2.1. O rádio e o vinil²⁴

O uso do rádio se tornou altamente difundido nos anos 1920 (SUN, 2019). Vários estabelecimentos tinham um aparelho de rádio, e ele se tornou o principal meio de comunicação para a transmissão de notícias, músicas, novelas, abarcando desde a indústria do entretenimento até o jornalismo. Dentro de casa, passou a ser um aparelho em volta do qual a família se reunia para compartilhar daquilo que estivesse escutando. Como Heike Weber nota, ao se referir a Friemert:

[...] com o advento dos alto-falantes e a “domesticação” dos rádios na década de 1930, a escuta no rádio deixou de ser uma atividade somente do *radio amateur* para ser uma atividade de lazer para toda a família (Friemert, 1996). As donas de casa também ouviam rádio enquanto estavam ocupadas com as tarefas domésticas²⁵. (WEBER, 2010, p. 341, tradução minha²⁶, grifo meu).

Música e programas de rádio passaram a incorporar a paisagem sonora doméstica de um modo como não havia ocorrido até então com os sons na história. A seletividade sonora se tornou mais acessível e abrangente, uma vez que a música, ou qualquer programa que fosse *reproduzido* no rádio, chegava às residências através das ondas de rádio, em sua maioria sem

²³ Porque as realidades acessadas só foram multiplicadas a partir de um maior número de conteúdos passíveis de serem selecionados.

²⁴ Por mais que o toca-discos seja cronologicamente mais antigo do que o rádio, optei por realizar, primeiramente, a análise deste último aparelho, pois foi apenas em 1948 que o disco de goma-laca foi substituído pelo vinil (LP). Considero aqui a era do vinil mais relevante para a análise do que a era do disco de goma-laca, devido à maior capacidade de tempo de armazenamento e à popularização do disco de vinil em relação a seu antecessor. Vale mencionar a relação direta que havia entre a venda de LPs e o sucesso de artistas de rádio e, posteriormente, da televisão.

²⁵ Ao tratar, por exemplo, da população alemã – que é o foco do estudo do autor em questão –, o aparelho de rádio permanecia, nessa época, na sala de estar ou na cozinha e com uma média de escuta de três horas por dia – o que alterou significativa o modo alemão de passar o tempo em casa (WEBER, 2010).

²⁶ Do original, em inglês: “with the advent of loudspeakers and the ‘domestication’ of radios in the 1930s, radio listening turned from being a solo activity of the radio amateur into a leisure activity for the whole family (Friemert, 1996). Housewives would also listen to the radio while busy with their domestic chores”.

cobrança pelo conteúdo. Não era necessário que a música transmitida fosse comprada pelo seu ouvinte²⁷. Com o advento da televisão nos anos 1940, o rádio passou a se concentrar na reprodução musical, já que o suporte financeiro da indústria de *marketing* migrou grande parte de seu investimento para a indústria televisiva, o que restringiu a manutenção de programas mais complexos como radionovelas (SUN, 2018).

Graças às músicas e aos artistas que obtinham sucesso através do rádio, a indústria fonográfica reagiu com um aumento positivo na venda de discos vinil, o que auxiliou, pouco a pouco, o início da construção do que hoje chamaríamos de *playlists* individuais. O aparelho de rádio foi capaz de aproximar os ouvintes a estilos musicais e a informações que antes eram muito distantes da realidade próxima aos mesmos:

No campo da música, a transformação do objeto de arte único, que é consumido por pequenos grupos, em objeto de arte reproduzível e consumido em massa encontrará no rádio, a partir dos anos 1930, a grande mídia que política e tecnicamente promoverá a produção cultural (produção musical, radioteatro) e reprodução de obras musicais gravadas em discos (produção e difusão realizada pela indústria fonográfica). (FRANCISCO, 2014, p. 61).

Esse caráter de massa contribuiu para que as distâncias físicas se tornassem cada vez mais irrelevantes no que diz respeito ao acesso ao conteúdo radiofônico. O rádio permitiu que músicas diversas, de artistas e grupos diversos, que antes circulavam em ambientes específicos, bem como em países específicos, chegassem a um público heterogêneo e geograficamente disperso (FRANCISCO, 2014; ECO, 2011). O rádio tornou-se um importante mediador na relação entre ouvinte e produção musical, de modo que a música deixou de ser consumida apenas em salões ou festas – lugares tipicamente públicos. Ele introduziu, diretamente no nosso ambiente privado, a possibilidade de uma nova paisagem sonora, gerada a partir de uma caixa falante de acordo com a vontade e escolha do indivíduo.

Essas escolhas, isto é, a seletividade musical dos ouvintes, eram possíveis graças à seleção de estações – que foram se especializando em estilos musicais – e através do envio de cartas por meio das quais era possível pedir as *músicas favoritas*. Posteriormente, com a popularização e o barateamento do telefone, isso também se tornou possível pelo uso de ligações telefônicas às redes radiofônicas. Surgia, então, uma necessidade de aumentar a seletividade da trilha sonora cotidiana. Como Umberto Eco descreve:

²⁷ Este foi um dos motivos de hesitação inicial de alguns artistas em permitir a reprodução de suas músicas em estações de rádio. Havia uma preocupação de que isso diminuiria a compra de álbuns (SUN, 2018).

O rádio pôs à disposição de milhões de ouvintes um repertório musical ao qual, até bem pouco tempo, só se podia ter acesso em determinadas ocasiões. Daí a expansão da cultura nas classes médias e populares. [...] [pôs à disposição] uma enorme quantidade de música já “confeccionada” e pronta para o consumo imediato, [...] inflacionou a audição musical, habituando o público a aceitar a música como complemento sonoro das suas atividades caseiras. (ECO, 2011, p. 317).

É evidente que essa seletividade colocada à disposição vinha acompanhada de uma indústria de massa por trás dos conteúdos auditivos, com uma indústria de *marketing* crescendo paralelamente aos avanços tecnológicos no âmbito musical (VICENTE & DE MARCHI, 2014). Entretanto, o importante aqui é perceber como o rádio contribuiu para o que poderíamos chamar de *treinamento social* dos hábitos de escuta e relações com o *self* que culminaram no desenvolvimento de aparelhos digitais auxiliados pelo fone de ouvido. Se prestarmos atenção nos relatos e dados obtidos através da pesquisa de campo, fica evidente a naturalização do fone de ouvido – isto é, um aparelho de reprodução sonora – como mediador das experiências do cotidiano destes jovens – encapsulados em suas realidades através da audição.

5.2.2. Fita magnética, fita cassete e CD: o controle e a construção de trilhas personalizadas através de *mixes* individuais

O surgimento da tecnologia de fita magnética em rolo e a gravação múltipla de faixas nos anos 1940 revolucionaram a maneira de escutar e fazer música. Como Sun observa:

As novas possibilidades na edição de gravações em fita e o surgimento de *stereo systems* domésticos facilitaram novos estilos musicais experimentais e permitiram que estes estilos fossem usufruídos em privacidade, de acordo com a demanda e como reflexo direto do gosto específico do consumidor (SUN, 2019, p. 43, tradução minha²⁸).

Ou seja, a partir dessas novas tecnologias, a própria *música* passou a ser pensada através de nichos, por gênero musical e por regiões do globo, tornando-se mais fácil e barato para artistas e gravadoras – grandes e pequenas – distribuírem seus materiais ao redor do mundo (SUN, 2019). O surgimento da fita cassete (também chamada de fita compacta ou K7) nos anos 1960 consistia numa versão da fita magnética miniaturizada, pensada para a produção em massa de consumo doméstico. A fita magnética, mas, principalmente, a K7,

²⁸ Do original: “The new possibilities in editing tape recordings and the emergence of home stereo systems both facilitated new, experimental music styles and allowed these styles to be enjoyed in privacy, on demand and in direct reflection of the consumer’s specific taste”.

permitiu que a cópia ilegal de conteúdos musicais fosse facilitada, na medida em que se podia gravar e editar fitas *em branco* a partir do conforto de casa, com o auxílio de um gravador – que capturava o som do rádio ou de outra K7. Apesar de ilegal, a gravação doméstica colaborou para o desenvolvimento das *playlists* individuais, que podiam contar com músicas de diversos artistas e gêneros musicais, introduzindo *mixes* personalizados nos hábitos de escuta.

A emergência desses *mixes* contribuiu para que os indivíduos pudessem atuar de modo menos passivo na produção daquilo que era consumido sonoramente. A experimentação do mundo através da esfera sensorial/sonora foi se concretizando²⁹ como espaço legítimo de expressão de gostos e preferências, sob a constante mediação do indivíduo ouvinte. Além de *construírem* novas paisagens sonoras, a gravação caseira de K7s também permitiu que indivíduos pudessem gravar suas próprias músicas, embaçando as linhas entre produtor e consumidor³⁰ (SUN, 2019). Junto aos aparelhos toca-fitas portáteis, como o *walkman*, as K7s se consolidaram formato de escuta privada, móvel e personalizável dos anos 1980³¹.

O lançamento do CD (disco compacto) em 1982 abriu o mercado para um nível superior de qualidade na gravação e reprodução sonora. Como a maioria dos consumidores ainda não possuíam aparelhos de reprodução de CDs – os *discmans*³² –, sua ascensão no mercado foi lenta, mas, uma vez dentro da indústria, seu sucesso foi inevitável (SUN, 2019). O ouvinte móvel que possuísse em suas mãos um *discman* conseguiria experimentar, em seu trajeto, uma qualidade superior de som, se comparada à dos rádios portáteis ou toca-fitas (WEBER, 2010). Com maior qualidade de som – que, apesar das contradições, era considerado por alguns como mais *limpo*³³, graças à gravação digital –, muitos consumidores

²⁹ Utilizo a forma do gerúndio aqui e em outras partes do trabalho a fim de enfatizar o caráter processual destas mudanças.

³⁰ Este “embaçamento” entre consumidor e produtor na indústria musical pode ser pensado analogamente ao *prosumo* [*prosumption*] das plataformas digitais atuais. A diferença seria que, na produção de uma K7, o papel ativo do indivíduo requer uma quantidade de serviço com maior esforço físico e ainda mais *separado* de seu corpo. Enquanto que, nas plataformas digitais, a geolocalização ativada do aparelho celular, um *like* em certo *post* ou o *follow* de alguma página/perfil já direcionam a produção de um conteúdo personalizado para aquele indivíduo.

³¹ Devido ao combo *K7-Walkman* (e toca-fitas de outras marcas sem ser a Sony), a indústria fonográfica registrou relativa perda de dinheiro no início dos anos 1980, com a indústria pirata de K7s crescendo cada vez mais (VICENTE, 2002).

³² *Discman* foi o nome dado ao “toca-CD” portátil lançado pela Sony quase que paralelo ao lançamento do formato musical CD.

³³ Na linguagem técnica, o que acontece é que a tecnologia digital permite ao CD uma “relação sinal-ruído” (*signal-to-noise ratio*, RSR) muito maior do que as tecnologias antecessoras – de até 90 decibéis, em contraposição aos 60 db das tecnologias analógicas – e isso permite que o sinal da corrente elétrica, ao ser transformado em som, tenha uma taxa de ruído muito menor do que os analógicos. Quanto maior o RSR, menor o nível de ruído no som reproduzido. (PHILLIPS, 2019a).

substituiriam suas coleções de LPs e K7s pela nova tecnologia do disco compacto e, em 1988, a venda internacional de CDs superou a de LPs pela primeira vez (VICENTE, 2002; MORAT e ZIEMER, 2018). Seria uma questão de poucos anos, porém, até que a tecnologia de cópia de CDs entrasse no campo da pirataria, principalmente facilitada pelo surgimento dos *arquivos de música*, os MP3.

5.2.3. O formato MP3 e os serviços *streaming*

Há quem diga que, quando a música atingiu o formato MP3 em 1988, ela incorporou o máximo de portabilidade (STERNE, 2006). Afinal, ele foi criado com o intuito de comprimir uma grande quantidade de informação em um pequeno espaço de *bytes*³⁴, a fim de ser compatível com um maior número de plataformas³⁵, consolidando-se como “mais fácil para trocas [*exchange*] em um ambiente limitado de banda larga, como a internet, e mais fácil de armazenar em um ambiente de espaço de dados limitado, como um *hardware*” (STERNE, 2006, p. 828, tradução minha³⁶).

O uso de MP3 como arquivo pessoal de áudio não foi relevante no início dos anos 1990, uma vez que a internet, como conhecemos (chamada de *The World Wide Web*, ou apenas *web*), foi disponibilizada em sua versão comercial para o público geral apenas em 1994 (LUPTON, 2015). Como um documento *digital*, a transferência e o *download* de arquivos em MP3 pela *web* foram cruciais para esse formato se instaurar no mercado musical. O consumo – ilegal – de MP3 cresceu em meados dos anos 1990 e sofreu um *boom* em 1998, com o surgimento de *sites* de compartilhamento *peer to peer* (P2P) como o Napster³⁷. Desde

³⁴ Enquanto três minutos de música ocupam 30 *megabytes* do espaço de um CD, o mesmo tempo de música de um MP3 com qualidade similar ocupa entre 3 e 4 *megabytes* (STERNE, 2006, p. 832).

³⁵ O MP3 pode ser *lido* e acessado em qualquer aparelho digital, diferente dos arquivos “vendidos” pela loja *iTunes* da *Apple*, que, para prevenir a possibilidade de transferência dos produtos adquiridos, utilizava tecnologias que só eram compatíveis nas plataformas vendidas por ela (STERNE, 2006).

³⁶ Do original em inglês: “*easier to exchange in a limited bandwidth environment such as the internet, and easier to store in a limited dataspace environment, such as a hardware*”.

