

SVEA KRÖNER

**MÍDIA PORTÁTIL  
EXPRESSÃO DA CONVERGÊNCIA DO CELULAR  
NA COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA**

Dissertação para obtenção do título de Mestre em Comunicação apresentada ao Programa de Pós-graduação da Universidade Paulista – UNIP. Área de concentração: Comunicação e Cultura Midiática.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Solange Wajnman

SÃO PAULO

2008

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Kröner, Svea.

Mídia portátil: expressão da convergência do celular na comunicação contemporânea / Svea Kröner. - São Paulo, 2008.

168 f.: il.

Dissertação (mestrado) – Apresentada ao Instituto de Ciências Humanas da Universidade Paulista, São Paulo, 2008.

Área de Concentração: Comunicação e Cultura Midiática.

“Orientação: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Solange Wajnman”.

1.Celular. 2.Televisão. 3.Internet. 4.Materialidade. 5.Expressão. 6.Convergência. I Título

SVEA KRÖNER

**MÍDIA PORTÁTIL**  
**EXPRESSÃO DA CONVERGÊNCIA DO CELULAR**  
**NA COMUNICAÇÃO CONTEMPORÂNEA**

Dissertação para obtenção do título de Mestre em Comunicação apresentada ao Programa de Pós-graduação da Universidade Paulista – UNIP. Área de concentração: Comunicação e Cultura Midiática.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Angelo Pedro Piovesan Neto  
Universidade de São Paulo - USP

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Antonio Adami  
Universidade Paulista - UNIP

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Solange Wajnman  
Universidade Paulista - UNIP

## **DECLARAÇÃO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE**

Através deste instrumento, isento meu Orientador e a Banca Examinadora de qualquer responsabilidade sobre o aporte ideológico conferido ao presente trabalho.

---

Svea Kröner Moreira

## AGRADECIMENTOS

*Aos estudiosos da comunicação e suas contribuições para as minhas reflexões neste trabalho;*

*Aos cineastas, publicitários, profissionais de Rádio, TV e Internet, compositores, programadores de softwares e tantos outros que estimulam o intercâmbio cultural, promovendo assim a paz e o entendimento social;*

*Aos poetas da Música Popular Brasileira, que, com sua filosofia, interpretam com sensibilidade as modulações da sociedade e tornam tudo mais leve.*

*À minha orientadora, Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Solange Wajnman, pela sua paciência, carinho e cumplicidade ao longo deste trabalho. Sou muito grata pelo seu incentivo e por acreditar nas contribuições deste tema, à teoria da materialidade.*

*Pelas considerações sinceras feitas na qualificação e pela participação na defesa desta dissertação, agradeço à Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Carla Longhi, ao Prof. Dr. Angelo Piovesan e ao Prof. Dr. Antonio Adami.*

*Ao Prof. Luiz Cláudio Bido, obrigada pela revisão criteriosa e amiga.*

*Aos professores do curso de Mestrado da UNIP responsáveis pelas disciplinas que contribuíram para este trabalho; e aos colegas do curso, por termos compartilhado nossos interesses e experiências uns com os outros, com seriedade e bom humor.*

*À CAPES, por ter financiado parcialmente este trabalho por meio da concessão da bolsa PROSUP.*

*À Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Sonia M. Ribeiro de Souza, aos Professores Roberto Perillo e Elvis Wanderley dos Santos, por terem me possibilitado a realização do Estágio à Docência.*

*Aos amigos Natalia e Caio, Luciana e Gil, Claudia e Júnior, Michaela e Stefan, Neli e Agnaldo, Elda e Marcos, por sua amizade e por acolherem meus filhos*

*enquanto eu escrevia e, em especial, a Paula e Carlos Sena, pelo apoio e interesse neste estudo.*

*Ao meu irmão Toni, que despertou em mim a curiosidade pelas tecnologias modernas e, com seu jeito reservado, me encaminhou diversos artigos interessantes.*

*Aos meus pais, pelo carinho e pelo exemplo de integridade e dedicação.*

*Ao meu marido Ivaldo e aos nossos filhos queridos e maravilhosos, agradeço pela compreensão e pela paciência e peço desculpas pela minha ausência durante este período.*

*Ao meu avô, Friedrich Kröner.*

*Ao meu pai, Wieland Kröner.*

*Aos meus filhos Francisco e Alexandre.*

*Traços do meu 'ser' original.*

*Eu vejo o futuro repetir o passado*  
*Eu vejo um museu de grandes novidades*  
*O tempo não pára*  
*Não pára, não, não pára*

CAZUZA

## RESUMO

Nossa pesquisa parte da idéia de que atualmente o celular está se apropriando das particularidades de outros veículos de comunicação e, ao mesmo tempo, influenciando-os, abrindo caminho para novas possibilidades de acesso e de manuseio, tanto para usuários quanto para produtores de conteúdo audiovisual. Dentro deste contexto temos como objetivo investigar e analisar as maneiras de expressão do telefone celular em diferentes produtos midiáticos: filmes de ficção cinematográfica e peças publicitárias impressas e fílmicas. Para lidar com este material identificamos os referenciais da teoria das materialidades formulados por HANS ULRICH GUMBRECHT (1998), que são: forma, acoplagem e simultaneidade. Com base nestes conceitos, traçamos linhas paralelas com os estudos sobre *design* de objetos de EZIO MANZINI (1993) e as peculiaridades do celular como mídia portátil, principalmente no que se refere à miniaturização, leveza, organicidade, hibridismo, transparência. Utilizamos também as visões de MARSHALL MCLUHAN (2006) e de STEVEN JOHNSON (2001) para compreender as influências que a tecnologia contemporânea exerce nos sentidos das pessoas e identificar as configurações das formas e metaformas presentes nas mídias analisadas neste trabalho. A partir destas referências teórico-metodológicas descrevemos como é expressa a convergência do celular com a Televisão e a Internet na mídia contemporânea, analisando os recursos materiais da produção, tais como: os planos de câmera, a edição, a sonorização, o ritmo, a cor, a textura, o próprio enredo. Demonstramos na análise do material que a multifuncionalidade do celular, relacionada a idéias de velocidade, mobilidade e conectividade presentes em diversos produtos midiáticos, traduz a sua convergência, ocasionando interferências nas ações humanas. Este processo está promovendo a criação de novas formas de comunicação, em que o receptor deixa de ser passivo e se torna usuário e emissor de conteúdos criados e transmutados.

Palavras-chave: celular, televisão, internet, materialidade, expressão, convergência.

## ABSTRACT

Our research is based on the premise that currently the cell phone is appropriating itself of other communication vehicles particularities and, at the same time, is influencing them, giving way to new access and handling possibilities, to users and audiovisual content producers alike. In this context, our objective is to investigate and analyze the forms of expression of the cell phone in different media products: cinematographic fiction films, and print and film advertisements. In order to deal with this material, we identified the materialities theory referentials formulated by HANS ULRICH GUMBRECHT (1998), which are: form, coupling and simultaneity. Based on these concepts, we traced a parallel between EZIO MANZINI'S (1993) object design studies and the peculiarities of the cell phone as a portable media, mainly what refers to the miniaturization, lightness, organicity, hybridism, transparency. We have also used MARSHALL MCLUHAN'S (2006) and STEVEN JOHNSON'S (2001) views to understand the influences that contemporary technology exert on people's senses and to identify the forms and metaforms configurations present in the media vehicles analyzed in this research. Based on these theoretical-methodological references, we described how the cell phone and television convergence and the Internet in the contemporary media are expressed, analyzing the production material resources, such as: camera shots, edition, sound, rhythm, color, texture and the plot itself. We demonstrated through the analysis of the material that the multi-functionality of the cell phone, related to ideas of speed, mobility and connectivity, present in various media products, translates its convergence, generating interferences in the human actions. This process promotes the creation of new communications forms, in which the receptor is no longer passive and becomes user and emitter of created and transmuted contents.

Key Words: cell phone, television, internet, materiality, expression, convergence.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>1 REFERENCIAIS TEÓRICO-METODOLÓGICOS .....</b>	<b>19</b>
1.1 O CAMPO DAS MATERIALIDADES .....	22
1.1.1 Conceitos não-hermenêuticos.....	30
1.1.2 Objetos imateriais.....	34
1.1.3 Peculiaridades do Celular .....	38
1.2 CRIAÇÃO E CONVERGÊNCIA .....	41
1.3 METODOLOGIA.....	44
1.3.1 Os Materiais de Estudo .....	46
1.3.2 Os Procedimentos da Pesquisa.....	49
<b>2 MAPA GENEALÓGICO DO TELEFONE.....</b>	<b>52</b>
2.1 INVENÇÕES E DESCOBERTAS .....	53
2.2 ASPECTOS DE CONVERGÊNCIA.....	61
2.2.1 Hibridismo .....	64
2.3 O CELULAR COMO VEÍCULO DE MÍDIA.....	69
2.3.1 A Divulgação da Intimidade .....	71
2.3.2 A Difusão da Imagem.....	73
<b>3 A EXPRESSÃO DA CONVERGÊNCIA DO CELULAR.....</b>	<b>78</b>
3.1 A GENEALOGIA NA FICÇÃO.....	78
3.2 O CELULAR NA PUBLICIDADE.....	95
3.2.1 Forma: objeto, tela e metaforma .....	96
3.2.2 Acoplagem: conexões e vínculos .....	118
3.2.3 Simultaneidade: pressa e saudade .....	135
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>149</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>154</b>

<b>WEBGRAFIA .....</b>	<b>158</b>
<b>FONTES AUDIOVISUAIS .....</b>	<b>159</b>
<b>FONTES SONORAS.....</b>	<b>161</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>162</b>

## INTRODUÇÃO

O meu avô foi um imigrante. Como muitos europeus, ele saiu de sua terra, a Alemanha, e veio para a América do Sul após a I Guerra Mundial, em Dezembro de 1926. Mas a motivação dele não era buscar novas oportunidades econômicas e sim, a de conhecer o mundo, viajar. Como médico, ele teria onde cuidar da saúde do corpo onde quer que fosse, deslocando e conduzindo seu próprio corpo à Índia, à Áustria, à Argentina e ao Brasil. Em seu livro dedicado à família ‘*Hospital auf dem Palmenhof*’, ele narra a sua história com a medicina relacionada aos seus sonhos de criança:

*Wenn ich mich als Kind auf einer Weide in den Niederungen des Münsterlandes beim Hüten von Kühen Betrachtungen hingab und um mich blickte, erschien mir die Welt weit. Wenn ich sie aus der Perspektive einer hohen Tanne ansah, erschien sie mir sehr weit. Und wenn ich erst an einer Eisenbahn stand und die in nebelhafter Ferne sich vereinigenden Schienenstränge betrachtete, erschien sie mir unendlich, und der Anblick gebar in mir ein unstillbares Fernweh.*  
(F. KRÖNER)

Ao contemplar os pastos nas terras de minha infância enquanto ajudava a cuidar do gado, o mundo me parecia grande. Quando eu o observava da perspectiva de um pinheiro muito alto, sua extensão se ampliava. E quando observava de um trem a confluência de trilhos em uma via férrea se perdendo em um horizonte distante, ele se tornava infinito. Esta visão despertava em mim uma inquietante nostalgia pelo longínquo.

Tradução livre do texto original em alemão do meu avô, Friedrich Kröner.

Os meios de transporte modernos já haviam sido inventados, mas a carroça puxada por cavalos ainda era muito usada, principalmente em áreas rurais, como a região em que viveu meu avô até concluir seus primeiros estudos em Medicina, a Westfália. O lento passo-a-passo do cavalo no caminho forrado de neve, estimulava o pensamento, conta ele em seu livro. Seu pai, um homem visionário que sonhava

com máquinas para fazer o serviço pesado na fazenda, ao longo do caminho contava como havia sido duro o trabalho dos antepassados idealistas em uma terra pantanosa, nos tempos de Napoleão.

A Revolução Industrial que, em meados do séc. XVIII, promoveu a criação de mecanismos para acelerar a produção, também criou recursos mais velozes e mais seguros para o transporte de mercadorias e de pessoas: a locomotiva e o navio a vapor. A viagem de meu avô à Argentina a bordo do 'Monte Oliva', um bem equipado navio para passageiros, tranqüilizou o meu bisavô. No século XIX alguns de seus 13 irmãos haviam embarcado em frágeis veleiros em busca de melhores condições de vida e nunca mais voltaram. Assim, face ao progresso, um mundo infinitamente grande abria um leque de explorações e de conquistas para aquele médico curioso e irrequieto. Sua história, e conseqüentemente a de meu pai, traçaram as minhas próprias experiências com deslocamentos e conexões, referências para esta pesquisa.

Ainda me lembro com nitidez de episódios familiares em que o telefone exercia grande excitação entre nós. Meu pai ligava para uma central telefônica e pedia à telefonista um interurbano para a Alemanha. As ligações eram sempre feitas num domingo, dia com tarifas mais baixas. Passávamos a tarde inteira de plantão, torcendo para não ficar muito tarde por causa do fuso horário. Subitamente, o telefone tocava e todos corriam ansiosos até o aparelho para falar com o parente distante. Meu pai cronometrava o tempo: três minutos no máximo, para não ficar muito caro. Cada um de nós podia falar por alguns segundos e ouvir a voz de quem não conhecíamos o rosto. Era emocionante! Um evento muito especial...! O telefone proporcionava um contato direto, uma sensação de proximidade.

Outra tecnologia até hoje usada pela família, é a fotografia. Tanto meu pai quanto eu e meus irmãos, herdamos de minha avó paterna a fascinação pelo registro por imagens. O filme demorava quase uma semana para ser revelado e apenas algumas fotos eram ampliadas. Aguardávamos ansiosos pelo resultado em preto e branco de datas especiais e do nosso cotidiano retratados em papel especial. Para que a família do hemisfério norte pudesse acompanhar nosso crescimento, meu pai costumava enviar à Alemanha algumas fotografias pelo correio. O conteúdo precisava ser muito leve e no envelope era preciso escrever 'via aérea'. Do contrário, a correspondência ia de navio e demorava em torno de um mês para chegar ao destinatário.

Na década de 1970 pude sentir o progresso promovido pelo 'Milagre Econômico'. Embora na escola só aprendesse a decorar hinos militares, vi os avanços tecnológicos colorirem a fotografia e a televisão, as paredes da minha casa, os eletrodomésticos, as roupas com estampas psicodélicas. A nossa TV ainda emitia imagens apenas em preto e branco, mas ficávamos imaginando tudo colorido, sonhando com um aparelho que pudesse nos levar a este mundo mais alegre e parecido com a realidade que víamos pela nossa janela. Este chegou em 1974, ano da Copa do Mundo, que foi na Alemanha.

