



# **Assistir em casa: presença das tecnologias audiovisuais e consumo no ambiente doméstico**

*Watching at home:  
the presence of  
audiovisual technologies  
and consumption in  
domestic environments*



Carlos Alberto Debiasi<sup>1</sup>

Luciana Martha Silveira<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Doutor do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Professor do Curso de Comunicação – Multiartes da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR). E-mail: carlos.debiasi@grupomarista.org.br

<sup>2</sup> Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Tecnologia e Sociedade (PPGTE) da UTFPR. E-mail: martha@utfpr.edu.br

**Resumo:** A presença de artefatos audiovisuais no ambiente doméstico cria formas de ver e hábitos de vida. Este artigo aborda o consumo audiovisual nesse espaço durante a pandemia de covid-19, pois nesse período o ambiente privado ganhou relevância e modificou hábitos. Para explicar esse processo, são feitos aportes das Etnografias da Recepção e Estudos Culturais. A coleta de informações ocorreu via questionário e entrevistas, que focavam o consumo televisivo e de streaming, com moradores de Curitiba, no Brasil. A conclusão é que, dentro da amostra coletada, o período modificou arranjos familiares e espaciais. Entretanto, alguns hábitos relacionados aos usos dos meios de comunicação encontram continuidade no processo de resignificação.

**Palavras-chave:** tecnologia; ambiente doméstico; estudos culturais; televisão; público/privado.

**Abstract:** The presence of audiovisual artifacts in domestic environment creates different living habits. This study reflects on domestic audiovisual consumption relations during the COVID-19 pandemic. This period made the private environment more relevant and changed habits. This research explains this processes by ethnographies of reception and cultural studies theories. Information was collected by a questionnaire and interviews with residents of Curitiba, Brazil, about their television and streaming consumption habits. The pandemic changed family and spatial arrangements in the collected sample but some habits related to earlier uses remained throughout that process.

**Keywords:** technology; home environment; cultural studies; television; public/private.

## Introdução

A casa existe há milênios como locus de habitação voltado para atividades múltiplas – o descanso, o lazer, a socialização com a família ou conhecidos. Assim como outras construções, passou por mudanças nas configurações físicas e no significado simbólico, dependendo das condições históricas e das formas de viver em sociedade. Se na Idade Média o conforto e a privacidade não existiam como conceitos estabelecidos, a partir da época moderna esses espaços ganharam cômodos especializados, janelas para a entrada de luz natural e a atomização (Rybczynski, 1996).

Um largo processo de implementação tecnológica tomou forma a partir desse contexto: água encanada, aquecimento, iluminação, uso de materiais para conferir conforto aos móveis. A eletricidade introduziu eletrodomésticos com funções específicas e esses aparelhos traduzem o ideário da modernidade; a ausência ou presença deles demarcam divisões de classe, gênero e poderio econômico, além de serem usadas como parâmetros de pesquisas de Censo em países como o Brasil. O consumo desses produtos provém do imaginário de necessidades difundido pelos meios de comunicação; mas, acima de tudo, esses aparatos também precisam ser socialmente aceitos em seus usos e práticas.

Entre os itens desse inventário estão as formas tecnológicas voltadas para o entretenimento. A vitrola toca-discos e o rádio foram os primeiros produtos eletrônicos de comunicação a adentrar as casas, trazendo a informação de maneira mais rápida e incentivando o imaginário sonoro. O cinema como tecnologia já existia desde o início do século XX, mas era uma atividade desenvolvida em âmbito público. A ida ao cinema configurou, durante muito tempo, termos de socialização cultural importantes nos lugares mais distantes do planeta. Porém, foi depois da Segunda Guerra Mundial que um meio de comunicação imagético, que já existia enquanto possibilidade, foi apropriado pela indústria e pela cultura. Conforme demonstra Barbosa (2010), os jornais e as revistas anunciavam o nome mágico da televisão anos antes da primeira loja de departamento brasileira colocá-la à venda em sua vitrine, o aparelho projetava um imaginário e já despontava a existência de telespectadores que assistissem às imagens transmitidas. A televisão foi o primeiro aparelho instalado no ambiente doméstico a fornecer imagens em movimento dos contextos além da casa, fazendo com que a imagem pública adentrasse o privado de maneira simbólica, ao formar novos sentidos e arranjos culturais no ambiente doméstico, o aparelho intensificou um projeto de incremento da visão como fonte de orientação e desejo dada pelo processo de criação da urbanidade e de reforço da ideia de nação. Também

foi por meio da televisão que o apelo da publicidade e da venda de produtos dentro do sistema capitalista se intensificou (Sevcenko, 2001,).

A apropriação da televisão na casa fez com que a arquitetura sofresse modificações. A sala da residência abriu-se para receber o aparelho. Em alguns casos, esse cômodo recebeu, inclusive, o sugestivo nome de *sala de televisão*. Nesse movimento de entrada, a televisão também modificou móveis; alguns ganharam prateleiras para acondicioná-la; paredes e colunas foram derrubadas para facilitar a visualização da TV a partir de outros cômodos. O resultado foi a criação de hábitos de vida até então inexistentes para a reunião do núcleo familiar, a vida em torno do aparelho também formatou o uso para períodos do dia e a presença de habitantes mais ou menos fixos. Essas relações advêm de uma cultura televisiva que transcende o aparato, conforme afirma Fiske (1987, p. 1):

Televisão-como-cultura é uma parte crucial da dinâmica na qual as estruturas sociais se mantêm em um processo constante de produção e reprodução; sentidos, prazeres populares e a circulação desses conceitos são parte e parcela da estrutura da sociedade.