³⁷ Antes do Napster, o próprio MPEG já permitia a troca e transferência de MP3s. Porém, o surgimento do Napster coincidiu com a queda na receita da indústria fonográfica e a popularização da internet, o que me levou a optar por apontar este momento como decisivo para mostrar o maior consumo de MP3s. Napster chegou a ter 80 milhões de usuários (KING, 2002) e era um *site* de compartilhamento de arquivos P2P, isto é, o *site* conectava o computador do usuário interessado em baixar uma música X diretamente a outro computador que tinha esta mesma música por um diretório de compartilhamento, sem a necessidade de um servidor central. Desse modo, o Napster poderia ficar “isento” de pirataria, uma vez que o *site* não *continha* as músicas. De acordo com as leis nos Estados Unidos, até aquele momento, era *permitido* aos consumidores de música e outras mídias realizarem cópias em suas casas para uso pessoal – seja com CDs, K7s ou VHS – e isso colaborou para que o *site* perdurasse mais do que a indústria fonográfica permitisse, além de consolidar o compartilhamento P2P como algo estrutural da internet (KING, 2002). Eventualmente o *site* enfrentou vários processos jurídicos ao longo de sua existência e, em 2001, perdeu pela primeira vez. Tentou se recuperar, alterando os códigos de segurança do sistema de compartilhamento, mas foi fechado em 2002, logo após seus fundadores renunciarem.

então, o MP3 se consolidou como um dos formatos mais utilizados para a escuta de música. Em 1997, as vendas de CD atingiram seu pico, que coincidiu com o ápice do crescimento da indústria fonográfica. A partir desse momento ela passaria a enfrentar uma drástica queda, para a qual só viriam reações positivas do mercado em 2003, com a criação da loja virtual *iTunes* e o sucesso do *iPod* (Gráfico 3).

Gráfico 3 – O mercado fonográfico estadunidense, 1990-2016

Fonte: RIAA Year-End Industry Shipment and Revenue Statistics, reports 1990-2016

Para mais sobre o processo, ver: KING, 2002. *The Day The Napster Died*. Publicado por Brad King, em 15/05/2002. Disponível em: <https://www.wired.com/2002/05/the-day-the-napster-died/>. Acesso em: 25/05/2019.

É interessante notar que a queda na receita da indústria fonográfica coincidiu com o aumento do número de pessoas com acesso à música no geral (Gráfico 4). Esse processo de “democratização” musical coincidiu com o crescimento da pirataria física e ilegal, proporcionada pelos *downloads* ilegais de arquivos MP3, e as cópias piratas de CDs (ABPD, 2004). Para *abrir* os arquivos de MP3, os ouvintes podiam reproduzi-los em caixas amplificadoras conectadas a seus computadores pessoais, adquirir os portáteis MP3 *Players*, ou, ainda, escutá-los através de seus aparelhos celulares, por fone de ouvido ou alto-falante.

Gráfico 4 – Venda e acesso de música nos EUA, 1990-2016

Fonte: RIAA Year-End Industry Shipment and Revenue Statistics, reports 1990-2016

Em termos de seletividade, o MP3 abriu portas para que seus ouvintes pudessem criar *coleções de MP3* com o mínimo de espaço físico possível (STERNE, 2006). *Espaço* este que agora se restringia à quantidade de *zeros* e *uns*³⁸, isto é, de *bytes*, em seus aparelhos digitais. Devido à desmaterialização ou micromaterialização que o MP3 permitiu ao formato musical, o leque de seletividade, a partir das *playlists* e modalidades *random*³⁹, aumentou ainda mais. Sem a sua restrição física, os indivíduos passaram a escutar e descobrir músicas que, às vezes, se *esqueciam* de reproduzir nos formatos de CD ou vinil, por exemplo (REGNIER, 2003, *apud* STERNE, 2006).

³⁸ A linguagem binária – composta por 0 e 1 – é a utilizada para processamento e armazenamento de tudo no formato digital.

³⁹ No português: “aleatório”. Essa modalidade permite que a plataforma reproduza todas as músicas de modo aleatório a partir da “biblioteca” de MP3s de cada ouvinte.

O desenvolvimento das tecnologias de *streaming*⁴⁰, principalmente em conjunto com o surgimento de aparelhos com IOS⁴¹ a partir dos anos 2010, propiciou que a indústria fonográfica retomasse seu crescimento e alterasse efetivamente o modo de acesso ao conteúdo musical e sonoro. O nível de armazenamento e, portanto, de seletividade sonora é delimitado pela *velocidade* da internet, e não mais por um espaço físico dentro do aparelho digital⁴². Logo, os novos indivíduos aparecem numa sociedade habituada a menos restrições⁴³ sobre o acesso a materiais sonoros, o que contribui para uma cultura de: hoje *podemos* tudo, *queremos* tudo, e estamos sempre insatisfeitas/os, por isso continuamos sempre nos reinventando e reinventando nossas realidades⁴⁴. Junto à maior portabilidade dos aparelhos digitais, os fones de ouvido fornecem o conjunto perfeito para que cada indivíduo possa moldar sonoramente as ruas da cidade, a jornada para o trabalho, o quarto da casa e muitos outros espaços, segundo suas preferências e gostos.

⁴⁰ Transmissão/reprodução *on-line*.

⁴¹ *Sistemas operacionais*, os IOS permitem a inclusão de multitarefa nos aparelhos *smartphones*. Os mais conhecidos hoje são os IOS da Apple e Android.

⁴² O *cloud computing* possibilita que o conteúdo que previamente ficaria armazenado no aparelho individual seja armazenado no servidor do próprio provedor de serviços.

⁴³ A restrição agora consiste na compra de pacotes de acesso à internet, de aparelhos como celulares, *laptops*, caixinhas alto-falantes (que hoje são cada vez mais substituídas pela aquisição de fones de ouvidos).

⁴⁴ Além de fazer menção à *Reinvenção* como apresentada por Elliott (2013), apoio-me aqui na cultura disseminada pela sociedade de riscos, na qual o indivíduo é abandonado para fazer suas escolhas, sob a crença de que seu sucesso e fracasso teriam origem em ações individuais (BECK, 1992).

6. O USO DO FONE

O aparelho de fones de ouvido foi socializado através de elementos de individualização e privatização, trazidos pela portabilidade e seletividade do ato de escutar, juntamente com as novas dinâmicas de sociabilidades pós-Segunda Grande Guerra. Hoje, esse aparelho permite maior controle sobre as experiências de mundo de cada indivíduo, que altera as paisagens sonoras a sua volta e a imagem de si frente aos *outros*. Esse processo tem implicações sobre o *self*. A partir do balanço teórico e do estudo de caso realizado em campo, foi possível observar como o uso naturalizado dos fones de ouvido e a experimentação da realidade mediada vêm se tornando a *regra* em nossa sociedade, na medida em que esse aparelho auxilia na reprodução do novo indivíduo. Como demonstrei nas análises sociotécnicas sobre aparelhos de reprodução sonora, o ato de escutar vem sendo moldado com o intuito de proporcionar uma relação íntima, *exclusiva*¹ e personalizada entre seu ouvinte e aquela realidade escutada. As paisagens sonoras, pelas quais os indivíduos circulam, importam e interferem nos seus comportamentos e nas suas experiências, de modo que, ao alterá-las, tanto comportamentos, como realidade, são igualmente transformados.

Quanto à escuta de músicas, por exemplo, a manipulação das paisagens sonoras altera a experiência individual não apenas em relação ao ambiente externo, como também sobre si mesmo, ao evocar memórias e transpor realidades de outrora para o momento do *agora*. Isso pode se dar de várias maneiras. Uma pesquisa realizada pela Deezer com 2 mil brasileiros revelou que 70% dos entrevistados passam a conhecer músicas novas após um término de relacionamento, sendo que 25% deles buscam se sentir melhor e 10% fazem isso a fim de “redescobrir a própria identidade ou coisas novas sobre si mesmos” (MOLINERO & BRÊDA, 2019). No escopo da pesquisa empírica, mais da metade dos alunos participantes relataram escutar, com os fones, conteúdos que estão diretamente relacionados com suas emoções ou humor, seja para alterá-los ou para intensificá-los, ou até mesmo a fim de evocar alguma lembrança com a escuta de uma música específica (Tabela 11). Apenas 25% marcaram não terem os conteúdos nenhuma relação com suas emoções ou humor.

¹ Vale lembrar que existe uma indústria de massa, o que leva essa “exclusividade” a uma *promessa de ser exclusivo*, uma vez que o consumo é, hoje mais do que nunca, direcionado *ao* indivíduo e a sua identidade. Desse modo, perpetua-se uma cultura de autoafirmação através do consumismo, na qual, como bem coloca Don Slater (2002), o lema é: *compro, logo existo*. Porém, a sensação de exclusividade não é *menos* real para o indivíduo ouvinte consumidor – que, quando sente *vontade*, compra algo novo, troca de roupa, de música, de paisagem sonora, de mundo.

A música pode ser estudada historicamente através das relações e práticas que os ouvintes exercem sobre/com/por ela, e observando-se como as maneiras de ouvir música esclarecem aspectos dos hábitos culturais e sociais de uma sociedade (STERNE, 2003). Ou seja, os hábitos de escutar são moldados de acordo com o contexto daqueles indivíduos. O ouvido humano se adapta social e racionalmente de acordo com as técnicas e os ambientes contextuais nos quais o som é escutado – e *qual* o tipo de som ou música (STERNE, 2003). Na sociedade moderna, o ato de escutar foi “comodificado, produzido em massa, e industrializado” (STERNE, 2003, p. 2), de modo que as mudanças entre indivíduo e sua esfera auditiva foram acontecendo pouco a pouco, permeando o cotidiano sutilmente, sem se deixarem notar muito enfaticamente pelos indivíduos ouvintes. Devido à velocidade de desenvolvimento e descobertas na área tecnológica, essas mudanças se tornaram mais rápidas, contudo, devido à repetição de novos hábitos de escuta que se institucionalizaram como práticas correntes das relações sociais (D.L. LEMAHIEU, 1988, *apud* STERNE, 2003).

A escuta foi transformada em algo mais direto, dirigido, direcionado à construção de um espaço privado e da propriedade privada de cada indivíduo (STERNE, 2003). O som foi elevado à obra de arte com seu formato musical, e escutar se tornou um ato contemplativo. Através da sua gravação, preservação e reprodução, o som passou a ter seu caráter de produto cada vez mais definido pela compra e venda de *música* – que ao longo do século XX levou ao consumo de aparelhos radiofônicos, discos de vinil, CDs, fitas cassetes etc, como demonstrado nos capítulos 4 e 5.

A essência do *som* encontra-se exatamente no enclave natureza/cultura, sendo que seu estudo permite a compreensão sobre as transformações no corpo físico do indivíduo, derivadas de contextos históricos e sociais distintos². Nesse sentido, ao entender como o fone de ouvido é utilizado por novos indivíduos da Era Digital, o que esta pesquisa fez foi demonstrar como a audição contemporânea segue um modelo de tendência individualizante que contribui para uma experimentação alterada da realidade e desencadeia o *encapsulamento*. A escuta se tornou mais seletiva e portátil, passando a ser modificada pelas

² Seja com a alteração do nível de audição de indivíduos moradores em áreas urbanas altamente industrializadas, seja com a mudança da percepção auditiva pelo uso constante de fones de ouvido de alta amplitude, ou até mesmo com a seleção auditiva “involuntária” devido ao grande número de estímulos sonoros da cidade (STERNE, 2003).

– e capaz de *modificar*³ através das – extensões digitais que hoje *compõem* o corpo humano, como Lupton (2015) nos recorda.

6.1. O fone entre gerações

A discussão sobre o uso de fones de ouvido e aparelhos digitais também traz novos elementos para pensarmos as dinâmicas *da* e *na* família contemporânea, vinculadas às diferenças geracionais entre aqueles que fazem uso desses aparelhos. Como observado na pesquisa quantitativa, 52,2% dos alunos responderam que seus pais usam fones de ouvido “nunca” ou “quase nunca”, contra 36,5% que responderam “às vezes”, enquanto apenas 9,6% assinalaram “sempre”. Quando analisamos o contexto da rotina dos adolescentes participantes, é possível perceber que os dados diferem do cenário de seus pais ou responsáveis legais. Somente 10,9% dos participantes responderam utilizar o fone de ouvido menos de uma hora por dia, mais de 30% indicou usar fones de ouvido num total de mais de quatro horas diárias, e 25% usam entre duas e quatro horas por dia o aparelho (Gráfico 5).

Gráfico 5 – Frequência de horas: questão 30

Fonte: Produção própria

Isso ecoa uma realidade em que as diferenças geracionais, de fato, trazem consigo não apenas hábitos diversos, como também concepções variadas da realidade. Enquanto alguns membros familiares foram socializados em um mundo com significativamente

³ Capaz de modificar as paisagens sonoras e, com isso, alterar a experiência de realidade dos indivíduos, aumentar a realidade dos mesmos através do estímulo auditivo.

menores interações com aparelhos digitais – no caso de nossos pais ou avós –, outros apreendem este mundo da Era Digital como natural e não conhecem outra realidade⁴ (LIVINGSTONE, 2007⁵). É interessante notar como as diferenças geracionais têm apresentado importante papel na compreensão dessas novas dinâmicas de consumo midiático digital. A introdução do *walkman*, por exemplo, levou a população sênior a, inicialmente⁶, criticar os usuários desse novo aparelho e acusá-los de *perda de competências sociais* e *escapismo social* (WEBER, 2010, p. 353).

