

O HÁBITO DE VER AS HORAS AO LONGO DO TEMPO: DO ANTIGO ATÉ O MODERNO

English Title: THE HABIT OF VIEWING THE TIME ACROSS TIME FROM ANCIENT TO MODERN

[doi> 10.33726/akdpapers2447-7656v13a82022p56-75](https://doi.org/10.33726/akdpapers2447-7656v13a82022p56-75)

GUILHERME, Haroldo Souza¹
COSTA, Rodrigo Manoel da Silva²
SOUZA, Iracema Caproni de³

RESUMO: O objetivo principal deste trabalho foi compreender o conhecimento de hábitos e comportamentos que as pessoas adquirem ao longo dos anos, no que se refere à contagem do tempo, uma vez que estamos na era digital e todo componente eletrônico é dotado de relógio. Para alcançar o objetivo proposto, metodologicamente dizendo, foi realizado um estudo de caso numa relojoaria, no município de Frutal. O resultado constatou que a utilização de novas tecnologias teve, como efeito, a produção de novos modos de comportamentos, porém, notamos, também, que os relógios de pulso ainda são valorizados, não apenas para verificar as horas, mas como um acessório com múltiplas funções, tais como a oferta de tarefas adicionais aos usuários que têm necessidades voltados ao controle de refeições, agenda profissional ou automação residencial, por exemplo.

PALAVRAS-CHAVE: Relógio, inovação, antigo e moderno, horas

ABSTRACT: The main objective of this work was to understand the knowledge of habits and behaviors that people acquire over the years, with regard to counting time, since we are in the digital age and every electronic component is equipped with a clock. To achieve the proposed objective, methodologically speaking, a case study was carried out in a watch shop, in the municipality of Frutal. The result found that the use of new technologies had, as an effect, the production of new modes of behavior, however, we also noticed that wristwatches are still valued, not only for checking the time, but as an accessory with multiple functions, such as offering additional tasks to users who have needs related to meal control, professional agenda or home automation, for example.

KEYWORDS: Clock, innovation, ancient and modern, hours

¹ Orientadora de Produções Científicas. Mestre em Geografia. Professora do Curso de Administração, na Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG/Frutal. Contato: e-mail: iracema.caproni@uemg.br

² Graduando em Administração pela Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG/Unidade Frutal/MG. e-mail: haroldo.1017053@discente.uemg.br

³ Graduando em Administração pela Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG/Unidade Frutal/MG. e-mail: rodrigo.1003072@discente.uemg.br

INTRODUÇÃO

Notadamente, após a Segunda Guerra Mundial, com os progressos tecnológicos e industriais, a produção de mercadorias se tornou mais rápida, fácil e multifacetada. Por conseguinte, o processo de consumo se transformou, assim como a relação dos indivíduos com ele.

As inovações tecnológicas passaram a influenciar diretamente na maneira como o homem se organizava em sociedade durante o percurso histórico de sua permanência na Terra. Assim, invenções como a da roda, o descobrimento do fogo, a escrita, a eletricidade e, mais recentemente, a internet, tanto dele derivaram quanto a ele se integraram de modo bastante profundo. “Portanto, a influência da tecnologia na identidade do indivíduo não vem de hoje, mas de sempre”, é o que argumenta fundamenta esta percepção inicial, proferida por Felipe Machado de Souza, professor na Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC – PR) e pesquisador da área de anúncios publicitários e construção das identidades.

Atualmente, a imagem das pessoas não está somente relacionada às vestimentas e gostos pessoais, mas, também, relacionada ao consumo de tecnologia, tidos como um reflexo de uma sociedade cada vez mais dinâmica em suas aptidões, uma vez que por estas “ferramentas”, se facilita o cotidiano dos indivíduos no âmbito pessoal, social e profissional.

O consumo pode ocupar um papel determinante no processo identitário. As pessoas compõem juízos de valor em relação aos outros, assentando base, justamente nos bens comprados pelos indivíduos. Para a auto expressão e levantamento de sua identidade, o consumo é o caminho mais fácil. Nós descobrimos quem somos e nos organizamos como indivíduos a partir do que consumimos. Por exemplo, o nosso tipo de alimentação, o que lemos, os cursos que fazemos e as

roupas que usamos (ou as que não usamos), tudo, enfim, são ao mesmo tempo independentes e conectados a todos nós.