Uma cultura que não foi criada artificialmente, mas encontra aderência junto às pessoas que criam sentido no processo de mediação durante o uso no contexto da habitação. Assim, a atividade de *assistir* não tem sentido passivo; é, antes, um processo de apropriação em um dado contexto social, conforme estipulado por Hall (2003).

Durante décadas, a televisão foi um dos principais acessos da imagem audiovisual dentro do espaço doméstico. Porém, com o advento de novas possibilidades técnicas, outros aparelhos vieram disputar espaço nesse ambiente. Dos primeiros computadores das décadas de 1980 e 1990 surgiram o notebook, o tablet e o smartphone, mas não apenas isso; as flexibilidades do uso dessas tecnologias somadas à expansão do fluxo de dados virtuais também romperam com as características da forma televisiva clássica. O conteúdo não precisa mais ser consumido somente quando transmitido; pode ser acessado a qualquer momento e revisto múltiplas vezes<sup>3</sup>. Com isso, o fluxo da grade de programação também passou a conviver com conteúdos *on demand* e serviços de streaming.

<sup>3</sup> A tecnologia dos videocassetes, presente desde meados da década de 1970, já permitia a gravação e/ou exibição de programas e filmes fora da lógica da grade de programação. Porém, o acesso a essas tecnologias era limitado pelas possibilidades econômicas. Por outro lado, a forma de acesso também diverge: a fita é um suporte físico limitado a possibilidades de gravação bem menores que o fluxo de dados digitais dos serviços de streaming.

As tecnologias digitais encontraram outras formas culturais de interação. Hoje em dia, é possível assistir a um *programa* em uma tela e interagir com outros espectadores e grupos de interesse em outra – ou criar fluxos de atenção realizando outras tarefas no mundo virtual enquanto se escuta sem necessariamente ver. O comportamento não é necessariamente novo no ambiente doméstico – afinal, já se considerava a televisão como um meio de comunicação de fruição dispersa em estudos de etnografias das audiências realizados por Morley (1996), que observou a *predominância* desse comportamento no público feminino. Porém, a atenção dispensada, hoje em dia, se encontra na encruzilhada de múltiplas imagens e aparatos.

O contexto contemporâneo localiza a televisão circundada por essas outras telas. Mais do que isso, os últimos anos, marcados pela triste evolução da pandemia de covid-19, forçaram as pessoas, no contexto mundial e especialmente no Brasil, a dedicarem um olhar mais aprofundado a suas casas por conta do isolamento social recomendado pelas autoridades de saúde. A casa se tornou central no projeto cotidiano de muitos que tiveram que aprender a conviver a maior parte do dia dividindo espaços e eletrodomésticos. O entretenimento audiovisual também foi uma das formas de superar a impossibilidade de encontrar amigos, familiares e outras pessoas.

Portanto, tendo essas questões em mente, como explicar o papel da televisão enquanto tecnologia dentro do espaço da casa? É possível entender o espaço físico e simbólico do aparato nesse ambiente? Como seus habitantes justificam os usos que fazem dessas telas? Quais espaços ocupam quando estão fazendo uso e com quem assistem e dialogam? Essas são as perguntas que moveram este estudo, que pretende buscar indícios desse tipo de atividade.

### **A comunicação e a materialidade das tecnologias**

As formas de comunicação partem de entidades formadas ao longo de séculos. Pode-se considerar as instituições religiosas e governamentais, além das empresas de interesse capitalista – como a imprensa, a indústria e a televisão – e dos ambientes digitais, como as principais fomentadoras das informações que circulam na sociedade. Essas organizações agem com os mais variados objetivos e, por isso, criam maneiras de comunicar seus interesses e formatar audiências e áreas de influência. Williams (1970) descreve que a comunicação reproduz a linguagem e, portanto, está atrelada à disseminação de formas diferentes de tons e estilos que fazem parte de certas instituições criadoras de efeitos sociais poderosos. Para entender a importância da comunicação, torna-se preciso também entender a formatação dessas instituições e as influências que exercem sobre os indivíduos.

Essa é uma das maneiras pela qual a tradição dos Estudos de Comunicação abordou a relação entre público e privado, muitas vezes a desequilibrando para o poder das instituições sobre os núcleos menores de influenciados. No entanto, essa percepção foi alterada pelo advento dos Estudos Culturais. Para essa corrente de pensamento, é certo que a existência e a atuação desses entes da vida pública influenciam o que se pensa e se faz no âmbito privado. Porém, como lembra Williams, os elementos da cultura são aspectos compartilhados a indivíduos que fazem parte de um território. É nesse espaço de atuação e disputa pública que se regulam os modos de vida:

A sociedade em desenvolvimento é um dado e, no entanto, ela se constrói e se reconstrói em cada modo de pensar individual. A formação desse modo individual é, a princípio, o lento aprendizado das formas, dos propósitos e dos significados de modo a possibilitar o trabalho, a observação e a comunicação. Depois, em segundo lugar, mas de igual importância, está a comprovação destes na experiência, a construção de novas observações, comparações e significados. (Williams, 2015, p. 5)