Tais dinâmicas são decorrentes de – e colaboram para – transformações na instituição “família”, que é, como discutimos, cada vez mais *destradicionalizada* a partir de um processo de individualização com origem no mercado de trabalho (BECK, 1992; BECK & BECK-GERNSHEIM, 2017). Estudos a partir de análises socio-históricas nos informam acerca de algumas dessas mudanças. Um exemplo é o comportamento advindo da inserção de fones de ouvido em meio às transformações no jeito de se *viver* em família nos anos 1960-70:

Para os adolescentes, tanto os fones de ouvido quanto os equipamentos portáteis [de reprodução sonora] – relativamente baratos – adquiriram um significado especial: eles podiam comprar seu próprio equipamento e levar a música até a casa de seus amigos. Isso os tornou independentes do equipamento de áudio de seus pais e livres para expressar sua própria cultura musical. (WEBER, 2010, p. 346, tradução minha⁷).

Além de facultar a escuta privada em movimento, o uso do fone de ouvido portátil colaborou para que os jovens se acostumassem a *escolher* o que escutar, onde quisessem, por um valor acessível. Nos dias atuais, devido, dentre outros fatores, ao crescimento da indústria chinesa, a produção em massa de fones de ouvido permitiu que seu preço chegasse a um valor irrisório para aqueles que queiram escutá-lo. Se compararmos com o contexto da

⁴ Em seu trabalho sobre *Young People and New Media* (2007), Sonia Livingstone conclui que “*For many young people now, a personalised media environment is taken for granted, in striking contrast with their parents’ upbringing*” (LIVINGSTONE, 2007, p. 2). Tradução: “Para muitos jovens agora, um ambiente de mídia personalizado é dado como certo, em contraste marcante com a educação que seus pais tiveram”.

⁵ Originalmente, o texto em questão foi publicado pela primeira vez em 2002 como capítulo de um livro.

⁶ Posteriormente os fones de ouvido móveis também se difundiram para o campo auditivo de ouvintes adultos (WEBER, 2010; DU GAY, 1997).

⁷ Do original em inglês: “*For teenagers, both headphones and the – comparatively cheap – portable gear acquired a special meaning: they could afford their own equipment, and they could take the music along to their friends’ places. This made them independent of their parents’ audio equipment and free to express their own music culture*”.

zona sul paulistana, que engloba o cenário vivido pelos jovens da pesquisa empírica, o preço de um fone de ouvido é relativamente acessível, uma vez que pode ser adquirido por quase um pouco mais do que o valor de uma passagem de ônibus ou de metrô⁸, custando cinco reais na mão de ambulantes pela cidade. Um exemplo aparece na notícia “Apreensões com ambulantes na CPTM avançam quase 50% em um ano”, de 2019, na qual o jornalista indica que os fones de ouvido vendidos na ocasião variavam entre cinco e dez reais⁹.

Um dos alunos do terceiro ano relatou em sala que vendia fones de ouvido originais da marca Samsung pelo valor de quinze reais; quando perguntei se seus colegas faziam parte da clientela, a resposta foi que “eles preferem comprar esses fones de cinco reais que quebram em duas semanas”. Isto é, de diversos tamanhos e qualidades, a indústria de fones de ouvido consegue agradar a todos os nichos de consumo, sendo possível adquiri-los com facilidade pelas ruas e metrô no centro de São Paulo, pelo preço máximo de vinte reais – e, em outros contextos, é possível adquirir fones de sete mil libras ou mais¹⁰.

As novas relações de consumo de mídia surgem da e alteram a maneira como os indivíduos lidam com o espaço a sua volta e as delimitações do *público* e *privado*. A psicóloga Sonia Livingstone (2007) apresenta um paralelo entre as novas gerações e a importância que um espaço privado como o *quarto* tem para os jovens, em comparação com a antiga *sala de estar* (2007). Devido a uma crescente sociedade de riscos¹¹ e ao direcionamento do consumo à esfera doméstica, as famílias foram fortalecendo o caráter de *refúgio* de suas residências (LIVINGSTONE, 2007). O *quarto*, neste contexto, seria o refúgio para as gerações de crianças que cada vez menos brincavam nas ruas (LIVINGSTONE, 2007). O aumento do número de aparelhos de mídia nas residências, como rádios, toca-discos, e o surgimento de aparelhos mais portáteis, como celulares, *walkmans* e *iPods*, – junto com uma cultura de consumo cada vez mais individualizada – contribuíram para que o dia a dia fosse constantemente mediado e experimentado *através*

⁸ Valor do preço do *ticket* de ônibus e metrô em São Paulo em dezembro de 2019: R\$ 4,30.

⁹ “Apreensões na CPTM avançam no primeiro semestre de 2019”: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2019/08/05/apreensoes-na-cptm-avancam-492-no-primeiro-semester-de-2019.htm>. Acesso em: 05/02/2020.

¹⁰ O fone mais caro do mundo é o modelo HE1 da Sennheiser e custa 350 mil reais. (GARATTONI, 2018).

¹¹ A autora se apoia nos escritos de Ulrich Beck (1992). Ele argumenta que a sociedade *pós-moderna* seria, na verdade, uma sociedade de riscos criados pela *própria* modernidade. O que acontece na sociedade de risco? Diferente de outros momentos na história, a sociedade atual é marcada pela imprevisibilidade, uma vez que a vida dos indivíduos é pautada pela insegurança (ou seja, a necessidade de segurança por instituições especializadas) e por um processo de individualização (BECK, 1992). Esta sociedade de riscos colaborou para que os espaços públicos passassem a oferecer cada vez menos serviços de qualidade, em uma relação dialética com a queda da frequência de indivíduos nesses espaços (LIVINGSTONE, 2007).

desses aparelhos. Por isso, falo aqui de gerações que *não conhecem outra realidade*: um mundo sem *touchscreen*? Sem conexão 24 horas de internet? Sem vídeos e músicas do jeito que eu quiser, quando eu quiser?¹² Hoje, tais cenários constituem imaginários apocalípticos, mais do que lembranças de um passado não tão distante.

6.2. Fone de ouvido: *now and then*

A mediação da vida por aparelhos e tecnologias transformou o mundo físico e sua importância e introduziu novas práticas e comportamentos sociais. Dentre essas práticas, a Era Digital trouxe consigo novas maneiras de usar e significar o fone de ouvido. Como insisto desde o início deste trabalho: tecnologia, cultura e sociabilidades andam lado a lado, (re)produzindo-se. O contato face a face, ou mesmo o das vizinhanças locais, não faz muita diferença hoje como era antigamente (BAUMAN, 2008).

A sensação de estar conectado (*connectedness*) socialmente acontece de maneiras diversas, alternativas ao contato face a face. Pelo fone de ouvido, essa sensação é aumentada em consonância com o uso de outros aparelhos digitais que permitem a portabilidade de contatos, comunicações, amizades, relações afetivas e sociabilidades, circunscritos a uma experiência de mundo auditiva moldada individualmente¹³. O distanciamento *blasé* do indivíduo ouvinte é aparentemente reforçado no *mundo exterior*, pois ele/a se encontra numa dimensão suspensa em relação àquela realidade *face a face*, à qual apenas *ele* ou *ela* tem acesso. É mais fácil falar em *solidão* não para o indivíduo que interage com seus aparelhos, mas para aquele *não ouvinte do fone* que hoje compartilha, com este, o espaço físico – e habita, portanto, esse *mundo exterior*. Esse *não compartilhamento* da realidade pode ter consequências comunicacionais, como vimos no capítulo 5 com a análise sobre *affordances* de disponibilidade.

¹² Insiro aqui um breve relato autobiográfico sobre minha relação com música e tecnologia. No ano de 2005 ainda usava aparelho de videocassete para assistir a vídeos e filmes. O VHS, assim como o K7, é um formato de mídia de fita magnética que permite a gravação de conteúdo. Havia um videoclipe de que eu gostava muito e que queria *guardar para a posteridade*. Para tal, *obviamente*, fiquei a postos na frente da TV esperando esse clipe aparecer para que pudesse gravá-lo em VHS – e assistir a ele *sempre*. Nunca havia passado pela minha cabeça que, bem naquele ano, surgiria uma plataforma digital (*YouTube*) em que praticamente todos os artistas da indústria fonográfica carregariam seus conteúdos, nem que eu poderia acessar, nos dias de hoje, aqui do Brasil, esse mesmo videoclipe a qualquer momento, de modo *on-line*.

¹³ Dentre as funcionalidades em *moldar* o mundo *on-line* e experimentar a realidade aumentada, o indivíduo pode, a partir de seus aparelhos e plataformas, escolher com quem conversa, pode bloquear pessoas indesejadas, deletar comentários, assistir e escutar *o que quiser, quando quiser*, acessando emoções, memórias, ressignificando aquele espaço.

Analisando o campo desta pesquisa, foi possível perceber algumas situações em que essa *solidão* do não ouvinte de fone é materializada por uma *curiosidade* colocada frente ao que o outro está escutando, mais do que uma solidão *triste* ou dramática. O habitante do mundo exterior, sem escutar fones, tem que cooptar com as angústias de não saber *onde o outro está*, apenas com a certeza de que a disponibilidade do indivíduo ouvinte de fones é reduzida pelo uso desse aparelho. Vejamos dois relatos que demonstram esta temática no eco da pesquisa de campo.

O primeiro relato diz respeito a uma situação em sala de aula, vivenciada pela professora em questão. Enquanto alguns alunos terminavam uma prova, outros já haviam acabado e, portanto, pegavam seus fones e celulares, esperando pelo final do horário. Observo que a professora passa perto da mesa onde um dos alunos está assistindo a um vídeo com auxílio dos fones. Ela olha com curiosidade e passa pela carteira do aluno. Após andar o equivalente a duas mesas à frente, a professora para e decide que *sim*, quer perguntar algo para aquele ouvinte sobre o que ele está vendo/ouvindo. Ela tenta, em vão, chamar a atenção do aluno e lhe faz uma pergunta sobre o vídeo; no entanto, com os dois fones de ouvido, ele não consegue escutá-la. Tranquilamente, a professora retorna à mesa do ouvinte e, sem julgamento, num gesto bem calmo, busca contato visual – enquanto curva seu corpo e cutuca o aluno – para refazer a pergunta. O ouvinte do fone percebe que há alguém tentando entrar em “contato” com ele fora de sua realidade auditiva. Ele retira os fones, responde à pergunta e retorna a seu vídeo.

A segunda situação envolve meu papel como pesquisadora em sala de aula, observando uma turma. Enquanto o professor chamava aluna/o por aluna/o e caderno por caderno, alguns deles já tinham terminado suas atividades de matemática e se debruçavam sobre seus aparelhos celulares, cabisbaixos. Um aluno em particular, que já havia recebido o visto no caderno, andava de mesa em mesa, interagindo com colegas diversos, até que um deles – que estava com o fone de ouvido – o chamou para lhe mostrar algo com o fone. Ele seguiu até a carteira e ficou lá, em pé, meio curvado, enquanto o colega permaneceu sentado em sua carteira. Ambos, conectados pelos fones, fitavam a tela do celular e começaram a rir de um conteúdo oculto, misterioso – pareceu ser algum vídeo da plataforma do *Instagram*.

A curiosidade relembrada aqui partiu de uma sensação observada naquele momento de campo, como pesquisadora. Senti-me um pouco intrusa/intrometida. Estaria eu bisbilhotando? Não sabia se era uma curiosidade relacionada a meus deveres acadêmicos ou se era uma mistura de curiosidade movimentada por eu também me inserir neste contexto dos novos indivíduos e parte de mim querer participar, rir, saber o que era. Enfim, pude

sentir na pele uma das consequências do uso dos fones, assim como aquela sensação de estar isolada que *eu* senti por ser deixada de fora – fora daquele mundo compartilhado pelos ouvintes de fones – e *sem* esses aparelhos.

Após assistir ao vídeo com seu colega, o aluno perambulou pela sala, enquanto o professor corrigia os cadernos, e pegou o celular do colega, mantendo um dos fones no ouvido e o outro balançando, pendurado. Dirigiu-se até a carteira de outra colega e falou: “Olha aqui”. Os dois repetiram o ritual do riso baixinho em conjunto, enquanto ela compartilhava do fone de ouvido que estava caído. Desta vez, o aluno se abaixou na altura da carteira e ficou agachado enquanto eles assistiam ao vídeo pelo fone. Antes de terminar a *ronda* pela sala, o aluno foi até o professor e falou: “Professor, quer ver uma coisa engraçada?”. Ele apertou *play* no vídeo e ofereceu o fone de ouvido para o professor, que colocou um dos fones e, ali, compartilhou com seu aluno de alguns segundos de interação que só seria possível, naquele momento, graças ao fone de ouvido. Depois que o vídeo terminou, o professor retomou suas atividades, o aluno retornou o celular ao seu dono, que voltou a colocar os fones de ouvido que haviam terminado um pequeno *tour* pela sala – e minha curiosidade permanecia.

Esse relato também corrobora a compreensão de que o fone de ouvido, enquanto instrumento do novo indivíduo, possui elementos simbólicos complexos quando utilizado em ambientes não públicos onde a interação face a face ainda é *predominante* – como uma sala de aula onde paisagens sonoras são compartilhadas por *não estranhos*. O compartilhamento do aparelho de fones de ouvido foi um comportamento que o estudo de caso acrescentou a este trabalho, demonstrando como há o desejo, pelos alunos dessa pesquisa, de *abrir* suas realidades a algumas pessoas com quem convivem *face a face*. O questionário confirmou que apenas 2,9% dos participantes nunca compartilharam de fones de ouvido com nenhum amigo próximo, familiares, professores ou colegas.

6.2.1. Proximidades, lugares, fones

As proximidades físicas entre os indivíduos não são mais relevantes para o acesso a informações, que antes circulavam numa velocidade mais lenta. Pensando no indivíduo em ambientes urbanos, sob o advento da globalização e da Era Digital, temos que esse processo resulta numa: “*desvalorização do lugar*. O espaço físico, não cibernético, onde as comunicações não virtuais ocorrem, é apenas um lugar para entrega, absorção e reciclagem da informação do ciberespaço, essencialmente extraterritorial” (BAUMAN, 2008, p. 53, grifo do autor). No âmbito dos aparelhos de reprodução sonora, o lugar ocupado pelo som

compreende, hoje, o espaço de *zeros* e *uns*¹⁴, ondas de eletricidade que chegam ao canal auditivo de modo privatizado, sem ser necessária a compra expressa de algum formato musical, muito menos a presença de um músico ou instrumento para desfrutar do ato de ouvir música.

