

Práticas de consumo de smartphones no contexto de pandemia de Covid-19: um olhar etnográfico para as apropriações das mulheres de Maputo – Moçambique

Smartphone consumption practices in the context of the Covid-19 pandemic: an ethnographic look at women's appropriations in Maputo – Mozambique

*Camila Rodrigues Pereira*¹

*Sandra Rúbia da Silva*²

Resumo: *O presente artigo é resultado de uma pesquisa etnográfica realizada com mulheres moçambicanas moradoras da cidade de Maputo. Como objetivo, buscamos compreender algumas mudanças nas práticas de consumo de smartphones no contexto de pandemia de Covid-19. Ao longo da pesquisa, que iniciou com trabalho de campo presencial, em 2019, e passou para um segundo momento de etnografia para a internet (HINE, 2015), foram realizadas observação participante, observação nas mídias sociais e entrevistas em profundidade. Nossa análise compreende que, em um cenário de pandemia, os smartphones tornaram-se possibilitadores do ensino remoto para as estudantes universitárias – mesmo com a desigualdade de acesso – e auxiliaram as interlocutoras da pesquisa na construção de novas fontes de renda.*

Palavras-chave: *consumo; smartphones; Moçambique; pandemia; Covid-19.*

Abstract: *The article is the result of an ethnographic research carried out with Mozambican women living in the city of Maputo. As an objective, we seek to*

1 Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Santa Maria, RS, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0003-2424-3720> E-mail: rpereiracamila@gmail.com

2 Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Santa Maria, RS, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0001-7548-5178> E-mail: sandraxrubia@gmail.com

understand some changes in smartphone consumption practices in the context of the Covid-19 pandemic. Throughout the research, which began with face-to-face fieldwork, in 2019, and moved to a second stage of ethnography for the internet (HINE, 2015), participant observation, observation in social media and in-depth interviews were carried out. Our analysis understands that in a pandemic scenario, smartphones became the enablers of remote learning for university students – despite the inequality of access – and that they helped the research interlocutors to build new sources of income.

Keywords: Consumption; Smartphones; Mozambique; Pandemic; Covid-19

Introdução

O objetivo do presente artigo é compreender algumas mudanças nas práticas de consumo de *smartphones* no contexto de pandemia de Covid-19 a partir de relatos de mulheres moçambicanas, que residem na cidade de Maputo, capital do país. Este trabalho é fruto de uma pesquisa etnográfica, que iniciou em 2019, a partir de um período de seis meses de estágio sanduíche em Moçambique, na Universidade Pedagógica de Maputo, através do Projeto Educomunicação Intercultural, financiado pelo Programa Abdias Nascimento – Capes. Ao longo da pesquisa, que iniciou com trabalho de campo presencial, em 2019, e depois passou para um segundo momento de etnografia para a internet (HINE, 2015), foram realizadas observação participante, observação através das mídias sociais e entrevistas em profundidade (presencialmente e através das plataformas Google Meet e WhatsApp). Neste artigo, são apresentados os relatos de oito interlocutoras da pesquisa, que tiveram seus nomes alterados a fim de resguardar suas imagens e intimidades. Cinco são estudantes universitárias, que vivem na residência estudantil, e três são trabalhadoras: auxiliar de limpeza, secretária e segurança em portaria de residencial. O contato com as estudantes iniciou na residência universitária, no período do estágio sanduíche, e a comunicação com as outras interlocutoras deu-se através de indicação.

Os estudos sobre o consumo de *smartphones* e mídias sociais são temas de pesquisa emergentes, principalmente na interface entre as áreas da Comunicação e da Antropologia (SILVA; MACHADO, 2020). Compreender sobre os diferentes usos dos *smartphones* e sobre as distintas apropriações das mídias sociais é uma forma de entender, cada vez mais, a diversidade cultural do nosso mundo, pois os conteúdos compartilhados nesses meios (MILLER et al., 2019) e a forma como as pessoas transformam as funcionalidades dos *smartphones* (MILLER et al., 2021) refletem a nossa sociedade e demonstram o quanto o mundo pode subverter as capacidades programadas dos aparelhos.

Entendemos o consumo como um processo cultural (SLATER, 2002), o qual é responsável por estabelecer e manter as relações sociais,

por expressar sobre as pessoas, suas localidades, suas famílias, suas culturas (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013). Vivemos em uma *Sociedade de consumo* (BARBOSA, 2004), na qual o consumo dos bens é fundamental não só para saciar nossas necessidades fisiológicas e suprir demandas cotidianas, mas para comunicar, para manter relações, para definir e sustentar nossas identidades (ROCHA, 2009).

Archambault (2017), ao escrever sobre o consumo de telefones celulares em Inhambane, Moçambique, destaca que é muito presente entre os jovens interlocutores da pesquisa o sentimento de incerteza cotidiana – incerteza material, ligada à subsistência e ao futuro, e incerteza relacionada às dúvidas das relações cotidianas, moldada cultural e historicamente por uma posição marginal que a região ocupa na economia global. Essa incerteza desperta, em muitos casos, uma improvisação nas práticas de subsistência e novas maneiras de ser e se relacionar através dos telefones celulares.

Com a chegada da pandemia de Covid-19, as incertezas entre os jovens – e não só – aumentaram, tanto sobre questões de saúde quanto de sociabilidade e, principalmente, no caso da presente pesquisa, ligadas à continuidade dos estudos e à busca por uma fonte de renda. O primeiro caso registrado de Covid-19 em Moçambique deu-se no dia 22 de março de 2020. Dias depois, em 31 de março, o presidente Filipe Nyusi decretou Estado de Emergência no país, mesmo tendo apenas oito casos confirmados da doença. Com esse decreto, foram fechadas escolas, universidades, parte do comércio, entre outros serviços, e a circulação de pessoas e o contato social passaram a ser restritos. As decisões foram tomadas rapidamente no país como forma de prevenção, pois o sistema de saúde de Moçambique possui muitas limitações. Há poucos hospitais e menos ainda são os equipamentos como respiradores e ventiladores, necessários para os pacientes que chegam ao estágio grave da doença.