Muitas pessoas são aficionadas por aparelhos tecnológicos. Elas acreditam que possuir aparelhos tecnológicos é um privilégio, o que lhes garantiria uma espécie de “poder posicional” (dado àqueles que “possuem” este ou aquele item tecnológico, *e. g.* Mas, para outros, as tecnologias são uma evolução histórica como qualquer outra e uma mera instrumentalização de processos em níveis de excelência, inclusive.

A facilidade com que a tecnologia nos proporciona o poupar do tempo, melhorando os resultados no trabalho, otimizando nossa atuação nas mais diversas funções, permite-nos fazer crer que certos objetos eletrônicos se tornaram indispensáveis. Enquanto isso, os fabricantes cuidam para que eles fiquem cada vez menores, mais portáteis, com mais recursos e potencialidades, facilitando o convívio indissociável com o nosso corpo, acentuando-se, com isso, um certo caráter de “armadilha afetiva”, capturando nosso ego, nos aprisionando num ciclo interminável de consumo.

A partir dessas constatações, podemos lembrar mais diretamente dos aparelhos de telefone celular. Ele é, simultaneamente, despertador, telefone, agenda, monitor de exercícios, *player* de música e de conexão entre as pessoas. São dotados de relógios e contadores de tempo. Mas, de onde mesmo teria surgido a necessidade de contabilizar o tempo? Por que acompanhamos sempre o relógio: seria para controlarmos as nossas atividades rotineiras?

Diante do exposto, temos que a escrita do presente artigo se justifica, associado ao propósito de compreender a dinâmica evolutiva do de hábitos e comportamentos, os quais as pessoas foram adquirindo com o passar dos anos, no que se refere à contagem do tempo. Justifica ainda esta pesquisa, a ideia de que, uma vez que se constata que

estamos imersos numa verdadeira “Era Digital”, e que quase todos componentes eletrônicos são dotados de relógios.

Desse modo, como objetivos específicos, buscamos descrever os relógios e sua evolução ao longo do tempo, demonstrar a importância do comportamento do consumidor como estudo do quando, do porquê, e do como e onde as pessoas decidem comprar ou não um produto que meça o tempo.

A metodologia adotada foi o estudo de caso, por ser um método de pesquisa que utiliza, geralmente, dados qualitativos, coletados a partir de eventos reais, com o objetivo de explicar, explorar ou descrever fenômenos atuais inseridos em seu próprio contexto. Caracteriza-se tal método, por compreender um estudo detalhado e exaustivo de poucos, ou mesmo de um único objeto, fornecendo conhecimentos profundos sobre ele (EISENHARDT, 1989; YIN, 2009).

Tal modalidade de pesquisa vem ganhando atenção crescente, pois o interesse pelos métodos empíricos aumenta devido à necessidade de se incorporar dados reais às pesquisas e, com isto, obter resultados mais efetivos (ELLRAM, 1996). Além disto, o estudo de caso é útil para investigar novos conceitos, bem como para verificar como são aplicados e utilizados na prática elementos de uma teoria (YIN, 2009).

Entretanto, no primeiro momento, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o tema, a fim de reunir, gerar e ampliar os conhecimentos científicos a respeito do assunto e, assim, subsidiar a pesquisa proposta.

CAPÍTULO 1 – O TEMPO E O RELÓGIO

O tempo e as dimensões temporais intercorrem dos processos de urbanização, comercialização e automação da sociedade. Segundo Elias (1989, p. 64 e 65), o "processo civilizador" demonstra que, quanto mais ampla e interdependente for a ação humana, maior será sua dependência do tempo.

1.1 O Tempo

É importante olhar para o tempo como algo inevitável, inultrapassável e inelástico. O tempo é uma daquelas noções que perpassam nosso dia a dia, às quais, inclusive, damos pouca atenção, a despeito de sabermos de sua importância.

Segundo Elias (1993, p. 228), o tempo deve ser compreendido no contexto social, onde é produzido e em interação com outros elementos da vida social, sendo necessária uma articulação entre aspectos interdisciplinares e intersubjetivos.