Com a implantação de sistemas de discagem direta a distância, ficou mais fácil entrar em contato com parentes e amigos residentes em outros países, mas o que nos aproximou mesmo, foi o serviço de correio eletrônico, o *e-mail*, pela Internet, a partir do final da década de 1990. Com tarifas inferiores às praticadas pelas empresas de telefonia convencionais, por meio da '*World Wide Web*' além de texto e facilidades de telefonia como o '*Skype*', podemos enviar músicas, fotos e vídeos

instantaneamente, pelo computador ou pelo celular. Podemos conversar em tempo real por meio de recursos como o *messenger* usando texto, microfone e/ou a *webcam*. Podemos até criar programas de TV próprios e difundi-los pela Internet a amigos e parceiros comerciais. Enfim, compartilhamos experiências de nossos universos particulares e públicos, locados em continentes distantes por meio da tela do computador, sem termos de nos preocupar com o fuso horário.

A experiência pessoal na relação com as tecnologias facilitadoras da comunicação como a internet e o celular, tanto em texto quanto em áudio e imagens, e a minha formação em produção para televisão, motivaram o tema deste trabalho, que aponta a expressão da convergência do celular em diferentes meios, como o cinema, a revista, a publicidade na TV.

Estamos vivenciando um momento histórico em que diferentes suportes de mídia, antes analógicos e específicos, estão se acoplando uns aos outros sob a batuta da tecnologia digital. Este processo de fusão está fazendo surgir novas dinâmicas de produção, linguagens audiovisuais mais elaboradas, diferentes formas de manuseio e de acesso ao velho paradigma 'emissor – mensagem –receptor' etc., que estão influenciando as relações pessoais, sociais e econômicas.

Desde a invenção das técnicas de reprodução de textos e obras de arte, o desenvolvimento em aceleração contínua de meios de transporte e de comunicação, vem interferindo na evolução das cidades e no ritmo do cotidiano de seus habitantes. O acesso aleatório a todo tipo de informação a partir de telas de computador por meio de *links* representados por ícones ou palavras, está reconfigurando o pensamento, antes rígido e sistemático, agora não-linear, sem referências totalizantes. Telas como as do cinema e da TV, retratam enredos que

misturam ações em ordem não-cronológica e imagens com efeitos criados em computação gráfica. É a expressão da pressa, da quebra dos fusos horários, da necessidade de exercer várias tarefas ao mesmo tempo – exigências do mundo contemporâneo às quais nos submetemos diariamente. Estamos nos tornando multifuncionais como a impressora, o computador... e o celular.

Com a ajuda de equipamentos acoplados ao corpo como uma prótese, assumimos novos comportamentos em nossa vida diária, alteramos o nosso ritmo interno e nos adaptamos. Em função do celular, que é pequeno e pode ser levado no bolso da calça, passamos a falar em locais públicos a qualquer horário sobre qualquer assunto. Os avanços da nanotecnologia permitiram inserir no telefone capacidade de memória para dados, sons e imagens, instalar objetiva e visor de cristal líquido. Isto facilitou a captura e a transmissão de áudios e de vídeos à Internet, transformando o usuário em produtor de conteúdo e o aparelho em mídia.

Este é apenas um começo, ainda disforme. Para tentar entendê-lo, buscamos fundamentar nosso trabalho no campo da teoria da materialidade de GUMBRECHT (1998), que estuda as ações de comunicação a partir de seus suportes materiais. Ou seja, analisa a estrutura de uma mensagem a partir da tecnologia usada para configurá-la.

Portanto, estabelecemos os conceitos de forma, acoplagem e simultaneidade, vinculados a este campo como pontos de partida para a nossa pesquisa. Desenvolvemos, primeiramente, um estudo genealógico dos meios de comunicação de massa no decorrer do período moderno, para descrever a dinâmica de convergência do celular com o computador e a televisão na sociedade contemporânea.

Seguimos com uma pesquisa exploratória em suportes midiáticos tradicionais e populares (o cinema, a TV e a revista) para selecionar peças audiovisuais e impressas comerciais e não-comerciais que fazem referência ao aparelho de telefonia celular.

Buscamos obras cinematográficas nas quais o celular é tema ou exerce um papel influente no enredo ou, ainda, possui características tecnológicas que remetem ao que o aparelho é hoje. Identificamos três filmes de ficção que pontuam bem os conceitos de materialidade na genealogia da confluência do telefone, ao expressar as correspondências tecnológicas e comportamentais em sua dinâmica de criação e de produção: o episódio IV de 'Jornada nas Estrelas'(1986), inspirado na série televisiva lançada em 1966; a ficção 'Onze Homens e um Segredo', refilmada pelo diretor Steven Soderbergh (2001) em linguagem mais dinâmica do que a usada por Lewis Milestone (1960) na primeira versão; o longa-metragem 'Alô!? E a minha comissão?' de Mara Mourão, filme nacional lançado em 1998, ano em que o celular ainda era uma novidade no Brasil. Ao explorar peças de cunho comercial, selecionamos impressos e filmes publicitários de fabricantes de aparelhos (Siemens, Nokia e Motorola) e de operadoras de telefonia móvel (Tim, Claro e Vivo) divulgados em revistas de grande circulação e em emissoras de televisão, respectivamente. No capítulo que trata da metodologia adotada, descrevemos e retratamos estes materiais com maior detalhamento, pois não tivemos acesso aos títulos originais, nomeados pelas agências e/ou produtoras, uma vez que foram extraídos diretamente dos meios em que foram veiculados ou expostos.

Para capturar todo este material, foram usados diferentes recursos que permitiram uma experiência pessoal com a materialidade dos meios e suas

conexões de confluência, como: câmera de gravação de vídeo, câmera fotográfica digital, escâner, o site 'You Tube' e o recurso *print screen* do teclado do computador.

Priorizando os recursos materiais da produção, sistematizamos o nosso estudo apontando os conceitos de forma, acoplagem e simultaneidade, presentes nos filmes e anúncios. Em seguida, analisamos as conexões, similaridades e simbioses implícitas e explícitas que traduzem as influências trazidas pelas especificidades do celular na configuração de novas mensagens. O teletransporte de 'Star Trek', por exemplo, comprime o tempo e o espaço. Um objeto em movimento fotografado com a objetiva em um ponto fixo, adquire transparência. Quando invertemos o referencial, acontece o mesmo. Em um anúncio de revista da marca Siemens, esta estratégia foi usada para relacionar o celular à velocidade e à mobilidade. Dentro de um carro, o tempo passa lento enquanto vemos pela janela a paisagem 'desaparecer'. Mas a produção do efeito não foi feita com uma máquina fotográfica, e sim com recursos proporcionados por um *software* de computação gráfica, caracterizando a convergência de tecnologia e concepção de linguagem.

Traçamos também, eixos de relação com estudos paralelos sobre o *design* dos objetos, suas características, transformações e influências, de EZIO MANZINI (1993) e com as visões sobre tecnologia e sua relação com os sentidos de MARSHALL McLuhan (2006) e de STEVEN JOHNSON (2001), para entender como os meios de comunicação estão se apropriando das particularidades do aparelho de telefonia celular - tais como o formato compacto, a leveza, a flexibilidade no manuseio e a adaptabilidade às mídias digitais e ao corpo de seus usuários -,

expressando, dessa maneira, metaformas de relações convergentes do celular com a internet e a televisão.

Portanto, ao analisar o roteiro, os planos de captura das imagens, a edição, os efeitos de áudio e de vídeo, a trilha, o ritmo, a textura, os tratamentos gráficos etc., de filmes e material publicitário em que o aparelho celular é mencionado, usado ou vendido, buscamos descrever as relações existentes entre um produto audiovisual e outro a partir dos conceitos da teoria das materialidades alinhados aos recursos de mídia que foram usadas sob influência das especificidades do celular, como a portabilidade, a mobilidade, o hibridismo...

Consideramos que verificar como ocorre o processo comunicativo sob o prisma dos referenciais de HANS ULRICH GUMBRECHT com enfoque no telefone celular, é uma contribuição significativa aos estudos no campo da comunicação contemporânea. Desde a criação da internet, as ações comunicacionais estão sofrendo transformações complexas e caóticas, principalmente em função da interatividade e da mobilidade que os novos meios proporcionam ao espectador. O controle remoto e o *mouse* abriram possibilidades de escolha. A internet e o celular ampliam o universo de criações próprias e de difusões e conexões não-lineares. Portanto, o entendimento do processo de confluência do celular com a televisão e o computador e das novas mensagens criadas a partir da dinâmica celular- usuário, é fundamental para a criação de interfaces adaptadas às novas tecnologias.

## 1 REFERENCIAIS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

O mito grego de Narciso está diretamente ligado a um fato da experiência humana, como a própria palavra *Narciso* indica. Ela vem da palavra grega *narcosis*, entorpecimento. O jovem Narciso tomou seu próprio reflexo na água por outra pessoa. A extensão de si mesmo pelo espelho embotou suas percepções até que ele se tornou o servomecanismo de sua própria imagem prolongada ou repetida. A ninfa Eco tentou conquistar seu amor por meio de fragmentos de sua própria fala, mas em vão. Ele estava sonado. Havia-se adaptado à extensão de si mesmo e tornara-se um sistema fechado.

O que importa nesse mito é o fato de que os homens logo se tornam fascinados por qualquer extensão de si mesmos em qualquer material que não seja o deles próprios. (McLUHAN, 2006)

O que é um mundo sem fio? A capa da revista ‘Veja’<sup>1</sup>, em 2004 já anunciava uma revolução na vida dos brasileiros, com o anúncio de equipamentos digitais portáteis conectados uns aos outros por meio de tecnologias sem fio. O título da matéria, “A Vida sem Fio” ocupando página dupla, é representado por uma fotografia da cidade de São Paulo em grande plano geral, em que o horizonte é desenhado pela verticalidade de milhares de edifícios de diferentes alturas iluminados sob um céu imenso, colorido de laranja, cinza e azul, confundindo a noção de tempo e de espaço. Um casal de executivos e três adolescentes ‘surfam’ sobre a paisagem, retratada em seus *laptops*, celulares e *palm*s. É a expressão de um modo de vida fluido, sem âncoras fixas, com paradigmas em movimento e mudança constantes.

---

<sup>1</sup> RYDLEWSKI, Carlos. Revista Veja, “A Vida sem Fio”. São Paulo: Abril, edição 1874, Ano 37, nº 40. 06/Out./2004

Os membros da família, estão flutuando no ar, sem olhar um para o outro, numa postura individualista e, ao mesmo tempo, em busca de algum novo contato ou informação. Com seus corpos apoiados nos aparelhos tecnológicos, sentem-se seguros para navegar em 'alicerces aéreos' a qualquer hora e em qualquer lugar, livres de conexões físicas como fios e tomadas, mas conectados de maneira intangível a outros universos. A composição gráfica das páginas lembra a de um *desktop*, onde clicamos em ícones para ter acesso a produtos tecnológicos, a pessoas, a empresas, a informações, além da interatividade e da conectabilidade, por meio da convergência de três suportes de mídia: a televisão, o computador e o aparelho de telefonia celular.

Esta cena sintetiza a situação que praticamente todos nós vivenciamos no cotidiano. Uns mais intensamente, outros ainda se adaptando ao atravessar a ponte entre o analógico e o digital. Queiramos ou não, para nos relacionarmos uns com os outros, seja pessoalmente ou profissionalmente, precisamos das tecnologias de comunicação para 'estar no mundo'. Não basta mais 'ser' como questionava Hamlet, é preciso 'estar' - conectado. O escritor e jornalista americano Thomas Friedman<sup>2</sup>, lançou em 2005 a idéia de que o mundo tornou-se plano em função da globalização, promovendo a colaboração e a inovação universais, não somente entre corporações, mas também entre as pessoas. LEMOS (2007) relaciona as tecnologias sem fio ao desenvolvimento das cidades atuais. Novas práticas sociais emergem por meio de reconfigurações de espaços, de territórios virtuais, vinculados

---

<sup>2</sup> **Thomas Friedman:** autor do livro **O Mundo é Plano** (Ed. Objetiva), em entrevista ao repórter Jerônimo Teixeira, da Revista Veja, em 14/Dez/2005.

a redes *wireless*, que podem estar em um café, em um aeroporto, em um hotel, em uma universidade... O usuário de um telefone celular, por exemplo, é envolvido em um “ambiente generalizado de conexão”, que interliga máquinas, pessoas e objetos urbanos.

Desde a *Belle Époque*, assistimos à criação e ao desenvolvimento de meios de comunicação significativos, cada qual exercendo uma função específica em um mundo analógico. Com o desenvolvimento da digitalização e da nanotecnologia, os suportes eletrônicos começaram a mudar de forma e de funções, acoplando-se uns aos outros, dissolvendo fronteiras físicas e criando conexões de comunicação bastante complexas.

O computador, que no início era usado apenas como uma máquina de escrever sofisticada; o telefone, que só servia para falar e ouvir; e a televisão, que reunia a família para assistir a filmes e programas no sofá da sala de casa... atualmente ocupam outros espaços e assumem outras funções. A TV se aproximou da Internet que, por sua vez, acolheu o celular com suas fotos, vídeos, textos e músicas.

Em fusão com a Internet, o celular adquire características multifuncionais como a de um computador, armazenando jogos, agenda eletrônica, arquivos digitais de texto, sons e imagens, capturando e encaminhando fotografias e vídeos e recebendo conteúdos televisivos. Aos poucos, este aparelho está sendo acoplado não somente ao corpo de seu usuário, mas a seu dia-a-dia e ao seu modo de vida, carregando dentro de si impressões, informações, interesses e características de seu proprietário. A terceira geração de celular conduz a uma simbiose mais estreita

com a televisão, que ainda experimenta possíveis formatos de apropriação relacionados a características específicas das mídias portáteis.

## 1.1 O CAMPO DAS MATERIALIDADES

Para entender o processo de confluência destes suportes de mídia, buscamos embasamento na teoria das materialidades dos meios, estruturada na década de 1980 pelo alemão Hans Ulrich Gumbrecht, nas visões de Marshall McLuhan e Steven Johnson, e nos estudos de Erick Felinto e Vinícius Andrade sobre Walter Benjamin, Ben Singer, Siegfried Kracauer e Friedrich Kittler.

“Em *The Medium is the Message*, McLuhan afirma que vivemos em uma Aldeia Global, um acontecimento simultâneo em que o tempo e o espaço desapareceram. Os *media* eletrônicos envolvem-nos a todos” (WOLFE, 2005)<sup>3</sup>. Assim, voltamos a ter contato uns com os outros como em um povoado. Acessando *sites* e *blogs* internacionais, ampliamos o nosso universo cultural e estreitamos não somente as relações afetivas, mas também as comerciais. Todos têm acesso à informação e podem compartilhá-la instantaneamente, mesmo em países como o Irã e a China, em que a Internet é extremamente controlada pelos governos. Cidadãos chineses arriscam-se criando *blogs* pessoais em que divulgam ao mundo as atrocidades cometidas pelo regime e os iranianos fazem do celular seu principal meio de comunicação e de transferência de dados.