Moçambique fica no sul do continente africano e faz fronteira com países como África do Sul, Suazilândia, Zimbábue, Zâmbia, Malawi e Tanzânia. No período de pandemia, em muitos momentos, as fronteiras foram fechadas. A capital do país, Maputo, está localizada no extremo

ARTIGO

sul de Moçambique e possui, segundo o Boletim de Indicadores Demográficos da Cidade de Maputo (2019), 1.122.607 habitantes.

Assim como em muitos países, em Moçambique a vida das pessoas teve que mudar de um dia para o outro. As tradicionais formas de interação social necessitaram ser reconfiguradas, adotou-se o distanciamento social e o uso de máscaras (CAMBRÃO; JULIÃO, 2020). Sem aulas nas escolas, os canais moçambicanos de televisão começaram a transmitir conteúdos educativos pela parte da manhã, para auxiliar as crianças no aprendizado. Em alguns cursos de ensino superior, os professores universitários passaram leituras e exercícios através do WhatsApp e em grupos de turma criados nas mídias sociais. Com as portas das igrejas fechadas, alguns pastores passaram a fazer seus cultos *on-line*, algumas organizações ganharam espaço na televisão. Contudo, a realidade das atividades *on-line* e do trabalho remoto é difícil de ser implantada no país, uma vez que menos de 7% da população tem acesso à internet e 4,4% tem acesso a computador (CENSO MOÇAMBIQUE, 2017). O acesso à internet e às mídias sociais é bastante desigual, os preços das empresas de telefonia móvel são elevados e a conexão ainda é uma realidade acessível para poucos.

Durante o período de isolamento social causado pela pandemia de Covid-19, para muitas pessoas ao redor do mundo, o *smartphone* tornou-se a soma total de sua comunicação social (MILLER et al., 2021) e tornou-se também escola, casa, o lugar em que vivemos e aprendemos. Além disso, destacamos que para as mulheres moçambicanas, participantes desta pesquisa, a pandemia ocasionou também a troca de *smartphones* para modelos com mais capacidade de armazenamento, o aumento do uso e do gasto com internet, e, além disso, a necessidade de empreender e usar o *smartphone* como um colaborador na busca pela obtenção de uma renda extra.

Dito isso, o presente artigo está dividido em três seções para além da introdução e das considerações finais: a primeira, na qual abordamos as percepções de outro tempo, os usos dos *smartphones* pelas interlocutoras em 2019, antes da chegada do novo vírus, e as primeiras mudanças no

contexto de pandemia; a segunda, em que apontamos para a relação do *smartphone* como possibilitador do ensino remoto no período de isolamento causado pela Covid-19; e um último momento, que aborda os novos empreendimentos e formas de aprendizado e obtenção de renda, pensados pelas participantes da pesquisa durante a pandemia.

Percepções de outro tempo: os usos dos smartphones antes e no início da pandemia de Covid-19

Em 2019, as ruas de Maputo estavam cheias, os chapas (transportes) lotados e as escolas e universidades com muitas crianças, jovens e adultos estudando. Os usuários de *smartphones* estavam preocupados, em parte, em conseguir colocar *megabytes* de internet para se comunicar com amigos, familiares, principalmente através do WhatsApp e do Facebook, e se os megas seriam suficientes para escutar algumas músicas e olhar alguns vídeos no YouTube. Apesar de o último Censo de Moçambique (2017) indicar que só uma pequena parte da população possui acesso à internet, os números de conectados estão crescendo nos últimos anos, principalmente na província de Maputo.

As estudantes universitárias, interlocutoras da pesquisa, usavam relativamente pouco a internet, o acesso era de poucas horas semanais. Boa parte de seus dias era dedicado à faculdade, a compromissos relacionados à igreja, à residência universitária e a atividades cotidianas como ir ao mercado, cozinhar, encontrar amigos, entre outros. Os *smartphones* eram usados mais para entretenimento e comunicação: para escutar músicas através do YouTube, para olhar e trocar fotos, para conversar com amigos e familiares – principalmente com os que moram em outras províncias do país.

A maioria das participantes da pesquisa não sentia a necessidade de uma presença constante nas mídias sociais. Algumas interlocutoras passavam dias sem internet no celular, ou por não ter metical (moeda moçambicana) para “alimentar” o telefone ou porque não sentiam necessidade de estar conectadas. Existiam outras rotinas de trabalho que

ocupavam o seu dia a dia, nas quais os *smartphones* apareciam como um complemento para comunicações pontuais, para distração e para buscar informações específicas.

Eugênia, estudante universitária de 23 anos, usava somente o WhatsApp no *smartphone*, e apenas para conversar com os amigos (muitos deles residentes na província da Zambézia), porque era mais econômico. Ela conta que não fazia chamadas de áudio ou vídeo, “nessas conversas, usávamos só textos, ou compartilhávamos imagens. E eu podia ficar dias sem usar, e sem me preocupar com as novidades que lá ia encontrar assim que abrisse [o WhatsApp]”.

O WhatsApp é uma das mídias sociais mais utilizadas no país porque consome menos dados móveis. Algumas operadoras de telefonia móvel até criam promoções que possibilitam que o uso do aplicativo continue mesmo após o término dos *megabytes* de internet. A segunda mídia social mais usada pelas participantes da pesquisa é o Facebook; e o Instagram poucas possuíam, relatando que precisariam de muita internet para usar.

As interlocutoras que, antes da pandemia, trabalhavam fora, como Alima, de 38 anos, muitas vezes conectavam-se à rede *Wi-fi* do local de trabalho, o que as possibilitava usufruir mais das mídias sociais sem gastar o pacote de dados. Moçambique não possui muitos estabelecimentos com redes *Wi-Fi* e não é comum para a maioria da população ter internet sem fio em casa, principalmente para pessoas com baixa renda. Com poucas redes *Wi-Fi* no país, o acesso à internet para a maioria dos usuários é através de dados móveis, geralmente ofertados pelas empresas de telefonia Movitel, Mcel, Vodacom, entre outras.