Nesse sentido, é certo que a agência das instituições públicas exerce influência sobre a vida privada; porém, ela não é unilateral. A criação do sentido da cultura depende igualmente das apropriações realizadas, senão individualmente, pelo menos por pequenos grupos. Uma das maneiras de compreender esse tipo de agência no espaço privado é por meio da materialidade dos objetos. A porta de entrada, neste trabalho, é a tecnologia televisiva e é por meio dela que se compreende, em algum grau, a maneira como os habitantes da casa pensam o mundo e o seu entorno. Outras portas poderiam também ser acessadas com vislumbres diferentes para esse espaço tão complexo. No caso da materialidade da televisão, esse tipo de agência se inicia antes mesmo da recepção de qualquer conteúdo. A maneira como o televisor se faz presente no ambiente já é em si uma informação. Alguém que decide mantê-lo em evidência pode o fazer porque faz uso recorrente, mas também como uma maneira de declarar aos outros visitantes que sua casa e sua vida têm uma posição específica na sociedade. Esse ato de demonstração material está calculado a partir das informações dos mais variados âmbitos públicos e depende do compartilhamento cultural comungado por aquele contexto. Leal (1990) conduz um estudo em casas da classe operária na região de Porto Alegre, no sul do Brasil. A pesquisadora analisa de que maneira essa população assistia a uma telenovela exibida na época e contrasta essa visão com membros da classe média/alta. Na rotina de visitas, capta a mudança de local de uma televisão de uma parede para outra da sala. Apesar de os moradores afirmarem que

a mudança ocorreu porque a porta tapava a visão da tela do aparelho ao ser aberta, a pesquisadora vê uma outra razão para tanto: mostrar, a partir da janela que está de frente para a rua, os bens mais preciosos da família (Leal, 1990). Por outro lado, a pesquisa também revela que a televisão em outras casas – majoritariamente na classe média/alta – tem uma significação diversa: é considerada um meio de comunicação demasiadamente popular, de pouca profundidade. O televisor, inclusive, é escondido em alguns ambientes dentro de um móvel, negando a sua existência, caso os donos assim desejem.

Esses tipos de apropriações e agência sobre os objetos domésticos estão ligados diretamente ao âmbito da cultura material, que se ocupa de observar as práticas, as apropriações e os sentidos dados pelos indivíduos a suas vidas a partir das relações materiais que estabelecem com os espaços que habitam e trafegam. Nessa relação, a moradia apresenta uma grande importância, dada a relação estabelecida pelas rotinas organizadas. O ser humano prescinde de acomodação para descansar, resguardar-se em segurança e desenvolver atividades importantes para a sua continuidade. Logicamente que, como muitos outros aspectos do mundo contemporâneo, esse mesmo direito pode ser vetado (o grande número de pessoas em condição de rua nas cidades é uma constante), assim como estabelece relações importantes de poder e diferenças de identidade. Miller (2013) observa que a casa em si é um objeto que existe fisicamente no mundo (às vezes com um tamanho gigantesco), mas que também representa um ideal simbólico. A relação entre o espaço e os indivíduos que o habitam é, inclusive, conflituosa, às vezes, pelo fato de que a ideia social da casa pode não corresponder às possibilidades de seus habitantes. Então é necessário negociar as expectativas:

Um modo útil de pensar sobre o tema, quanto à habitação, é refletir sobre os vários significados da palavra acomodação. Ela fala da necessidade que temos de encontrar acomodação no sentido de um lugar para viver, e acomodação pode abranger muitos lugares desse tipo, de casas que possuímos a formas temporárias alugadas, como as acomodações estudantis. Em segundo lugar, ela também envolve um processo de acomodação no sentido de uma apropriação da casa por seus habitantes. Menos óbvio é que este segundo significado seja recíproco. Ele pode implicar as mudanças que fazemos para adaptar uma casa às nossas necessidades, mas também a necessidade de mudar a nós mesmos para nos adaptarmos à acomodação. (Miller, 2013, p. 144)

A necessidade de acomodação prevista por Miller agencia a casa como entidade complexa, não submissa aos caprichos de seus habitantes. Esse termo é dinâmico e lembra que o processo de construção do âmbito doméstico não é passivo; está sujeito a modificações dadas por contextos mais restritos e/ou abrangentes. Pode-se observar a maneira como uma casa é modificada na ocorrência de eventos na vida das famílias, como a chegada ou perda de habitantes, mudanças ou reformas. Fatores externos também interferem na casa e em seus ritmos, como é o caso do aumento da sensação de insegurança no bairro, obras externas próximas, chegada ou saída de vizinhos.

No contexto dos últimos anos, uma mudança extraordinária foi empreendida no ambiente doméstico de todo o país pela pandemia do covid-19. A chegada do vírus ao Brasil, ainda nos primeiros meses de 2020, forçou entidades públicas a tomarem medidas cautelares com relação à presença de pessoas em lugares comuns. Com isso, boa parte das atividades econômicas, sociais e culturais do país precisou ser adaptada para contextos que evitassem contato físico. O teletrabalho, a telemedicina e outros serviços, como a entrega em domicílio, foram atividades que cresceram durante esse período. Por outro lado, a não recomendação de sair do ambiente doméstico fez com que os princípios de acomodação e as estratégias de convívio nesse espaço fossem modificadas. As funções básicas da casa, voltada para o descanso, lazer e entretenimento precisaram conviver com o trabalho e as rotinas comumente realizadas no âmbito público. A pandemia é uma grande evidência para a discussão sobre a influência cultural pública/privada: enquanto o ambiente externo exerce forte influência cultural na esfera privada doméstica, esta encontra formas de se reorganizar de maneira a preservar suas características culturais.

