

## Antropologia do Consumo

Palestra com Daniel Miller<sup>1</sup>

11/9/2006

Abordarei diferentes aspectos do consumo e da cultura material, que é muito ampla. Podemos pensar em antropologia como etnografia, mas no âmbito da cultura material exploramos muito mais como as pessoas se relacionam com o mundo e os objetos. Se olharmos os tipos diferentes de leituras acadêmicas dentro das ciências sociais, acharemos diversas teorias. Há uma forma de ciência social com algo mais detalhado envolvendo estudos de casos e, também em sociologia, um meio termo, onde as pessoas trabalham para chegar às hipóteses e testam essas hipóteses em escala menor de pesquisa. Tudo funciona, mas é importante destacar que a cultura material, que vou abordar, faz parte da antropologia.

No trabalho que realizo, o desafio é manter o compromisso entre a teoria, que é a coisa mais alta, e a etnografia, que é o encontro mais detalhado que você pode ter com o material que você quer entender. Vou abordar essa questão analisando um pouco de teoria e usando uma das formas de mexer com o material de base até chegar às questões que interessam a qualquer pessoa que trabalha com marketing ou comunicação.

Observar a comunicação é uma forma de lidar com o material, pois assim como a cultura material, ela é desafiante e não é tão óbvia, envolvendo objetos, sons, relacionamentos etc. Isso ilustra a amplitude do estudo, que envolve consumo e produção. É, inclusive, muito difícil definir isso nesses termos, pois grande parte do trabalho consiste em localizar onde está a produção e onde está o consumo. Os termos ficam confusos de forma interessante e isso é um grande desafio para a antropologia.

Os dois trabalhos concretos nos quais tenho trabalhado já foram publicados. O primeiro foi um estudo sobre a maneira que a internet era utilizada na Ilha de Trinidad (Caribe) e o segundo é sobre a utilização dos celulares na Jamaica

---

<sup>1</sup> Os textos disponibilizados neste CD não são transcrições *ipsis verbis*, mas registros elaborados a partir das transcrições do áudio captado durante os eventos realizados pelo CAEPM. Buscou-se, contudo, manter a maior fidelidade possível às falas, assim como preservar suas características de linguagem oral.

(novamente no Caribe). Os dois estudos são etnográficos e a idéia é olhar o contexto da forma mais ampla possível.

Nos estudos de cultura material, geralmente começamos retomando a divisão do mundo entre sujeitos e objetos. Isso pode ser feito de maneiras diferentes e eu farei de uma forma que se chama teoria dialética, o que significa, sinteticamente, que objetos e sujeitos se relacionam.

Hoje a internet pode ser usada para surfar, conversar etc. Mas existem lugares no mundo onde as pessoas usam somente para conversar e não para outras funções. Isso mostra que o significado depende do uso que a população pode fazer num certo momento. O mesmo acontece com o celular, que hoje ele tem todo o tipo de possibilidades proporcionadas pela sua tecnologia.

Na Inglaterra a grande maioria das pessoas usa poucos recursos do celular a maior parte do tempo. O que me surpreendeu na Jamaica é que as pessoas usam o celular como calendário, diário etc. Por que usar relógio se você tem calendário no celular? O celular é uma coisa para os ingleses e outra para os jamaicanos. Minha preocupação foi entender, de acordo com o uso do celular, como as pessoas de Trinidad se relacionam, observando ainda, que um jamaicano que usa celular é diferente daquele que não usa. A adaptação de objetos feitas pelas pessoas e pressupõe interferência recíproca entre objetos e pessoas. Esse é o principio no qual trabalhamos.

Pontos teóricos que passam da etnografia para a antropologia ajudam a situar um estudo. De forma simples, poderíamos falar sobre sensibilidade para uma dimensão vertical e também para uma dimensão horizontal.