Críticas emanam da Psicologia Social, por esta não explorar profundamente as relações entre homem e tempo, no que se demonstraria que a divisão existente entre Psicologia Social e demais Psicologias se tornou um erro, e que "estudar o tempo pode talvez contribuir para corrigir esta imagem errônea, de um mundo com compartimentos estanques" (ELIAS, 1989, p. 25). Assim, ele se expressa:

O que chamamos de "tempo" nada mais é do que o elemento comum a essa diversidade de processos específicos que os homens procuram marcar com a ajuda de relógios ou calendários. Mas, como a noção de "tempo" pode servir para determinar, de acordo com o antes e o depois, processos muito variados, os homens têm facilmente a impressão de que o "tempo" existe independentemente de qualquer sequência de referência socialmente padronizada ou de qualquer relação com

processos específicos”. Estamos medindo o tempo” os dizem, quando se esforçam por sincronizar, por datar alguns aspectos apresentados por processos específicos e tangíveis, em termos potenciais ou efetivos (ELIAS, 1998, p. 84).

Foi a partir desse entendimento, que os relógios passaram a ser concebidos como invenções úteis para a orientação e a integração de aspectos físicos, biológicos e sociais. O tempo e a sua devida compreensão, por sua vez, passam a ser elementos imprescindíveis ao domínio e à integração das relações sociais.

A ideia do relógio surgiu desde o início da humanidade. Era dia, era noite, e isso indicava a hora de caçar ou proteger-se. Olhava-se o sol e isso ficava definido. Acredita-se que a primeira forma de medir o tempo tenha surgido a partir da observação de fenômenos da natureza, como a movimentação dos corpos celestes, que se repete em ciclos constantes.

Uma criança pequena pode não saber ler as horas em um relógio, mas já pode reconhecer o tempo de acordar, comer, tomar banho ou dormir, por exemplo. A criança começa a se gerir de forma autônoma com relação ao tempo quando, por exemplo, já estabelece e cumpre horários em sua agenda, reconhece os dias do seu aniversário, reconhece o período das estações do ano etc.:

Desde muito cedo as crianças têm experiências com as marcações do tempo (dia, noite, mês, hoje, amanhã, hora do almoço, hora da escola) e com as medidas de massa, capacidade, temperatura, etc., mas isso não significa que tenham construído uma sólida compreensão dos atributos mensuráveis de um objeto, nem que dominem procedimentos de medida (BRASIL, 1997, p. 83-84).

O tempo, como produção humana, é uma ferramenta da História, visível em instrumentos como o calendário e a cronologia. Cronologia é a forma de representar os acontecimentos históricos no tempo, o que exige um calendário e uma noção de contagem do tempo.

1.2 O hábito de ver as horas ao longo do tempo

A noção de tempo, ou o sentido que se dá a este é deixar de olhar para ele como elemento de pressão, aceitar o passar do tempo como algo natural e não o sentir como fator de estresse.

Não gerimos o tempo: o administramos. Cuidamos do que fazemos num determinado período de tempo, ou seja, não o é tempo que foge, são as coisas que não são feitas é que escapam: não gerimos o tempo, mas gerimos a vida a partir das coisas que o controlam ou dos resultados que alcançamos num dado intervalo temporal.

Não é possível interferir com o passar das horas, ainda hoje não é possível parar o tempo, apenas no nosso relógio, mas ainda assim todos continuamos a funcionar, a produzir. É por esta razão que é importante aceitar o tempo como um processo contínuo e ininterrupto e começar a olhar para as tarefas que estão para ser realizadas.

Esta forma de olhar o tempo que está por vir tem, também, benefícios óbvios para a saúde pois implica que se tenham mais cuidados e se realizem, por exemplo, mais exames médicos (BOYD, ZIMBARDO, 2005).

Segundo Aristóteles, “somos o que repetidamente fazemos. A excelência, portanto, não é um feito, mas um hábito”. Um hábito é algo que fazemos regularmente e está relacionado ao que fazer, como fazer e ao querer fazer.

Será que algum de nós já passou pela experiência de olhar por acaso para o relógio (seja do carro, do celular, do decodificador da TV por assinatura ou outro modelo digital) e perceber conscientemente que sempre tivemos esse hábito, mas nunca havíamos dado a devida atenção a ele?