No que tange às tecnologias da imagem, esses arranjos precisaram dar conta de fornecer aparelhos para demandas de trabalho (que muitas vezes pediam câmeras e técnicas para transmissão da imagem) e suprir as demandas de informação e entretenimento, que passaram a se desenrolar exclusivamente por ali (antes eram parte desenvolvidas em locais públicos ou privados fora da casa, como parques, shopping centers, cinemas, bares, restaurantes). O uso das funções elementares do televisor para fornecimento de programação de informação jornalística e entretenimento voltou a ter um incremento<sup>4</sup>. Sob a denominação contemporânea da *SmartTV*, os televisores

<sup>4</sup> Um levantamento realizado no estado de São Paulo durante a pandemia mostrou que 91% das pessoas declararam que usaram o aparelho televisivo durante o período pandêmico. Ao mesmo tempo, os níveis de audiência no estado foram os maiores registrados nos últimos cinco anos. Disponível em: <https://abert.org.br/site/imprensa/noticias/kantar-ibope-radio-e-tv-tem-papel-fundamental-durante-pandemia>. Acesso em: 7 fev. 2023.

também conseguem acessar informações usando a rede de internet, o que permite o acesso a aplicativos de streaming, e, além do televisor, é possível consumir o conteúdo em outros dispositivos, como tablets e, principalmente, celulares, que melhoraram a performance de processamento na recepção de dados e aumentaram, de maneira geral, o tamanho de suas telas e resolução de imagem. A pesquisa *Panorama Mobile Time/Opinion Box* (2022) foca o uso de aplicativos em dispositivos móveis no Brasil. A análise inquiriu usuários ao redor do Brasil a respeito dos serviços de streaming assinados que também estariam presentes nos aparelhos celulares dos respondentes. A líder global no segmento, a empresa norte-americana *Netflix*, foi a resposta da maior parte dos participantes (79%), seguida por *Amazon Prime Video* (44%), *Disney +* (24%) e *GloboPlay* (19%).

O streaming, grande responsável pelo entretenimento no ambiente doméstico, é uma atualização de alguns elementos já existentes no passado: os serviços de empréstimo de filmes (videolocadoras), a linguagem da televisão e sua programação seriada e a cultura digital de audiências segmentadas, característica fomentada desde o início do século XXI na internet. Inicialmente chamado de serviço OTT (*over the top*, pois, de alguma maneira, utilizava-se das redes já instituídas pela instalação do cabo para oferecer conteúdo diverso ao que passava na televisão), o termo streaming veio da possibilidade da visualização de um conteúdo audiovisual sem a necessidade de suportes físicos, nem da informação estar presente nos computadores ou HD's locais para ser consumido. O acesso é feito por um fluxo de vídeo que não fica armazenado para o usuário – lembrando, nesse sentido, a própria transmissão televisiva, com a diferença de poder ser acessado a qualquer momento. Ainda que o acesso ao streaming exista sem cobrança na internet – o exemplo de maior sucesso é o Youtube, fundado em 2005 e hoje um dos sites mais famosos da internet –, a maior parte dos serviços dessa natureza funciona mediante assinatura. Esse modelo de negócios – que capitaneou a maior parte dos produtores de entretenimento do mundo como a Disney, Paramount, Globo, HBO e outros – baseia-se no conceito de aderência, que, segundo Jenkins, Ford e Green (2015), é o ato de concentração de audiências virtuais em determinados espaços para a capitalização de sua atenção, seja pela cobrança para acesso à biblioteca de conteúdo, seja pela venda de espaço para anunciantes mediante o oferecimento de conteúdo gratuito a audiências específicas. Essa forma de entretenimento, que ganhou mais adeptos ao longo da pandemia de covid-19, é uma das responsáveis pela flexibilização dos ritmos e modos de consumo audiovisual no ambiente doméstico, criando formas inéditas de relação dos habitantes de uma casa com os meios de comunicação.

## Fase de sondagem inicial

Para uma melhor compreensão, localizada no tempo e no espaço contemporâneos, de como se encontram as tecnologias da comunicação e a maneira como são utilizadas no âmbito doméstico, foram realizadas entrevistas em profundidade com indivíduos que habitam a área de Curitiba e Região Metropolitana. Os participantes foram escolhidos por meio de dois questionários iniciais, divulgados por meio digital.

Um deles se voltou para a relação das pessoas com o aparelho televisivo e procurou mapear a quantidade, horas de uso e locais onde o televisor se encontrava na casa. O objetivo era achar indivíduos com televisão em casa e que fizessem uso do aparelho cotidianamente. O foco na televisão veio da necessidade de entender a continuidade dessa tecnologia de comunicação clássica dentro do cenário contemporâneo urbano de uma cidade brasileira. O formulário foi divulgado nas redes sociais Facebook e Instagram, tanto em círculos pessoais dos pesquisadores como em grupos de bairros e outras associações de moradores da cidade. A publicização foi realizada em março de 2021, quando as restrições sanitárias decorrentes da pandemia ainda encontravam-se em vigor, e recebeu 63 respostas no prazo de três dias. O recebimento de novas respostas foi encerrado após esse período, por se compreender que o universo de interessados era suficiente para a busca inicial, tendo em vista que seria também necessário realizar uma segunda sondagem de participantes, além de entrevistas em profundidades nos dois casos<sup>5</sup>.