No contexto de pandemia de Covid-19, muitas mulheres trabalhadoras tiveram a sua rotina alterada, e muitas perderam os seus empregos. Barbosa e Paiva (2020), em uma pesquisa com trabalhadoras no período de pandemia, identificaram que, nesse cenário mundial, as desigualdades sociais foram intensificadas e a insegurança com relação ao trabalho aumentou. Além disso, as autoras também apontam para uma perda de sociabilidade e para o aumento do trabalho doméstico por parte das

mulheres (BARBOSA; PAIVA, 2020). No caso da presente pesquisa, com a chegada da pandemia, em determinados momentos, perdemos o contato via WhatsApp com algumas interlocutoras.

Outras participantes da pesquisa que trabalhavam fora antes do início da pandemia, Genifa – 33 anos – em uma empresa de segurança prestando serviços de portaria e Soninha – 43 anos – como auxiliar de limpeza e secretária, também utilizavam os *smartphones* para exercer o cuidado e controle materno (NICOLACI-DA-COSTA, 2006; SILVA, 2011; MADIANOU; MILLER, 2012) nos períodos em que não podiam estar em casa com os filhos. Genifa trabalhava em turnos de 24 horas, folgando outras 24 horas. Essa carga horária fazia com que ela ficasse muito tempo fora de casa e longe dos filhos, e o *smartphone*, nesse caso, era utilizado para estar presente no dia a dia da família mesmo estando longe fisicamente.

Para algumas mulheres moçambicanas, a chegada da pandemia pode ter significado a perda do emprego, a falta de meticais para subsistência e, conseqüentemente, o uso cada vez menor de internet e mídias sociais. Outras, como as estudantes universitárias, precisaram aumentar o uso dos *smartphones* para poder, principalmente, acompanhar as aulas da universidade. A troca de operadora de telefonia móvel ou a compra de *chips* extras, de operadoras diferentes, também foi relatada no campo de pesquisa: “Troquei de operadora. Vi que aquela que eu usava, Vodacom, tinha ofertas caras e a Movitel, que é a que estou a usar agora, tem melhores ofertas e que duram mais”; “A Vodacom deu uma oferta de texto grátis para o WhatsApp”; “Mais ou menos uso 3 [*chips*]. É mas ultimamente uso mais a Movitel para Internet e Vodacom para comunicação”.

Rosália, estudante de 22 anos, acredita que no início da pandemia as operadoras de telefonia mudaram muito os seus preços, fizeram muitas promoções para aliviar os bolsos dos clientes, para que os consumidores pudessem equilibrar sua vida econômica e continuassem usando a internet, mas, que um ano após o começo da pandemia, as empresas passaram a triplicar seus preços. Por conta disso, a interlocutora passou a utilizar os serviços de duas operadoras: “para internet eu uso a Movitel.

A Vodacom é muito cara actualmente. Especialmente para internet uma é mais acessível em relação à outra”.

Já Caila, universitária de 24 anos, conta que os golpes através das mídias sociais e os furtos de telefones celulares aumentaram muito com a pandemia: “as pessoas agora já não medem esforços para conseguirem dinheiro”. Ela teve o celular furtado em janeiro de 2021, porém relata que teve que criar condições para conseguir um celular novo em três dias, já que: “sem celular não tinha como fazer os meus negócios e nem como continuar a ter as aulas *on-line* que eu vinha tendo, tudo ficou parado”.

“Sem celular não tem aula”: smartphones como possibilitadores do ensino remoto

Com a chegada da pandemia de Covid-19 e o fechamento dos espaços coletivos das escolas e universidades, os *smartphones* ganharam extrema importância e serviram como aliados do ensino remoto. Em Moçambique, de acordo com os relatos das participantes da pesquisa, o WhatsApp foi a mídia social mais importante para a continuidade dos estudos dos universitários. Os professores criaram grupos no WhatsApp para cada turma, para cada matéria, e no horário da aula todos entravam no grupo e começavam a interagir sobre o conteúdo, “como uma conversa normal em um grupo de amigos”, como relata uma das participantes da pesquisa. Os conteúdos, livros e temas das aulas eram enviados previamente através do grupo do WhatsApp, e também por *e-mail*. Cada estudante deveria ler o texto de modo prévio e, no momento da aula, então, entrar no grupo para discutirem sobre a temática. Algumas vezes os professores também mandavam áudio com instruções, mas isso exigia que os alunos dispusessem de mais *megabytes* de internet para poder acessar.

Empresas de telefonia, como a Vodacom, citada anteriormente, criaram ofertas de texto grátis para o WhatsApp, com as quais era possível continuar usando a mídia, enviando e recebendo textos, mesmo com o término do saldo. Por esse motivo, muitos professores concordavam que

a comunicação deveria ser majoritariamente via texto, porque garantia mais participação. Contudo, por vezes o grupo tornava-se, segundo uma estudante, uma confusão: “era uma confusão, porque os comentários [dos alunos] às vezes eram os mesmos e aí entravam muitas mensagens com o mesmo conteúdo”. O envio de videoaulas teve pouca adesão por conta dos custos e em razão de que, segundo uma das participantes da pesquisa, não seria inclusivo.

Caila conta que as suas aulas *on-line* variaram de acordo com cada professor, que muitos preferiam o WhatsApp, o envio dos arquivos em PDF nos grupos, mas que alguns usavam o Zoom ou o Google Meet. Porém, essas plataformas, de vídeo e áudio, nas quais todos os estudantes deveriam entrar na hora marcada, acabaram excluindo muitos alunos. Segundo Caila, para além do gasto com internet, alguns celulares não suportam o Zoom e o Google Meet, devido ao espaço de armazenamento. Alguns estudantes desistiram das disciplinas e outros buscaram conseguir celulares emprestados com vizinhos, amigos e familiares para poderem acompanhar as aulas.