1.3 O relógio de pulso

O relógio de pulso tem uma história bastante interessante que envolve um brasileiro famoso: Santos Dumont vivia sujando a roupa ao tirar o relógio do bolso, com as mãos manchadas de óleo enquanto trabalhava nos seus modelos de aviões.

O primeiro relógio portátil (por volta do ano de 1.500), é creditado ao alemão Peter Henlein, considerado hoje o pai da relojoaria moderna.

O “Ovo de Nuremberg” foi o primeiro dos relógios portáteis, dando precedência à criação dos relógios de bolso e, posteriormente, de pulso.

O relógio de pulso é considerado uma invenção relativamente recente. É difícil encontrar uma fonte confiável sobre sua origem, e por isso é comum que sua criação seja atribuída ao relojoeiro francês Louis Cartier (1875-1942), fundador da consagrada marca Cartier.

No conhecimento popular brasileiro, conta-se que foi o brasileiro Santos Dumont (1873-1932) que, ao notar a necessidade de consultar um relógio sem precisar ocupar as mãos, que teria pedido a Cartier que criasse uma forma rápida e mais prática de consultar as horas.

A popularização do relógio de pulso, contudo, só aconteceu de fato com a chegada da Primeira Guerra Mundial, em 1914, devido à necessidade dos soldados de marcar o tempo em ações militares. Clarke (1998, p. 06) diz que “Durante a I Guerra Mundial, o relógio de pulso encontrou distinção entre os pilotos e oficiais da Artilharia, o que ajudou a perder sua reputação afeminada”. Com o fim da Guerra, o relógio se popularizou também entre os civis.

Entre 1918 e 1957, vários avanços e inovações nos relógios de pulso foram a ele incorporados, como o motor elétrico síncrono para relógios (1918), o dispositivo de corda automática, adaptado para uso em relógios de pulso (1923). Assim é que, o primeiro relógio a cristal de quartzo (1929), teria sido um relógio que mostrava as horas em

diferentes partes do mundo (1938). Igualmente, o primeiro relógio atômico teria surgido em 1948, alinhado a outros modelos e formatos.

Recorrendo ao pensamento de Attali (1985), é interessante reconhecer que o símbolo de industrialização da sociedade acabou sendo associado ao relógio:

Com o uso dos relógios, os homens podem empregar todos os momentos necessários nos trabalhos (...) da vida civil. O homem organiza, mediante eles, a hora do trabalho e a do repouso, a da sua comida e do seu sono. E, por essa afortunada distribuição do tempo, a sociedade mesma caminha como um relógio, e forma, quando está bem organizada, uma espécie de engrenagem cujos movimentos sucessivos são os trabalhos de todos os membros que a constituem (Redução Livre: BERTHOUD, *In*: ATALLI, 1985, p. 155).

A busca pela precisão e a ideia da sincronização fazem desse objeto: dá materialidade à própria metáfora da vida social urbana. É possível ir mais além na compreensão do relógio como metáfora da ordem social, esta que surge com a industrialização.

O relógio é capaz de cronometrar o tempo. O primeiro relógio inteligente apareceu por volta da década de 1940. Entretanto, não se sabe ao certo qual foi a primeira empresa a produzir o aparelho modelo *smartwatch*.

Diversos modelos de relógios inteligentes ocupam as prateleiras das lojas atualmente. Assim, é extremamente imprudente afirmar que este ou aquele aparelho de pulso que, eventualmente, mostrem também as horas, seja a versão mais avançada do momento. A tal "Era", anunciada pelo prefixo "smart", tem se estendido a todos os ramos dos eletrônicos.

Hoje, ter um relógio capaz de enviar e receber notificações dos mais diversos tipos não é mais novidade. Ainda assim, o poder de conectividade desses computadores de pulso é, sem dúvidas, algo digno de admiração.

1.4 A tecnologia móvel: o relógio do celular

A tecnologia móvel e sua vasta disseminação social também fazem parte da compreensão que se deseja ter sobre a medição do tempo. Conseqüentemente, por meio desta contagem, se torna visível a alteração dos padrões de comunicação e da prestação de serviços dos mais variados segmentos.