O outro questionário<sup>6</sup> foi projetado com foco distinto: procurou encontrar indivíduos que faziam uso de serviços de streaming no ambiente doméstico por meio da televisão ou outros meios disponíveis. Para esse questionário, buscou-se jovens como respondentes, por entender que são o principal público usuário desse tipo de tecnologia<sup>7</sup>. Segundo as faixas etárias dadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), são consideradas jovens pessoas entre 15 e 29 anos de idade. Porém, os menores de 18 anos foram descartados da amostra, pois careceriam de autorização específica de seus responsáveis para validação. Outro motivo para a

<sup>5</sup> O questionário completo pode ser acessado em link permanente no seguinte endereço: [https://drive.google.com/file/d/179sD1tAMqv6hPHY1r5T2x6V1rBlQd8Pl/view?usp=share\\_link](https://drive.google.com/file/d/179sD1tAMqv6hPHY1r5T2x6V1rBlQd8Pl/view?usp=share_link)

<sup>6</sup> O questionário completo pode ser acessado em link permanente no seguinte endereço: <https://drive.google.com/file/d/1-o22bJ1cIlvmUK5mHDIgdICGsl3pVBpP/view?usp=sharing>

<sup>7</sup> O relatório *Uso de Apps no Brasil*, em sua edição de 2023, destaca: “O hábito [de assistir conteúdos em aplicativos de streaming] é mais comum entre jovens de 16 a 29 anos (72%) que entre pessoas com 30 a 49 anos (67%) ou com 50 anos ou mais (61%)”.

escolha de jovens foi a busca por traçar relações disruptivas ou continuidades das utilizações clássicas da televisão. O questionário foi divulgado pelas redes sociais e reuniu 107 respostas, ficando aberto do dia 30 de novembro de 2021 a 15 de janeiro de 2022. O período maior de abertura com relação ao questionário anterior ocorreu devido ao empreendimento de diferentes formas de promoção pelas redes sociais (com técnicas de promoção em grupos de jovens que pudessem aumentar a adesão).

Os questionários foram construídos com abordagens diferentes, mas objetivaram a utilização de aparelhos televisivos no ambiente doméstico. Dentro do universo do primeiro questionário, a maioria (36,5%) respondeu que tinha ao menos um televisor em casa, enquanto 15,9% declararam que tinham quatro ou mais aparelhos. A tendência para ter mais aparelhos foi sentida em núcleos familiares mais extensos, formados por quatro pessoas ou mais, nos quais os papéis mais preponderantes eram pais, mães, irmãos ou familiares próximos. Ao mesmo tempo, tinham apenas um televisor os núcleos familiares menores, formados majoritariamente por casais, divorciados que moravam com filhos ou pessoas que residiam sozinhas. Esse dado aponta que a idade de construção e manutenção do núcleo familiar faz com que o número de televisores aumente por conta das aquisições feitas ao longo dos anos e a tendência da permanência desses aparelhos nesses espaços.

Enquanto o primeiro questionário teve faixas etárias respondentes variáveis – com a faixa dos 20-29 anos como a maioria dos respondentes (40,2%) –, o segundo, focado em jovens, teve as idades de 20 (22,4%) e 21 anos (20,6%) como preponderantes. Todos os respondentes do questionário declararam fazer uso dos serviços de streaming no ambiente da casa, sendo a plataforma Netflix a preferida (97,1%), com a Amazon Prime (74,3%) em segundo lugar e a GloboPlay (37,1%) em terceiro. O dado apresenta ressonância com relatórios como o *Panorama Mobile Time/Opinion Box* (2022) apresentado acima. O tempo dedicado a assistir aos produtos ofertados pelos streamings também chamou a atenção em duas faixas de uso. Os respondentes declaram que assistem ao streaming diariamente de 1 a 2 horas (35,7%) ou de 2 a 4 horas (28,6%). Não foi possível inferir se esse uso intenso é feito de maneira parcelada ou contínua, nem se a dedicação à atividade é feita de maneira completa ou dividida entre outras atividades. A probabilidade é que a segunda opção tenha mais sentido, graças à proximidade com o uso clássico da televisão, porém essa alternativa requer estudos mais aprofundados. Por fim, o dado referente ao local de consumo de preferência é também quase absoluto: 98,6% das respostas selecionaram a casa como o principal espaço para a atividade. Isso condiz com o período pandêmico, mas também mostra a força desse espaço para a atividade, percebida culturalmente como entretenimento.

Por conta da perspectiva restritiva, o contexto impôs-se como uma das variáveis da pesquisa em sua execução. Portanto, não foi possível empreender metodologias etnográficas de visita aos espaços domésticos pelos pesquisadores, que revelariam informações importantes sobre os arranjos domésticos. Dessa forma, algumas distorções nos dados são possíveis, sendo necessário levar em conta que os indivíduos precisaram se adaptar a esse estilo de vida de maneira temporária sem uma previsão de retorno às atividades rotineiras anteriores e, dessa maneira, precisaram negociar os contextos e as formas de utilização dessas tecnologias, uma vez que dependiam dos outros habitantes desse espaço.

A triagem dos participantes para a segunda fase da pesquisa aconteceu a partir dos questionários anteriores, que traziam uma opção de aprofundamento opcional segundo a disponibilidade dos respondentes. No primeiro questionário, o nível de aceitação foi de 95,2%, enquanto no segundo 51,9%. A aceitação em participar da segunda fase, no entanto, não significa que todos os interessados poderão ou terão disponibilidade de tempo para realizar a entrevista. Isso se revelou logo em seguida, quando os pesquisadores tentaram contato com os respondentes, que não retornaram o pedido ou mesmo declararam que não teriam tempo para a participação, estimada em 45 minutos. Todavia, após algumas respostas negativas, foi possível encontrar duas participantes do primeiro questionário e outras três participantes do segundo questionário. A escolha por pessoas do gênero feminino não foi intencional. As participantes tiveram seus nomes alterados na pesquisa, para manter o sigilo dos dados sensíveis compartilhados. A tabela 1 traz o nome atribuído às entrevistadas, assim como a idade e ocupação.