A confluência do celular com a internet garante cada vez mais mobilidade e agilidade, principalmente a partir do lançamento da tecnologia 3G, que transmite em

---

<sup>3</sup> Tom WOLFE, introdução de Mc Luhan por Mc Luhan, 2005.

tempo real imagens e áudios por meio de banda larga. Assistir à programação televisiva pelo telefone ou dele enviar conteúdos audiovisuais a um veículo (ainda considerado) de massa, é uma realidade cotidiana cada vez mais possível.

Segundo o visionário Alvin Toffler<sup>4</sup> a sociedade do conhecimento, tende a desmassificar os meios de comunicação, promovendo a ascensão do *prosumer*, termo que ele define como o consumidor que é produtor ao mesmo tempo, o que se reflete “não apenas na mídia, mas em toda a infra-estrutura social.” Diferentes estruturas familiares e de estilos de vida, diversificam os nichos de consumo, formando públicos-alvo cada vez mais segmentados.

O celular e a internet e suas ferramentas (*blogs, podcasts, videocasts* etc.), potencializam a individualidade dos consumidores, não somente relacionada a bens materiais, mas também a conteúdos intelectuais e artísticos. Em seu artigo sobre cidades e mobilidade, LEMOS (2007) classifica as funções das mídias analógicas tradicionais (o rádio, a TV, o jornal, a revista) como ‘massivas’ e as digitais, por suas características de mobilidade e descentralização, como ‘pós-massivas’. Enquanto as mídias de massa centralizam as informações, direcionam-nas a grandes grupos heterogêneos de pessoas, controlam a emissão de acordo com interesses comerciais e políticos, os meios com atividades pós-massivas “funcionam a partir de redes telemáticas em que qualquer um pode produzir informação, ‘liberando’ o pólo da emissão, sem necessariamente haver empresas e conglomerados econômicos por trás.” (p.125).

---

<sup>4</sup> **Alvin Toffler**: escritor e futurista doutorado em Letras, Leis e Ciência, autor de livros como ‘O Choque do Futuro’ (1970) e ‘A Terceira Onda’ (1980), em que trata do impacto das tecnologias sobre a sociedade. Em entrevista coletiva no NAB Show 2008 em Las Vegas, EUA.

JOHNSON (1997: p.9) afirma que o slogan de McLuhan “o meio é a mensagem” pode ser entendido pela velocidade com que vemos a tecnologia avançar e mudar de forma, e pela maneira com que os “diferentes meios de comunicação moldam nossos hábitos de pensamento”. No vídeo ‘*The Machine is Us / ing Us*’, disponibilizado no site ‘*You Tube*’<sup>5</sup>, o antropólogo da Universidade de Kansas (EUA) Michael Wesch, aponta para uma série de transformações sociais a partir do surgimento da ‘*World Wide Web*’ e sugere que não estamos apenas fazendo um intercâmbio de informações por meio da Internet e sim, criando uma nova cultura de comunicação interpessoal, com novos códigos de ética, de governança, de autoria, de identidade, de privacidade...

Para FELINTO e ANDRADE (2005) o que os textos de Kracauer, Benjamin, Baudelaire e Simmel têm em comum, é refletir a modernidade não somente nas dinâmicas sócio-econômicas, mas também “a partir de uma compreensão que toma o corpo como objeto central.” Isto significa procurar entender as transformações ocorridas a partir de novos estímulos urbanos, como a velocidade, as formas, as cores, as texturas etc., de objetos ligados diretamente aos sentidos.

O corpo, antes prisioneiro do espaço-tempo, com a introdução de tecnologias digitais, agora faz parte de um complexo sistema neural de transmissões eletromagnéticas conectadas umas às outras, compondo uma rede que envolve e avança por todo o globo até mesmo além da órbita terrestre. Dessa maneira, redes telemáticas interferem nas relações sociais e particulares, na percepção de

---

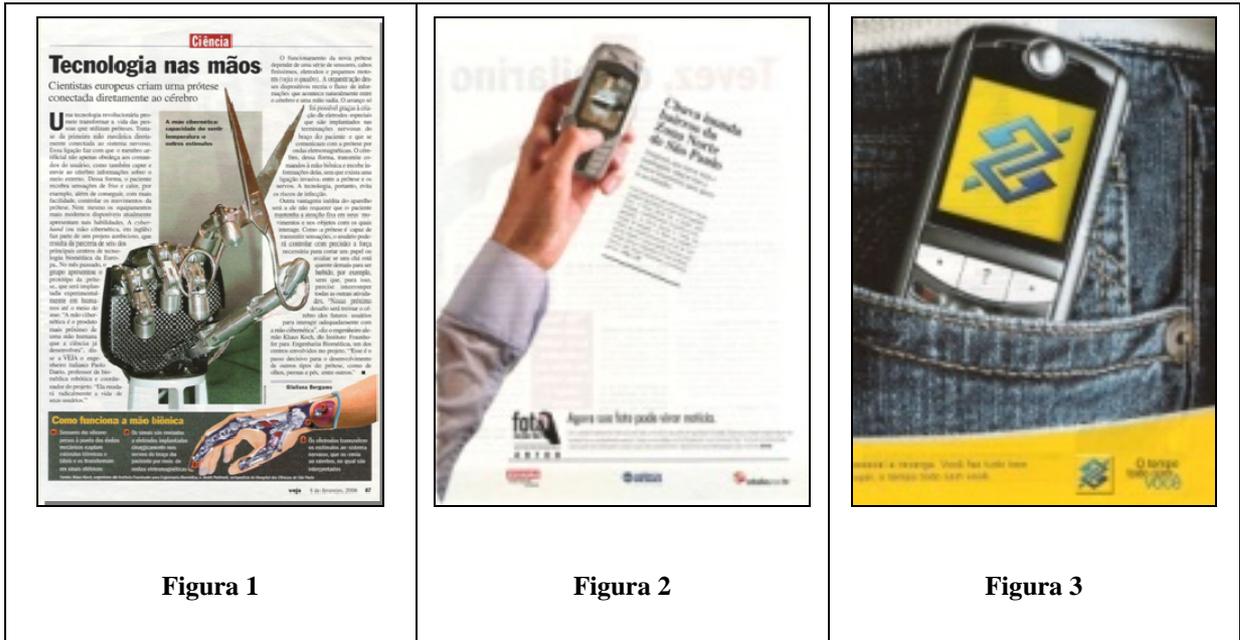
<sup>5</sup> WESCH, M. **The Machine is Us/ing Us**. Kansas State University. Publicado em 31/Jan/2007. Música por: DEUS - "There's Nothing impossible". Licenciado sob Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 2.5. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=6gmP4nk0EOE>

‘presente-passado-futuro’, na concepção de arte e na própria sensibilidade individual.

Os suportes eletrônicos como o celular, o computador e a TV digital estão se tornando próteses adaptadas ao nosso organismo e ao nosso modo de vida. A informação não é mais linear. Redes compostas por textos, imagens, sons e percepções, desconstroem dia a dia paradigmas consolidados desde a invenção do tipo móvel de metal e da impressão mecânica por Gutenberg, em 1450.

A aura (BENJAMIN, 1987) que existia em uma obra de arte única ou até mesmo no negativo de um filme, foi substituída por outro tipo de aura: a da tecnologia digital, dentro da qual “o conceito de acoplagem (...) é de fundamental importância. (...) Ele pressupõe um processo de interação entre dois sistemas” (FELINTO, 2001), coordenados num ritmo sincrônico, como quando dirigimos um carro e pensamos no caminho que devemos seguir, prestando atenção nas placas de sinalização de trânsito.

O conceito de acoplagem, ao lado dos conceitos de forma e simultaneidade, que abordaremos adiante, está relacionado ao momento histórico que vivenciamos. Os produtos de mídia expressam fragmentação, não-linearidade, velocidade, mobilidade... Com o avanço das tecnologias virtuais e biogenéticas, as representações externas já não são puramente orgânicas, mas agem em simbiose com as tecnologias eletro-mecânicas, sejam elas próteses para alongar uma perna, um braço... um *lap-top* ou um aparelho de telefonia que carregamos no bolso da calça. A segmentação dos interesses e comportamentos de diferentes públicos demanda a criação de produtos cada vez mais individualizados e específicos, tanto na criação intelectual quanto no *design* de algum objeto.



Inspirado na teoria biológica dos sistemas desenvolvido por Humberto Maturana e Francisco Varela, o conceito de acoplagem busca explicar a associação existente entre o conteúdo da forma das tecnologias e o conteúdo da sua expressão quando passa a integrar o corpo do usuário.<sup>6</sup>

Em 'Corpo e Forma', GUMBRECHT (1998) apresenta-nos três situações contemporâneas que vemos refletidas no cinema, na publicidade, em programas de televisão, em instalações de artes plásticas, até mesmo na composição gráfica de livros e revistas:

- a) *Destemporalização*: caracteriza a fragmentação e a desestruturação da clássica linha do tempo, 'passado – presente – futuro'. As técnicas de reprodução criam passados artificiais ao mesclar reproduções e contextos de uma história anterior com simulações de um 'vir a ser' na contemporaneidade. Isto nos aprisiona a um presente permanente, pois não é mais possível imaginar um futuro como consequência do passado.

<sup>6</sup> Fontes:

**Fig.1:** Revista Veja, 08/Fev./2006 - **Fig.2:** Revista Veja, 16/Nov./2005 - **Fig.3:** Revista Veja, 22/Mar/2006

Em nossa percepção, ele já chegou! Filmes de ficção, por exemplo, apresentam cenários futuristas e objetos 'imaginários', desenvolvidos em centros de pesquisa avançados. Eles são criados a partir de fundamentos científicos e não mais da imaginação do cineasta, puramente. O que vai se tornar realidade (ou não) em um breve espaço de tempo, já pode ser visto no cinema ou na TV e experimentado em jogos virtuais. Assistimos a filmes e peças publicitárias que fazem referência a obras anteriores, simulam antigas técnicas de reprodução de imagens como a sépia e o preto-e-branco, narram histórias em seqüências não-lineares, desestruturando o roteiro e a composição de sons e de imagens. Os *softwares* de edição oferecem centenas de efeitos instantâneos que antes eram elaborados artesanal e lentamente por profissionais especializados, tornando-se agentes facilitadores de 'novas' criações, inspiradas em modelos anteriores. O desenvolvimento tecnológico acontece em espaços de tempo cada vez mais curtos e em vários lugares no mundo, tornando praticamente impossível que acompanhem sua evolução imediata ou instantaneamente. Por isso, o futuro nos parece incerto e temos a sensação de que flutuamos em meio às novidades.

- b) *Desreferencialização*: relacionada à sensação de enfraquecimento do contato com o mundo externo e concreto. As conexões que acessamos criam um mundo virtual dentro da tela, de informações, imagens e relações humanas que 'desconectam' o nosso corpo fisicamente da natureza, da sociedade. Para estarmos próximos, basta 'clique' ou telefonar. Ligar a *web cam*, o microfone... e falar pelo *messenger* do

computador. Não é mais preciso viajar de carro ou de avião para visitar um amigo distante. Mas perdemos o abraço, que era a referência de proximidade que tínhamos até então. O corpo, com seu calor, seu cheiro, a força dos seus braços, o timbre e a altura da voz etc., aos poucos estão sendo substituídos pelas fotos que disponibilizamos em *sites* de relacionamento como o 'Orkut' e por diálogos intermediados por microfones e câmeras. Distantes e próximos concomitantemente, afastamos o corpo do convívio, mas convivemos por meio de comunidades virtuais usando o nosso intelecto, compartilhando opiniões e experiências. O 'toque' é cada vez mais raro em função do tempo escasso, das distâncias físicas, do medo da violência e do comprometimento nas relações interpessoais. Por outro lado, usando bem as tecnologias contemporâneas, podemos nos tornar presentes sem considerar o espaço-tempo aliviando, assim, a ausência física de amigos e parentes.

- c) *Destotalização*: aponta que conceitos filosóficos não podem mais ser universais. As teorias não abrangem mais um todo; elas agora precisam ser regionais e limitadas, vinculadas a situações culturais específicas porque os grupos sociais estão mais segmentados. O imediato acesso à informação em plataformas de dados cada vez mais capacitadas, desestrutura antigos modelos de verdade, criando constantemente novos paradigmas em função de modulações e interesses pessoais, econômicos, sociais e culturais. LÉVY (1999) acredita que a cibercultura proporciona um movimento contínuo de construção e extensão de sentidos (antes universais) que vão sendo transformados e renovados

por meio de comunidades virtuais que surgem permanentemente. Em 1964 McLuhan teorizou que o surgimento de uma aldeia global tiraria todos os grupos sociais do isolamento, envolvendo a todos nas mesmas responsabilidades. Inspirado em Teilhard de Chardin, acreditava na criação de uma noosfera, que seria a unificação de um 'corpo místico', antigo conceito cristão. Mas um corpo é constituído por partes. Partes diferenciadas, com funções específicas. A Internet, o telefone, os meios de comunicação de massa, realmente nos conectam uns aos outros. Mas em dinâmica de troca de experiências, de preservação da própria cultura, de seleção do que nos pode ser útil ou não. A verdade não é mais única. Ela é composta de várias verdades, todas em constante mutação.

Nos três conceitos descritos, Gumbrecht nos ensina que não é mais o sujeito que conduz e atribui sentido às coisas, uma vez que seu universo tornou-se fluido e liso. O corpo não pode mais ser considerado apenas um instrumento de transição de idéias que provêm da mente (*Geist*<sup>7</sup>), mas um sistema acoplado a determinados suportes, que interfere no processo de criação até ser constituída uma nova mensagem, independentemente de uma interpretação. É como um vai-e-vem contínuo em que novas experiências vão sendo adicionadas ou retiradas a cada invenção científica ou criação artística. A própria teoria da materialidade ele não considera finalizada e, portanto, sugere estudos mais centrados no significante do que no significado. Ou seja, ao invés de buscar a interpretação dos sentidos de uma mensagem, o mais adequado é procurar entender como esta mensagem foi

---

<sup>7</sup> **Geist:** espírito, no sentido de 'intelecto'.

construída: que recursos foram usados e em que contexto ela foi trabalhada.

Paul Zumtor<sup>8</sup>, teórico influente na teoria da materialidade defende que “a obra é uma superfície composta pela superposição de formas de apresentação que não são imediatamente acessíveis através da interpretação, uma vez que seu caráter performativo origina uma multiplicidade de reações, irredutível a uma única intenção e / ou sentido.”