A comercialização de fones de ouvido para consumo doméstico, de modo mais difundido, ocorreu após a Segunda Grande Guerra. Não por coincidência, Ulrich Beck explora exatamente os comportamentos e relações sociais que se difundem a partir desse período, considerando as alterações no funcionamento do mercado e suas consequências para um processo de individualização que causaria reestruturação de sociabilidades familiares e afetivas. Desde então, o uso do fone de ouvido passou por processos cruciais de socialização que colaboraram para uma relação diferente dos indivíduos com as esferas pública e privada, contribuindo para a manutenção do novo indivíduo ouvinte do século XXI – a saber, sua reinvenção, seu anseio por velocidade, a situacionalidade/efemeridade de sua vida, além do caráter de mudança iminente.

Há uma gama de comportamentos frente aos fones de ouvido que foram sendo institucionalizados pouco a pouco desde a metade do século passado e nos guiaram até o seu uso na Era Digital. Tais processos de socialização do fone contribuíram para que, nos dias de hoje, esse uso seja consolidado como algo “normal” e esse aparelho como acessório de uma realidade *self-produced*¹⁵. O balanço temporal sobre os comportamentos introduzidos com novos aparelhos de reprodução sonora é importante para entendermos de que maneira o fone de ouvido se concretiza como peça-chave no corpo do novo indivíduo da Era Digital. Heike Weber (2010) investiga os processos de socialização do uso do fone em períodos de três fases: anos 1950-60, anos 1970, e anos 1980-90. Ela explora a história sensorial acústica da Alemanha Ocidental, demonstrando as transformações por detrás do simbolismo do uso dos fones de ouvido (*headphones*), e examina como eles se transformaram, nas últimas duas décadas do século XX, em casulos (*head cocoons*) ou bolhas sônicas (*sonic bubbles*) (WEBER, 2010).

Apesar de os comerciais (*advertisement*) analisados pela autora estarem circunscritos à sociedade alemã, vários dos comportamentos estudados por ela foram frequentes na observação do estudo de campo e no contexto dos jovens participantes da pesquisa – naturalmente sob outros olhares e com desenvolturas já naturalizadas. O foco de Heike

¹⁴ Linguagem binária usada para processadores e armazenatmento em ambiente digital.

¹⁵ Utilizo o termo em inglês para enfatizar como seria uma realidade produzida pelo *self* e pelo próprio indivíduo ouvinte.

Weber está nas novas dimensões que o “escutar por fio” trouxe para o *público* e o *privado* – como um aparelho que era usado em casa (como os *grandes* fones de amadores de rádio do início do século XX) chega às ruas com uma nova roupagem em indivíduos móveis¹⁶. Os fones de ouvido teriam se tornado, como ela conclui, “[...] instrumentos para as pessoas móveis criarem um espaço íntimo e pessoal onde e quando necessário” (WEBER, 2010, p. 356, tradução minha¹⁷).

Os períodos analisados pela autora se distanciam do cenário atual sobre o qual este trabalho se debruça¹⁸, devido, dentre outros fatores, à extrema conectividade digital, à convergência de conteúdos num só aparelho e à miniaturização que o fone de ouvido possui hoje. Entretanto, as considerações feitas sobre os diferentes processos de usos do fone permitem compreender de que modo os ouvintes contemporâneos naturalizaram certas práticas antes tidas como *novas* ou *estranhas*. As *affordances* comunicativas desenvolvidas pelos aparelhos de reprodução sonora forneceram ao fone de ouvido *status* de *normalidade* e aparelho padrão – no sentido de *ser a regra*. Hoje *é esperado* que, em certas situações e para certas situações, os indivíduos prefiram o uso do fone de ouvido a outros aparelhos¹⁹.

No que diz respeito à qualidade do som e ao uso dos fones de ouvido nas décadas de 1950 e 1960, a autora nota a diferença de uso entre fones monaurais e binaurais²⁰ na Alemanha. Apesar de aqueles possuírem qualidade inferior se comparados a estes, os monaurais eram os mais utilizados na época. O motivo que levou à difusão do fone de ouvido monaural em relação aos binaurais era a possibilidade de deixar o segundo ouvido “[...] aberto para o som ambiente e para ouvir às outras pessoas presentes. Isso sugere que o consumidor médio não desejava literalmente desligar os dois ouvidos em público para ouvir o rádio” (WEBER, 2010, p. 343, tradução minha²¹). Sobre o uso do fone de ouvido²² nos

¹⁶ Mais especificamente, ela analisa “*the ways in which headphones have turned from a ‘static listening technique’ into a ‘mobile acoustic cocooning technique’*” (WEBER, 2010, p. 341).

¹⁷ Do original em inglês: “[...] *instruments for people on the move to carve out an intimate, personal space where- and whenever needed*”.

¹⁸ Mais precisamente, o uso do fone de ouvido por novos indivíduos e o ano de 2019, Brasil.

¹⁹ Tal fator dialoga com a *etiqueta* social mencionada algumas páginas acima; e um exemplo dessas situações específicas seria o caso da escuta de sons em transportes públicos.

²⁰ Os binaurais exigem o uso dos dois fones ao mesmo tempo, pois os canais de som são divididos entre ambos, oferecendo uma melhor experiência “hi-fi” (*high fidelity*) do som. Os fones monaurais condensam todas as linhas em um mesmo fone, sem dividir o som e permitindo que apenas um dos fones consiga reproduzir a música/som por completo.

²¹ Do original, em inglês: “[...] *open for ambient sound and for listening to co-present others. This suggests that the average consumer did not wish to literally shut off both ears in public in order to listen to the radio*”.

²² Que era apenas *um* fone, enquanto o outro ouvido permanecia aberto.

anos 1950 e 1960 na Alemanha, Heike Weber analisa como algumas propagandas de rádios portáteis tiveram que “ensinar” ao público que o fone de ouvido com fins musicais não era direcionado a indivíduos com problemas auditivos:

As vantagens do fone de ouvido foram explicadas em linhas mais convencionais, principalmente sendo relacionadas a situações familiares. Por exemplo, um marido podia ouvir rádio na cama sem perturbar o sono da sua esposa, ou as esposas podiam se divertir enquanto seus maridos liam cartas do correio. (WEBER, 2010, p. 343, tradução minha²³).

Se nos anos pós-Segunda Guerra um “*wired listener*”²⁴ público era tido como alguém com problemas auditivos, hoje um ouvinte com o fone de ouvido é visto como *normal*. A preocupação na atualidade passa pelos problemas auditivos que a pessoa pode ter por causa do uso excessivo dos fones²⁵. A partir da análise de propagandas, Heike Weber levanta três fases de uso do fone de ouvido: (1) a primeira fase, descrita no trecho acima, foi uma época em que o fone de ouvido era um acessório ideal para “escutar sem incomodar os outros”²⁶ (WEBER, 2010). É o que ela chama de “*respectiful listening*”. As fases posteriores consistem em: (2) fase de uma “privacidade sônica dentro de casa” (WEBER, 2010, p. 346²⁷), que veio através de um processo de individualização do consumo midiático; seguida por (3) uma fase de “intensificação das sensações auditivas” (WEBER, 2010, p. 347). Nessa terceira fase, o fone de ouvido passou a ser vendido como “uma nova maneira de apreciar música sem ser incomodado e ou incomodar outros” (AKG, 1962, *apud* WEBER, 2010, p. 347, tradução minha²⁸). Já nos anos 1970, uma propaganda lê: “Eu nunca estive tão perto assim do meu cantor favorito” (WEBER, 2010, p. 348²⁹), o que nos mostra como as relações

²³ Do original em inglês: “*The advantages of the earbud were then explained along more conventional lines, having mainly to do with family situations. For instance, a husband could listen to the radio in bed without disturbing his wife’s sleep, or wives could entertain themselves while their husbands went over the mail*”.

²⁴ Expressão utilizada por Heike Weber, cuja tradução em português seria “ouvinte conectado/com fio”.

²⁵ Vários estudos sobre o uso de fones de ouvido e a perda de audição são comuns na atualidade (SANTANA *et al.*, 2015).

²⁶ O autor ainda apresenta uma logo utilizada por alguns marqueteiros alemães: “*Hören ohne zu stören*” (WEBER, 2010, p. 344); traduzida, significa: “*Escutar sem incomodar*”. Na Alemanha pós-Guerra, “*The issue of infringing on one’s neighbor’s peace was particularly emphasized since the new postwar buildings were not exactly soundproof*” (WEBER, 2010, p. 346).

²⁷ Do original em inglês: “*Sonic Privacy in the Home*”.

²⁸ Do original em inglês: “*A new way to enjoy music without being disturbed or disturbing others*”.

²⁹ Do original em inglês: “*I was never this close to my favorite Singer*”. Na página seguinte do texto, segue a imagem da propaganda analisada, com uma senhora usando fones de ouvido dinâmicos (WEBER, 2010, p. 349).

de intimidade com os sons e o ato de escutar música foram alterados em um movimento dialético com a cultura de consumo de massa que crescia nas sociedades.

Na sociedade atual, a *proximidade* mudou. *Estar* perto ou longe de alguém é vivenciado nos dias de hoje através de *curtidas*, *visualizações* ou grupos de *Whatsapp*. Por meio de plataformas como *Instagram*, *YouTube*, *Facebook*, tudo a uma palma da mão, temos uma gama de conteúdos acessíveis pelos aparelhos digitais nos ambientes da casa, quarto, metrô, escola, dentre outros. Em termos sonoros, o fone de ouvido posicionado dentro de nossos canais auditivos permite uma imersão aural que eleva a qualidade do som para uma esfera mais íntima daqueles ouvintes, como notou Bull (2004).

Em uma das conversas de campo, uma aluna levantou-se de sua carteira e veio até à carteira de professora³⁰, onde eu me encontrava, e me disse: “Professora, quando eu falo com a pessoa pelo fone de ouvido, parece que ela ’tá mais próxima de mim”. Mas quando perguntei o porquê disso, ela respondeu meio sem saber: “Sei lá... é que fica mais perto da gente”³¹. *Mais perto da gente...* Esse relato é mais um exemplo sobre como o fone altera a percepção de tempo e espaço. Muitas vezes, os alunos sabem *o que* o fone *causa* neles, porém nem sempre conseguem explicar o *porquê* da origem daquela sensação. Novamente, aparece aqui a questão do fone como extensão digital dos novos indivíduos. É algo quase constitutivo do corpo, da maneira de pensar e de agir daqueles jovens: simplesmente o fone de ouvido *faz sentido* para aqueles jovens. É como se eles tivessem que explicar a razão de “mesa” chamar-se “mesa” e “cadeira” ter o nome de “cadeira”.

A socialização do fone de ouvido foi crucial na transformação das esferas de intimidade e privacidade no final do século XX, o que contribuiu para que ele se tornasse, nos dias de hoje, ferramenta de reprodução e manutenção de um modelo de individualidade propagada pela Era Digital. Hoje, esse aparelho proporciona a experimentação de um mundo tido como *mais real* pelos seus ouvintes, sendo cada vez mais aceito e difundido em sociedade como uma parte essencial do dia a dia, mais personalizável, individualizado, privatizado.

³⁰ Porque seus colegas estavam um pouco agitados.

³¹ Essa aluna acabou participando da elaboração dos diários auditivos na fase mais avançada da pesquisa. Aqui está retratada como “Entrevistada 1”.

CONCLUSÃO

O que vimos até aqui consistiu numa bricolagem de elementos sobre o uso do fone de ouvido na Era Digital. Os benefícios de uma bricolagem para a pesquisa científica são muitos, e, dentre eles, está a possibilidade de trabalhar o objeto sob vários ângulos, sem necessariamente haver um mais correto do que o outro. Certamente existem *diversos* ângulos de análise possíveis além dos abordados neste trabalho para tratar do fenômeno sociológico que é o indivíduo ouvinte de fone. Por isso, foi objetivo deste mestrado debater a temática do indivíduo ouvinte de fones sob o recorte da seguinte pergunta: o fone de ouvido encapsula seus ouvintes? Isto é, *como* esse aparelho é utilizado, e *o que* o seu uso gera, com a hipótese inicial do encapsulamento. Certamente, essa pergunta abarca muitos outros elementos que foram discutidos aqui – *quem é* esse indivíduo ouvinte, o que há de tão especial no fone de ouvido na Era Digital, a relação dos indivíduos com seus aparelhos digitais e o próprio ato de escutar.

No estudo de caso, foi possível verificar o fone de ouvido em sua mais diversa plasticidade de usos. Um retrato da complexa teia de razões para se utilizar tal aparelho pode ser observado a seguir: durante o período de pesquisa de campo, vi fones de ouvido sendo *jogados* de um lado pro outro em sala de aula¹, compartilhei do fone de ouvido com alunos, notei uma aluna incomodada chamar a atenção de um colega que estava recebendo mensagens *sem* o fone; percebi professores incomodados, mas também presenciei alguns compartilhando fones de ouvido *com* alunos; acompanhei alunos com fone participando da aula, e jovens (e professores também) precisando se esforçar para comunicar-se com aqueles que estavam com dois fones plugados. Foi observado que o fone de ouvido é usado como acessório, auxílio, calmante, estimulante, roupa, refúgio, termômetro de humor, facilitador em movimento, dentre outros. Para o novo indivíduo que está constantemente se reinventando e querendo aumentar o dinamismo de sua vida, o fone de ouvido proporciona exatamente o que ele precisa para que suas experiências cotidianas sejam personalizáveis e cada vez mais baseadas em suas emoções, mais do que na racionalização do mundo.