Na dimensão vertical, estamos preocupados com a precedência do fenômeno que tentamos estudar. Se for uma nova forma de comunicação, isso significa que temos o compromisso de entendê-la. Isso pode ser feito de formas diferentes. Em Trinidad, normalmente as pessoas chamam as pessoas, ninguém passa por você em silêncio. As pessoas são boas em “insultos engraçados” e se alguém é seu amigo e te chama de algo ofensivo, isso é feito de uma forma que mostra que ele está sendo amigável. Se você tentar fazer isso na Jamaica não daria certo.

Há formas diferentes de chegar às sutilezas da comunicação dentro de um local. Em Trinidad, por exemplo, uma das coisas que percebemos é a influência do fato de serem cristãos. Uma das questões discutidas foi a confissão católica.

Ela é uma forma mediada de comunicação que envolve questões como: O padre tem que estar presente ou você pode se confessar pela internet? O que ela significa para a comunidade pentecostal? Em Trinidad eles achavam que se a internet estava lá era porque Deus produziu a internet. Essa comunidade queria saber a importância da comunicação, e ela é a forma de colocar a palavra de Deus a disposição de todos. Esses grupos paravam de ter serviços religiosos presenciais, tudo era feito pela internet.

Na dimensão horizontal, existe um contexto para fazer o trabalho de campo. Podemos falar sobre uma ecologia comunicativa. Quando surge uma nova espécie, ela precisa interagir com todas as outras espécies. Nesse sentido, uma outra forma de comunicação é, por exemplo, o sistema de transporte. Qual é o relacionamento entre uma nova forma de comunicação com uma forma antiga? Na área rural existia, por exemplo, um sistema de táxi com rotas normais e, se havia a necessidade de transportar muitas sacolas era possível pedir para o taxista levá-las até algum lugar, mas não era possível chamar o táxi, pois não havia telefone. O telefone criou outra dimensão para o táxi.

Como avaliar o impacto do telefone celular como um todo? Para identificar parte desse impacto no bem-estar, podemos citar a medicina. Quando olhamos para o celular com a cabeça fechada, concluímos que ele não era utilizado para qualquer tipo de propósito médico, mas se pensarmos em termos de ecologia comunicativa (contexto mais amplo) percebemos como ele é importante. Por celular, é possível chamar um táxi se alguém fica doente e levar essa pessoa para o hospital. É possível também ligar para um parente e pedir uma ajuda financeira quando alguém está doente e não há como pagar os remédios ou hospital.

Essa contextualização é o ponto de referência para o método que, em termos clássicos, é um estudo etnográfico. Basicamente, no projeto do celular a pergunta era: qual seria o impacto do celular na população de baixa renda? Será que é uma forma eficiente de ajudar populações de baixa renda? É melhor investir em celular e desenvolver a comunicação ou investir em outras coisas? Para observar esse

contexto precisamos passar pelo menos um ano num lugar, conhecer a língua e conviver com as famílias. Trabalhamos em duas áreas na Jamaica, no centro e no subúrbio.

No subúrbio vivem cerca de 200 mil pessoas, com casas muito diferentes, que parecem pré-fabricadas, e que alguns jamaicanos conseguem aumentar, construindo outra casa em seu interior.

Moramos com uma família cujo pai era motorista de táxi. O quarto onde vivíamos era muito pequeno, sem janela. Era uma família de pentecostais e a TV ficava ligada dia e noite, sempre no canal evangélico.

É também relevante a comparação do trabalho desenvolvido na Jamaica com o estudo anterior, em Trinidad. Uma das razões para comparar, era que as coisas não eram previsíveis. Trinidad é um país mais rico, de renda maior, com maior taxa de uso de internet do que na Jamaica. Na Jamaica famílias de baixa renda não utilizam internet e em Trinidad, sim. Quanto ao celular, contudo, foi o oposto. Apesar da diferença de renda, no final de 2004 em Trinidad, que é metade do tamanho da Jamaica, havia aproximadamente 600 mil assinantes de telefone celular. Na Jamaica há 2,6 milhões de celulares. São 3 celulares por casa. Entre as pessoas de baixa renda todos tinham celulares.