Portanto, o que se busca na teoria da materialidade é, ao invés de meramente interpretar um pensamento, compreender como a mensagem é estruturada a partir da forma de um objeto e/ou de um recurso material. Ou seja, como o mosaico de conteúdos fragmentados interage com uma determinada tecnologia e resulta em algo novo. Particularmente na área de comunicação, o resultado pode ser um programa de TV, uma peça publicitária, um filme... mas sempre pressupõe a existência de um suporte material e que este suporte influencie a mensagem de algum modo.

### **1.1.1 Conceitos não-hermenêuticos**

A teoria das materialidades sugere um campo de pesquisa não-hermenêutico, ou seja, um estudo que dê primazia à ação em um objeto ou em sua tecnologia e na materialidade de seu suporte. Portanto, não é a mensagem em si que devemos buscar, com interpretações intuitivas ou baseadas em referências culturais limitadas, mas como se chegou à mesma a partir de estratégias e especificidades de suportes materiais usadas para formatá-la.

De acordo com Gumbrecht esta proposta de estudo ainda não está totalmente

---

<sup>8</sup> Paul Zumtor, in GUMBRECHT, Hans Ulrich. Org.: João Cezar de Castro Rocha. *Corpo e forma: ensaios*

estruturada, mas podemos iniciar uma sistematização a partir de três conceitos não-vinculados à hermenêutica.

O primeiro deles trata da *FORMA*. Ele se refere a todo objeto que possui uma referência interna e é capaz de produzir uma referência externa ao mesmo tempo; é o suporte material que promove a existência do ato comunicacional. Significa que aproveitamos as características e especificidades de um meio material e aplicamos estratégias adequadas e possíveis para transmitir uma mensagem. Um anúncio em uma revista que pode ser folheada diversas vezes e levada a vários locais com facilidade, será elaborado graficamente com textos e fotos em uma ou mais páginas. Já uma peça publicitária produzida para ser veiculada no cinema ou na TV irá se beneficiar de sons e imagens em movimento, mas ficará restrita ao instante e ao espaço físico da difusão. Na Internet o hibridismo mescla fotos e vídeos, sons e textos e aperfeiçoa elementos gráficos usados na mídia impressa, transformando-os em estratégias de hipermídia. Aparelhos de telefonia celular tornam-se câmeras, computadores e transmitem programas da Televisão, além de exercerem outras funções, incluindo o 'ouvir' e o 'falar'. Interagindo com o computador e o vídeo, eles oferecem novas possibilidades de manuseio e de acesso à comunicação, graças à sua forma compacta e livre de cabos, que garante mobilidade e flexibilidade ao usuário. As informações chegam quase que imediatamente e com a mesma rapidez podem ser apagadas ou reeditadas. Um bom exemplo, é a enciclopédia virtual 'Wikipedia'. Em poucos segundos, acessamos seu conteúdo e adquirimos também autonomia para alterá-lo. Ou seja, 'destotalizamos' fatos, conceitos, verdades para uns, dúvidas para outros.

O segundo conceito pressupõe um processo de interação entre dois sistemas a partir do qual podem surgir novas formas. Mais do que uma simples convergência de tecnologias, como o computador e o aparelho de TV, a *ACOPLAGEM* interfere na configuração das estratégias, cria ritmos próprios, que interagem entre eles e com o nosso próprio corpo, e alteram os atos comunicacionais. As referências entre nosso corpo e um determinado objeto precisam passar por um processo de 'reconhecimento'. Ao utilizar o celular para fotografar e enviar uma foto a um banco de dados, por exemplo, eu preciso primeiro descobrir o 'caminho', a forma de navegação. Uma vez apreendido, o procedimento com aquele modelo de celular e aquele banco de dados será sempre o mesmo. Vou 'clique' nos mesmos botões, acessar os mesmos *links*... o que vai mudar, será o conteúdo. Podemos também dizer que na interação do corpo com um objeto, são criadas novas mensagens num ritmo próprio, antes mesmo de ser formado qualquer sentido. É como um programa de edição de sons que oferece uma diversidade de recursos ao compositor. Dependendo da sua habilidade, do seu conhecimento musical, do tempo que ele dispõe, do ambiente físico e de uma série de outros fatores, trechos sonoros serão criados de uma forma e/ou de outra, até que esta trilha seja mixada, gravada e inserida em um contexto específico. Um novo sentido é construído a partir daí, mas antes ocorreu todo um processo ritmado entre o músico, seu instrumento, e o software. Ocorreu uma acoplagem de diferentes sistemas.

A *SIMULTANEIDADE* está vinculada à destemporalização, ao enfraquecimento do sujeito e às incertezas geradas pelo modo de vida solto, sem seqüencialidade. Falar ao telefone, assistir à TV, acessar os e-mails, redigir um texto... Tudo ao mesmo tempo! Os conteúdos chegam fragmentados e em alta velocidade, alterando a referência de espaço-tempo. A mobilidade, característica tanto de um aparelho como

o celular, quanto das informações que recebemos, traz à tona uma situação não-linear difícil de controlar. Ela é fruto de uma seqüência de acoplagens e do *feedback* entre suportes materiais e usuários inseridos em uma situação histórica e desta, com as materialidades dos suportes. A velocidade com que a tecnologia evolui nos passa a impressão de algo intangível, transparente... que confunde as referências do real e do virtual, antes fáceis de separar.

Aqui chegamos à sistematização da nossa pesquisa. Usando os conceitos de forma, acoplagem e simultaneidade como ponto de partida e relacionando-os aos estudos sobre o *design* de objetos de MANZINI (1993), vamos analisar as influências da materialidade do celular que a mídia expressa principalmente na publicidade e na ficção cinematográfica por meio da apropriação de recursos tecnológicos e de processos de produção, configurando uma nova linguagem audiovisual. Consideramos que estas apropriações traduzem a confluência dos suportes de meios de comunicação digitais, também chamada de CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA.

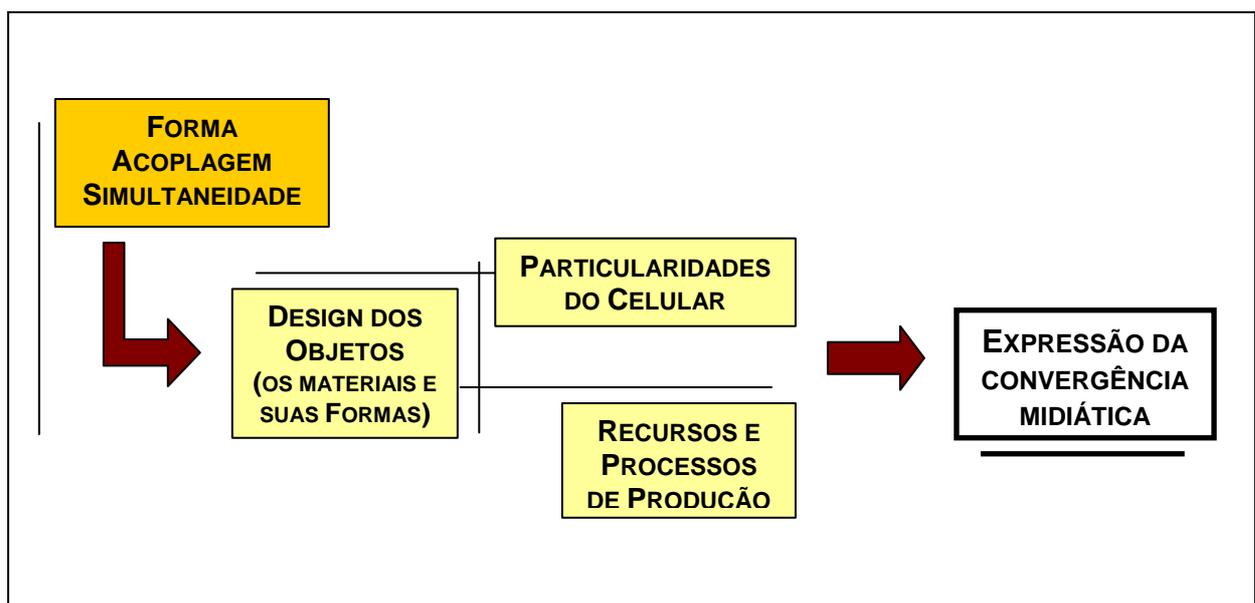


Diagrama 1

### 1.1.2 Objetos imateriais

A teoria das materialidades sugere que as ações comunicacionais sejam estudadas a partir das características e particularidades de seu meio de transmissão. A forma, o tamanho, a textura e as possibilidades técnicas do celular, por exemplo, podem ser fatores determinantes na estrutura das mensagens. E não somente daquelas que são emitidas pelo aparelho, mas também por aquelas que usam ou tratam deste suporte. A portabilidade, por exemplo, é garantida por sua forma compacta e sua capacidade de recepção e emissão de sons, imagens e textos graças às tecnologias digitais e sua acoplagem a redes sem fio. Partindo unicamente desta peculiaridade, encontramos inúmeros produtos de mídia que dela se apropriam para criar suas mensagens, como é o caso de longas-metragens e peças publicitárias que usamos neste estudo.

O desenvolvimento técnico e científico manipula o existente de tal forma, que cria novos conceitos da realidade até mesmo no cotidiano, observa Manzini. Vivemos na era da imagem, em que o real e o virtual se misturam, influenciando a relação que tínhamos até bem pouco tempo, com os objetos. O computador e seus inúmeros programas tornam-se extensões do sistema nervoso e sensorial, como uma prótese. Assim conseguimos alcançar um mundo que não existe, mas tem as características do mundo real. Nem bem chegamos à comercialização da tela de televisão tridimensional, e já nos são apresentados objetos manipuláveis em 4D, como os do filme de ficção científica o 'O Homem de Ferro'<sup>9</sup> e o corpo humano<sup>10</sup> desenvolvido por cientistas da Universidade de Calgary, no Canadá, em 2007.

---

<sup>9</sup> **Homem de Ferro:** Orig. 'Iron Man'. Personagem de Histórias em Quadrinhos da Marvel Comics criado por Stan Lee (1963). Filme lançado em Abril/2008, com direção de Jon Favreau e e Robert Downey Jr. Como o

Os estudos de MANZINI acerca dos objetos abrangem desde formas e texturas naturais e fabricadas até materiais e imateriais. Nos novos objetos, não há uma forma definida, pois ela não corresponde à forma física concreta e sim, a imagens que construímos com o auxílio de sistemas tecnológicos, que variam de acordo com as nossas necessidades de consumo. Paralelo ao mundo real e tangível, temos um mundo virtual, intangível que, no entanto, podemos manipular mesclando a ludicidade com a funcionalidade. E isto em um universo simulado, dentro do qual os objetos e os ambientes podem ser decompostos, divididos, multiplicados. Podemos aumentá-los ou reduzi-los de tamanho, ajustar sua forma, esticando, apertando e modelando... podemos deslocá-los ou fixá-los uns aos outros ou em qualquer lugar.

Segundo MANZINI, a matéria simulada é criada a partir de analogias com lembranças sensoriais advindas de contatos com o universo real. Assim temos o sistema 'Windows', inspirado em janelas que se abrem e nos mostram paisagens, sons, objetos e pessoas... Temos *video-games* que, em aventuras virtuais nos fazem interagir com heróis e vilões de filmes e livros... Temos parques temáticos onde viajamos em naves que atravessam o tempo e o espaço em poucos segundos. O nosso corpo perde, aos poucos, a referência da forma, como já mencionamos anteriormente ao tratar dos estudos de GUMBRECHT (1998). Volumes pesadíssimos de informação antes guardada em discos, livros, películas, são agora

---

protagonista Tony Stark. Fontes: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Homem\\_de\\_Ferro](http://pt.wikipedia.org/wiki/Homem_de_Ferro) e [http://www.cinemacomrapadura.com.br/filmes/2480/homem\\_de\\_ferro\\_\(iron\\_man\\_2008\)](http://www.cinemacomrapadura.com.br/filmes/2480/homem_de_ferro_(iron_man_2008))

<sup>10</sup> **Caveman:** primeiro modelo completo de corpo humano desenvolvido por uma equipe multidisciplinar das áreas de computação, biologia, matemática e artes gráficas, ao longo de seis anos. Totalmente interacional, pode ser manipulado, ampliado e reduzido, além de permitir simulações, de acordo com as necessidades de estudo.

armazenados em cartões de memória de alguns milímetros de espessura, menores que uma foto de um documento de identidade pessoal.

De acordo com Manzini, a tecnociência manipula o extremamente pequeno e gera o extraordinariamente complexo. A matéria não é mais a soma de materiais, mas uma quantidade infinita de possibilidades, que vai além do espaço físico e da noção que tínhamos até então com os objetos e seus significados culturais. No século XIX um telefone ficava preso a uma parede com fios e pregos e era uma peça pomposa trabalhada em madeira e ornamentada com metais. Pouco tempo depois, diminuiu de tamanho e sofreu uma alteração revolucionária em seu *design*: o acoplamento do fone e do bocal, que recebeu o nome de 'monofone'. No final do século XX, o telefone fixo começou a ser substituído por um aparelho móvel, com dezenas de funções reunidas em um invólucro minúsculo. E, no início do segundo milênio, além da mobilidade e da miniaturização, o celular é também câmera, TV, rádio e computador. O cheiro, a textura, o som da chamada, a dinâmica da ligação. Nada se compara mais ao invento de Graham Bell. No entanto, o objeto existe e influencia nosso modo de nos relacionar com ele e sua materialidade inspira cineastas e publicitários em suas criações.

Em '*A matéria da invenção*' MANZINI (1993) apresenta as transformações dos materiais usados na fabricação e no *design* de objetos. A natureza cria formas arredondadas, maleáveis, complexas. Já o liso, o homogêneo e uniforme, era atribuído a peças industrializadas. Mas a tecnologia tem evoluído de tal maneira e velocidade, que as texturas artificiais dos objetos já não são tão distintas das orgânicas. E assim como o couro sintético veste e se amolda ao nosso corpo, fones de ouvido, microfones, câmeras e telefones são acoplados ao nosso modo de vida,

acompanhando-nos desde o despertar até o adormecer. O celular é o que melhor resume a acoplagem, tanto de tecnologias diversas quanto de objetos reais e virtuais.



**Figura 4**

Repórter de uma emissora de TV na Alemanha, na CEBIT 2007, gravando entrevistas com fones de ouvido, micro-câmera e microfone, acoplados à cabeça.

**Fonte:** Jornal O Estado de S. Paulo. Caderno Link, 19/Mar/2007

Em nosso estudo, vamos demonstrar que peças publicitárias e filmes de longa metragem expressam propriedades do celular que vão além de suas funções nanotecnológicas. Elas expressam a transparência e a leveza da materialidade do que não se consegue tocar, do que não se vê. Expressam a organicidade que existe num diálogo entre duas pessoas, mesmo sendo o telefone um objeto industrial. E expressam a solidez e a força no desempenho gerado pela acoplagem entre pessoas e tecnologias.