Ainda que os celulares tenham sido criados com o objetivo de fazer ligações sem a limitação dos fios e de espaço, tais aparelhos atingiram tamanha proporção que, atualmente, parecem ter feito migrar para dentro de si tudo, para a visibilidade de sua tela, tudo o que estava fisicamente ao nosso redor na vida real. A chamada telefônica, inclusive, parece ter até perdido espaço em meio a tantos recursos, que se multiplicaram com o advento da internet e dos aplicativos.

Os despertadores viraram praticamente uma relíquia, mas não o seu ódio por aquele barulho que interrompe o seu sono.

Se alguém perguntar a hora para qualquer pessoa, a grande maioria não olha no pulso, mesmo aqueles que ainda gostam de usar relógio: certamente irão consultar o celular para te dar uma resposta.

CAPÍTULO 2 – O MUNICÍPIO DE FRUTAL

Frutal está localizado no Triângulo Mineiro, antigo Sertão da Farinha Podre, pertencendo a Mesorregião do Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba – Macrorregião de Planejamento IV, formada pela união de 66 municípios agrupados em sete microrregiões, correspondendo a uma área total de 90.545km².

Quando ao referenciado “Sertão da Farinha Podre”, convém ressaltar, que isto se refere ao tipo de área formada por alguns Arraias, os quais conformaram o atual Triângulo Mineiro, e que, após a

descoberta de ouro e de diamantes no interior de Goiás e Mato Grosso, intensificou-se a movimentação de sertanistas em direção ao Brasil central. Portanto, esse êxodo migratório foi o que caracterizou nossa região como ponto de passagem e de repouso no caminhar entre o litoral e o sertão.

Observa-se que a Microrregião de Frutal está na parte sul da Mesorregião Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba, e faz divisa administrativa com o Estado de São Paulo⁴. Conforme denominação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a mesorregião do Triângulo Mineiro compreende 33 municípios, distribuídos entre as microrregiões de Ituiutaba, Uberlândia, Frutal e Uberaba. A microrregião de Frutal conta com os municípios de Campina Verde, Carneirinho, Comendador Gomes, Fronteira, Frutal, Itapagipe, Iturama, Limeira do Oeste, Pirajuba, Planura e São Francisco de Sales.

A constituição oficial do município inicia-se em 05 de outubro de 1885. De acordo com a Lei n. 3.325, o Distrito foi emancipado e elevado à categoria de Vila, denominada Carmo de Fructal, desmembrando-se de Uberaba. Sua elevação à categoria de Cidade se deu em 04 de outubro de 1887, por intermédio da Lei n. 3.464, já com o nome de Frutal.

Sua localização provoca atração para o setor industrial e a afirmação de polo educacional possibilita ao município uma expansão urbana e socioeconômica relevante, pois está situada num importante entroncamento viário, formado pelas rodovias BR's 153, 262, 364 e MG's 255, 427 e 455.

Estas estradas ligam Frutal, por via asfáltica, aos principais centros do país, bem como às mais importantes cidades do Triângulo Mineiro, com os municípios situados no seu entorno, assim como Povoados e Distritos. Desse modo, o município dista 618 km da capital Belo

⁴ O Triângulo Mineiro equivale a 15,4% do território mineiro, segunda maior área entre as mesorregiões, e terceiro maior contingente populacional com 2.141.060 habitantes, conforme apontou o último recenseamento demográfico do IBGE, em 2020.

Horizonte, 614 km de Brasília, 175 km Uberlândia, 138 km de Uberaba, 78 km de Barretos – SP, 110 km de São José do Rio Preto – SP e 161 km de Ribeirão Preto, centros que mantêm relações sociais econômicas com este município.

O município exerce centralidade na microrregião, devido a sua localização e o surgimento de serviços especializado, que atendem todos os municípios vizinhos. Por esta razão, é que, considerando o contexto da microrregião frutalense, é fácil notar que esse município se destaca quanto ao contingente populacional, se comparada com os demais municípios pertencentes à microrregião.

Assim, é em tal contexto que, por analogia aos centros maiores, que Frutal tem potencial para atender aos municípios de sua microrregião, lançando mão de algumas atividades, tais como a de serviços prestados pelo Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais, pela Agência da Previdência Social, da Receita Federal, da Receita Estadual, do Fórum da Comarca de Frutal, do Cartório Eleitoral e de Registro de Imóveis, além do Centro Integrado de Apoio ao Produtor (CIAP), o qual abriga o Sindicato Rural de Frutal, estendendo-se esta oferta a outros órgãos, como o Instituto Estadual de Florestas (IEF), a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), e o Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA).