Vale destacar que esse tipo de trabalho foi feito porque sabemos que isso é um fenômeno mundial e por isso tivemos patrocínio para esse tipo de pesquisa. É claro que havia interesse de pensar na comunicação em si, mas ao olharmos a avaliação da comunicação em termos de pessoas de rendas diferentes, há o interesse maior das Nações Unidas, de pensar como você determina o desenvolvimento de uma nação em termos de comunicação.

Por que há a adoção de celulares na Jamaica? A história do envolvimento comercial e do Estado ajuda a responder essa questão. Uma das diferenças entre os dois lugares é que na Jamaica a liberação do uso do celular foi muito mais fácil do que em Trinidad. Uma das empresas que vende as licenças é uma empresa da Irlanda que nunca tinha ido para o Caribe, mas que decidiu entrar com muita seriedade e sucesso.

A história do que fizeram é interessante, porque montaram a estrutura tecnológica associada a uma estratégia de marketing de muito êxito, calcada no programa American Idol. Tudo feito para envolver as pessoas com o telefone. Saíram basicamente do zero e em 2004 já tinham 1,5 milhões de celulares vendidos. A empresa concorrente, que estava lá há muito tempo não entendia o mercado e não estava preparada para utilizar o marketing de forma tão diferente.

O resultado não é um argumento sobre os efeitos benéficos da liberação, mas a descoberta de algo muito complexo quando vemos a regulamentação dos celulares.

Há muitas histórias diferentes em locais diferentes e a importância dessa abordagem mais holística é perceber que só porque você tem uma história que responde uma pergunta não significa que há outras acontecendo. É possível estudar negócios e responder a pergunta, mas apenas com o estudo do consumo podemos obter respostas satisfatórias sobre o sucesso das tecnologias diferentes em países diferentes.

O histórico para entender a pergunta principal, o impacto na população de baixa renda, é que já existe um debate em grande escala sobre esse impacto. A revista *The Economist* levantou uma boa questão: será que as novas tecnologias aumentam a distribuição de renda na população, ou não?

Matérias que a revista produziu nos últimos 18 meses indicam que o celular está se tornando o que nós pensávamos que a internet seria, então isso vai ajudar a romper com essa divisão digital e vai ajudar essas populações de baixa renda.

As agências de desenvolvimento que patrocinaram nosso trabalho dizem que isso se relaciona ao fato de que as pessoas têm, com o celular, uma nova forma de achar emprego e, em segundo lugar, que as pessoas podem usar o celular como um escritório. Você não precisaria de um local fixo, poderia ir para qualquer lugar e as pessoas se comunicam com você e você pode se tornaria um empresário com seu celular. O celular estava, portanto, agregando valor ao desenvolvimento econômico. Para resumir, o estudo feito na Jamaica descobriu que as coisas não funcionavam dessa forma. Os jamaicanos sabem que não se consegue empregos por meio de méritos, qualificações, mas sim a partir de conexões pessoais. Se você ligar para uma entrevista você não vai necessariamente conseguir, o celular não te ajuda a

conseguir. Não utilizavam, como empresários, o celular. Talvez apenas na indústria musical, mas isso não funcionou muito.