### 1.1.3 Peculiaridades do celular

Portátil e multifuncional, com acesso à Internet, tela colorida e câmera embutida, o celular promove a captura instantânea de fotos e vídeos que poderão ser ou não publicados, ser ou não modificados, ser ou não guardados. Carregado junto ao corpo, de tamanho reduzido e de fácil manuseio, este suporte permite que sua câmera registre de imediato cenas corriqueiras da cidade, pois dispensa acessórios como o tripé, o *flash* ou a luz extra, o filme e a troca de objetivas, que com a câmera analógica chamavam atenção do assunto a ser fotografado ou filmado e poderiam influenciar sua espontaneidade.

A jornalista Cora Rónai em seu livro '*Fala Foto*'<sup>11</sup>, descreve as imagens capturadas pelo aparelho celular, como “despretensiosos registros do instante, informação rápida”, incorporando assumidamente defeitos com o foco, má resolução, distorções de cores e formas. O que importa mesmo, não é a qualidade da imagem, nem mesmo a informação que ela passa e sim, o que a experiência com o novo aparelho nos traz de inovador e de diferente, daquilo que já conhecemos.



**Figura 5**



**Figura 6**



**Figura 7**

Fotos capturadas com meu celular modelo Nokia 6155, em um restaurante, em São Paulo. Enquanto aguardávamos a pizza, nos distraíamos batendo fotografias usando o copo que estava na mesa, como se fosse uma lente acoplada ao aparelho.

<sup>11</sup> RÓNAI, Cora. **Fala Foto**. Rio de Janeiro: Ed. Senac, 2006.

A postura ao gravar ou fotografar também mudou: o visor de cristal líquido permite a participação de outros 'fotógrafos' na definição de planos e ângulos, impondo-se sobre a visão única e subjetiva de um único olho que só enxergava o assunto através do minúsculo orifício denominado "*viewfinder*", colocado bem perto do rosto. As pequenas telas - no celular chamadas de 'visor' - também alteram o modo de manusear a câmera pois, podendo enxergar nelas a imagem a distância, obtém-se ângulos e movimentos diferenciados, sem a exigência de malabarismos e contorções do corpo para conseguir uma boa foto ou vídeo razoável.

Apesar de sua característica imediata e efêmera em função da ausência do negativo, a câmera do celular captura momentos reais que, em seguida, podem ser disponibilizados em *sites* como o '*Flickr*' , o '*You Tube*', o '*Orkut*'... ou no portal de uma empresa de telefonia celular por exemplo. Podemos enviar fotos instantânea e diretamente a um *blog*, de onde podem ser capturadas e encaminhadas por qualquer internauta a um seguinte locado em outro hemisfério que, por sua vez, pode imprimi-las imediatamente em sua impressora, influenciando ainda suas emoções, percepções e sensibilidade.

Por ser um meio acessível e fácil de ser transportado, ele se encaixa perfeitamente no contexto do imaginário urbano atual, de velocidade e mobilidade, encurtando distâncias e flexibilizando a cronologia. Segundo MAFFESOLI (1996: p. 274) a cidade pós-moderna "não obedece mais a um ritmo noturno-diurno de funções bem delimitadas (...), mas está em perpétua ebulição." O espaço-tempo não se aplica mais a um determinado local, nem a horas e minutos marcados. Os fusos horários se mesclam nas relações econômicas entre os países do globo, *e-mails* e

telefonemas com aparelhos móveis acontecem a qualquer tempo, em qualquer local.

Com suas características individualistas e suas interferências no imaginário do tempo-espaço urbano, consideramos o telefone celular um desdobramento desta situação. Entre múltiplas funções, cada uma delas disponibiliza outras, criando uma espiral de recursos que aumenta a cada novo modelo de aparelho. Para o telefone, criou-se a agenda de contatos, esta se desdobrou para o calendário, que tem dia, mês e ano, e com o despertador marcamos a hora que precisamos levantar prá trabalhar. Ainda podemos escolher entre diferentes tons musicais e outros sons para diversas tarefas e contatos da agenda... Portabilidade e hibridismo nos mantêm conectados não apenas aos contatos armazenados, mas à própria '*World Wide Web*' e às redes que a configuram.

Os meios de transporte como o avião e o trem de alta velocidade facilitam a mobilidade e, para que esta seja confortável, a bagagem precisa ser leve e a mínima possível. Ao acoplar outras tecnologias portáteis como o *laptop*, a máquina fotográfica digital e o tocador de mp3, o celular nos favorece estas condições, e experiências de viagem podem ser registradas e enviadas instantaneamente a outros países ou simplesmente para o vizinho ao lado, por SMS, vídeo, foto, texto ou voz.

Pequeno e versátil, o formato do celular e suas possibilidades de adequação a outros equipamentos digitais, estão transformando-o em uma hipermídia<sup>12</sup> com potencial de contato direto e imediato, estreitamente vinculada ao cotidiano de facilidades eletrônicas nos espaços urbanos. Por meio de redes sem fio ligadas à

---

<sup>12</sup> **Hipermídia:** confluência dos meios de comunicação convencionais e híbridos, formando um só meio, que permite ao usuário o acesso a diversas plataformas e ramificações que combinam textos, áudios e imagens.

Internet, ele possibilita o acesso a contas bancárias, cartões de crédito, jogos, menus de restaurantes, correio eletrônico, *blogs*, GPS, trocas de dados em texto, sons e imagens... Este 'território cibernético' está proporcionando o surgimento de 'nômades *high-tech*', usuários que se conectam à *World Wide Web* por meio de pontos de acesso públicos, como uma *lan-house*, um *ciber-café* etc.

Dessa maneira, a cada dia vão se estabelecendo novas conexões de informação e de conhecimento recebidas e enviadas instantaneamente a qualquer lugar do mundo conectado ao ciberespaço. Estas redes telemáticas proporcionam não apenas a confluência tecnológica, mas também a integração da dinâmica das cidades com as práticas sociais, a partir de suportes de mídia como o aparelho de telefonia celular. Suas características de portabilidade, manuseio e hibridização, formatam novas configurações em convergência com outras tecnologias midiáticas, como a televisão e o computador e estimulam a criação de mensagens relacionadas ao acoplamento criado entre o aparelho e seus usuários.

## 1.2 CRIAÇÃO E CONVERGÊNCIA

Segundo MAFFESOLI (2001), "a Internet multiplica imagens, produz algo que não é racional", e a imagem é a valorização da forma. O criador de produtos de mídia é aquele que captura algo intangível presente na vida social e lhe dá uma forma concreta, a partir de tecnologias (objetividade) e emoções (subjetividade). Em campanhas publicitárias, tanto de operadoras de telefonia celular, quanto de fabricantes de aparelhos, é perceptível a apropriação do imaginário coletivo sob o viés defendido pelo sociólogo francês.

Os comerciais estão vinculados ao modo de vida, aos anseios das pessoas e à evolução tecnológica dos aparelhos. Observamos que em peças publicitárias relacionadas ao celular, idéias de velocidade, mobilidade e conectividade são trabalhadas a partir do imaginário de quem está sempre com pressa, sempre viajando, sempre trabalhando, mas quer permanecer próximo à família e amigos. É o espírito do “aqui e agora em qualquer lugar a qualquer hora”. Busca-se a multifuncionalidade porque o cotidiano exige dedicação em todas as tarefas, sejam elas profissionais ou particulares.

Neles também detectamos aspectos da natureza, em simbiose com a tecnologia. Desejos mitológicos como os vãos de Ícaro no *slogan* “viver sem fronteiras” da ‘Tim’, em que mensagens subjetivas como o amor e a saudade são transportadas pelo vento a qualquer distância física, estabelece relações pela marca ‘Nokia’, cuja missão - “*Connecting People*” (conectando pessoas) - está presente em todos os seus anúncios. O uso de batimentos cardíacos na sonorização de filmes publicitários remete à intimidade, à organicidade dos sentimentos humanos.

A valorização da individualidade pela operadora ‘Vivo’, que declara “é você em primeiro lugar” em seus comerciais e oferece “um celular que combina com você” traduz a acoplagem do natural com o artificial. Na linha de produção e de montagem, as formas dos objetos são variadas, seguindo uma ordem intencionalmente desorganizada para resultar em produtos customizados, ‘ao gosto do freguês’.

A ansiedade da vida moderna é resumida pela Motorola em seu novo modelo de *smartphone* (telefone inteligente) ao anunciar: “seu dia agora vai ter um Q a mais de tempo, seus negócios um Q a mais de agilidade e seu tempo livre um Q a

mais de diversão”. Busca-se a tecnologia para acelerar o ritmo biológico e acompanhar a velocidade das transformações econômico-sociais provenientes da evolução das próprias tecnologias. A relação com o espaço-tempo torna-se fluida, transparente, sem solidez.

Por outro lado, “A vida na sua mão” *slogan* da operadora ‘Claro’ explora a hiperartificialidade de cenários e objetos virtuais, facilmente criados por *softwares* digitais. A nova geração de ‘objetos’ não ocupa mais o armário nem a estante. Todos os nossos discos, livros, fotografias e vídeos, além dos contatos pessoais e profissionais, estão armazenados em minúsculas memórias compostas de um código binário. Estes dados estão relacionados à personalidade do usuário, seja do computador ou do telefone celular. Não importa qual seja o suporte, porque um está em conexão com o outro.



**Figura 8**

Na matéria, a reportagem ensina a sincronizar dados do celular com o micro ou por meio de serviços oferecidos pelas operadoras.

Obras cinematográficas de ficção sintetizam a evolução do aparelho celular desde a sua forma até sua interferência no cotidiano e na arquitetura das mensagens midiáticas. Em filmes produzidos na última década, observamos que este aparelho deixou de ser um simples instrumento de transmissão de voz, para adquirir maior relevância, interferindo até mesmo em roteiros originais que foram re-filmados ou interagindo com os personagens do enredo, como se tivesse vida própria. Sua forma e características técnicas podem ainda revelar aspectos histórico-tecnológicos da trama ou servir como adereço para caracterização, uma vez que evolui rapidamente e está adquirindo características de *design* bastante variadas, adaptadas ao estilo e personalidade de seu usuário.

Vemos, portanto, que as assimilações e interferências deste suporte portátil são traduzidas nos processos de comunicação contemporâneos. A convergência que ocorre entre o celular, a Internet e a Televisão, não é somente face aos objetos tecnológicos ou às corporações de mídia. As linguagens e dinâmicas provenientes de *softwares* híbridos, as facilidades de manuseio e de disseminação dos conteúdos e a própria dinâmica social, proporcionam a fusão destes veículos.

### 1.3 METODOLOGIA

Esta pesquisa propõe uma análise da expressão da convergência descrita acima - do celular com a televisão e o computador -, em três veículos da mídia contemporânea que trabalham com imagens:

- a. **o cinema**, por sua capacidade de traduzir a imaginação e a realidade em forma de arte por meio de recursos técnicos da Modernidade,

trabalhando com qualidades sensoriais em sons, cenários, caracterizações, personagens, roteiros, edições etc.;

b.a **revista**, por suas características de diagramação de fotos e textos, portabilidade e possibilidade de manuseio aleatório;

c.a **televisão**, por sua abrangência e diversidade de audiência, por meio da qual se vende de tudo, desde sonhos a produtos.

Priorizando os recursos materiais da produção (cor, forma, composição gráfica, fotografia, edição, ritmo, textura, planos de câmera etc.) associados às especificidades do aparelho de telefonia celular e seus recursos audiovisuais, procuramos descrever experiências de materialidade expressas na mídia contemporânea.

Conforme demonstrado no diagrama a seguir, analisamos os materiais coletados partindo dos conceitos estruturados por GUMBRECHT, de forma, acoplagem e simultaneidade, para sistematizar o nosso estudo.

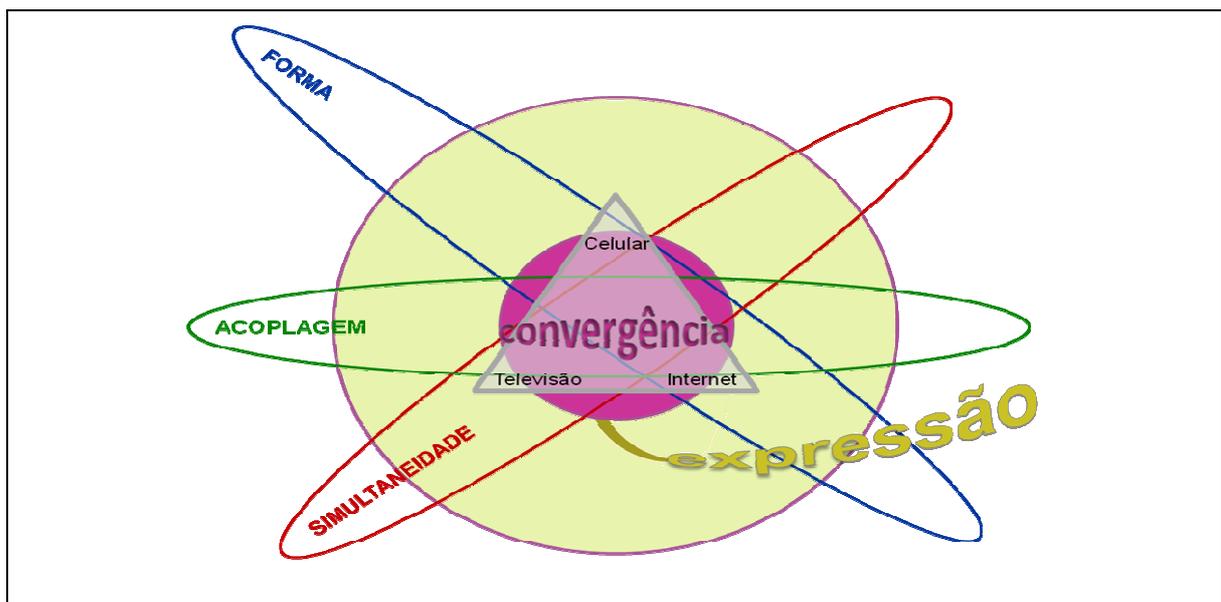


Diagrama 2

Nem sempre estes conceitos estão expressos separadamente, já que um está vinculado ao outro, exercendo influências e mutações sobre o conteúdo da mídia. A solução para uma pesquisa sistemática foi separar por conceito de materialidade mais expressivo, os materiais colhidos e estabelecer uma leitura transversal, analisando-os quanto às características de produção e de *design* de objetos materiais e imateriais, desde os elementos narrativos até as facilidades técnicas.