Os jovens *conhecem* o seu mundo, conscientes de *sua* individualidade e da dos outros, quando escolhem utilizar os fones – ou são constrangidos a esse ritual². Eles

¹ Para serem emprestados àqueles que não tinham fone de ouvido no momento.

² Este constrangimento pode ser feito informalmente por passageiros, mas acaba sendo institucionalizado oficialmente, como é observado com a aprovação de leis municipais que proíbem a escuta de música *sem* o

incorporam como etiqueta social o uso de um acessório que lhes autoriza e lhes garante uma experiência alternativa para a realidade espaçotemporal na qual se encontram – sem incomodarem o *outro*³. O ouvinte altera a realidade – originalmente – compartilhada, *sem* compartilhar da realidade vivenciada pelo *outro*, seja se *transportando/transferindo* para outra realidade, seja alterando a percepção que os outros têm sobre si mesmo: *alguém que está de fone* no meio de uma multidão, na sala de jantar, numa roda de conversa, no trabalho etc.

O uso do fone de ouvido possibilita que o indivíduo se movimente continuamente num ambiente sonorizado/musicado por si próprio, em constantes encontros e desencontros com outros corpos. Enquanto usuário desse aparelho, a relação corporal do indivíduo com o tempo e o espaço a sua volta se altera, levando a sua experiência de mundo a se tornar mais real, mais *assimilável*, para usar a expressão de Bull (2004). A esfera acústica que circunda o indivíduo permite que ele possa proteger-se, conectar-se, lembrar-se, expressar-se; enfim, ele consegue transformar *qualquer lugar* e espaço em que esteja em *algum lugar familiar*, do qual ele tem maior controle – ou pelo menos a *sensação* de autonomia. Essa performance do *self* é possível graças à combinação fone de ouvido-música-movimento, em sintonia com o indivíduo e seus gostos, memórias, humor. O lema da sociedade contemporânea agora é: meu mundo, meu corpo, minhas experiências, minhas regras⁴.

Através da maior portabilidade e seletividade dos aparelhos digitais e de reprodução sonora, apresentei como o indivíduo experimenta qualquer espaço sob a interferência de signos originalmente “externos” e “artificiais”⁵, que passam a compor a realidade e aumentá-la. Nos depoimentos sobre os diferentes mundos vivenciados pelos jovens participantes do campo, foram observados elementos concretos que partem deste processo: o *mundo de dentro* é aquele mais *real*, cujo controle está na mão dos ouvintes, e o *mundo externo*, estranho, visitado ocasionalmente quando o fone de ouvido não pode ser utilizado.

fone de ouvido em transportes públicos, por exemplo. Em São Paulo, uma lei a esse respeito foi sancionada em 2013: www.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/12/1389709-haddad-sanciona-lei-que-permite-chamar-a-pm-em-caso-de-aparelho-sonoro-em-onibus.shtml.

³ E sem que o outro lhe incomode. A questão do “não incômodo” gerado pelo uso dos fones de ouvido foi levantada pelos participantes da parte qualitativa da pesquisa.

⁴ Neste escopo estão inclusos, dentre outros: minhas músicas, minhas roupas, meus interesses, minhas séries, meu tempo, “meu meu meu”, numa cultura em que o *eu* se torna não apenas algo a ser protegido, mas a ser cultivado a todo instante. Tais elementos se encontram em consonância com o surgimento de um *self* mais flexível e etéreo, como discutido no capítulo 2 sobre as dinâmicas espaçotemporais do novo individualismo.

⁵ Tais signos seriam oriundos de plataformas e redes sociais, aplicativos etc. Também faço aqui referência ao debate sobre *humanos* e *não humanos*, realizado no capítulo sobre encapsulamento, e às contribuições feitas por Deborah Lupton (2015).

Vimos que o fone de ouvido auxilia no acesso a esse mundo interior/de dentro que *faz mais sentido* para seus ouvintes. De acordo com a literatura trabalhada no capítulo 3, foi possível entender de que modo o fone interfere na experimentação da realidade antes compartilhada. Fazendo a avaliação da nossa hipótese inicial, pode-se afirmar que o fone de ouvido encapsula, sim, seus ouvintes, mas que esse encapsulamento possui complexos elementos que vão além de um simples “isolamento” do mundo ou de algum fator “antissocial”. Vimos que esse aparelho altera tanto a construção e a percepção da realidade, agora vivenciada sob constante mediação de conteúdos digitais e auditivos, quanto a percepção do indivíduo sobre si mesmo. Isto é, o encapsulamento ocorre e possui inúmeras maneiras de se manifestar no cotidiano de seus usuários – o que entra em consonância com a efemeridade e a reinvenção destacadas por Elliott e Lemert e seu “novo indivíduo”. O encapsulamento é uma nova maneira de vivenciar a realidade e consumir as relações sociais do cotidiano.

Os próximos passos desta pesquisa são, talvez, compreender de que modo o encapsulamento pode servir para afirmar o modelo mercadológico de vida que veio atrelado ao processo de individualização e de destraditionalização das relações afetivas, como analisados por Beck. Quando escreveu sobre as alterações trazidas pelo mercado, Beck (1992) destacou as contradições advindas entre casamento, filhos, família e o estilo de vida imposto pela modernização, que exige um indivíduo móvel, que produza e tome decisões o tempo todo. Eis uma possível pergunta para um projeto futuro de pesquisa: será que a experimentação da realidade através do encapsulamento contribui *exatamente* para que os indivíduos se encaixem cada vez mais num modelo capitalista que exige indivíduos com *no strings attached*, como apontei no capítulo 2? A sensação de estar conectado a distância e em qualquer lugar pode servir para que os indivíduos continuem produzindo um estilo de vida que se resuma à criação de mundos satisfatórios, realidades aumentadas que são modeladas especificamente para contribuir com a efemeridade da vida e constante barganha, processos já iniciados no pós-Segunda Guerra. Acredito que o atual trabalho sobre indivíduos ouvintes de fones e seu encapsulamento trouxe elementos importantes para entender de que modo novas gerações estão se comportando, além de analisar um tipo ideal de novo indivíduo emergente e de que maneira aparelhos, mídias, plataformas digitais transformam as sociedades e as experiências de cotidiano de seus usuários – e a interdependência gerada através dos mesmos.

BIBLIOGRAFIA

- ABPD (Associação Brasileira dos Produtores de Disco). **Publicação Anual do Mercado Fonográfico**. ABPD, 2003. Rio de Janeiro, 2004.
- AGRELA, Lucas. “Apple lança fones de ouvido *airpods pro* no Brasil”. **Revista Exame**, 19 dez. 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/apple-lanca-fones-de-ouvido-airpods-pro-no-brasil/>. Acesso em: 06/02/2020.
- ANJOS, Lígia. “Covid 19: Emmanuel Macron diz que a França está em guerra”. **RFI**, 16 mar. 2020. Disponível em: <https://www.rfi.fr/pt/fran%C3%A7a/20200316-covid19-macron-diz-que-a-fran%C3%A7a-est%C3%A1-em-guerra>. Acesso em: 09/06/2020.
- BAUMAN, Zygmunt. **A sociedade individualizada**: vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BECK, Ulrich. **Risk Society**: Towards a New Modernity. Londres: Ed. Sage, 1992.
- BECK, Ulrich & BECK-GERNSHEIM, Elisabeth. **O caos totalmente normal do amor**. Rio de Janeiro: Ed Vozes, 2017.
- BECKER, Howard. **Segredos e Truques da Pesquisa**. Rio de Janeiro: Ed. ZAHAR, 2007.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: Ed. Zouk, 2014.
- BOASE, Jeffrey. “Personal Networks and the Personal Communication System”. **Information, Communication & Society**, vol. 11, n. 4, pp. 490-508, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13691180801999001>.
- BRASIL. Nota Técnica Indicador de Nível Socioeconômico das Escolas de Educação Básica (Inse) 2015. **Ministério da Educação**. INEP, Diretoria de Avaliação da Educação Básica, 2015. Disponível em: http://download.inep.gov.br/informacoes_estatisticas/indicadores_educacionais/2015/nota_tecnica/nota_tecnica_inep_inse_2015.pdf. Acesso em 12/08/2020.
- BULL, Michael. “Thinking about Sound, Proximity, and Distance in Western Experience: The Case of Odysseu’s Walkman”. In: ERLMANN, Veit. **Hearing Cultures**. Oxford: Berg, 2004.
- BULL, Michael. “Automobility and the Power of Sound”. **Theory, Culture & Society**, vol. 21(4/5), pp.243-259. Londres, Nova Dheli e Thousand Oaks: SAGE, 2004a.
- CHAYKO, Mary. **Portable Communities**: The Social Dynamics of Online and Mobile Conectedness. Nova York: Suny Press, 2008.
- CHION, Michel. **L’audio-vision: son et image au cinéma**. Paris: Nathan, 1994.

- CYPRIANO, Cristina & SANTOS, Francisco. **Redes sociais, redes de sociabilidades**. Revista Brasileira de Ciências Sociais - vol. 29, n. 85, pp. 63-78, 2014.
- DIAS, Tatiana. Como o Spotify monta sua playlist de ‘descobertas da semana’. **Jornal Nexo**. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/01/16/Como-o-Spotify-monta-sua-playlist-de-%E2%80%98descobertas-da-semana%E2%80%99> Acesso em: 22/10/2018.
- DU GAY, Paul. **Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman**. Londres: Sage, 1997.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva. 2011.
- ELLIOTT, Anthony. **Reinvention**. Nova York: Ed. Routledge, 2013.
- ELLIOTT, Anthony. “The Theory of New Individualism”. In: TAFARODI, R. (ed.). **Subjectivity in the Twenty-First Century: Psychological, Sociological, and Political Perspectives**. Cambridge: Cambridge University Press, 2013a, pp. 190-209. Culture and Psychology.
- ELLIOTT, Anthony. **The Culture of AI in Everyday Life and the Digital Revolution**. Nova York: Ed. Routledge, 2019.
- ELLIOTT, Anthony & LEMERT, Charles. **The New Individualism: The Emotional Costs of Globalization**. Nova York: Ed. Routledge, 2006.
- ELLIOTT, Anthony & URRY, John. **Mobile Lives**. Nova York: Ed. Routledge, 2010.
- FRANCISCO, Dalmir. **Comunicação, música popular e sociabilidade**. Belo Horizonte: Editora Fino Traço, 2014.
- FRITH, Simon. “Music and Identity”, chapter 7. In: HALL, Stuart & DU GAY, Paul (orgs.). **Questions of Cultural Identity**. Londres: Ed Sage. 1996, pp. 108-127.
- FUENTES, Letícia. Crianças agora buscam ‘carreira’ de youtuber. **Revista Veja**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/especiais/criancas-agora-buscam-carreira-de-youtuber/> Acesso em: 28/05/2020
- FUNARO, Vânia *et al.* **Diretrizes para apresentação de dissertações e teses da USP: parte I (ABNT)**. Sistema Integrado de Bibliotecas da USP 3. ed. rev. ampl. mod. São Paulo: SIBiUSP, 2016. Cadernos de Estudos, 9.
- GARATTONI, Bruno. O fone mais caro do mundo. **Revista Superinteressante**, 2018. Disponível em: <https://super.abril.com.br/tecnologia/o-fone-mais-carro-do-mundo/> Acesso em: 25/08/2019.
- GIDDENS, Anthony. **O mundo na era da globalização**. Lisboa: Ed. Presença, 2006.
- GIDDENS, Anthony. **As Consequências da Modernidade**. São Paulo: Ed. UNESP, 1991.

- GRANGEIRO, Manuela; FALCÃO, Giovana; THERRIEN, Jacques & RODRIGUES, Cicera. “Pesquisa em educação e bricolagem científica: rigor, multirreferencialidade e interdisciplinaridade”. **Cadernos de Pesquisa**, Rio de Janeiro, vol. 46, n. 162, pp. 966-982, 2016.
- GRANOVETTER, Mark. “The Strenght of Weak Ties”. **The American Journal of Sociology**, University of Chicago Press, vol. 78, n. 6, pp. 1360-1380, May 1973. Disponível em: <https://www.cs.umd.edu/~golbeck/INST633o/granovetterTies.pdf>. Acesso em: 27/05/2019.
- HAIRE, Meaghan. “The Walkman”. **Time**, 1º jul. 2009. Disponível em: <http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,1907884,00.html>. Acesso em: 04/03/2019.
- INEP. Consulta Índice de Desenvolvimento da Educação Básica por escola. Disponível em: <http://inep.gov.br/consulta-ideb> Acesso em: 04/10/2020
- ITO, Mizuko *et al.* (eds.). **Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life**. Cambridge: MIT Press, 2005.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Ed. Aleph, 2009.
- JUNGERSON, Nathan. “When Atoms Meet Bits: Social Media, the Mobile Web and Augmented Revolution”. **Future Internet**, vol. 4, n. 1, pp. 83-91, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/fi4010083>.
- KATZ, James E.: **Mobile communication and the transformation of daily life. The next phase of research on mobiles**. In: Peter Glotz, Stefan Bertschi, Chris Locke (Org.): Thumb Culture. The Meaning of Mobile Phones for Society. Bielefeld: 2005, pp. 171–182. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/1187>.
- KATZ, James E & AAKHUS, Mark. **Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance**. Cambridge University Press, London, 2002.
- KING, Brad. “The Day The Napster Died”. **Wired**, 15 maio 2002. Disponível em: <https://www.wired.com/2002/05/the-day-the-napster-died/>. Acesso em: 25/05/2019.
- LIVINGSTONE, Sonia. “From Family Television to Bedroom Culture: Young People’s Media at Home”. In: DEVEREUX, E. (orgs.). **Media Studies: Key Issues and Debates**. Londres: Ed. Sage , 2007, pp. 302-321
- LUPTON, Deborah. **Digital Sociology**. Nova York: Ed. Routledge, 2015.
- MEAD, George H. **Mind, Self and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist**. Chicago: The University of Chicago Press, 1972.

