CELL PHONES AND THE 50+ EXPERIENCE: a reflection on mediatization, material culture and consumption

TELEFONES CELULARES E A EXPERIÊNCIA 50+: uma reflexão sobre midiatização, cultura material e consumo

LOS CELULARES Y LA EXPERIENCIA 50+: una reflexión sobre la mediatización, la cultura material y el consumo

Camila de Andrade Simões, Universidade Federal do Pará

Elaide Martins, Universidade Federal do Pará

Work Group Media, Algorithms and Networks
Grupo de Trabalho Meios, Algoritmos e Redes

IV **Seminário** Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

Conceptual framework

- **Proliferation of material goods** Miller (2013) calls “stuff” for what we do and how this “make us” as well.
- **Consumerist culture** (Featherstone, 1995): (1) expansion of capitalist production, (2) socially structured access, (3) emotional pleasures of consumption (aesthetics).

Discussão teórica

- **Proliferação de bens materiais** Miller (2013) chama de “coisas” que fazemos e que nos fazem.
- **Cultura de consumo** (Featherstone, 1995): (1) expansão da produção capitalista, (2) acesso socialmente estruturado, (3) prazeres emocionais do consumo (estética).

Conceptual framework

- Agamben (2009): cell phone as a technological and power device.
- Fausto Neto (2008, p. 90): mediatization “results from the evolution of media processes that take place in industrial societies”. From a “media society” to a “ongoing mediatization” society.
- Braga (2007), Vilso Santi (2018), Hjarvard (2015): mediatization.

Discussão teórica

- Agamben (2009): celular como dispositivo tecnológico e de poder.
- Fausto Neto (2008, p. 90): midiatização “resulta da evolução de processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais”. De “sociedade dos meios” para uma sociedade “em midiatização”.
- Braga (2007), Vilso Santi (2018), Hjarvard (2015): midiatização.

Research object and data collect

- Experience 50+ and cell phones.
- Qualitative research.
- Collecting data: digital form distributed via social networking sites, in November 2019.
- 44 valid responses.

Objeto de pesquisa e método de coleta

- Experiência 50+ e telefones celulares.
- Pesquisa qualitativa.
- Coleta: formulário digital distribuído via sites de redes sociais, em novembro de 2019.
- 44 respostas válidas.

Sample characterization

- 44 people from 51 to 76 years old.
- 74.4% were female (33 people).
- 45% earn up to 4 brazilian minimum wages (20 people).
- Sample with high formal education.
- Pará, Amazonas e Amapá (brazilian states).

Caracterização da amostragem

- 44 pessoas de 51 a 76 anos de idade.
- 74,4% do sexo feminino (33 pessoas).
- 45% ganham até 4 salários mínimos (20 pessoas).
- Amostra com alta educação formal.
- Pará, Amazonas e Amapá.

Results: possession of devices and internet use motivations

- Have notebook or desktop: 72.7%
- Have cell phone: 100%

“because the job required it”;
“it is necessary to update yourself”;
“not to be left out”;
“because family and/or friends demanded it”.

Resultados: posse de meios e motivações de uso da internet

- Têm notebook ou desktop: 72,7%
- Têm celular: 100%

“porque o trabalho exigiu”;
“é necessário se atualizar”;
“para não ficar de fora”;
“porque a família e/ou amigos exigiram”.

50+: mediatized experiences

- Online shopping: 68.2%
- Online shopping without help: 74.4%
- Use of banking applications: 70.5%.
- When they need to, they usually would ask children or spouse for help.

50+: experiências midiatizadas

- Compram via internet: 68,2%
- Compram sem ajuda: 74,4%
- Usam aplicativos bancários: 70,5%.
- Quando precisam de ajuda: pedem aos filhos ou cônjuge

50+: about cell phones

“It is another life, parallel. You can listen, talk, resolve issues - the most diverse of them. ”

“I think it makes people's lives a lot easier. It's very necessary! ”

"To set up the cell phone."

“Updates that make handling difficult.”

“Poor durability of the devices”.

50+: sobre celulares

“É outra vida, paralela. Pode-se ouvir, falar, resolver pendências - as mais diversas.”

“Acho que facilitam bastante a vida da gente. São bem necessários!”

“Configurar o telefone celular.”

“Atualizações que dificultam o manuseio.”

“Pouca durabilidade dos aparelhos”.

Central bibliography Referências centrais

BRAGA, J. L. Midiatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, A. S.; ARAÚJO, D.; BRUNO, F. **Imagem, visibilidade e cultura midiática - Livro da XV Compós**. Porto Alegre: [s.n.], 2007. p. 141-167.

HJARVARD, S. Da Mediação à Midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, 2, 07-12 2015.

MILLER, D. Teoria das coisas. In: MILLER, D. **Trecos, Troços e Coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. p. 66-118.

NETO, A. F. **Fragmentos de uma analítica da midiatização**. MATRIZes, abril 2008. 89-105.

SANTI, V. J. A midiatização não existe: digressões possíveis da teoria da comunicação. In: JR, G. P. **Media Effects Vol.1**: teorias do agendamento, priming e framing. Boa Vista: Editora UFRR, v. 1, 2018. p. 51-71.