O aliado do WhatsApp, foi o *e-mail*, que também era usado para o envio e recebimento de materiais. Vez por outra, os professores enviavam o livro, o texto ou a atividade através do WhatsApp, mas pediam para que os alunos enviassem os trabalhos por *e-mail* – que variava entre resumos, testes e outras formas de avaliações. Mesmo que a tarefa fosse enviada por *e-mail*, uma estudante conta que os professores sempre optavam por disponibilizar o material no WhatsApp também, pois no aplicativo todos os alunos poderiam ter acesso.

Eugênia destaca que teve dificuldades para se adaptar ao ensino *on-line* no começo da pandemia, uma vez que não lhe era comum estar “ligada à internet”. O seu *smartphone* costumava ficar desligado ou sem internet por dias, e ela costumava colocar 80 meticais por mês de saldo em seu aparelho. Com a necessidade de estar *on-line*, principalmente para as aulas da faculdade, passou a recarregar cerca de 400 meticais por mês no *smartphone*, passando a gastar cinco vezes mais em internet. Além disso, Eugênia precisou comprar um novo modelo de *smartphone*,

pois seu celular antigo não dava conta de acompanhar as aulas em tempo real, mesmo que fossem através do WhatsApp.

Porque como as aulas eram *on-line*, pela lentidão do meu antigo celular, eu perdia algumas coisas que os professores falavam. Entravam mensagens de grupos, de amigos, e também mensagens da aula, então pela quantidade elevada de mensagens que entravam no meu celular ao mesmo tempo, ele não aguentava e ia dando devagar, devagar. Aí, quando eu via, os meus colegas já estavam em outras questões. Teve uma vez que em uma das aulas, a professora pediu que eu respondesse uma questão, ela direcionou pra mim e eu só fui ver depois de ela já ter indicado uns três colegas e eles já terem respondido. Pareceu ignorância da minha parte, mas foi porque eu não havia visto mesmo. E teve muitas outras vezes que o meu celular desligou no meio da aula. (Eugênia, 23 anos, junho de 2021)

Já no segundo semestre de 2020, Eugênia relata que alguns professores passaram a deixar os materiais e as atividades em uma plataforma da própria universidade, tendo em vista que os alunos já estavam mais familiarizados com o ensino *on-line* e mais responsáveis em buscar os conteúdos sozinhos na plataforma, sem necessitar do contato constante com o professor.

Dayara, estudante de 26 anos, conta que, para ela, o que mais mudou com a pandemia foi a relação com a faculdade e os estudos. “Antes da pandemia, não utilizávamos esses aplicativos que mencionei [Zoom e Google Classroom] para estudar, as aulas apenas eram presenciais”. No início, Dayara relata que era bastante difícil utilizar os aplicativos, que levou um tempo para aprender e que ainda está aprendendo; a falta de domínio das tecnologias foi um aspecto negativo do ensino remoto. Porém, a estudante consegue perceber aspectos positivos do estudo *on-line*: “poupamos dinheiro de cópias, de imprimir trabalho e de transporte”. Miller et al. (2021) compreendem que existe essa ambivalência, de aspectos negativos e positivos, no uso das tecnologias, havendo, geralmente, relatos de que os *smartphones* acabam criando benefícios e problemas simultâneos.

Susilawati e Supriyatno (2020), pesquisadores da cidade de Malangue, na Indonésia, realizaram uma pesquisa com estudantes universitários no contexto de pandemia e verificaram que os grupos de WhatsApp, nesse período, que reuniam alunos e professores, possuíam benefícios pedagógicos. Além de apoiar as discussões *on-line* (e, no caso da presente pesquisa, possibilitá-las), os autores analisaram que um grupo do WhatsApp é capaz de aumentar a motivação do aluno no processo de aprendizagem *on-line* e acelerar a construção do conhecimento através da aprendizagem colaborativa. Alguns dos principais motivadores do uso dessa mídia social para fins pedagógicos, percebidos por Susilawati e Supriyatno (2020), foram que grande parte dos estudantes pode baixar os materiais de aula, já que o *download* é gratuito; que o WhatsApp pode ser usado para compartilhar comentários, textos, imagens, vídeos, áudios e documentos; e que nele as informações e o conhecimento podem ser facilmente criados e disseminados por meio de vários recursos.

Já pesquisas realizadas no Brasil, no cenário de pandemia, como a de Stevanim (2020) e Santos e Santos (2021), apontam para as desigualdades sociais e digitais, que acabaram ocasionando ainda mais exclusão na educação para muitos jovens no período de ensino remoto. Em nosso país, por mais que o acesso à internet seja uma realidade para uma porcentagem maior da população (74% de acordo com a TIC Domicílios 2019) se comparado a Moçambique, ainda são milhões de crianças e jovens que vivem em domicílios sem acesso à internet, que não possuem computadores ou *smartphones* e que vivem em áreas que não possuem sinal de telefonia móvel.

Além disso, uma parcela de estudantes não possui espaço adequado para estudos ou precisa dividir os dispositivos móveis com outras pessoas da família (STEVANIM, 2020). Portanto, por mais que os *smartphones* sejam essenciais para possibilitar o ensino, ou que sejam na verdade a única forma encontrada para suprir essa demanda emergencial, não podemos deixar de frisar que essa forma de ensino não pode ser vista apenas como uma “solução salvadora” (STEVANIM, 2020), pois continua sendo excludente e desigual.

Santos e Santos (2021) analisaram as implicações do uso do WhatsApp como ferramenta de ensino e comunicação entre professores e alunos em tempos de pandemia no Brasil e, como resultados, apontam para benefícios e desvantagens do uso do aplicativo. Alguns dos prós são maior engajamento dos alunos, fácil acessibilidade do aplicativo em termos financeiros e técnicos, acesso rápido aos alunos e praticidade por propiciar a troca de materiais pedagógicos, assuntos, atividades, entre outros. Já entre as desvantagens foram citados o impacto negativo na qualidade de vida de professores – gerando uma sobrecarga de trabalho – e a desigualdade de acesso, pois parte dos estudantes ainda não possui nenhum tipo de aparelho com conexão à internet ou não possui dados móveis e *Wi-fi* disponíveis (SANTOS; SANTOS, 2020).