Um ponto importante sobre etnografia é que não utilizamos hipótese, não sabemos qual será a dimensão vertical e horizontal e não podemos prever qual será o entrosamento delas. É preciso entrar nos detalhes da pesquisa para descobrir quais seriam as variáveis relevantes. As coisas não funcionaram da forma prevista, mas a conclusão que o celular não era importante para a população de baixa renda seria incorreta. Foi necessário estudar as casas das famílias de baixa renda e descobrir o que acontece lá. Para realizarmos este trabalho precisamos ser céticos em termos de estatísticas econômicas que recebemos do governo. Por exemplo, ao analisarmos o orçamento, existe uma grande discrepância entre gastos e renda. Nosso trabalho era contatar as famílias todos os dias e ver que pão compravam, que sapatos tinham, que dinheiro entrava todos os dias até sabermos se a medida de renda e gastos era igual. Descobrimos que muitas pessoas na Jamaica não têm empregos, não têm renda, não vendem nada. Mais ou menos 38% das pessoas não tinham renda nenhuma. Nunca vi isso antes em nenhum lugar. Como elas sobrevivem? Elas recebem o dinheiro de outras pessoas. A circulação de dinheiro é o resultado dos relacionamentos com outras pessoas, e o celular entra nessa história como sendo algo essencial e funciona em níveis diferentes, incluindo o familiar. Lá a estrutura da família funciona basicamente com o pai e a mãe vivendo em duas casas diferentes. São pais diferentes e, mesmo essa renda na família, é aumentada pela possibilidade de usar o telefone.

Ao analisarmos lado macro econômico, é válida a idéia do *The Economist*, de que o celular ajuda as pessoas a se tornarem empresários. O celular ajudava a juntar capital para desenvolver negócios.

O celular é muito importante para a população de baixa renda, mas não é necessariamente da forma como imaginávamos. Ele funciona de forma diferente, mas ainda é muito importante. Entram alguns detalhes de como as pessoas operam a renda do orçamento da família. Na Jamaica há alto nível de individualismo econômico. Na Grã-Bretanha, nos relacionamentos monetários, a família é onde você fala de amor e não de dinheiro. Na Jamaica o dinheiro circula dentro na família. Por exemplo, o pescador vende o peixe para sua esposa. Esse modo de operar ajuda a entender, por exemplo, por que as pessoas mudaram para o celular e desistiram

das linhas fixas, uma vez que ele era mais caro. O interessante, nesse caso, era o sistema de cobrança. Quando a conta da linha fixa chegava, ela era coletiva, existiam brigas entre quem era responsável por pagar a conta que não queria pagar ligações que não havia feito. Com o celular a conta é individual e isso resolve o problema.

Queríamos saber como usavam o celular em relacionamentos diferentes. Se você olhasse para o celular saberia com quem a pessoa se comunicou, então nós pedíamos para ver os celulares e com quem as pessoas tinham falado. Perguntamos com quem falaram, claro, tudo era anônimo, mas era uma forma muito boa para entender os relacionamentos. Muitas pessoas com quem trabalho registram “Danny” no seu celular. Mas não no caso de homens, porque eles sabiam que toda vez as namoradas olhavam as listas de ligações para ver com quem seus namorados tinham falado, e “Danny” pode ser nome de mulher também. Assim, percebemos a complexidade dos relacionamentos analisando os celulares.

Isso reforça o trabalho antropológico em termos da natureza de conexões sociais. Os jamaicanos têm muito conhecimento das famílias, podem falar de 100 ou 200 pessoas na família mesmo sem conhecer muito bem. Achávamos que isso ocorresse por causa das ligações familiares, mas com os celulares percebíamos que havia os mesmos princípios em termos de redes de amizades. Cerca de 15% dos nomes eram, contudo, realmente da família. Existiam outros motivos para ter tanta gente da família nas listas dos celulares, como por exemplo, a organização de serviços da igreja. Então surge esse sistema de redes muito extensas. Quando a nova empresa de telefonia entrou, tiveram sucesso porque a conta era por segundo, não por minuto e isso foi interessante porque a duração média de uma ligação na Jamaica era de 19 segundos. As pessoas viam o telefone como uma parte importante da rede, e elas precisam ter certeza que sua rede está funcionando com o máximo de pessoas possível, o que torna as ligações lá muito rápidas. Muitas vezes liga-se apenas para ter o contato com a pessoa.