- MILLER, Daniel & HORST, Heather. **The Digital and the Human: A Prospectus for Digital Anthropology**. In. MILLER, D. & HORST, H. (orgs) Digital Anthropology. Londres: Ed. Berg. 2013.
- MILLER, Daniel & SLATER, Don. **The Internet: An Ethnographic Approach**. Nova Iorque: Ed. Berg, 2000.
- MOLINERO, Bruno & BRÊDA, Lucas. “Pé na bunda é o que mais faz brasileiros conhecerem novas músicas”. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 4 jun. 2019. Disponível em: https://bityli.com/66ZsU_. Acesso em 24/06/2019.
- MORAT, Daniel & ZIEMER, Hansjacob. **Handbuch Sound**. Stuttgart: Ed. J. B Metzler, 2018.
- MORITA *et al.* **Made in Japan**. São Paulo: Círculo do Livro, 1986.
- QUINES, Sarah O. “Admirável vinil novo: o retorno dos discos na era do mp3”. **Revista Contemporânea: Música, Mídia e Espaço Urbano**, ed. 20, vol. 10, n. 2, 2012. Disponível em: http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_20/contemporanea_n20_06_QUINES.pdf_. Acesso em: 17/03/2019.
- REVEL, Jacques. **Jogo de Escalas: a experiência da microanálise**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1998.
- SANTANA, Pâmela *et al.* “Hábitos de jovens usuários de dispositivos eletrônicos individuais e sintomas advindos da exposição à música em forte intensidade”. **Revista Estudos**, Goiânia, vol. 42, n. 3, pp. 315-326, maio/jun. 2015.
- SCHAFER, R. Murray. **O Ouvido Pensante**. São Paulo: Ed. UNESP, 1991.
- SCHAFER, R. Murray. **A afinação do mundo: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora**. São Paulo: Ed. UNESP, 2011.
- SCHROCK, Andrew R. “Communicative Affordances of Mobile Media: Portability, Availability, Locatability, and Multimediality”. **International Journal of Communication**, vol. 9, pp. 1229-1246, 2015.
- SHELLER, Mimi & URRY, John. “The New Mobilities Paradigm”. Lancaster University. **Environment and Planning A**. Reino Unido, 2006, vol. 38, pp. 207-226.
- SIMMEL, Georg. “As grandes cidades e a vida do espírito (1903)”. **Mana**, Rio de Janeiro, vol. 11, n. 2, pp. 577-591, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/mana/v11n2/27459.pdf>. Acesso em: 23/12/2018.

- SOBRINHO, Patrícia J. & FORTUNA, Daniele R. “Corpo e tecnologia: seríamos todos cyborgs?”. In: VILAÇA, Márcio L. C. & ARAÚJO, Elaine (orgs.). **Tecnologia, sociedade e educação na Era Digital**. Duque de Caxias, RJ: UNIGRANRIO, 2016.
- SOUZA, Marcelo Lopes de. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2015.
- STERNE, Jonathan. **The Audible Past** – Cultural origins of sound reproduction. Nova York: Duke University Press, 2003.
- STERNE, Jonathan. “The mp3 as cultural artifact”. **New Media & Society**. Londres, Ed. Sage, vol. 8, n. 5, pp. 825-842, 2006. DOI: 10.1177/1461444806067737.
- SUN, Hyojung. **Digital Revolution Tamed: The Case of the Recording Industry**. Reino Unido: Ed. Palgrave Macmillan, Ulster University, 2019.
- “THE HISTORY of the CD: The Beginning”. **Phillips**. Disponível em: <https://www.philips.com/a-w/research/technologies/cd/beginning.html>. Acesso em: 12/03/2019.
- “THE HISTORY of the CD: Technology”. **Phillips**. Disponível em: <https://www.philips.com/a-w/research/technologies/cd/technology.html>. Acesso em: 12/03/2019a.
- TURK, Gary. **Look Up** (Official Video - Spoken Word). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Z7dLU6fk9QY&ab_channel=GaryTurk Acesso em: 10/12/2019
- URRY, John. **Mobilities**. Cambridge; Reino Unido: Polity Press, 2007.
- URRY, John. “The ‘System’ of Automobility”. **Theory Culture and Society**, Londres, Ed. Sage, vol. 21, issue 4-5, pp. 25-39, October 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0263276404046059>.
- VICENTE, Eduardo. **Música e disco no Brasil: A trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90**. São Paulo, tese de doutorado apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Março de 2002.
- VICENTE, Eduardo & DE MARCHI, Leonardo. “Por uma história da indústria fonográfica no Brasil 1900-2010: uma contribuição desde a Comunicação Social”. **Música Popular em Revista**, Campinas, ano 3, vol. 1, pp. 7-36, jul.-dez. 2014.
- VILAÇA, Márcio L. C. & ARAÚJO, Elaine V. F. “Linguagem na era digital: reflexões sobre tecnologia, linguagem e comunicação”. In: VILAÇA, Márcio L. C. & ARAÚJO, Elaine (orgs.). **Tecnologia, sociedade e educação na Era Digital**. Duque de Caxias, RJ: UNIGRANRIO, 2016.

WEBER, Heike. "Head Cocoons: A Sensori-Social History of Earphone Use in West Germany, 1950-2010". **The Senses and Society**, vol. 5, n. 3, pp. 339-363, 2010.

TABELAS

Tabela 1 – Medição do desconforto ou não de usuários de fone de ouvido

Nível de desconforto ao usar os fones	Resultado
Alternativa "0"	41,3%
Alternativa "1"	27,6%
Alternativa "2"	22,1%
Alternativa "3"	4,8%
Alternativa "4"	4,2%

Fonte: Produção própria

Tabela 2 – Uso de fones em conversas face a face

Questão 25: Quando eu estou com o fone de ouvido e começo a conversar com alguém cara a cara...[Marcar apenas uma opção]	Resultado
Eu tiro um dos fones e abaixo o volume do som.	22,9%
Eu tiro os dois fones de ouvido.	41,0%
Eu tiro um dos fones de ouvido e não altero o volume do som.	11,9%
Eu tiro um dos fones e aperto o pause/desligo o som.	18,1%
Continuo usando os dois fones e aperto o pause/desligo o som.	3,5%
Continuo usando os dois fones mas abaixo o volume do som.	1,6%
Não sei	1,0%

Fonte: Produção própria

Tabela 3 – Motivos externos que interferem no uso ou não do fone de ouvido

Questão 14: Motivo que interfere no uso do fone de ouvido	Concorda Totalmente	Concorda Mais ou Menos	Tanto faz	Discorda Mais ou Menos	Discorda Totalmente	Não sei
O som e/ou o barulho do lugar que eu estou é um fator que me leva a usar fone	30,4%	31,7%	24,0%	7,7%	4,5%	1,6%
Se eu estou sozinha(o) é algo que me leva a usar mais o fone	36,5%	23,7%	17,3%	8,7%	10,6%	3,2%
Dependendo da pessoa que está comigo, eu decido usar ou não o fone.	23,4%	26,9%	16,7%	14,1%	13,1%	5,8%
Dependendo do horário do dia (manhã/noite, etc) eu uso mais o fone.	30,8%	22,8%	22,8%	7,7%	10,6%	5,4%
Eu uso mais o fone quando estou andando	34,3%	19,6%	17,9%	11,9%	14,4%	1,9%
interfere se eu uso ou não o fone enquanto faço aquilo.	43,9%	23,7%	12,8%	7,1%	5,4%	7,1%
Eu uso o fone se eu sinto que o lugar que eu estou é seguro	29,8%	26,0%	21,8%	7,4%	11,2%	3,8%
Dependendo do tipo de roupa que eu vou usar, isso me atrapalha de usar o fone	13,8%	12,2%	15,4%	10,6%	36,2%	11,9%

Fonte: Produção própria

Tabela 4 – Questão 12: local e frequência do uso do fone

LOCAL	FREQUÊNCIA				
	Sempre	Com muita frequência	Às vezes	Quase Nunca	Nunca
Em casa	40,7%	26,9%	20,8%	9,6%	1,9%
No carro	25,6%	14,4%	26,3%	16,0%	17,6%
No ônibus	48,1%	18,6%	14,4%	8,3%	10,6%
No metrô	42,3%	17,9%	13,1%	11,9%	14,7%
De bicicleta	9,6%	6,4%	13,8%	12,8%	57,4%
Na rua	31,7%	13,1%	22,1%	13,8%	19,2%
Na escola	35,6%	21,5%	22,8%	11,9%	8,3%
Praças/parques	10,9%	7,4%	21,5%	22,8%	37,5%
Na academia	17,3%	5,8%	6,7%	8,7%	61,5%
No trabalho	7,1%	2,6%	7,1%	10,6%	72,8%

Fonte: Produção própria

Tabela 5 – Depoimento de Não Ouvintes do Fone de Ouvido

PARTICIPANTE NÃO OUVINTE DE FONE	MOTIVO
Não ouvinte 1	"Vamos dizer que nunca fui acostumado, pois não sou interessado e na maioria das vezes quando ganho um celular largo o fone de lado e perco. E também porque não tenho tempo pois a maior parte do meu dia eu estudo e trabalho."
Não ouvinte 2	"Costumo ficar mais sozinha, então não tenho motivos para usar, por exemplo, músicas eu ouço na TV, áudios eu escuto pelo auto-falante do celular mesmo, também não costumo sair com celular, então não vejo necessidade de usar um fone de ouvido"
Não ouvinte 3	"Como eu nunca consigo ficar sem quebrar um fone, eu só acabo ficando com os headsets do meu videogame. Por causa disto, acabei pegando o costume de não usar fones."
Não ouvinte 4	"Por que eu sei que prejudicar [sic] a minha a[u]dição"
Não ouvinte 5	"Não sou muito chegada à fone, não tenho aquela contade enorme de usar, como outras pessoas têm o hábito."

Fonte: Produção própria

Tabela 6 – Escolaridade dos Responsáveis Legais

45. Qual o nível de escolaridade mais elevado dos seus responsáveis legais (marque apenas a opção mais elevada):	Resultado
Ensino Fundamental Incompleto	22,1%
Ensino Fundamental Completo	9,9%
Ensino Médio Incompleto	18,6%
Ensino Médio Completo	30,4%
Ensino Superior Incompleto (curso de faculdade incompleto)	8,3%
Ensino Superior Completo (curso de faculdade completo) ou mais	10,6%

Fonte: Produção própria

Tabela 7 – Mídia mais escutada com o fone pelos participantes

Das funções/mídias marcadas acima, qual é PRIMEIRA que você mais usa o fone de ouvido:	Resultado
Música	65,5%
Mensagem de Áudio	1,4%
Rádio (programas, futebol, etc)	0,7%
Jogos	10,1%
YouTube	16,6%
Séries/seriados	5,4%
Podcast	0,3%

Fonte: Produção própria

Tabela 8 – Relação de mídia escutada COM o fone de ouvido

MÍDIAS	Sempre	Com muita frequência
Mensagens de áudio	22,8%	18,6%
Ligação telefônica	10,6%	8,3%
Ligação de vídeo	21,5%	14,4%
Música	68,6%	22,8%
Podcast	9,3%	3,5%
Rádio (programas, futebol, etc)	10,9%	2,9%
Vídeos de redes sociais (como stories, Facebook etc)	32,4%	20,8%
Jogos	34,6%	15,7%
YouTube	54,2%	25,3%
Séries/seriados	52,90%	16,70%
Filmes	45,80%	17,90%
AudioBooks (Livros de áudio)	8,70%	2,20%

Fonte: Produção própria

Tabela 9 – Relação de respostas dos respondentes “Sempre/com muita frequência” (Música) com o fone de ouvido, e quais foram suas respostas *sem* o fone de ouvido

Fonte: Produção própria

Tabela 10 – Relação de mídia escutada SEM o fone de ouvido

MÍDIAS sem o fone	Sempre	Com muita frequência
Mensagens de áudio	17,3%	21,5%
Ligação telefônica	34,3%	18,6%
Música	15,4%	11,9%
Podcast	21,8%	3,5%
Rádio (programas, futebol, etc)	26,9%	7,4%
Vídeos de redes sociais (como stories, Facebook etc)	17,9%	16,0%
Jogos	22,8%	15,4%
YouTube	18,9%	16,0%
Séries/seriados	18,6%	10,9%
Filmes	20,5%	13,8%

Fonte: Produção própria

Tabela 11 – Relação do que escuta com humor, emoções, etc

MOTIVO PELO QUAL USA O FONE	Sempre	Quase Sempre	Quase Nunca	Às Vezes	Nunca
Sincronizar com meu humor (por ex. se estou triste, e quero continuar triste)	29,8%	17,9%	10,9%	25,6%	15,7%
Mudar o meu humor (por ex. se estou triste, e quero ficar alegre)	30,4%	21,5%	8,7%	28,8%	10,6%
Acessar memórias e lembranças através daquela mí-dia/Música	36,9%	21,8%	9,6%	24,0%	7,7%
O que eu escuto não tem relação com minhas emoções	11,5%	13,5%	18,9%	30,4%	25,6%

Fonte: Produção própria

APÊNDICE A – CATEGORIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA DO CAMPO