De volta a Moçambique, no primeiro semestre de 2021, quando os casos de Covid-19 estavam baixos no país, algumas aulas da universidade voltaram a ser presenciais, em dias intercalados, para uma quantidade restrita de alunos e com menos tempo de duração, relata Nura, estudante de 21 anos. “Segundo as medidas de prevenção, não podemos levar tempo nas salas”, por isso, a maior parte do ensino continuava sendo à distância; os alunos tinham que estudar em casa e as aulas, mais objetivas, eram feitas com seções de perguntas e respostas por um tempo determinado.

Porém, com a chegada da variante Delta da Covid-19 no país, confirmada em junho de 2021, os casos aumentaram assustadoramente e as aulas presenciais, que estavam acontecendo na universidade, foram novamente suspensas. Em julho de 2021, Moçambique teve seu número recorde de casos de Covid-19 confirmados e recorde de internações, segundo matéria publicada no portal DW³. Além disso, um estudo realizado pelo Instituto Tony Blair (também divulgado pelo portal DW), publicado no dia 6 de julho de 2021, apontou que Moçambique foi o país africano com maior crescimento de casos de Covid-19 nas últimas duas semanas de junho, com um aumento de 172%. Essa realidade

3 Matéria publicada em 11 de julho de 2021 pelo portal de notícias DW. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-002/covid-19-mo%C3%A7ambique-com-n%C3%BAmero-recorde-de-infe%C3%A7%C3%B5es-e-internamentos/a-58230399>. Acesso em: jul. 2021.

fez com que a incerteza sobre as aulas ganhasse uma nova proporção, retornando aos *smartphones* o papel de possibilitadores do ensino na pandemia (sem perder de vista a exclusão que eles também acarretam).

“A internet é a base do meu negócio”: aprendizado e vendas através das mídias sociais em tempos de Covid-19

Com a primeira declaração de Estado de Emergência em Moçambique e a parada radical de muitos setores, em março de 2020, muitas pessoas tiveram que criar diferentes formas de ganhar dinheiro, complementar a renda e se sustentar. Nesse cenário, os *smartphones* e o acesso às mídias sociais também possibilitaram o aprendizado de novos serviços, que foram relatados pelas interlocutoras da pesquisa.

Caila, mesmo sendo estudante universitária e vivendo na residência estudantil, costumava fazer algumas receitas de doces moçambicanos para vender desde 2019 (cheguei a provar, quando estava em Maputo, os seus gulabos e o iogurte de malambe). Todavia, após março de 2020, Caila expandiu as suas vendas, passou a fazer doces e salgados por encomenda, começou a pensar na carreira de confeitadeira e, ainda, iniciou um trabalho de venda de roupas, calçados e acessórios através do WhatsApp e do Facebook.

Como dizem: “há males que vêm para o bem!” A pandemia impactou bastante, mas vou olhar para a parte positiva. Graças à pandemia eu percebi que tenho talento para negócios. Percebi que posso ser sim uma empresária. Percebi que podia usar o WhatsApp e o Facebook para publicar o meu negócio. Foi graças à pandemia que eu comecei a fazer doces e salgados por encomenda e por isso comecei a pensar em ser confeitadeira. Comecei a passar mais tempo no WhatsApp para atender os meus clientes e até hoje tem sido assim. (Caila, 24 anos, julho de 2021)

Por conta das vendas, Caila passou a utilizar mais seu *smartphone* e as mídias sociais, relatando que por vezes os clientes ligam cedo da manhã, por volta das sete horas, pedindo para ela entrar no WhatsApp,

porque querem fazer algum pedido ou pedir alguma informação. Os gastos com internet, na pandemia, subiram, chegando a 300 meticais por mês (não contabilizando os gastos com crédito para ligações e mensagens). Nas palavras da interlocutora: “passei a usar mais a internet. A internet é a base do meu negócio, por isso tenho de ter megas sempre”.

Rosália, de 22 anos, também sentiu a necessidade de criar um negócio após o início da pandemia.

Sem sombra de dúvidas foi fruto da pandemia. No primeiro estado de emergência em que o nosso país esteve, foi uma paragem radical, fiquei muito tempo sem nada para fazer, as escolas e as igrejas estavam fechadas (e eram os lugares que me ocupavam mais). Feito isso vi a necessidade de fazer alguma coisa que me ocupasse e ao mesmo tempo me rendesse algum dinheiro. (Rosália, 22 anos, julho de 2021)

O empreendimento que Rosália criou oferece serviços, como buquês de flores, buquês de doces, bandejas de doces e as chamadas “festa na caixa”, que são embalagens elaboradas com frutas, doces, bolos, garrafas de champanhe e taças, para presentear pessoas em aniversários ou em outras ocasiões especiais. A interlocutora conta que sempre teve o desejo de fazer trabalhos manuais, que envolvessem tesoura, cola, papel, entre outros. Com a vontade de criar esse negócio, Rosália foi para o YouTube aprender e se aperfeiçoar na montagem de seus produtos. Na busca no YouTube, a estudante escrevia: “como fazer caixas com material reciclado”, “como fazer flores artificiais”, e inspirava-se. Os vídeos, em sua maioria, eram oriundos de canais do Brasil e de países asiáticos, que ela acredita que sejam coreanos. A divulgação de seus produtos é feita principalmente através do Facebook e do WhatsApp, e, por conta disso, o uso do *smartphone* e das mídias sociais aumentou significativamente. Antes da pandemia, a interlocutora não gostava de mídias sociais e só usava em casos de “extrema necessidade”.