O comércio é impulsionado pelas indústrias, pelo agronegócio do abacaxi, milho, soja e cana-de-açúcar, é bem diversificado, atraindo grande número de pessoas da microrregião que se desloca diariamente para usufruir do comércio local.

CAPÍTULO 3 – ESTUDO DE CASO “ORIENT JOIAS E RELÓGIOS”

3.1 A História da Orient Joias e Relógios

A “Orient Joias e Relógios”, hoje conhecida assim, quando foi inaugurada, em um pequeno ponto comercial no Município de Frutal, levava o nome fantasia de “Relojoaria Orient”, fundada em 1995. Naquele tempo, somente o proprietário e sua esposa atendiam toda a demanda por produtos e serviços internos.

Mesmo sendo pequena, a loja já começou promissora, acenando com forte concorrência para as demais lojas do mesmo segmento, isso devido ao talento nas confecções e consertos de joias e também a qualidade das marcas vendidas e consertos de relógios.

Em relação ao enquadramento quanto ao regime tributário, a empresa, de acordo com a Classificação Nacional das Atividades Econômicas – CNAE, se enquadra de acordo com o faturamento da empresa no Simples Nacional⁵. Este, é um regime que unifica a cobrança de oito tipos de impostos em apenas uma guia de recolhimento, sendo aplicado para Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP). Uma empresa no Simples deve faturar até R\$ 4.800.000,00 anuais, valor ajustado em 01 de janeiro de 2018. Os impostos que são englobados na guia do Simples são: IRPJ, CSLL, PIS, COFINS, IPI, ICMS, ISS e CPP.

Em relação à receita⁶, a Orient ela está enquadrada como Microempresa (ME). O porte micro diz respeito às empresas que faturam no máximo R\$ 360.000,00 por ano. Sendo assim, elas podem, desde que não exerçam atividade impeditiva, optarem pelo Simples Nacional. Ela

⁵ As empresas são enquadradas de acordo com o faturamento da empresa. No Brasil, há três tipos de tributação em vigor: simples nacional, lucro presumido, lucro real.

⁶ Enquadramento quanto à receita bruta: Microempreendedor individual – MEI, Microempresa (ME) e Empresa de Pequeno Porte (EPP).

pode contar com até 19 funcionários em caso de indústria e até 09, em caso de comércio e serviços.

Com o aumento dos serviços prestados, a loja ao longo do tempo, precisou aumentar o número de funcionários e mudar seu ponto comercial, hoje com o local mais amplo e estratégico na cidade. A empresa conta, no momento do estudo, com 07 funcionários e, com as mudanças de mercado e hábitos dos consumidores, foi necessário divulgar seus produtos na área digital, diversificando e agregando produtos aos relógios, notadamente os de pulso.

Ao comércio de relojoarias hoje, na cidade de Frutal, somam-se um total de 05 lojas, sendo a Orient Joias e Relógios a mais ampla e conceituada, detentora do segundo prêmio “Melhores do Ano 2021”, da Associação Comercial e Industrial de Frutal – ACIF e da Câmara de Dirigentes Lojistas – CDL.

Em conversa com seu proprietário sobre vendas de relógios, ele diz que na atualidade, o mercado mudou muito, que não é mais do jeito que se vendia quando começou com a loja. “É bem claro que hoje não são as vendas de relógios que mantêm a loja, mas é um conjunto de processos e produtos ofertados que mantêm a empresa, fazendo com que o relógio seja apenas uma parte deste processo”.

ENTREVISTA COM O PROPRIETÁRIO DA “ORIENTE JOIAS E RELÓGIOS”

“Sobre a evolução do uso do relógio, ainda sou do tempo, ‘por favor, quantas horas são?’. Independente de acessórios de última geração, os relógios são utilizados há muito tempo para acompanhar o horário ou o tempo. Mas, a tecnologia chegou, e acreditem, os relógios de pulso ainda são acessórios valorizados.

Hoje, além da função de ver as horas, o relógio se tornou acessório e um produto para ser colecionado. Mas há outro público, o que procura os relógios *smartwatches* (relógios inteligentes), pois ele desempenha tarefas adicionais aos usuários desses tipos de *gadgets* que têm necessidades diferentes.”