### 1.3.1 Os Materiais de Estudo

Filmes e impressos que fazem referência ao aparelho celular, foram divididos em duas categorias principais: **comercial**, ou seja, que tem o objetivo de venda do produto ou serviço; e **não-comercial**, cujo intuito principal é o de entretenimento. Foram selecionadas peças publicitárias e cinematográficas que expressam peculiaridades híbridas na relação ‘indivíduo – tecnologia portátil – contexto social’, tanto explícitas quanto subliminares. Excluímos as puramente promocionais ou sazonais, exceto aquelas em que puderam ser verificados conceitos de materialidade e experiências do modo de vida contemporâneo influenciadas pelo uso do celular.

EXPRESSÃO	
Comercial	Não-comercial:
Anúncios de operadoras e fabricantes de celular na mídia impressa de grande circulação.	Filmes nos quais o celular promove significativamente a ação.
Peças publicitárias para televisão e cinema.	

## AS OBRAS NÃO-COMERCIAIS

Na categoria ‘não-comercial’ (entretenimento) selecionamos obras cinematográficas, em que o celular promove a ação e sua presença influencia a forma do roteiro e da edição. Destacamos o longa-metragem **Alô?! E a minha Comissão?** da diretora Mara Mourão, em que o celular é apresentado dentro de um ônibus de linha, a passageiros que ainda não têm acesso à telefonia móvel. Na trilogia de **Onze Homens e um Segredo**, o diretor Steven Soderbergh, usou linguagens de edição não-lineares na versão lançada no ano 2001, enfatizando a interferência dos aparelhos de telefonia celular na comunicação da equipe de assaltantes com a vítima. Nos lançamentos que lhe deram continuidade, são abordadas as conexões espaço-temporais e as tecnologias digitais. O celular já ‘existia’ também na série **Jornada nas Estrelas** (1960), assim como a teleconferência, o tele-transporte, as imagens virtuais e o computador com comando de voz, entre outras facilidades técnicas. Esta ficção científica muito à frente da época em que foi lançada, expressava aspectos avançados de mobilidade espaço-temporal quando muitos de nós sonhavam apenas com a possibilidade de assistir à televisão por meio do relógio de pulso.

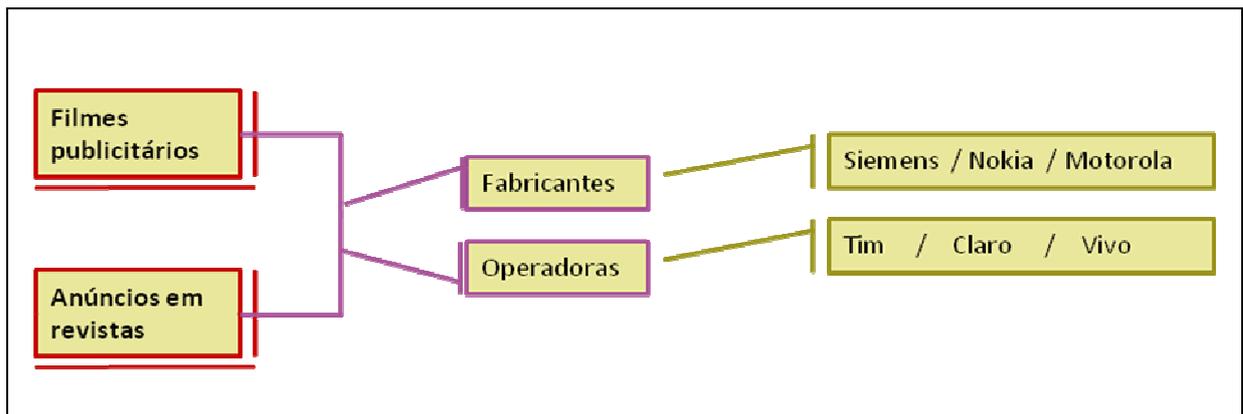
FORMA	ACOPLAGEM	SIMULTANEIDADE	
			<b>Jornada nas Estrelas</b> (Orig.: <i>Star Trek</i> ) Episódio IV: A Volta para Casa Criado por Gene Roddenberry, em 1966 Dir.: Leonard Nimoy, 1986
			<b>Alô?! E a minha comissão?</b> Dir.: Mara Mourão, 1998
			<b>11 Homens e um Segredo</b> (Orig.: <i>Ocean's Eleven</i> ) Dir.: Lewis Milestone, 1960 Dir.: Steven Soderbergh, 2001

Tabela 1

## AS PEÇAS COMERCIAIS

Na categoria ‘comercial’ optamos por definir um período para os produtos de publicidade analisados: a partir dos atentados ao metrô de Londres em meados de 2005 até final de 2007, época do lançamento no Brasil, da TV Digital e da tecnologia mais avançada de telefonia 3G. Celulares com câmera já eram comercializados antes deste período, mas aspectos de convergência audiovisual tornaram-se mais significativos a partir do momento em que o aparelho portátil de telefonia passou a ser reconhecido por alguns veículos de comunicação de massa<sup>13</sup>, como uma ‘terceira tela’, ou seja, uma possível nova mídia.

Selecionamos peças dos fabricantes Siemens, Nokia e Motorola e das operadoras Tim, Claro e Vivo, publicadas em revistas de grande circulação – entre outras, Veja, Época e Focus (Alemanha) – e filmes publicitários veiculados ao longo da programação televisiva.



**Diagrama 3**

<sup>13</sup> O Grupo Estado criou um site para envio de fotos capturadas principalmente pelo celular, para divulgar no próprio portal e também em seus jornais, além de disponibilizá-las em um banco de dados internacional. [http://www.estadao.com.br/fotoreporter/foto\\_oquee.htm](http://www.estadao.com.br/fotoreporter/foto_oquee.htm)

Na seção dedicada à análise do material, iremos expor os anúncios extraídos das revistas e imagens dos filmes publicitários com as respectivas sinopses.

Uma vez que o nosso enfoque é a expressão da convergência com a televisão e o computador, o estudo de peças publicitárias do período proposto estabelece uma continuidade com a análise iniciada na série 'Jornada nas Estrelas', no longa-metragem 'Alô!? E a minha Comissão?' e na trilogia 'Onze Homens e um Segredo'.

### 1.3.2 Os Procedimentos da Pesquisa

Seguindo uma metodologia descritiva, que demanda conhecimentos anteriores sobre o objeto a ser estudado a fim de estabelecer conexões comportamentais com o embasamento teórico, iniciamos nosso estudo com uma pesquisa exploratória de material de mídia sobre, com e para o celular. O material impresso coletado em revistas, serviu como alavanca-guia para selecionar os filmes publicitários; matérias jornalísticas sobre novas tecnologias e novas dinâmicas comportamentais serviram como suporte para alinhar a genealogia e enriquecer a análise da expressão da convergência.

Os materiais colhidos foram separados em **comerciais** e **não-comerciais**, e estes, sub-divididos em **impressos** e **filmes**. Em seguida, traçamos eixos de similaridade dos enfoques de forma, acoplagem e simultaneidade com os estudos sobre o *design* de objetos e suas conexões com a evolução tecnológica dos veículos de mídia digital, enfatizando as particularidades do celular.

Assim, ao analisarmos um comercial a partir do conceito de FORMA, relacionamos aspectos como formato, textura, tamanho do aparelho, capacidade de

memória virtual etc. e verificamos como elementos narrativos como o roteiro e recursos técnicos de captação, diagramação, computação gráfica etc., foram trabalhados para traduzir a funcionalidade do aparelho em função de suas peculiaridades. A ACOPLAGEM, vinculada à mescla de materiais orgânicos e artificiais, caracteriza o hibridismo, a conectividade, a simbiose. Ela é perceptível na fotografia do filme quando são trabalhadas cores quentes ou frias; no calor do beijo conduzido pelo vento de um lugar a outro; no som de batimentos cardíacos, em uma trilha envolvente, entre outros que vamos abordar. A SIMULTANEIDADE reflete o que entendemos sobre as oscilações do espaço-tempo. A velocidade e a mobilidade, responsáveis por comprimir e descomprimir horários e territórios (além do nosso próprio ritmo cotidiano), são traduzidas na mistura de imagens, na não-linearidade de um roteiro, na ambientação da cena em um cenário quase transparente, na fragmentação dos conteúdos audiovisuais.

CONCEITO (H. U. GUMBRECHT)	DESIGN DE OBJETOS (E.MANZINI)	PECULIARIDADES DO CELULAR	ELEMENTOS NARRATIVOS E RECURSOS TÉCNICOS (IMPRESSÃO E VÍDEO)
FORMA	Maleabilidade, flexibilidade, textura, resistência, memória virtual, dimensões.	Portabilidade, miniaturização...	Planos, ângulos e movimentos de câmera. Composição das imagens, edição.
ACOPLAGEM	Organicidade, simbiose, conectividade artificialidade...	Multifuncionalidade, hibridismo, conectividade...	Tratamentos e efeitos gráficos, cores, luz, sonorização, roteiro etc.
SIMULTANEIDADE	Fragmentação, transparência, não-linearidade, leveza...	Mobilidade, velocidade, prontidão...	Personagens, cenários, objetos, conteúdos estratégicos. Etc...

Tabela 2

Por fim, traçamos conexões de similaridades entre o celular, a televisão e a internet para verificar a expressão da convergência midiática dos suportes,

abrangendo desde o manuseio até novas configurações de mensagem em função desse hibridismo tecnológico.

## 2 MAPA GENEALÓGICO DO TELEFONE

*Antes de existir computador existia tevê*

*Antes de existir tevê existia luz elétrica*

*Antes de existir luz elétrica existia bicicleta*

*Antes de existir bicicleta existia enciclopédia*

*Antes de existir enciclopédia existia alfabeto*

*Antes de existir alfabeto existia a voz*

*Antes de existir a voz existia o silêncio.*

(CARLINHOS BROWN / ARNALDO ANTUNES)

Quando Alexander Graham Bell apresentou a sua máquina falante a Dom Pedro II e uma comissão de cientistas, nos Estados Unidos, em Junho de 1876, ninguém imaginava que o telefone fosse ter qualquer relação com a fotografia, outra tecnologia com a qual muito se identificava o Imperador do Brasil.

Treze décadas depois, ele não somente ‘fala’ como também toca música, captura, armazena e transmite dados, imagens estáticas e / ou em movimento; além de oferecer inúmeras funções práticas no dia-a-dia de seu proprietário, como: agenda, relógio, despertador, identificador de chamadas, acesso a internet e a programação de TV, correio eletrônico etc. Incluindo até mesmo cálculo da massa corporal, conferência do ciclo menstrual e ruído anti-mosquito para uma pescaria à margem do rio, sem os desconfortáveis zunidos e picadas.

O invento foi polido e lapidado, somado a outros suportes tecnológicos da modernidade como o computador e a câmera, transformando-se em uma ferramenta essencial tanto de trabalho quanto de entretenimento. Tornou-se uma mídia com *status* de jóia preciosa, acoplando-se ao corpo do usuário, influenciando o modo de vida, a moda e as relações econômicas da sociedade contemporânea, prestes a

tornar-se um novo meio de emissão e de recepção de mensagens, porém mais dinâmico e mais interativo, mais leve e mais prático. E também mais individualista.

Acessório de uso constante, o celular é um item que configura uma imagem pessoal. Mesmo com formatos bastante variados, os aparelhos disponibilizados no mercado ainda podem ser customizados com imagens e toques polifônicos exclusivos, com capinhas e detalhes externos, fotos e agendas pessoais, entre outras coisas, tornando-o uma representação de seu usuário, trazendo embutido todo um conteúdo imaterial que configura, em códigos binários, dados relacionados à vida e à personalidade de seu proprietário. Apesar de não estar acoplado cirurgicamente ao corpo, a relação de dependência está adquirindo características orgânicas e íntimas, que não são diretamente materiais, mas sensoriais. Perder o celular tornou-se algo similar à amputação de um membro do corpo físico.

Um mapeamento genealógico de outras descobertas desde a *Belle Époque* (1900) até este início do século XXI revela o traçado de evolução do aparelho telefônico e como foram ocorrendo seus acoplamentos tecnológicos e humanos, principalmente entre e a partir das duas grandes guerras mundiais. Desenvolver um estudo do percurso de convergência dos meios de comunicação de massa auxilia na compreensão do processo de acoplagem do telefone a estes meios e sua importância como uma possível nova mídia.

## 2.1 INVENÇÕES E DESCOBERTAS

A Torre Eiffel, símbolo do progresso industrial, erguida por ocasião do primeiro centenário da Revolução Francesa e da Exposição Mundial de Paris, marca

o início de uma seqüência de inventos que vão convergir na Revolução Digital 100 anos depois. Imensa, pesada e toda iluminada, ela é alvo de críticas e questionamentos devido à sua estrutura de ferro, que se contrapõe às construções de pedra, como as catedrais típicas da Idade Média. Período em que, na opinião do senso comum, predominavam as ‘trevas da ignorância’.

O Iluminismo francês, surgido no século XVIII, estimulou a busca pela razão e pelo conhecimento, gerando um avanço tecnológico jamais visto até então. Criações divulgadas até 1906, como a válvula triodo (Lee De Forest), que contribuiu enormemente para os avanços da eletrônica moderna, as primeiras experiências de televisão com o tubo de raios catódicos (Karl F. Braun), o telégrafo (Guglielmo Marconi e Reginald Fessenden), e a telefoto (Arthur Korn), compõem juntamente com o telefone, o trem e o avião, inventos significativos para o percurso convergente de meios de transporte e de comunicação, tornando o próprio corpo mais leve, mais veloz, mais capaz de mobilidade e de presença, mesmo que não fisicamente.

Totalmente inserida neste contexto, apontando para o alto, impõe-se majestosamente sobre a cidade a ‘Catedral de Ferro’. Apesar da rejeição inicial do público, consolida-se como ícone da modernidade francesa, principalmente quando passa a servir como torre de transmissão de sinais de rádio, outro invento que influenciou o mundo do século XX. Mas antes do rádio, a fotografia e o cinema já davam seus primeiros passos rumo a telas grandes, telões, telinhas de TV e visores de aparelhos de telefonia celular.