Tabela 1: Perfil das entrevistadas na segunda fase da pesquisa

Questionário 1 – Usos da televisão		
Nome	Idade	Ocupação
Alice	55 anos	Professora aposentada
Jandira	29 anos	Professora de Ensino Fundamental
Questionário 2 – Usos do streaming		
Camila	20 anos	Estudante
Roberta	21 anos	Estudante
Jennifer	21 anos	Estudante

Fonte: Elaborado pelos autores.

As entrevistas foram realizadas de maneira virtual, na plataforma Microsoft Teams, que possibilita a gravação e posterior transcrição da fala. Todas as entrevistadas foram informadas que a conversa estava sendo gravada e que os dados seriam cedidos de forma anônima para o estudo. Os questionários usados nessa fase foram do tipo semiestruturado, ou seja, tinham tópicos a serem sondados – a presença do televisor na casa, a descrição dos ambientes, um breve histórico de como o ambiente doméstico foi estruturado, as formas de ver os conteúdos, as telas utilizadas, as negociações na visualização, as rotinas normais e as alterações causadas pela pandemia – mas que variaram em número de questões. Verificou-se que esse método de entrevista resultou em conversas que superaram os 45 minutos de gravação (algumas chegaram a uma hora e meia de duração). A riqueza dos detalhes e a possibilidade de uma sondagem qualitativa foram imprescindíveis aos resultados. Todavia, uma advertência deve ser feita aos pesquisadores que usem desse processo: a objetividade é também importante, pois o volume de informação pode dificultar a visualização do objeto pretendido.

### **Análise do conteúdo das entrevistas**

Jandira mora em uma casa com mais de 100 metros quadrados, construída em um bairro periférico de Curitiba. O terreno também abriga outras duas casas menores de aluguel, construídas aos fundos, que são a fonte de renda de sua família. O terreno também conta com uma horta, uma churrasqueira e uma pequena oficina para as ferramentas que pertencem ao pai dela. Jandira é a terceira filha do casal, que também teve outras três meninas. Duas delas já são casadas e vivem em suas respectivas casas com seus maridos e filhos. Jandira ainda mora com os pais e a irmã mais nova. Habita o espaço desde que nasceu e já viu a casa sofrer muitas modificações, causadas por fatores como a saída das irmãs e o incremento sazonal do poder econômico da família, que permitiu a construção e ampliação de alguns cômodos da casa, bem como das outras casas de aluguel. No momento da entrevista, existiam dois televisores na casa: um no quarto dos pais, com tela menor e de aquisição anterior, e outro na sala, com dimensões maiores de tela e mais recente. Havia um outro aparelho que ficava na cozinha; porém, ele estragou com o passar dos anos e não foi substituído. O televisor da sala pode ser usado por qualquer membro da família. Já o que fica no quarto dos pais é manejado somente pelo casal. Quando era mais jovem, ela lembra de assistir bastante à televisão, já que os pais trabalhavam fora e ela ficava sob a tutela da irmã mais velha. De alguns anos para cá, porém, ela passou a não mais assistir à televisão no espaço da sala. Essa situação ficou mais pronunciada, segundo ela, durante a pandemia:

Eu, por exemplo: eu já passei meses sem ir na sala pra ver televisão. Agora..porque tudo que eu quero ver, eu uso o celular. Então eu vejo notícia, eu vejo coisas dos famosos quando eu quero, sabe...coisa da faculdade eu vi...então tudo é pelo celular. (Jandira)

Jandira conta que assiste ao streaming pelo aparelho celular no quarto ou em outros cômodos da casa. Nesse caso, o aparelho tem uma função híbrida tanto para o trabalho quanto para o lazer. Também chama a atenção a continuidade dos aparelhos no espaço da casa: o mais antigo, mas ainda funcional, foi para o quarto dos pais, que fazem uso rotineiro dele. O outro, que ficava na cozinha, não foi renovado justamente pelo fato de que não era utilizado com a mesma frequência do passado.

Alice também considera que já fez mais uso da televisão. Divorciada, mora sozinha, em uma casa ao lado da de sua mãe, em um bairro de classe média de Curitiba. Segundo ela, o arranjo já existente se mostrou muito útil no período de isolamento social, pois conseguia fornecer uma assistência mais próxima a ela. Teve uma filha em seu casamento anterior; a moça mudou-se recentemente para morar com o marido em Florianópolis. Assim como Jandira, dois televisores podem ser encontrados no espaço da casa, que tem cerca de 100 metros quadrados. Um deles fica em sua sala de estar, conjugada a uma mesa de jantar. Ocupa espaço em frente ao sofá instalado em uma estante de livros e discos. Outro televisor menor fica no quarto que era, até então, ocupado pela sua filha. Alice faz uso dos dois aparelhos em momentos distintos: o da sala fica ligado em canais de informação e telejornalismo, majoritariamente no período noturno, para que Alice receba as últimas notícias relacionadas ao coronavírus e aos desdobramentos políticos do caso. O outro é acessado algumas vezes, após ela encerrar o expediente de trabalho remoto – a professora aposentada ainda ministra aulas na pós-graduação de uma faculdade particular da cidade –, quando Alice prefere ver algum tipo de conteúdo de entretenimento, como uma série ou filme por meio do streaming.