A escola visitada na pesquisa possui ensino fundamental (parte vespertina) e ensino médio (matutino e noturno). Os alunos participantes frequentavam os primeiros, segundos e terceiros anos do ensino médio na parte da manhã. A escola pertence à Diretoria de Ensino Setor Sul 1 e possui mais de 1500 alunos (segundo dados do Censo Escolar de 2019) em Ensino Fundamental II e Ensino Médio. Acompanhei aulas de quatro¹ professores no total. No total, 11 turmas foram acompanhadas: 5 primeiros anos, 4 segundos anos e 2 terceiros anos. Os alunos participantes são, em sua maioria, autodeclarados da cor/raça parda/preta/negra (58,5%), vivem em residências com 3-5 pessoas e moram próximo à escola². A escola pertence ao Grupo 4 do Indicador de Nível Socioeconômico (INSE):

O indicador de nível socioeconômicos das escolas tem por objetivo situar o conjunto dos alunos em estratos socioeconômicos, definidos pela posse de bens domésticos, renda e contratação de serviços pela família dos alunos e pelo nível de escolaridade de seus pais. No indicador, as escolas são classificadas em grupos variando de 1 a 6, sendo que nas escolas classificadas no “Grupo 1” predominam alunos com baixo nível socioeconômico e, no “Grupo 6”, alunos com alto nível socioeconômico. (INEP, 2020)

Em cada delimitação de Grupo pelo INSE há uma distribuição percentual hierarquizada sobre os diversos contextos socioeconômicos, denominados “Níveis³”, em que os alunos das escolas se encontram. Comparando os dados da escolaridade dos responsáveis legais (Tabela 6), e seguindo os parâmetros da Nota Técnica INSE, 81,1% dos respondentes⁴ pertencem ao Nível III, o que:

[indica] que há em sua casa bens elementares, como banheiro e até dois quartos para dormir, possuem televisão, geladeira, dois ou três telefones celulares; bens complementares como máquina de lavar roupas e computador (com ou sem internet); a renda familiar mensal é entre 1 e 1,5 salários mínimos; e seus responsáveis completaram o ensino fundamental ou o ensino médio (BRASIL, 2015, p.9)

¹ As disciplinas acompanhadas foram: sociologia, matemática, filosofia, biologia – assisti também a uma aula de artes e uma de inglês. Não percebi nenhuma alteração relevante em relação ao uso de fone para cada matéria ou professor que caiba aqui atenção diferenciada. Como a temática da pesquisa não é o uso do fone *na escola*, o que me interessa é o modo de interação desses jovens *com* o fone, e não a influência ou não deste aparelho na aprendizagem.

² 71,8% responderam que vão à escola a pé, sendo que 89,5% levam até 20 minutos no trajeto para a escola.

³ Os Níveis variam de I a VIII. Para a descrição completa dos Níveis, ver Nota Técnica INSE (BRASIL, 2015)

⁴ Este percentual foi determinado pelos dados obtidos através da questão sobre a qualificação dos pais ou responsáveis dos 312 respondentes.

No que diz respeito à acessibilidade até a escola, não há estação de metrô próximo, e é necessário pegar um ônibus da estação Jabaquara ou Conceição, ou pelo menos duas conduções de distância do centro da capital. A escola está localizada em uma região urbana e primordialmente residencial, num bairro composto, majoritariamente, por pequenas casas e as famosas casas geminadas paulistas. Sua localidade está imersa em três favelas da capital paulista, a saber: Alba, Vietnã e Bagdá. Apesar de estar num bairro residencial, rapidamente é possível chegar à uma avenida com comércio diversificado, sem muitos prédios, porém com lojas variadas: bazares, lanchonetes, papelarias e, um pouco mais longe (aprox. 15 minutos a pé), uma filial de rede *fast food* famosa.

Os portões são abertos às 7 da manhã e os alunos têm a tolerância de dez minutos para chegar a suas respectivas salas. Aqueles que chegam antes da abertura dos portões esperam na porta ou do outro lado da rua, e muitos deles já estão equipados com seus fones de ouvido ou mexendo nos aparelhos celulares – ou ambos. Quando entram na escola, entregam suas carteirinhas para as inspetoras, que verificam através destas se o aluno está *cabulando/matando* aulas ou não. É importante descrever alguns aspectos relacionados à vestimenta dos alunos, que como veremos interfere, em alguma medida, no uso dos fones. A escola possui uma camiseta de uniforme com a logo, porém se o aluno do turno matutino não tiver essa camiseta ele ou ela pode atender às aulas com uma alternativa branca e sem estampa. Caso o contrário, são orientados a vestirem suas blusas de frio ou pegarem uma camiseta emprestada na sala do diretor, como foi presenciado em algumas ocasiões.

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO

1. Qual a sua turma? _____
2. Qual é a sua idade: _____ anos
3. Você tem fone de ouvido?
 - () Sim, tenho *um* fone de ouvido
 - () Sim, tenho *2 fones* de ouvido ou mais
 - () Não tenho fone de ouvido
4. Você usa fone de ouvido:
 - () Sim
 - () Não (**Se você marcou “Não”, favor responder apenas às questões com * asterisco**)
5. Marque todos os aparelhos com os quais você usa o fone de ouvido (**Marcar mais de um, se necessário**):
 - () Laptop/Computador
 - () Celular
 - () Aparelho de Televisão
 - () Mp3 Player
 - () Aparelho de rádio
 - () Tablet
 - () Outro (ANOTAR): _____
6. Com qual o aparelho que você **MAIS USA** o fone de ouvido: _____.
7. Qual frequência você usa as mídias abaixo **COM** o fone de ouvido:

MÍDIA	Sempre	Com muita frequência	Às vezes	Quase nunca	Nunca
6.1. Mensagens de áudio	()	()	()	()	()
6.2. Ligação telefônica	()	()	()	()	()
6.3. Ligação de vídeo	()	()	()	()	()
6.4. Música	()	()	()	()	()
6.5. Podcast	()	()	()	()	()
6.6. Rádio (programas, futebol, etc)	()	()	()	()	()
6.7. Vídeos de Redes sociais (como <i>stories</i> , Facebook etc)	()	()	()	()	()
6.8. Jogos	()	()	()	()	()
6.9. YouTube	()	()	()	()	()
6.10. Séries/seriados	()	()	()	()	()
6.11. Filmes	()	()	()	()	()
6.12. <i>AudioBooks</i> (Livros de áudio)	()	()	()	()	()
6.13. Outro (ANOTAR): _____	()	()	()	()	()

8. Das funções/mídias marcadas acima, qual é aquela que você **MAIS USA** quando está com o fone de ouvido:

_____.

9. Você usa o fone **intencionalmente DESLIGADO** (sem som)?

- () Não (**Pule para a questão 11**)
 () Sim

10. NA MAIORIA DAS VEZES, por que você usa o fone de ouvido **desligado**? (Marque apenas uma opção)

- () Eu uso para abafar o som externo
 () Escutar a conversa dos outros em locais públicos ou na escola
 () Poder permanecer sentada(o) no ônibus ou metrô
 () Não ser incomodada(o)
 () Eu desligo porque estou conversando com alguém
 () Nenhuma acima, outra: _____

* 11. Com qual frequência você usa essas mídias **SEM** o fone de ouvido:

MÍDIA	Sempre	Com muita frequência	Às vezes	Quase nunca	Nunca
10.1. Mensagens de áudio	()	()	()	()	()
10.2. Ligação telefônica	()	()	()	()	()
10.3. Música	()	()	()	()	()
10.4. Podcast	()	()	()	()	()
10.5. Rádio (programas, futebol, etc)	()	()	()	()	()
10.6. Vídeos de Redes sociais (como stories, etc)	()	()	()	()	()
10.7. Jogos	()	()	()	()	()
10.8. YouTube	()	()	()	()	()
10.9. Séries/seriados	()	()	()	()	()
10.10. Filmes	()	()	()	()	()

12. Com qual frequência você usa o fone de ouvido nos lugares abaixo?

Lugar	Sempre	Às vezes	Quase nunca	Nunca
11.1. Em casa	()	()	()	()
11.2. No carro	()	()	()	()
11.3. No ônibus	()	()	()	()
11.4. No metrô	()	()	()	()
11.5. De bicicleta	()	()	()	()
11.6. Na rua	()	()	()	()
11.7. Na escola	()	()	()	()
11.8. Praças/parques	()	()	()	()
11.9. Na academia	()	()	()	()
11.10. No trabalho	()	()	()	()
11.11. Outro(ANOTAR): _____.	()	()	()	()

13. Escreva o lugar onde você **MAIS** costuma usar o fone de ouvido:

_____.

**AS PRÓXIMAS QUESTÕES QUEREM ENTENDER OS MOTIVOS QUE TE LEVAM A USAR
FONES DE OUVIDO**

14. Marque **SE VOCÊ CONCORDA** com as frases abaixo. [Marque se concorda totalmente, concorda +-, tanto faz, discorda +-, discorda totalmente]:

MOTIVO	Concordo TOTALMENTE	Concordo + -	Tanto faz	Discordo + -	Discordo TOTALMENTE
13.1. O som e/ou o barulho do lugar que eu estou é um fator que me leva a usar fone	()	()	()	()	()
13.2. Se eu estou sozinha(o) é algo que me leva a usar mais o fone	()	()	()	()	()
13.3. Dependendo da pessoa que está comigo, eu decido usar ou não o fone.	()	()	()	()	()
13.4. Dependendo do horário do dia (manhã/noite, etc) eu uso mais o fone.	()	()	()	()	()
13.5. Eu uso mais o fone quando estou andando	()	()	()	()	()
13.6 O tipo de atividade que eu estou fazendo interfere se eu uso ou não o fone enquanto faço aquilo.	()	()	()	()	()
13.7. Eu uso o fone se eu sinto que o lugar que eu estou é seguro	()	()	()	()	()
13.8. Dependendo do tipo de roupa que eu vou usar, isso me atrapalha de usar o fone	()	()	()	()	()

15. Quando você escuta algo no fone, você **ESCOLHE** o conteúdo que você escuta no objetivo de:

OBJETIVO	Sempre	Quase sempre	Às vezes	Quase nunca	Nunca	Não sei avaliar
14.1. Sincronizar com meu humor (por ex. se estou triste, e quero continuar triste)	()	()	()	()	()	()
14.2. Mudar o meu humor (por ex. se estou triste, e quero ficar alegre)	()	()	()	()	()	()
14.3. Acessar memórias e lembranças através daquela mídia/música	()	()	()	()	()	()
14.4. O que eu escuto não tem relação com minhas emoções	()	()	()	()	()	()

16. Sobre a seleção de conteúdo que você escuta com o fone, quais aplicativos ou meios de comunicação influenciam ou recomendam conteúdo para você escutar? (Assinale todos que se encaixem)

- () Netflix
 () *Spotify* ou outro *app* de *streaming* de música
 () YouTube
 () Aplicativos ou sites de notícias (ex.: Folha de SP, O Globo, etc)
 () Facebook
 () Amazon
 () Jogos
 () Outro: _____
 () Nada influencia na minha escolha de conteúdo.

17. Com o fone de ouvido, marque se você já teve os seguintes comportamentos (**Marcar todos que se encaixem**):

- () Cantou ao som do que estava tocando no fone.
 () Tocou instrumentos “imaginários”.
 () Balançou a cabeça ao som do fone.
 () Dançou com o som do fone.
 () Escreveu a letra daquilo que estava ouvindo com o fone.
 () Outro (ANOTAR): _____
 () Eu nunca tive nenhum dos comportamentos acima (**Pule para a questão 19**)

18. SOBRE A QUESTÃO ANTERIOR, o lugar influencia nos comportamentos que você marcou?

- () Sim
 () Não, o fato de eu estar com fone de ouvido é o suficiente para eu ter aqueles comportamentos

19. Escreva em qual o lugar que você fica mais confortável para escutar fone de ouvido do jeito que _____ você _____ quiser:

_____.

AS PRÓXIMAS PERGUNTAS QUEREM ENTENDER COMO VOCÊ SE RELACIONA COM SEUS AMIGOS NO SEU DIA A DIA

* **20.** Com qual a frequência que você usa os meios de comunicação abaixo para se relacionar com seus amigos?

MEIO DE COMUNICAÇÃO	Sempre	Com muita frequência	Às vezes	Quase nunca	Nunca
21.1. Mensagem de texto de Whatsapp	()	()	()	()	()
21.2. Mensagem de áudio de <i>Whatsapp</i>	()	()	()	()	()
21.3. Facebook	()	()	()	()	()
21.4. Instagram	()	()	()	()	()
21.5. Ligação de vídeo	()	()	()	()	()
21.6. Conversas cara a cara	()	()	()	()	()
21.7. SMS (mensagem offline de celular)	()	()	()	()	()

21.8. Ligação telefônica	()	()	()	()	()
21.9. E-mail	()	()	()	()	()
21.10. Carta/bilhete	()	()	()	()	()
21.11. Outros meios/aparelhos/aplicativos	()	()	()	()	()

* 21. Com qual frequência você encontra com seus amigos:

Local	Todos os dias	2-3 vezes por semana	1 vez por semana	Quase nunca	Nunca
20.1. Na escola	()	()	()	()	()
20.2. Em casa	()	()	()	()	()
20.3. Na rua	()	()	()	()	()
20.4. Em praças/Parques	()	()	()	()	()
20.5. No shopping	()	()	()	()	()
20.6. Em festas	()	()	()	()	()
20.7. No metrô	()	()	()	()	()
20.8. No ônibus	()	()	()	()	()

22. Você já compartilhou/dividiu um dos fones com alguém? (Cada um usando um dos fones)

[Marque todos que se encaixem.]