Figura 9



Figura 10



Figura 11

O formato de torre, fazendo apologia ao espírito de cada época: Deus, progresso, comunicação.<sup>14</sup>

A fascinação pela captação, registro e projeção de imagens em movimento de cenas e de narrativas, acompanha o homem desde as experiências com pinturas rupestres até os precursores da arte cinematográfica como a fotografia, a câmara escura<sup>15</sup> e a lanterna mágica<sup>16</sup>. Em 1895 a primeira apresentação pública dos filmes dos Irmãos Lumière traz para a tela a presença de objetos e acontecimentos distantes, provocando experiências sensoriais no público que, mesmo assistindo a uma simples tomada, sem som e sem cor em 'A Chegada do Trem na Estação' foge assustado do 'Grand Café', achando que vai ser atropelado pela enorme máquina

---

<sup>14</sup> **Fontes:**

**Fig. 9:** Catedral de Colônia e Ponte Hohenzollern. Disponível em:

<http://arquiwebbrasil.spaces.live.com/blog/cns!489F5235E61E9AF0!1824.entry>

**Fig.10:** Torre Eiffel, Paris. Disponível em: <http://www.cendotec.org.br/torreief.shtml>

**Fig.11:** antenas de Televisão (não há indica o local). Disp. em: <http://www.pbase.com/andremendonca/image/>

<sup>15</sup> **Câmara escura:** seu princípio é enunciado por Leonardo da Vinci, no século XV. O invento é desenvolvido pelo físico napolitano Giambattista Della Porta, no século XVI, que projeta uma caixa fechada, com um pequeno orifício coberto por uma lente. Através dele penetram e se cruzam os raios refletidos pelos objetos exteriores. A imagem, invertida, inscreve-se na face do fundo, no interior da caixa. Disponível em: <http://www.webcine.com.br/historial.htm>

<sup>16</sup> **Lanterna mágica:** criada pelo alemão Athanasius Kirchner, na metade do século XVII, baseia-se no processo inverso da câmara escura. É composta por uma caixa cilíndrica iluminada a vela, que projeta as imagens desenhadas em uma lâmina de vidro. Disponível em: <http://www.webcine.com.br/historial.htm>

projetada à sua frente através da luz emitida pelo projetor, instalado no fundo da sala.

O telefone e o telégrafo, por dispensarem o uso de meios de transporte para enviar informações, trazem um novo conceito de comunicação e são os meios de transmissão de sinais e de voz mais utilizados durante a Primeira Guerra Mundial. Aviões e dirigíveis servem apenas para fazer o reconhecimento do território inimigo. Mas a partir da década de 1920, quando centrais telefônicas locais já são quase rotina, mas ainda não é possível uma comunicação a grandes distâncias, o italiano Guglielmo Marconi estabelece a radiodifusão de sons sem fios, aproximando países, cidades, pessoas... Nascem emissoras de rádio em todos os continentes, pelas quais são transmitidos discursos de líderes políticos, noticiários, acontecimentos históricos, peças e eventos musicais, como as grandes óperas. O novo meio de comunicação de massa atravessa fronteiras físicas e culturais, difundindo, influenciando e transformando a sociedade do mundo moderno. Regimes totalitários, como o nazismo de Hitler e o Estado Novo de Getúlio Vargas, percebendo o poder deste novo meio de comunicação, utilizam-no para manipular a população de seus países com discursos inflamados e autoritários. As experiências dos comandos transmitidos pelo rádio são registradas em filme e, nas salas de cinema, as imagens mostram ao público só um lado dos fatos que a televisão irá divulgar alguns anos depois, do que realmente houve na Segunda Guerra Mundial.

“A televisão será um dia um importante entretenimento e meio de informação”, profetiza David Sarnoff<sup>17</sup> em Abril de 1939. Mas no mesmo ano estoura

---

<sup>17</sup> **David Sarnoff:** Presidente da RCA – Radio Corporation of America. Operador de telégrafos em Nova York, que transmitiu informações em Código Morse durante 72 horas ininterruptamente durante o naufrágio do Titanic. Citado por Mc Luhan em **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem:** “(...) Os

a grande guerra que freia a aceleração tecnológica por uma década inteira e redesenha as fronteiras da Europa e da Ásia. Uma tensão contínua se estabelece nas relações entre as nações, e o mundo teria acesso a esse novíssimo meio de comunicação de massa que permite instantaneamente a emissão de imagem e som a um número infinito de aparelhos ao mesmo tempo através de um processo fotoelétrico, somente após o fim da Segunda Guerra Mundial.

No início, as imagens são transmitidas ao vivo, em preto-e-branco e com baixa resolução; rapidamente ela evolui e ganha cores, passa a ter programas gravados em *video-tape* e a ocupar lugar de honra na sala das casas, onde antes ficava o rádio, cuja Era de Ouro (1923 a 1945) estava terminando. A TV torna-se peça-chave na produção e difusão da indústria do entretenimento, levando aos receptores sons e imagens de filmes, novelas, teleteatro, reportagens, desenhos animados, publicidade etc., que são escolhidos através de um seletor de canais redondo acoplado no aparelho de televisão. São poucas as opções de emissoras e de programação, mas isto muda com a introdução de um pequeno aparelho cheio de botões que cabe em uma mão: o controle remoto. Este pequeno ‘totem’ (NATÁRIO E WAJNMAN, 2005) facilita o manuseio direto dos canais e amplia o leque de escolhas, uma vez que no botão eletrônico com setas para cima e para baixo, podem ser inseridos números infinitos de canal, ao contrário do seletor mecânico circular que ficaria enorme se quiséssemos inserir todos os canais a cabo, VHF e UHF<sup>18</sup> que dispomos hoje.

---

produtos da ciência moderna, em si mesmos, não são bons nem maus: é o modo com que são empregados que determina o seu valor.” (p.25)

<sup>18</sup> **UHF**: Ultra High Frequency.

E assim, a TV imprime no sistema nervoso do telespectador por meio da retina, do labirinto e das digitais, emoções e experiências sensoriais que vão sendo zapeadas<sup>19</sup> pelo controle-remoto em busca de informação e divertimento, reinando absoluta durante quatro décadas até começar a surgir uma nova etapa à qual ela mesma já estava sendo acoplada no processo de ascensão contínua do progresso: a era digital.

Por volta de 1937, Alan Turing na Universidade de Cambridge (Inglaterra) e George Stibitz dos 'Bell Telephone Laboratories' (Estados Unidos), já conseguem desenvolver um computador digital com linguagem binária, de zeros e uns, abrindo caminhos para a produção deste suporte na mesma época do surgimento oficial da TV - funcionando a válvula e considerado por muitos como um 'cérebro eletrônico'. O primeiro computador comercial é lançado pela 'Remington Rand' em 1951, um ano após terem iniciado as primeiras experiências de telefone com imagem nos Estados Unidos e a Televisão finalmente chegar ao Brasil por intermédio e ousadia do polêmico jornalista Assis Chateaubriand. Ainda por muito tempo, a TV brasileira tem as características de um rádio com imagens ou de um teatro gravado.

Na segunda metade do século XX, 150 milhões de linhas telefônicas espalham-se pelo mundo, mas a maioria ainda depende do auxílio de telefonistas para conectar-se a outras cidades. A 'Discagem Direta a Distância' torna-se realidade nos Estados Unidos, sempre pioneiros nos avanços tecnológicos, inclusive na nova guerra que se inicia, desta vez no Vietnã. "A televisão leva as imagens da guerra do Vietnã para dentro dos lares americanos e acaba gerando reações muito

---

<sup>19</sup> **Zapear:** passar aleatoriamente de um canal de TV a outro, utilizando o controle-remoto.

negativas ao conflito e fortalece as campanhas pacifistas”, relata o jornalista Ethevaldo Siqueira<sup>20</sup>.

A década de 1960 caracteriza-se por convergências e divergências: Brasília é inaugurada com linhas arquitetônicas arrojadas e conceitos urbanísticos modernos enquanto a construção do Muro de Berlim paralisa o desenvolvimento da antiga capital da Alemanha Ocidental, isolando-a do mundo. Ondas de protestos estudantis ocorrem em Paris e São Paulo enquanto os americanos se preparam para enviar o primeiro homem à Lua. A frase célebre de Neil Armstrong que reafirma o orgulho americano é ouvida pela Televisão em todo o mundo: “É um pequeno passo para o homem, um salto gigantesco para a humanidade”, no dia 20 de Julho de 1969, data em que Alberto Santos Dumont, o pai brasileiro da aviação, completaria 96 anos de idade.

As três últimas décadas que precedem o século XXI são preparatórias para o mundo digitalizado. Satélites e estações espaciais passam a vigiar o planeta de sua órbita espacial e servem como ponte para a transmissão de notícias; imagens cada vez mais fragmentadas invadem os espaços públicos e privados das cidades; a fotografia, o cinema e a televisão mesclam o passado com o presente, e mostram-nos um futuro jamais imaginado pela população comum, no início do século XX, quando o progresso parecia já ter chegado ao seu limite<sup>21</sup>. Os trens de alta velocidade, os carros, os aviões e a Internet encurtam as distâncias, fragmentam o tempo e criam conexões complexas de relacionamento entre países, instituições e

---

<sup>20</sup> **Ethevaldo Siqueira:** jornalista especializado em Comunicação e Tecnologia da Informação. Autor do livro **Revolução Digital: história e tecnologia no século 20**. São Paulo: Saraiva, 2007.

<sup>21</sup> O escritor Anatole France, Prêmio Nobel de Literatura, diz ao visitar a Exposição Mundial de Paris em 14 de Abril de 1900, “... Chegamos ao ápice do progresso. Nada mais precisa ser inventado”.

peessoas. A informação não é mais domínio de poucos e é mais difícil de ser manipulada. A cortina de ferro é derrubada com a queda do muro de Berlim, que acontece como por milagre, sem nenhuma vítima, em 9 de Novembro de 1989. O congestionamento das linhas telefônicas do exército alemão oriental impediu o envio de ordens que poderiam ter sido desastrosas. Cinco meses antes, a Praça da Paz em Pequim, havia sido cenário de um massacre dantesco e, apesar do governo chinês expulsar a imprensa estrangeira para ocultar a violência do fato, jornalistas transmitiram vídeos e fotos de cenas inimagináveis que puderam ser vistas no mundo todo. O estudante enfrentando sozinho os enormes tanques agressores, passou a ser considerado uma das pessoas mais influentes do século XX<sup>22</sup>.

É o poder da imagem ocupando seu espaço na grande mídia por meio da hibridização dos novos suportes tecnológicos, agora com tecnologia digital: mais rápida, mais acessível, porém mais efêmera. O negativo do filme que antes era guardado cuidadosamente e serviria como princípio de reprodução, foi substituído pelo *chip* de memória. Qualquer tecla *'delete'* pode aniquilar qualquer registro histórico em menos de um segundo. Qualquer vírus virtual pode desconfigurar um arquivo. Qualquer *software* de tratamento de imagens pode modificar o sentido de uma fotografia ou vídeo por meio da manipulação digital. Por outro lado, uma imagem pode provocar um impacto decisivo no imaginário da nossa sociedade.

---

<sup>22</sup> Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Protesto\\_na\\_Praça\\_da\\_Paz\\_Celestial\\_em\\_1989](http://pt.wikipedia.org/wiki/Protesto_na_Praça_da_Paz_Celestial_em_1989)

## 2.2 ASPECTOS DE CONVERGÊNCIA

Duas redes de comunicação já conectam o mundo no século XX: o telégrafo elétrico que utiliza o código Morse<sup>23</sup> e o telefone, que transmite a voz. Mas a necessidade de preservar e de comunicar o conhecimento científico e de interligar universidades e instituições militares e de pesquisa, estimula a criação da ‘*World Wide Web*’, a terceira e a maior de todas as redes, a Internet.

Em 06 de Agosto de 1991, Tim Berners-Lee, um físico inglês do laboratório CERN<sup>24</sup> disponibiliza publicamente um editor baseado na linguagem de hipertexto, ligado à Internet. Sem patentear seu invento deliberadamente, Berners-Lee decide oferecer “esta ferramenta de software à humanidade”, para compartilhar e editar informação, a fim de construir um hipertexto<sup>25</sup> comum. A partir da criação do primeiro *website*<sup>26</sup>, o invento rapidamente se alastra pelo mundo, principalmente pela facilidade de navegação de uma página para outra e pelas possibilidades de se criar conteúdo com um simples editor de texto em HTML<sup>27</sup>.

1992 é um ano marcante para o Brasil e o mundo: a ‘*www*’ cresce em velocidade astronômica e atinge em torno de 1 milhão de servidores e 15 milhões de usuários. É criada a União Européia, com 12 países participantes, formando um mercado único, com uma política comercial comum. A conferência<sup>28</sup> sobre meio-ambiente, planejada desde a década de 1970 em Estocolmo, acontece de 3 a 14 de Junho no Rio de Janeiro, reunindo representantes de 175 países em prol da redução

---

<sup>23</sup> Código Morse: linguagem binária composta por pontos e traços.

<sup>24</sup> CERN: Laboratório Europeu de Estudo de Física de Partículas. É um dos maiores laboratórios de pesquisa do mundo, fundado em 1954, próximo a Genebra, na fronteira franco-suíça.

<sup>25</sup> Hipertexto: texto com *links* para outros textos.

<sup>26</sup> <http://info.cern.ch>

<sup>27</sup> HTML: HyperText Markup Language. Hipertexto com anotações para a estrutura de um texto.

do aquecimento e da poluição globais. O *impeachment* de Fernando Collor de Mello é considerado uma expressão da democracia brasileira, mas por trás das manifestações públicas de jovens ‘caras pintadas’ há interesses de empresários e uma forte influência de um canal de televisão. Nesta época, a Internet ainda não está muito difundida no Brasil<sup>29</sup>, mas o mundo começa a se ‘conectar’.

O presidente dos Estados Unidos, George Bush (*sênior*), determina que a década de 1990 vai ser a ‘década do cérebro’<sup>30</sup>, referindo-se a investimentos em pesquisas na área de neurociências, visando a cura de doenças degenerativas do sistema nervoso, como o Mal de Alzheimer. Graças à Internet, estes estudos vêm avançando, formando uma rede de informações e de intercâmbio tão complexa quanto as conexões e sinapses deste órgão vital do nosso corpo. Para McLuhan “nesta era da eletricidade, nós mesmos nos vemos traduzidos mais e mais em termos de informação, rumo à extensão tecnológica da consciência.” Cada vez mais, as extensões de mãos, pés, olhos etc. até mesmo as cidades, são acopladas a sistemas de informação. Cada novo conhecimento gera outros conhecimentos e assim por diante. O ‘cérebro’ saiu de dentro do crânio em busca do saber, alongando sua rede de neurônios pelas cidades reais e virtuais, próximas e distantes.

Parece uma cena de um filme de ficção científica, mas as tecnologias digitais avançam progressivamente e a cada nova simbiose parecem constatar as previsões de TOFFLER (1984) e CASTELLS (2000): viver em uma “sociedade de comunicação

---

<sup>28</sup> CNUCED: Conferência das Nações Unidas sobre Ambiente e Desenvolvimento.

<sup>29</sup> A internet comercial só teve início no Brasil, em Maio de 1995.