Atualmente, por conta das publicações sobre seus produtos, ela conta que tem de estar *on-line*, tanto para ver as reações que as pessoas tiveram sobre as postagens quanto para atender aos clientes. Os gastos com a compra de *megabytes* de internet também aumentaram de forma

considerável: “antes uma recarga de 20 meticais [por semana] já era o bastante para mim e também não me importava se não tivesse megas. Agora é bem normal colocar 50 MT só para um dia”.

As pesquisas de Guimarães et al. (2020), Santos (2020) e Abreu et al. (2021) analisaram o cenário do empreendedorismo brasileiro no contexto pandêmico e apontam para um grande crescimento dos chamados: “empreendedorismo por necessidade” e “empreendedorismo de subsistência”. Em um cenário de crise sanitária, crise econômica, pobreza e desemprego, empreender, para muitas pessoas, tornou-se uma necessidade, uma forma de tentar superar as dificuldades financeiras e conseguir uma fonte de renda para a subsistência.

Nessa busca por empreender como uma possibilidade de superação e resolução de problemas (GUIMARÃES et al., 2020), em um momento de distanciamento social, os *smartphones*, a internet e as mídias sociais tornaram-se essenciais para comunicação, divulgação, alcance do público e realização de vendas. Santos (2020) destaca, pensando a partir de Grohmann (2020), que as tecnologias móveis estão no centro das transformações da organização do trabalho, sobretudo na esfera dos serviços, pois, no primeiro ano de pandemia de Covid-19, foi observado crescimento significativo no número de entregadores de aplicativos e motoristas de aplicativos. Apesar da precariedade que marca as atividades nesse setor de economia informal, para muitos foi a única forma de subsistência encontrada.

Abreu et al. (2021) ainda chamam a atenção para o fato de que o aumento da pobreza, do desemprego e do impacto da Covid-19, no Brasil, foi ainda maior para a população negra. Os empreendedores negros, segundo pesquisa do Sebrae (2020), também tinham um menor nível de digitalização de suas empresas e utilizavam menos as mídias sociais e a internet para vendas, se comparado aos empreendedores brancos. Em uma sociedade na qual as plataformas produzem as estruturas sociais em que vivemos (VAN DIJCK; POELL; DE WALL, 2018), é preciso compreender que as desigualdades sociais, as injustiças raciais, a discriminação e o racismo estão relacionados às tecnologias e que muitas

ARTIGO

das dificuldades enfrentadas pelos empreendedores negros perpassam sistemas racializados de códigos e algoritmos (BENJAMIN, 2019).

Silva (2011), em pesquisa sobre os impactos da apropriação de telefones celulares entre mulheres em situação de pobreza em uma cidade no sul do Brasil, verificou que, entre as mulheres que trabalhavam de forma autônoma, o celular era fundamental para conseguir novos trabalhos e para gerar a renda necessária ao sustento familiar. Na época do estudo em questão, não havia *smartphones* e o uso de mídias sociais através de aparelhos de telefone celular era escasso, mas as interlocutoras de Silva (2011) – que trabalhavam com costura ou revendendo *lingerie* e produtos de beleza – utilizavam ligações e mensagens de texto para informar valores, lidar com pedidos e agendar entregas. De forma distinta, mas também sobre o uso do telefone celular para auxiliar a renda, Horst e Miller (2006) observaram, em pesquisa na Jamaica, que os jamaicanos economicamente menos favorecidos ocasionalmente usavam seus aparelhos de telefonia móvel como geradores de renda, solicitando auxílio financeiro de amigos e parentes em uma melhor situação financeira.

Voltando o foco para Maputo, Eugênia, também na pandemia, utilizou o Google e o YouTube para aprender a fazer óleos naturais para vender – óleo de coco, de moringa, de eucalipto, de gengibre, entre outros. Com a ajuda de amigos, ela criou uma marca, uma logo, fez fotos e passou a publicar as imagens de seus produtos no *status* do WhatsApp. Além disso, Eugênia passou a postar – também no *status* – vídeos e fotos das tranças que faz, pois a procura por quem pudesse trançar em domicílio aumentou por conta da situação da pandemia e do distanciamento social. Assim, ela utilizou o aprendizado e a experiência que tem com algo que faz desde pequena e que é muito cultural – o trançar – para auxiliar na renda.

Os vídeos no YouTube, utilizados para seu aprendizado, eram todos do Brasil. Eugênia inclusive assistiu a um canal da Angola, porém não lhe agradou, porque “a moça que estava a fazer, tinha uma filha, e enquanto ela explicava, a filha chamava por ela e ela gritava. Me incomodei e não

terminei”. A estudante considera que os vídeos dos canais brasileiros do YouTube são mais didáticos e ensinam melhor.

As pesquisas de Hartley (2009) e Miller et al. (2019) apontaram para um consumo do YouTube para aprendizagem e expansão do conhecimento. Hartley (2009) compreende que o YouTube, com todo o seu conteúdo descompromissado, focado muitas vezes em diversão e vídeos de entretenimento, “é simultaneamente o complexo sistema no qual a alfabetização digital pode encontrar novos objetivos, novos modos de publicação e um novo conhecimento” (HARTLEY, 2009, p. 172). O autor disserta que, em tempos de YouTube, “nós mesmos podemos fazer”. A plataforma aumentou o número de pessoas publicando conteúdo (HARTLEY, 2009), conseqüentemente cresceu o número de pessoas que utilizam o YouTube para aprender variados tipos de conteúdo. Agora é possível, segundo o pesquisador, ter uma tecnologia social de capacitação, a qual pode ser acessada por grande parte da população e na qual indivíduos podem navegar por redes amplas, movidos por razões e preferências pessoais, contribuindo, ao mesmo tempo, para a ampliação do conhecimento e das possibilidades, como fizeram as interlocutoras desta pesquisa.