ENTREVISTA COM UM DOS FUNCIONÁRIOS / VENDEDORES DA EMPRESA

Sobre o modelo de relógio mais vendido, ele diz, não um há um modelo específico. “Você pode observar a nossa vitrine, trabalhamos com os modelos desde os tradicionais, que faz a gente lembrar dos nossos avós, até os modelos mais modernos, por exemplos, os relógios inteligentes (*Smarts*).”

E acrescentou, “A gente percebia que antes as pessoas procuravam por relógios, para somente ler as horas, hoje, a venda não está mais direcionada para isso, o mais se observa é que as pessoas querem coleções de relógios para adequar ao *look* do dia, isso mesmo, o relógio passou a ser um acessório que compõe a vestimenta.”

Acredita-se que as joias e relógios são mais que adornos, não são usados apenas para embelezar, então, para que fim foram feitas? Símbolos de cultura, patrimônio, herança, elas, às vezes, são peças de recordação familiar, de estima, importância emocional ou até mesmo mera forma de adorno cultural. As joalherias e relojoarias são de extrema importância para que estes caminhos sejam trilhados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O mercado de tecnologias se desenvolveu de maneira ágil, acompanhado o ritmo de desenvolvimento da civilização, o que naturalmente concedeu ao consumidor diversas opções de equipamentos e dispositivos tecnológicos, com os quais pudessem satisfazer suas necessidades e seus.

É neste cenário, que surgiram grande parte dos equipamentos tecnológicos cotidianamente presentes na vida do ser humano, quer se apresentem ao usuário de forma compacta, quer com funções convergentes, possibilitando ao portador novas formas de uso, ao mesmo tempo em que estimulam a sua atualização para os muitos produtos e serviços disponíveis (ELIAS, 1993).

Nesta nova configuração tecnológica da sociedade de consumo, os produtos com funcionalidades convergentes, tendem a realizar junções com o serviço de televisão, de jogos, de redes sociais, de acesso à internet, as quais, até memória recente, estavam, de um lado, disponíveis separadamente em diversos aparelhos eletrônicos, e, hoje, na internet das coisas, nos aparelhos celulares (BARBOSA, 2004).

Além disso, vimos em nossos estudos, que as inovações foram exigidas aos fabricantes, por força das necessidades específicas dos consumidores, que passaram a ser mais rigorosos. Logo, foi demandada dos fornecedores, uma resposta mais inovadora ao setor tecnológico, a qual foi adaptada ao cotidiano intenso dos indivíduos, os quais não buscam somente utilizar os dispositivos, mas, também, utilizá-los como fonte de diferenciação social, a qual se manifesta, tanto por intermédio da marca, quanto das funcionalidades e do *design* destes.

Baseado nestas necessidades, surgem às tecnologias vestíveis (*Wearable Technologies*). Estas, por sua vez, foram lentamente definidas como dispositivos utilizados como acessórios estéticos, que podem ser

combinados com peças de roupas. Estes dispositivos também oferecem funções como transmissões de dados, acesso à Web, acompanhamento de funções vitais do corpo humano, dentre outras funcionalidades convergidas em um único equipamento (SCHERER, 2014. *In*: CASTANHEDE *et alli*, 2018, p. 01).

Corroborando com essas citações, os entrevistados da “Relojoaria Orient” confirmam que “antes, as pessoas procuravam por relógios para somente ler as horas, hoje, a venda não está mais direcionada para isso, o mais se observa é que as pessoas querem coleções de relógios para adequar ao *look* do dia”.

É assim que o relógio passou a ser um acessório que compõe a vestimenta e, de acordo com o proprietário do estabelecimento, “hoje, além da função de ver as horas, o relógio se tornou acessório e um produto para ser colecionado” (CLARKE, 1998).

O relógio *smartwatche* é um dispositivo tecnológico, no formato de relógio de pulso, que agrega diversas funcionalidades, como acesso à internet, realização de ligações, leitura de e-mails, ou seja, é um dispositivo multifuncional, que se destaca como vestimenta. Porém este produto ainda é restrito a pessoas com poder aquisitivo mais alto e, conseqüentemente, ainda desconhecido para a maioria dos brasileiros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse artigo, o objetivo foi o de compreender o conhecimento de hábitos e comportamentos que as pessoas foram adquirindo ao passar dos anos, no que se refere à contagem do tempo, uma vez que estamos na Era Digital, e quase todo componente eletrônico é dotado de relógio.