O “link up” é um sistema interessante. Existem pessoas dependentes de outras para renda, então ocorre uma função econômica. Existe também o imperativo social, pois as pessoas têm a necessidade de estar nessa rede social.

Outra preocupação era como seria essa comunicação em si. Que tipo de valor teria. A empresa que comercializava os celulares era ágil e aproveitava as características da comunicação local. No meio da pesquisa eles lançaram o “call me”, que funcionava assim: se o seu telefone não tivesse mais crédito, você poderia ligar para 30 pessoas e pedir para elas te ligarem. Então, 80% das ligações eram com o envio desse texto pedindo para as pessoas ligarem pra você. É uma troca de micro-economia, das pessoas que não têm renda com as pessoas que têm. A antropologia tenta entender o que é a comunicação como valor, isso na sociedade jamaicana.

Uma ligação também é uma avaliação de quanto dinheiro você quer gastar na comunicação com essa pessoa. Em outras palavras, quanto dinheiro você quer gastar com essa pessoa. Em sociedades diferentes isso pode funcionar de forma diferente. Um amigo grego que estava na Inglaterra tinha longas conversas com a namorada na Grécia. A quantidade de dinheiro que ele gasta com a ligação telefônica mostra o quanto ele a ama. Na Grécia isso mostra que ele é um homem de verdade. Na Jamaica, por outro lado, ele seria considerado um idiota, porque eles entendem de forma diferente e um “homem de verdade” é o que tem a sensibilidade de controlar os créditos para manter a comunicação intensa, mas não tão extensa. Em algumas sociedades pessoas associam o dinheiro ao relacionamento, em outras sociedades eles não pensam nisso.

Inevitavelmente existe um elemento “paroquial” para essa etnografia, mas é importante sempre nos perguntarmos qual seria o valor agregado desse estudo para pessoas que não estão interessadas na Jamaica ou em celulares. No nosso trabalho, a cultura material flui entre a teoria e o estudo detalhado etnográfico. Existem muitos resultados teóricos num estudo como esse.

A questão de valor é provavelmente uma das questões essenciais que vemos em termos de teoria. A palavra valor em si, em inglês, tem uma variação semântica muito interessante. Quando falamos em valor podemos falar em preço. O valor do microfone, da cadeira etc. Posso também falar do valor em termos de família, religião, qualquer coisa que não pode ser reduzida a preço, o oposto disso. Dependendo do seu enfoque conceitual você poderia falar que o valor trabalhista, desenvolvido por Marx, é o predominante ou, do outro lado do espectro, que o valor mais importante é o valor dos acionistas. Costuma-se dizer que as empresas não devem se concentrar em outro tipo de valor, por exemplo, o lucro, pois a única



forma de entender o comércio seria por meio desse valor de acionista. Os missionários dessa “religião” rodaram o mundo falando desse valor de acionistas, isso se tornou muito *fashion*, e é assim que as empresas entendiam o que faziam.

Analisando o material da Jamaica, deixando de lado esse tipo de abordagem abstrata e teórica, observa-se que as pessoas são capazes de equalizar valor como preço e como o oposto, relacionando pessoas a preço. Essa questão surge quando você faz etnografia, as pessoas fazem as coisas de formas diferentes. Existem questões que surgem ao olharmos os detalhes da etnografia e que te dão *insights* que levam a questões teóricas mais gerais.

De muitas formas as economias de sucesso se concentraram no que as pessoas fazem com suas vidas diárias e em como o valor é utilizado. Uma das economias de mais sucesso nos últimos 150 anos é a da Suécia. Ela está sempre relacionando o preço com o valor das pessoas. É possível chegar a *insights* por meio de estudos de caso e depois voltar para as agendas teóricas, sabendo o que é a teoria de valor e tentar entender isso. Minha tarefa era avaliar o impacto de celular em famílias de baixa renda. Isso significa que eu também precisava pensar em que avaliação, que valor estaria ligado ao uso do celular. Não os valores que eu teria atribuído, mas o que estava aprendendo de acordo com os jamaicanos. De qualquer forma, eu fazia uma abstração e como era uma teoria geral, isso também poderia ser interessante para quem não estivesse interessado na Jamaica ou em celular.