Spyer (2018) e Miller et al. (2019) afirmam que, em seus campos de pesquisa, os vídeos educacionais do YouTube eram usados rotineiramente como fonte de tutoriais para demandas diferentes e ensinavam habilidades profissionais, principalmente para jovens e trabalhadores de baixa renda. Esse aprendizado mostrou-se bastante eficaz para essas populações e suficiente para fazer com que jovens encontrassem empregos e alcançassem alguma mobilidade social. Em vários países pesquisados por Miller et al. (2019), o YouTube apareceu como um modo importante e crescente de educação informal; fato que também identificamos entre as mulheres de Maputo, principalmente no cenário pandêmico.

Os relatos das interlocutoras da pesquisa também podem ser pensados na interface entre trabalho criativo e precarização. Costa (2020), ao escrever sobre a relação entre trabalho, criatividade e a plataformação do capitalismo, em diálogo com Van Dijck, Poell e De Wall (2018),

compreende que as modalidades de trabalho atuais possuem categorias cada vez mais flexibilizadas, informalizadas e precarizadas. No período de pandemia, vimos o número de trabalhadores informais, autônomos, *freelancers*, trabalhadores digitais e em *home office* aumentar. A pesquisa de Costa (2020) aponta que as tecnologias digitais e de comunicação, como os *smartphones* e os *notebooks*, podem auxiliar “na empreitada solitária de mérito e sucesso”, pois, a partir delas, nos conectamos e nos comunicamos de modo a operacionalizar nossos trabalhos no espaço da internet, mas também podem aumentar a informalidade, a precarização de serviços e diminuir a remuneração de trabalhos.

Porém, Costa (2020) pontua que é importante evitar reducionismos, uma vez que o surgimento de novas tecnologias e sistemas não está diretamente ligado à precarização. O avanço científico, tecnológico e comunicacional, em muitos casos, segundo a autora, colabora para o desenvolvimento de novas profissões em uma seara de desemprego, potencializando atividades e facilitando ações conjuntas e em espaços diferentes. Em um país no qual a taxa de desemprego é alta e o acesso à educação formal é mais difícil para as mulheres, o trabalho informal, o aprendizado e as vendas através das mídias sociais tornam-se alternativas de importância considerável. Nos últimos anos, de 2014 a 2020, a taxa de desemprego em Moçambique variou entre 20,7% e 17,5% (INE, 2020). O Instituto Nacional de Estatística do país reconhece a limitação dos dados de sua pesquisa, em vista de que a maioria da população moçambicana vive na economia informal e de atividades de subsistência.

Considerações finais

Em meio a incertezas, perdas, lutos, distanciamentos e aumento das desigualdades sociais e digitais ocasionadas pela pandemia de Covid-19, os relatos das interlocutoras da pesquisa mostram-nos que há resistência e há usos dos *smartphones* para a subsistência e para a permanência na universidade. Buscamos compreender com este trabalho algumas mudanças nas práticas de consumo de *smartphones* no contexto de pandemia de Covid-19 por mulheres que residem na cidade de Maputo,

Moçambique. Os achados etnográficos apontam para um aumento no consumo do *smartphone*, ocasionado, principalmente, pela necessidade do uso do aparelho no ensino remoto e para obterem novas fontes de renda.

Além disso, a internet mostrou-se, na pandemia, ser uma necessidade básica no contexto social em que nossas interlocutoras se inserem, pois, sem a internet, não se tem acesso à educação nem acesso a fontes de geração de renda alternativa. No entanto, apesar de compreendermos que podemos usar as tecnologias a nosso favor e como nossas aliadas no cenário pandêmico, não podemos deixar de mencionar a exclusão digital que é acentuada nesse período. Também entendemos que o consumo de *smartphones* é ambivalente (MILLER et al., 2021) e que existem sistemas algorítmicos que integram esses usos; essas temáticas não apareceram no campo de pesquisa, mas as consideramos como possíveis questões para estudos futuros.

Por fim, conscientes de que em Moçambique a internet é uma realidade para poucas pessoas, os *smartphones* e as mídias sociais foram (e estão sendo) muito importantes no período de pandemia de Covid-19 – para aqueles que conseguem pagar pelo acesso – para dar continuidade aos estudos e para a construção de novas fontes de renda, aprendendo, divulgando e vendendo produtos e serviços. Outras práticas de consumo de *smartphones* são realizadas pelas mulheres de Maputo, participantes da pesquisa; entretanto, este artigo deteve-se em analisar aspectos que elas consideraram os de maior mudança no contexto de pandemia. Nesse sentido, esperamos que nosso trabalho possa contribuir para uma discussão mais ampla, relacionada ao consumo de tecnologias na África Austral e as apropriações dos dispositivos móveis em anos marcados pela doença do coronavírus.

Referências

- ABREU, A. K.; BEVILÁQUA, G. S.; BEDÊ, M. A.; NOGUEIRA, M. O. Terá cor a pandemia? O impacto da Covid-19 nos pequenos empreendedores negros. *Boletim de Análise Político-Institucional*, n. 26, mar. 2021.
- ARCHAMBAULT, J. S. *Mobile secrets: youth, intimacy, and the politics of pretense in Mozambique*. Chicago: The University of Chicago Press, 2017.
- BARBOSA, L. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- BARBOSA, H.; PAIVA, I. Interseccionalidades categorias articuladas a experiências de trabalhadoras em contexto de pandemia de Covid-19. *Revista Inter-Legere*, v. 3, n. 28. 2020.
- BENJAMIN, R. *Race After Technology: Abolitionist Tools for the New Jim Code*. Medford: Polity Press, 2019.
- BOLETIM DE INDICADORES DEMOGRÁFICOS DA CIDADE DE MAPUTO, 2019. Disponível em: <http://www.ine.gov.mz/estatisticas/estatisticas-demograficas-e-indicadores-sociais/boletim-de-indicadores-demograficos-22-de-julho-de-2020.pdf/view>. Acesso em: ago. 2021.
- CAMBRÃO, P.; JULIÃO, D. Covid-19 e suas implicações em Moçambique: uma análise antro-po-sociológica. *Revista Eletrônica de Investigação e Desenvolvimento*, v. 2, n. 11, 2020.
- CENSO MOÇAMBIQUE, 2017. Disponível em: <http://www.ine.gov.mz/iv-censo-2017>. Acesso em: ago. 2021.
- COSTA, N. D. Trabalhe você mesmo: o trabalho “criativo” na sociedade de plataforma. *Contracampo*, v. 39, n. 2, p. 42-58, ago./nov. 2020.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.
- GROHMANN, R. Plataformização do trabalho: características e alternativas. In: ANTUNES, R. (Org.). NOGUEIRA, A. M. et al. *Uberização, trabalho digital e indústria 4.0*. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2020.
- GUIMARÃES, C. P.; OLIVEIRA, Q. K. H.; DIMAS, M. S.; CORRÊA, T. M. M. O empreendedorismo no contexto da Covid-19: necessidade, oportunidade e solidariedade. *VI Seminário Científico do UNIFACIG – Sociedade, Ciência e Tecnologia*, Manhuaçu – MG, 2020.
- HARTLEY, J. Utilidades do YouTube: alfabetização digital e a expansão do conhecimento. In: BURGESS, J.; GREEN, J. *YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. São Paulo: Aleph, 2009.
- HINE, C. *Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday*. London: Bloomsbury Academic, 2015.
- HORST, H. A.; MILLER, D. *The cell phone: an anthropology of communication*. Oxford: Berg, 2006.