Neste sentido, o presente estudo de caso constatou que a utilização de novas tecnologias teve como efeito a produção de novos modos de comportamentos, porém, os relógios de pulso ainda são

valorizados, não apenas para verificar as horas, mas, como um acessório com múltiplas funções que desempenham tarefas adicionais aos usuários que têm necessidades diferentes.

Segundo os entrevistados, os relógios de pulso ainda são acessórios valorizados e dizem, ainda, que ele passou a ser um acessório no dia a dia das pessoas.

Acompanhando as revoluções tecnológicas nesse segmento, temos a clara impressão de que as tecnologias vestíveis que desempenham várias funções simultâneas, como acesso à internet, realização de ligações, leitura de e-mails, se configuram como um dispositivo multifuncional, que, de fato, se destaca como vestimenta e, também, como acessório.

Todavia, este estudo não teve o objetivo de esgotar a lacuna temática, até porque isso não seria possível, dada à vasta amplitude e fluidez dos assuntos que envolvem a utilização de novas tecnologias, dando origem a novos modos de comportamentos.

Pensando na evolução do tema, destacamos que cabem diversos estudos adicionais, a fim de que se evidenciem o caminho acadêmico do problema, tal como o do crescente comércio no nicho dos eletrônicos.

REFERÊNCIAS

ATTALI, J. *Histórias del tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica, 1985, p. 161.

BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRASIL. *Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros curriculares nacionais: matemática / Secretaria de Educação Fundamental*. Brasília: MEC/SEF, 1997.

BOYD, J. N., e ZIMBARDO, P. G. «Time perspective, health and risk taking». In: *Understanding Behavior in the Context of Time: Theory, Research and Applications*. A. Strahman, e J. Joireman (eds.), Mahwah, N. J., Erlbaum, pp. 85-107, 2005.

CANTANHEDE, Lorena Renata Costa et alli. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE TECNOLOGIA VESTÍVEL: CARACTERÍSTICAS QUE INFLUENCIAM NA INTENÇÃO DE CONSUMO. *REAd. Rev. eletrôn. adm.* (Porto Alegre) vol.24 no.3 Porto Alegre Sept./Dec. 2018. Disponível em: http://old.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-23112018000300244&script=sci_arttext. Acesso em: 13/05/2022.

CLARKE, P. *The watch: an appreciation*. Grã Bretanha: Ed. Design Icons, 1998 (Tradução livre).

ELIAS, Norbert. *Sobre o tempo*. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1998.

_____. *Sobre el tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica, 1989.

_____. *O processo civilizador – formação do estado e civilização*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. Volume I

_____. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

_____. *O processo civilizador – uma história dos costumes*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994. Volume II

EISENHARDT, K. M. Building theories form case study research. *Academy of Management Review*. New York, New York, v. 14 n. 4, 1989.

ELLRAM, L. The use of the case study method in logistics research. *Journal of Business Logistics*. Oakbrook, Ill, v. 17, n. 2, 1996.

YIN, R. K. *Case study research, design and methods* (applied social research methods). Thousand Oaks. California: Sage Publications, 2009.

REFERÊNCIAS CONSULTADAS

BARROS, Carla; ROCHA, Everardo. *Lógica de consumo em um grupo das camadas populares: uma visão antropológica de significados culturais*. In: ROCHA, Angela da; SILVA, Jorge Ferreira da (Org.). *Consumo na base da pirâmide: estudos brasileiros*. Rio de Janeiro: MAUAD X, 2009, p. 31-48.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2007.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas*. São Paulo: EDUSP, 1997

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FLYVBJERG, B. Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative Inquiry*, v. 12, p. 219-245, 2006.

LING, Rich. *The mobile connection: the cell phones impact on society*. New York: Morgan Kaufman, 2004

THOMAS, G. Doing Case Study: Abduction Not Induction, Phronesis Not Theory. *Qualitative Inquiry*, v.16, n.7, p. 575-582, 2010.