- () Com amigos próximos
 () Com familiares (irmãos, mãe, etc)
 () Com colegas
 () Nunca compartilhei fone de ouvido
 () Outras pessoas (ANOTAR): _____

*23. Quando você está conversando cara a cara com alguém e ela está usando fones de ouvido, você:

- () Me incomodo muito
 () Me incomodo um pouco
 () Não me incomoda
 () Nunca estive nesta situação

24. Com qual frequência você **USA O FONE** de ouvido enquanto **conversa cara a cara** com:

Local	Sempre	Quase sempre	Às vezes	Quase nunca	Nunca
23.1. Amigos	()	()	()	()	()
23.2. Conhecidos	()	()	()	()	()
23.3. Professores	()	()	()	()	()
23.4. Estranhos	()	()	()	()	()
23.5. Familiares	()	()	()	()	()

25. **NA MAIORIA DAS VEZES** você diria que: “Quando eu estou com o fone de ouvido e começo a conversar com alguém cara a cara...” [MARCAR APENAS UMA OPÇÃO]

- () Eu tiro os dois fones de ouvido.
 () Eu tiro um dos fones de ouvido e **não altero** o volume do som.
 () Eu tiro um dos fones e **abaixo** o volume do som.
 () Eu tiro um dos fones e aperto o *pause*/desligo o som.
 () Continuo usando os dois fones e aperto o *pause*/desligo o som.
 () Continuo usando os dois fones sem abaixar o volume do som.
 () Continuo usando os dois fones mas abaixo o volume do som.

() Nenhum dos acima/Outro:

() Não sei

AS PRÓXIMAS PERGUNTAS SÃO RELACIONADAS AO EFEITO DO FONE DE OUVIDO SOBRE O DECORRER DO SEU DIA

26. Um dia **SEM** o fone de ouvido seria, na sua opinião:

Sensação sobre o dia	Sempre	Às vezes	Quase nunca	Nunca	Não sei
25.1. Um dia em que eu fico mais calma (o)	()	()	()	()	()
25.2. Um dia em que estou mais atenta (o)	()	()	()	()	()
25.3. Um dia que eu sou mais produtiva (o) nas minhas tarefas	()	()	()	()	()
25.4. Um dia mais estressante	()	()	()	()	()
25.5. Um dia em que eu fico mais dispersa (o)	()	()	()	()	()
25.6. Um dia que eu sou menos produtiva (o) nas minhas tarefas	()	()	()	()	()
25.7. Não altera nada	()	()	()	()	()
25.8. Outro: _____	()	()	()	()	()

27. Você sente algum incômodo/desconforto físico (por ex.: dor no ouvido) quando está usando seu fone de ouvido?

- () Muito desconforto
() Um pouco de desconforto
() Quase nenhum desconforto
() Não sinto nenhum incômodo/desconforto

28. Você já esqueceu que estava usando o fone de ouvido?

- () Sim, acontece várias vezes.
() Sim, uma vez.
() Sim, mas quase nunca acontece.
() Nunca esqueci, eu uso ele por hábito, mesmo sem som.
() Nunca esqueci, eu sempre tiro quando não estou escutando algo.

29. Quando seu **FONE DE OUVIDO** está **DESLIGADO**, ele fica:

Onde o fone fica	Sempre	Com muita frequência	Às vezes	Quase nunca	Nunca
28.1. Pendurado no pescoço	()	()	()	()	()
28.2. Pendurado na blusa	()	()	()	()	()
28.3. Pendurado na orelha	()	()	()	()	()
28.4. Na orelha (isto é, você não tira o fone)	()	()	()	()	()
28.5. Eu coloco na mesa	()	()	()	()	()
28.6. No bolso	()	()	()	()	()
28.7. Na mochila	()	()	()	()	()
28.8. Outro lugar (ANOTAR): _____	()	()	()	()	()

30. Quantas **horas por dia** você passa com o fone de ouvido?

- () Menos de 1 hora
- () 1h – 2h
- () 2h – 3h
- () 3h – 4h
- () 4h – 5h
- () 6 horas ou mais
- () Não sei

*** 31.** Quantas **horas por dia** você passa no seu **celular**?

- () Menos de 1 hora
- () 1h – 2h
- () 2h – 3h
- () 3h – 4h
- () 4h – 5h
- () 6 horas ou mais
- () Não sei
- () Não tenho celular

32. Para você, quais são características importantes de um fone de ouvido:

Características	Muito importante	Importante	Pouco importante	Sem importância	Não sei
31.1. Praticidade/facilidade	()	()	()	()	()
31.2. Tamanho	()	()	()	()	()
31.3. Qualidade sonora	()	()	()	()	()
31.4. Estilo/design	()	()	()	()	()
31.5. Outro(ANOTAR):_____	()	()	()	()	()

*** 33.** Sobre seu aparelho celular, ele fica:

Onde seu celular fica	Sempre	Com muita frequência	Às vezes	Quase nunca	Nunca
32.1. Na mesa	()	()	()	()	()
32.2. No bolso da calça	()	()	()	()	()
32.3. Na cintura (dentro da calça)	()	()	()	()	()
32.4. Na mochila	()	()	()	()	()
32.5. Ando com o celular na mão	()	()	()	()	()
33.6. No bolso da camisa/moletom	()	()	()	()	()
33.7. Alça do sutiã	()	()	()	()	()

*** 34.** Qual o **MODELO** do seu celular: _____.

- * **35.** Sobre o acesso à **internet pelo CELULAR**, marque o que encaixa melhor o seu plano de telefonia:
- () Não tenho celular
 - () Acesso internet somente com *Wifi*
 - () Tenho apenas pacote de dados limitado (por ex. para acessar apenas *Whatsapp*)
 - () Tenho pacote de 3G ou 4G e acesso internet em qualquer lugar
- 36.** O tipo de PACOTE DE DADOS (**acesso à internet, 3G**) do seu celular **ATRAPALHA** e/ou **INTERFERE** no que você escuta no fone de ouvido?
- () Sempre () Às vezes () Quase nunca () Nunca
- * **37.** Quanto tempo aproximado você gasta no percurso até sua escola **em minutos**:
_____.
- * **38.** Como você vem e volta para a escola (**Se for um meio diferente para cada trecho, marcar todos que se encaixem.**):
- () Metrô
 - () Ônibus
 - () Carro
 - () A pé
 - () Bicicleta
 - () Moto
 - () Outro:
- _____.
- 39.** Você usa fone de ouvido no percurso da escola?
- () Sempre () Às vezes () Quase nunca () Nunca
- * **40.** Você exerceu trabalho remunerado (pago) nos últimos 30 dias?
- () Sim
 - () Não
- * **41.** Quantas pessoas moram na sua casa: _____.
- * **42.** Quais desses aparelhos têm na sua casa? (Marque todos que se encaixem)
- () Televisão
 - () Carro
 - () Computador fixo
 - () Laptop/Notebook
 - () Tablet
 - () Telefone fixo
- * **43.** Seus pais ou responsáveis possuem aparelho celular?
- () Sim
 - () Não
- * **44.** Quem são seus responsáveis:
- () Pai e mãe
 - () Apenas mãe
 - () Apenas pai
 - () Outros familiares
 - () Outras pessoas

* **45.** Das pessoas que você marcou NA QUESTÃO ANTERIOR, qual o nível de escolaridade **mais elevado** (marque apenas a opção mais elevada):

- ☐ Ensino Fundamental Incompleto
- ☐ Ensino Fundamental Completo
- ☐ Ensino Médio Completo
- ☐ Ensino Médio Incompleto
- ☐ Ensino Superior Incompleto (curso de faculdade incompleto)
- ☐ Ensino Superior Completo (curso de faculdade completo) ou mais

* **46.** Seus pais ou responsáveis usam fones de ouvido?

- ☐ Sempre
- ☐ Às vezes
- ☐ Quase nunca
- ☐ Nunca
- ☐ Não sei

* **47.** Qual sua raça/cor:

- ☐ Parda
- ☐ Preta
- ☐ Branca
- ☐ Indígena
- ☐ Outro (ANOTAR):

* **48.** Qual seu sexo/gênero: ☐ Feminino ☐ Masculino ☐ Outro

* **49.** Quando você vê alguém com o fone de ouvido, **NA MAIORIA DAS VEZES** você associa/interpreta que é porque ela: **(Marque apenas uma opção)**

- ☐ Ama música e boa qualidade de som.
- ☐ Está focada/quer focar em algo.
- ☐ Está ocupada.
- ☐ Quer ser deixada sozinha.
- ☐ É uma pessoa rude.
- ☐ OUTRO: _____.

50. Conte um pouco mais sobre o porquê de você usar fones de ouvido quando está em **LUGARES PÚBLICOS** (ruas, praças, etc) ou alguma coisa que gostaria de comentar sobre sua relação com os fones.

* **51. SOMENTE PARA QUEM NÃO USA FONE:** Se você não usa fone, conte um pouco mais do porquê desse hábito:

Agradeço sua participação! Obrigada por responder!

APÊNDICE C – Divisão das orientações diárias referentes aos fones de ouvido

- **Dia 1, “Fone de ouvido consciente”:** No primeiro dia, os alunos vão anotar em que situações e momentos do dia utilizam o fone, o que os leva a colocarem o aparelho no ouvido. E vão relatar onde os fones se encontram quando desligados, se eles utilizam um ou dois fones e porquê. O mundo “exterior” ao fone também é uma questão que deverá ser levada em conta. E, caso os estudantes queiram reportar alguma situação que observaram, também será de livre escolha deles.
- **Dia 2 “Fones de ouvido, conteúdos e *self*”:** Neste segundo dia, pedi aos alunos maior atenção sobre o tipo de conteúdo que escutam: qual foi a mudança de conteúdo ao longo do dia, em quais situações eles usaram o fone e para quê? Quais sentimentos, humores, lembranças foram despertados ao longo do dia que tiveram (e se tiveram) alguma relação com o conteúdo escutado pelo fone?
- **Dia 3 “Dia Desafio”:** Neste dia, pedi aos alunos que esquecessem os fones de ouvido em casa quando saíssem e não usassem o fone ao longo do dia. Somente aqueles que trabalhassem com algo que exigisse o fone de ouvido poderiam utilizar o fone. Não sei quantos alunos realmente conseguiram essa proeza. O relato do dia seria então reportar o que eles viram de diferente (se eles viram algo de diferente) e como foi o decorrer do dia deles sem o uso do fone.
- **Dia 4 “Dia final”:** Após passarem pelo desafio de ficar um dia sem o fone, pedi aos alunos que exercitassem sua capacidade de observação e tomassem o lugar de “minipesquisadores”. Isto é, o que pretendi com essa atividade foi observar a observação do observado. Pedi que eles relatassem os comportamentos de pessoas com o fone de ouvido, e se viam algo de diferente, ou considerado relevante no modo como esses usuários de fone se portavam.

APÊNDICE D – METODOLOGIA DE CAMPO

Para a metodologia quantitativa foi elaborado um questionário após as observações de campo e as leituras. Tive a oportunidade de utilizar o horário das aulas para aplicação de modo online, através da plataforma do *Google Forms*⁵. A escola possuía 28 aparelhos *tablets* conectados à internet, além de uma sala de laboratório de informática na qual os alunos tiveram acesso ao questionário de modo interativo. No total foram 312 questionários respondidos⁶, com 52 questões⁷, que abordaram desde itens socioeconômicos, qual mídia se escuta no fone, até diversos pontos sobre o uso do celular e relacionamento de cada um com seus amigos/colegas.

Optou-se por realizar um questionário prévio às análises mais qualitativas (como os diários auditivos realizados com alguns alunos), no intuito de traçar um perfil sobre o hábito de escuta desses jovens de modo que o diário auditivo pudesse ser realizado com maior profundidade e baseado em dados prévios. Estruturar quais são os comportamentos dos alunos foi importante para entender, *na prática*, como o fone de ouvido é socializado no cotidiano desses jovens, imersos em conectividade digital; e quais sociabilidades são transformadas pelo seu uso.

Portanto, tanto na parte quantitativa desta pesquisa, como a qualitativa, foram extraídos *indicadores* de encapsulamento, nos seguintes níveis: (1) de extensão corporal que portabilidade do aparelho gera (incluindo a consciência corporal do seu uso); (2) de aspectos da realidade que são aumentados com o uso do fone (i.e. sensações de bem estar, noções de espaço-tempo, experimentação de um *mundo próprio*); (3) de aspectos do *self* do indivíduo que são ativadas com o uso do fone (relações sensoriais que despertam certa postura frente ao fone ou como o fone evoca certa postura frente à experimentação do cotidiano); (4) relação com o espaço público (i.e. aquilo que é externo *versus* interno). Tais níveis são interligados entre si e foram divididos aqui em *blocos* de análise que dialogam com abordagens teóricas investigadas em cada um dos capítulos da dissertação. Algumas das

⁵ Por ser online, os questionários foram aplicados na chamada sala “Samsung” e respondidos pelos alunos e alunas em *tablets* que a escola tinha – ou celulares dos alunos que possuíam internet 3 ou 4G.

⁶ Estes 312 questionários foram respondidos por alunos que *usam* o fone de ouvido. No total foram 317 respondentes, porém 5 destes não usam o fone e por isso responderam apenas as questões designadas para não ouvintes do fone. Todos os dados reportados nesta pesquisa são referentes aos respondentes ouvintes do fone de ouvido, uma vez que o número de não ouvintes não foi relevante para análise de comparação. Para ver os motivos citados pelos não ouvintes ver Tabela 5

⁷ No total, foram 134 itens de questões (isto é, 134 *colunas*, como foi observado ao fazer o compilamento dos dados utilizando o Excel).

atitudes desses adolescentes frente ao fone de ouvido já foram apresentadas em outros momentos do trabalho, uma vez que muito do que foi observado em campo permitiu a constatação do que é discutido no marco analítico mais especializado. O vocabulário dos alunos para tratar destas categorias, como vimos ao longo do trabalho, acrescentou novos elementos sobre como analisar o comportamento destes jovens, que se distraem do *mundo de fora* e se concentram no *mundo de dentro*.