Muito obrigado.

*Neste momento, a exposição é concluída e os ouvintes presentes são convidados a formular questões sobre o conteúdo da palestra.*

**José Roberto Whitaker Penteado (Diretor da ESPM)** – A Associação Americana de Marketing mudou recentemente a sua definição de marketing. A definição antiga era de que marketing era o conjunto de métodos e processos para produzir bens e entregar para satisfazer os desejos e necessidades das pessoas. Agora eles definem como valor, o marketing é uma forma de entregar valores para as pessoas. Se a

Associação Americana de Marketing define uma atividade importante em termos de valores, como, em sua opinião, podemos lidar com isso?

**Daniel Miller** – O problema é entender o que eles querem dizer com esse termo. Existe uma diferença entre entender valor como acionista, onde as empresas tentam chegar a uma medida que possa ser avaliada e o valor do que a empresa faz, que tem mais a ver com as pessoas. O que é bom para uma definição muito pequena de negócios pode ser ou não muito bom para a população. É claro que colocamos de uma forma relativizada. Quando falamos da população, qual seria? Da Jamaica? Do Brasil? De qualquer forma existe a necessidade constante de formar uma relação entre o conceito de negócios e os valores das pessoas e eu não tenho visto isso em discussões de marketing. É isso que estou tentando trazer à tona.

**Ilan Avrichir (professor da ESPM)** – Entendo por que as pessoas que não têm renda precisavam do telefone para pedir dinheiro às pessoas que têm dinheiro. Mas porque quem tem dinheiro daria o dinheiro? Porque essas pessoas querem o celular? Se eu tivesse nessa posição, provavelmente jogaria fora o meu celular.

**Daniel Miller** – Você, efetivamente, não poderia chegar a uma explicação econômica dessa atividade. Não faz sentido, não é um sistema recíproco. Quem está dando o dinheiro não vai receber nada de volta e as pessoas realmente chegam e pedem dinheiro sem nenhuma vergonha. Se as pessoas não dessem isso acabaria, mas existe um fluxo constante de dinheiro. É preciso achar um imperativo para essas pessoas e a única forma de fazer isso é pensar nessa rede de comunicação como um valor em si. As pessoas acham difícil recusar esse pedido que cria um relacionamento, que cria uma outra amizade na sua rede. Você tem 300 pessoas conectadas e pode ver isso na família e em áreas diferentes. Essa doação faz parte da comunicação entre as pessoas. Eles não esperam receber nada em troca, não em dinheiro. Grande parte não quer dinheiro de volta. Dão apenas para manter a relação. Lembro que a média de duração das ligações de celulares na Jamaica é de 9 segundos. As pessoas ligam só pra não perder o contato. O celular está sendo usado para ter o crédito e poder fazer mais ligações, é um sistema diferente.

Observamos claramente quando entramos na etnografia, essa perspectiva para um nível mais alto de teoria e existem outros relacionamentos teóricos, que poderiam ser conservados. Cada parte do estudo poderia ser um ponto de partida para entrar

na teoria novamente. Comecei a falar sobre a dialética, quando abordei o que o celular se torna num certo local e essa é uma idéia teórica que pode ser aumentada e entendida a partir desse tipo de estudo. Existiam também coisas interessantes em termos de regulamentação e há uma questão sobre capitalismo moderno que poderia surgir a partir disso. Assim como a forma com a qual precedentes comunicativos eram usados pela religião. Por um lado é preservada a integridade do que surge como etnografia e por outro lado você não pode ficar fechado dentro dessa questão. Tem que dialogar com outros aportes teóricos.