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (Moçambique). 2020. Disponível em: http://www.ine.gov.mz/estatisticas/publicacoes/anuario/nacionais/anuario-2020_final-1.pdf/view. Acesso em: nov. de 2021.
- MADIANOU, M.; MILLER, D. *Migration and new media: transnational families and polymedia*. London: Routledge, 2012.
- MILLER, D.; COSTA, E.; HAYNES, N.; MCDONALD, T.; NICOLESCU, R.; SINANAN, J.; SPYER, J.; VENKATRAMAN, S. *Como o mundo mudou as mídias sociais*. Londres: UCL Press, 2019.
- MILLER, D.; RABHO, L. A.; AWONDO, P.; DE VRIES, M.; DUQUE, M.; GARVEY, P.; HAAPIO-KIRK, L.; HAWKINS, C.; OTAEGUI, A.; WALTON, S.; WANG, X. *The global smartphone: beyond a youth technology*. London: UCL Press, University College London, 2021.
- NICOLACI-DA-COSTA, A. M. Celulares: um “presente do céu” para mães de jovens. *Psicologia & Sociedade*, v. 19, n. 3, p. 108-116. 2007.
- ROCHA, E. Invisibilidade e revelação: camadas populares, cultura e práticas de consumo – Apresentação. In: ROCHA, A.; SILVA, J. F. *Consumo na base da pirâmide: estudos brasileiros*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- SANTOS, E. C.; SANTOS, R. F. F. WhatsApp como ferramenta de comunicação entre professores e alunos em tempos de aulas remotas: uso e suas implicações. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO, 10., 2021. *Anais...* Universidade Tiradentes, 2021.
- SANTOS, R. C. F. A. Corpo, trabalho e dominação social: plataformas digitais e empreendedorismo de subsistência. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE SOCIOLOGIA DA UFS, 3., 2020, São Cristóvão, SE. *Anais...* São Cristóvão, SE: PPGS/UFS, 2020.
- SEBRAE. *O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios*. Brasília: Sebrae, 2020.
- SILVA, S.. *Aspectos socioculturais da apropriação de telefones celulares entre mulheres em situação de vulnerabilidade social*. Lima: Diálogo Regional sobre Sociedad de la Información, 2011.
- SILVA, S. R.; MACHADO, A. Diálogos com Daniel Miller no campo da Comunicação: reflexões a partir das pesquisas do GP Consumo e Culturas Digitais. *Sociologia e Antropologia*, v. 10, 2020.
- SLATER, D. *Cultura do consumo & modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002.
- SPYER, J. *Mídias sociais no Brasil emergente: como a internet afeta a mobilidade social*. London: UCL Press, 2018.
- STEVANIM, Luiz Felipe. Exclusão nada remota: desigualdades sociais e digitais dificultam a garantia do direito à educação na pandemia. *Radis*, Rio de Janeiro, FIOCRUZ, n. 215, p. 10-15, ago. 2020.
- SUSILAWATI, Samsul; SUPRIYATNO, Triyo. Online Learning Through WhatsApp Group in Improving Learning Motivation in the Era and Post Pandemic COVID -19. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, v. 5, v. 6 Bulan Juni Tahun, 2020.

TIC DOMICÍLIOS 2019. Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação no Brasil: pesquisa *TIC Domicílios*, ano 2019: Relatório de coleta de dados. São Paulo: CGI.br, 2020. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em: set. 2021.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. *The platform society: public values in a connective world*. Oxford: Oxford University Press, 2018.

Sobre as autoras

Camila Rodrigues Pereira – Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com período sanduíche na Universidade Pedagógica de Maputo, Moçambique. Mestra em Comunicação e bacharela em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Integrante do Grupo de Pesquisa Consumo e Culturas Digitais (UFSM/CNPq). Seus atuais interesses de pesquisa são em estudos de consumo, culturas digitais, etnografia e estudos de gênero. No presente artigo, a autora realizou o trabalho de campo e as entrevistas em profundidade, elaborou a discussão teórico-metodológica, a análise e redigiu o texto.

Sandra Rúbia da Silva – Doutora em Antropologia Social pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), com período sanduíche no University College London, com supervisão de Daniel Miller. Mestra em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e bacharela em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Regional de Blumenau. É docente do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e pesquisadora líder do Grupo de Pesquisa Consumo e Culturas Digitais (UFSM/CNPq). Seus atuais interesses de pesquisa incluem teorias do consumo, cultura material, culturas digitais e práticas de consumo da internet para a inclusão social. No presente artigo, a autora orientou todo o processo de realização da pesquisa e participou da reflexão e revisão do texto.

Data de submissão: 11/09/2021

Data de aceite: 22/11/2021