Aqui em casa, televisão é mais pro fim da tarde, quando encerro meu trabalho, tenho um tempo livre...aí ligo e assisto o telejornal das sete, emendo o Jornal da Band e logo depois o Nacional. É raro assistir em outro momento...a não ser talvez domingo de manhã que é quando passa a Fórmula 1, que eu adoro...aí assisto mesmo. Mas em geral, ela fica desligada durante o dia, é mais à noite. Eu gosto de ver notícias, me manter informada...ainda que hoje em dia às vezes é muito deprê e eu queria uma coisa mais leve... (Alice)

Por morar sozinha, Alice é a dona de seu espaço e agencia as possíveis mudanças a serem realizadas, como a troca de lugar dos móveis e a aquisição de novos eletrodomésticos. Sobre a televisão, ela não considera que esteja na hora de trocar de aparelho, pois gosta de utilizar o ciclo de vida útil dos eletrodomésticos sem um apelo consumista. Apesar de o hábito de ver televisão na sala ter se esvaído de sua rotina, Jandira teve uma ideia com sua irmã mais nova: adquirir um televisor, mesmo usado, para ser instalado no quarto que dividem. Para ela, seria uma maneira de continuar compartilhando a vida com a irmã em uma espécie de arranjo privado das duas que se intensificou no decorrer da pandemia.

O que se verificou nessas duas entrevistas é que o âmbito externo da covid-19 invariavelmente alterou a maneira como os dois espaços domésticos estavam organizados. Na casa de Jandira, o uso das tecnologias da informação para o estudo e o lazer se intensificou, mas também se tornou mais restritivo, individualizado. Poucos momentos de visualização coletiva ainda restaram, como assistir à televisão na sala. Segundo ela, isso só acontece quando precisa entreter os filhos da irmã mais velha que visitam a casa em alguns dias. No resto do tempo, o comportamento de assistir a conteúdos sozinha é mais comum. A vontade de compartilhar um aparelho televisor com a irmã, porém, demonstra uma vontade de partilhar um tipo de intimidade específica dentro do ambiente da casa, levando a crer que os arranjos intimistas temporários também fazem parte dos ritmos do ambiente doméstico, da mesma maneira como a televisão que fica no quarto dos pais e é acessada somente por eles.

No caso de Alice, o televisor também não é mais a peça central de imagem de sua casa, mas ainda está ligado, de alguma maneira, a uma socialização – ou à memória de uma socialização. Segundo ela, ainda existem momentos coletivos de visualização de conteúdos, especialmente ligados ao futebol, quando recebe seu namorado ou amigos em casa ou quando vai ao quarto para assistir aos serviços de streaming “da mesma forma que a sua filha fazia”, talvez como uma espécie de memória afetiva causada pela saída recente do membro da família que era-lhe mais próximo. Nesse sentido, a televisão ainda continua existindo dentro do ambiente doméstico, mas partilhando de circuitos restritos de acesso e uso – pela pandemia, mas também dentro de um movimento mais recente de utilização das tecnologias da informação e comunicação.

As outras três entrevistadas com foco nos serviços de streaming também relataram algumas mudanças com relação aos arranjos domésticos na pandemia. Os pais de Roberta se divorciaram durante o período e a mãe saiu de casa, porém a estudante não conseguiu ver muita diferença no uso dos espaços que já eram atomizados anteriormente (“cada um em seu quarto”). Jeniffer voltou para a casa de

seus pais após um período vivido na casa de um ex-namorado, no qual, segundo ela, tinha mais liberdade para fazer o que quisesse nos cômodos da casa, e agora está mais restrita à intimidade do seu quarto.

O fato de as entrevistadas permanecerem mais tempo em casa fez com que consumissem mais conteúdo desse tipo – majoritariamente no celular, notebook ou tablet nos locais mais reservados da casa, como o quarto. Porém, elas também cultivaram formas de ver e utilizar as tecnologias televisivas presentes em suas casas.

[...] com o tv box [aparelho que provê TV a cabo] acabamos optando por canais fechados quando assistimos, então tem mais novela. Nessas últimas semanas eu tenho assistido bastante novela. Minha irmã não assiste muito, mas eu e minha mãe sim, aí acabamos vendo juntas na sala. A gente fica no sofá, o sofá é grande. E a gente assiste comentando sobre a novela. Mas eu sempre to no celular, fico na rede social e assistindo. Às vezes eu tô comendo, as vezes não. Não tem horário de tipo refeição juntas. Quase todo dia nós assistimos novela. (Jennifer)

[assisto os conteúdos com mais intensidade na] tv e tablet. Assisto no celular também mas acho pequenininho, assisto menos. Onde mais gosto é tv e tablet, por conta da tela maior, aí consigo ver melhor e gosto de ver com legenda, aí fica melhor pra enxergar. [...] Eu arrumo o sofá, que ele tem o “negocinho” de puxar, pego uma cobertinha, um negocinho para tomar, alguma coisa pra comer, aí eu chamo meus cachorros pra ficarem comigo e aí eu coloco o que eu vou assistir. (Roberta)

[Com a pandemia] ficar muito tempo em casa eu não me via mais no meu quarto. Eu só dormia no meu quarto, não vivia no meu quarto. Eu não tinha tapete, não tinha cadeira de escritório, o puff que tenho hoje. Aí na pandemia eu busquei isso de ter vários lugares em um lugar só. A gente hoje buscou muito mais o conforto em casa, trocou colchão, trocou sofá. Eram muitas coisas que a gente trocou que a gente não via antes porque ficava bastante tempo fora de casa. [...] Eu acho que alterou bastante porque na pandemia eu passei a consumir muito mais. A gente só tinha Netflix, pegamos Disney+ porque eu gosto de assistir os filmes da Marvel, divido com uma amiga a HBO Max graças ao dinheiro do estágio tem essa possibilidade. (Camila)

A alteração dos habitantes da casa (por razões de divórcio, voltar a morar com os pais), a reforma de locais físicos (o ambiente do quarto, citado nas entrevistas) e outras alterações necessárias na forma de habitar exemplificam o conceito de acomodação de Miller (2013), no qual as negociações formatam o espaço ao longo do tempo e nunca de forma definitiva. Apesar de as pessoas estarem imersas nas rotinas do ambiente doméstico e o ver como um espaço de relativa estabilidade, a fala

das entrevistadas demonstra mudanças em um curto espaço de tempo. Esse tipo de acomodação necessária apresenta uma ligação direta com as formas de consumo e a presença das tecnologias de imagem: a flexibilidade do streaming faz com que existam possibilidades maiores de consumo em momentos específicos. Porém, muitas vezes, as formas de ver e vivenciar o espaço físico ainda subsistem: a mãe e a filha se reúnem para assistir à novela na sala e conversar a respeito; ou o ritual de conforto realizado por Roberta para assistir um conteúdo na televisão, considerada por ela como uma tecnologia mais adequada para a atividade pela possibilidade de exibição de legendas maiores. Dessa maneira, apesar de as entrevistadas fazerem uso de formas de acesso a conteúdos diferentes do estabelecido pela televisão, o aparelho continua com presença importante no ambiente doméstico.

De maneira geral, é possível perceber que as tecnologias contemporâneas da imagem têm agência de criar pequenos espaços de intimidade entre alguns membros da família e outros momentos de individualidade e isolamento do resto dos acontecimentos da casa. A necessidade dessas atividades – seja para o lazer, seja para o trabalho – explica em parte a continuidade e a profusão dessas tecnologias no espaço.

### Considerações finais

Os dados coletados nas entrevistas em profundidade revelam aspectos instigantes para a ecologia das tecnologias da informação e a relação desses artefatos com a vida doméstica que se desenrola em seu redor. Mais do que isso, revela a relação intrínseca dos indivíduos com o espaço em que vivem e os conflitos que se estabelecem nos usos, feitos de atos descontinuados ou contínuos. Eles ganham novos significados e de maneira nenhuma se encontram estagnados e sem relação com a cultura do exterior. Conforme explicado anteriormente, a participação dos respondentes na segunda etapa foi construída de maneira voluntária e, por isso, contou com uma participação exclusivamente feminina de maneira não intencional. Os dados obtidos, dessa maneira, precisam ser observados sob essa ótica do gênero, que passou por mudanças nas relações com o ambiente doméstico. Em outras palavras: se antes às mulheres poderia ser computada uma presença maior, mas com participação desigual na configuração desse ambiente<sup>8</sup>, hoje, elas têm mais voz nessa

<sup>8</sup> Conforme demonstrado por Morley (1996): uma sondagem com famílias dos subúrbios de Londres nos anos 1980 mostrava as mulheres como mantenedoras do espaço doméstico, no qual as decisões de reformas do espaço e os usos do eletrodoméstico televisivo eram predominantemente masculinos. As famílias pesquisadas por Leal (1990) também retrataram configurações familiares nas quais os homens transitavam mais ambientes externos no que refere ao trabalho e ao lazer fora de casa, enquanto as mulheres permanecem com maior predominância no ambiente doméstico.

relação e nas decisões a respeito do espaço, como foi possível perceber no caso de Alice, descrito acima.

No encontro da cultura material, os artefatos e suas significações com as imagens impermanentes das redes sociais, dos programas da televisão e do streaming são importantes catalizadores de mudanças e se colocam como evidências materiais dos complexos contextos culturais. Apesar de tantos apelos do capitalismo contemporâneo em formatar e adquirir novos produtos ao mesmo tempo que anuncia o fim de outras tecnologias, se torna preciso olhar além desse processo massificado, feito cada dia mais de algoritmos baseados em usuários genéricos. Porque o processo de comunicação – e as significações provenientes dele – demanda muito mais do que isso. Porque se torna possível cultivar a educação e a compreensão do ser humano a partir dele. Essa não é somente a opinião dos autores deste artigo; é também um aspecto já alertado por Williams, quando analisa que a vida das pessoas e da sociedade não pode ser confinada a servir cegamente ao capital porque “o que chamamos de sociedade não é apenas uma rede de arranjos políticos e econômicos, mas também um processo de ensino e comunicação” (Williams, 1970, p. 19).

## Referências

BARBOSA, M. C. Imaginação Televisual e os primórdios da TV no Brasil. In: GOULART, A. P.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (org.). *História da Televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2010.

FISKE, J. *Television Culture*. Londres: Routledge, 1987.

HALL, S. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2015.

LEAL, O. M. F. *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Editora Vozes, 1990.

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

MORLEY, D. *Televisión, audiências y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1996.

PANORAMA MOBILE TIME/OPINION BOX. *Uso de Apps no Brasil*. São Paulo, 2022. Relatório. Arquivo Digital.

RYBCZYNSKI, W. *Casa: pequena história de uma ideia*. São Paulo: Editora Record, 1996.

SEVCENKO, N. *A corrida para o século XXI: no loop da montanha-russa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

WILLIAMS, R. *Communications*. Londres: Penguin Books, 1970.

WILLIAMS, R. *Recursos da Esperança: cultura, democracia, socialismo*. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

submetido em: 16 fev. 2023 | aprovado em: 17 mai. 2024