<sup>30</sup> Fonte: [http://www.cukiert.com.br/frame\\_medicina\\_e\\_tecnologia.htm](http://www.cukiert.com.br/frame_medicina_e_tecnologia.htm) . Acesso em 26/03/2008.

mediada pelas novas aparelhagens de informação (computadores, faxes, satélites...) capaz de levar o homem a um novo estágio de liberdade” (FERREIRA, 2003).

Assim como o telégrafo favoreceu estruturas sócio-econômicas mais dinâmicas, o telefone garantiu agilidade na transmissão de informações e não só permaneceu no âmbito comercial, como também se consolidou nas esferas privadas. Com a expansão da Internet e a criação de computadores pessoais para uso particular, o *e-mail* começa a ser usado como alternativa para ligações telefônicas a distância, principalmente a partir da implantação da conexão por banda larga (no Brasil, em 1999), com maior estabilidade e capacidade de transmissão de dados, de sons e de imagens. Redes globalizadas e disformes, em constante movimento e mutação configuram-se desde então espontaneamente e continuamente dentro da ‘*World Wide Web*’. Dentre elas, temos o ‘*Orkut*’, uma rede de relacionamentos que se alastrou rapidamente sobretudo no Brasil, e o ‘*You Tube*’, uma plataforma de dados que permite a publicação de vídeos amadores e profissionais, gerados por qualquer tipo de captação: câmera de fotografia ou de vídeo, película, *web cam*, aparelho portátil de telefonia celular e outros.

O sistema de telefonia móvel chega em 1990 ao Rio de Janeiro e a seguir a outras cidades brasileiras. Somente em Agosto de 1993 ele chega a São Paulo, época do *boom* de celulares nos Estados Unidos. E somente em 1997 são anunciados os vencedores da ‘Banda<sup>31</sup> B’, que populariza o telefone celular no

---

<sup>31</sup>**Banda:** Nome que designa uma faixa de frequência. A autoridade que regulamenta as telecomunicações reserva uma banda para cada serviço (operadora), para evitar interferências entre os sinais.

**Banda A:** Trabalha também com serviços analógicos oferecidos pelas empresas do extinto sistema Telesp. Hoje privatizada, a banda A oferece também serviços digitais (CDMA).

**Banda B:** Segunda faixa de frequência reservada para a telefonia móvel. No Brasil, a banda B começou a operar em 1998, oferecendo serviços digitais. (TDMA).

Brasil. Imediatamente, o aparelho torna-se um sonho de consumo e um relevante fator de transformação de comportamentos, tanto públicos quanto privados.

### 2.2.1 Hibridismo

Em uma matéria para o programa “Manhattan por Lucas Mendes“ o repórter descreve algumas características do telefone celular:

*... o mais barato custa 149 dólares, pesa 450 gramas e cabe no bolso de dentro do meu paletó. O modelo mais caro custa 700 dólares, pesa 200 gramas e cabe no bolso da minha camisa (...) o caro é a miniaturização. (...) Do mais caro ao mais barato, o custo da ativação da linha, está incluído no preço do telefone e o processo é instantâneo: você sai da loja falando!*

*A qualidade da chamada é clara e limpa como no telefone comum, mas a segurança não é. Se você quer contar segredos, não use o telefone celular. Sem nenhuma dificuldade, os radioamadores conseguem sintonizar as chamadas dos celulares nas faixas de FM.*

*Graças a estes espões de quintal, nós ficamos sabendo das conversas íntimas entre o Príncipe Charles e a amante Camila.*



**Figura 12**



**Figura 13**

O repórter Lucas Mendes entrevista vendedor em loja de aparelhos telefônicos de Manhattan.

**Banda D, E:** Freqüências Reservadas ao sistema GSM.

**Fonte:** LG, <http://br.lge.com/support/glossario/downloads/celular.pdf>

A portabilidade certamente foi o maior fator de interesse público pelo aparelho. Ao assistir a esta matéria de 1993, quinze anos depois, facilmente concluímos que atualmente o celular é muito mais do que os desajeitados blocos pretos retangulares que vemos expostos nas vitrines de Manhattan.

Ao contrário do que acontecia nos Estados Unidos, no Brasil as chamadas sofriam interferências que dificultavam bastante as conversas. Filmes e seriados nacionais satirizavam as ‘performances’ de usuários, ao tentar ouvir e falar ao celular cujo sinal era bastante instável. Mesmo assim, ele se tornou um símbolo de *status*, no início acessível a poucos, fosse pelo alto preço do aparelho ou pela dificuldade na aquisição de uma linha.

A partir da implantação da ‘Banda B’ (1998), operadoras de telefonia móvel e fabricantes de aparelhos expandiram enormemente seus mercados, oferecendo cada vez mais serviços e funções possíveis, graças a novas tecnologias.

O principal responsável pela convergência de televisão, internet e telecomunicação, é o processo de digitalização, que facilitou o tráfego de dados, áudios e imagens entre diferentes plataformas. Do DVD para o computador, ponte para *sites* na Internet como o ‘You Tube’, *blogs* e afins, e destes para o celular. O inverso também funciona e estimula a captação de tomadas do cotidiano para posterior publicação, como no ‘Foto Repórter do Estadão’, transformando “a informática em um meio de massa para a criação, comunicação e simulação” (LEVY, 1993).

O aparelho de transmissão de voz inventado por Graham Bell que se manteve distinto e separado de outros meios por cerca de um século, passa a oferecer outras

aplicações, como: jogos, agenda eletrônica, música, fotos, vídeos, acesso ao GPS<sup>32</sup> e à Internet. Cada vez menor, fácil de carregar e de manusear, o celular com câmera permite captar momentos imediatos e enviá-los instantaneamente a outra plataforma digital. Com ele, baixamos arquivos em MP3, enviamos fotos, vídeos e mensagens, pagamos boletos bancários e nos localizamos em cidades desconhecidas.

Programas como 'MTV de Bolso' e 'Retrato Celular' começam a ser criados pelas emissoras de Televisão para incorporar suas características de multifuncionalidade, em especial a programas dedicados ao público adolescente. No primeiro, a interatividade é explorada ao vivo, com participação no *chat* do programa. O telespectador "recebe uma mensagem pela televisão e pode participar da reconfiguração desta mensagem através do celular (...)", descreve JARDIM (2007: p.76). Enquanto assiste aos videoclipes, acompanhando os comentários de outros participantes, envia sua própria mensagem para a emissora, na mesma sinergia do programa. O segundo é uma série de oito episódios, gravado com aparelhos celulares que foram entregues para 34 jovens de quatro estados do Brasil: Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo e Porto Alegre. Foram especificados temas por grupo e dia de exibição narrados pelos participantes/atores que gravavam o seu dia-a-dia com os aparelhos celulares distribuídos pelo patrocinador, uma operadora de telefonia móvel. Por meio de um *blog*<sup>33</sup> os telespectadores podiam expressar suas opiniões, mas não foi criada nenhuma estratégia para acoplar celulares da audiência ao programa.

---

<sup>32</sup> **GPS (Global Positioning System):** sistema de posicionamento por satélite utilizado para determinar a localização de um receptor na superfície da Terra ou em órbita. Para captar seu sinal, é necessário um receptor avulso ou integrado ao carro, celular ou relógio.

Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Sistema\\_de\\_Posicionamento\\_Global](http://pt.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_Posicionamento_Global) Acesso em: 27/02/2008.

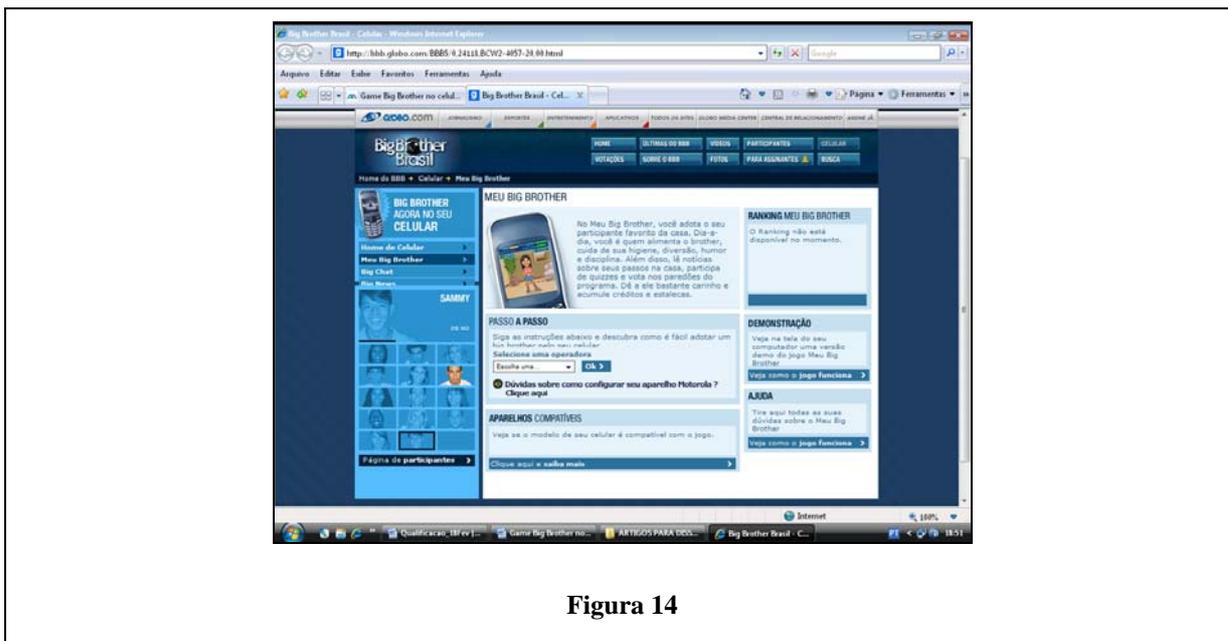


Figura 14

Site do portal 'globo.com'. O usuário pode baixar o jogo 'Big Brother Brasil' em seu aparelho, seguindo as instruções.

Disponível em: <http://bbb.globo.com/BBB5/0.24118.BCW2-4057-20.00.html>

Já o *reality-show* 'Big Brother', estabelece uma extensão com o celular por meio de um *game*<sup>34</sup> no qual os jogadores devem manter os personagens limpos e alimentados, além de disciplinados e bem-humorados. Enquanto jogam, chegam notícias por SMS em tempo real dos participantes do programa. Além disso, é possível enviar um voto para o 'paredão' e responder a *quizzes*.

No cinema, o sul- africano '*SMS Sugar Man*'<sup>35</sup> (2006), foi o primeiro longa-metragem produzido com câmeras de celulares. Ele foi disponibilizado para os pequenos aparelhos em três partes de 30 minutos. Para a grande tela, a qualidade ainda não é suficiente. Mas assim como a transmissão de voz pelo celular no início

<sup>33</sup> Acesso ao blog do 'Retrato Celular': <http://www.retratocelelular.globolog.com.br/>

<sup>34</sup> Desenvolvido pela incubadora do Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (CESAR), a '*Meantime Games*'. Fonte: <http://www.mxstudio.com.br/forum/index.php?showtopic=8637> Acesso em 27/02/2008

<sup>35</sup> '*SMS Sugar Man*': Dir. Aryan Kaganof. Sul africano faz primeiro longa-metragem em celular. Disponível em: <http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI860777-EI4796,00.html> Acesso em Março/2006.  
Site oficial do longa-metragem: [http://www.smssugarman.com/home\\_page.html](http://www.smssugarman.com/home_page.html)

enfrentava problemas de transmissão, possivelmente a qualidade de captura de imagens em breve será melhorada.

A imprensa escrita já se apropriou das características de mobilidade e portabilidade dos celulares com câmera. O jornalismo privilegia a notícia, mais do que a estética contida em uma imagem. Fotógrafos amadores enviam fotos de cenas corriqueiras da cidade para revistas e jornais como o 'Grupo Estado'<sup>36</sup> e podem vê-las publicadas no *site*, no jornal ou em qualquer meio de comunicação do mundo, uma vez que estas fotos ficam disponíveis em bancos de imagens.

Vários outros produtos audiovisuais contribuem para possíveis formatos na mídia, em função das especificidades do celular. Ainda não é possível determinar e catalogar gêneros próprios deste suporte, mas podemos nos arriscar a refletir sobre possíveis formatos ao verificar sua dinâmica de convergência com a Internet e a Televisão, expressa em filmes de ficção e peças publicitárias.

As previsões apontam para um maior uso do celular com a chegada da tecnologia 3G, que acelera a transmissão de dados na telefonia móvel de banda larga. Ela habilita o usuário a acessar a Internet por completo, como *sites* de vídeo, baixar e trocar toques polifônicos e conteúdos multimídia, além de assistir a programas de televisão. Também oferece conexão sem fio à Internet para computadores e *notebooks*, em alta velocidade. O celular tornou-se aquela 'TV de pulso' com a qual muitos sonhavam há tempos, com vídeo-chamada em tempo real e tudo! "É como se estivesse frente a frente, mesmo estando a quilômetros de distância", anima o texto de um folheto promocional da operadora Claro.

---

<sup>36</sup> FotoRepórter: **Mande fotos digitais para o Estadão. Tecnologia.** Portal 29/10/2005. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/arquivo/tecnologia/2005/not20051029p29785.htm>

### 2.3 O CELULAR COMO VEÍCULO DE MÍDIA

Mais de 2 bilhões de telespectadores assistem ao vivo à destruição das torres gêmeas, do *'World Trade Center'* em Nova York. Cenas antes vistas apenas na ficção da indústria de cinema americana tornam-se amargamente reais e influenciam o rumo da história mundial no imaginário da sociedade pós-moderna. MAFFESOLI (2001) define como imaginário uma construção mental de elementos lúdicos, oníricos, afetivos ao mesmo tempo impalpáveis e reais que determinam conjuntos de imagens e potencializam o concreto em uma sociedade. É um 'clima', uma dimensão ambiental (que Walter Benjamin chamaria de 'aura') criada a partir de interações que, apesar de repercutir individualmente nas pessoas, é algo coletivo que pode ser sentido, mas não é visto pelos nossos olhos. O imaginário é sempre comunitário e é partilhado dentro de um grupo social.

Enquanto a tragédia acontecia, usuários de celulares dentro dos aviões seqüestrados e dentro dos prédios que desabavam em meio às chamas, despediam-se de familiares e amigos. Recados deixados em secretárias eletrônicas eram posteriormente divulgados na mídia para conhecimento público, fazendo da dor particular um problema coletivo.

Toda vez que falamos de coisas que só podem ser experimentadas na privacidade ou na intimidade, trazêmo-las para uma esfera na qual assumirão uma espécie de realidade que, a despeito de sua intensidade, elas jamais poderiam ter tido antes. A presença de outros que vêem o que vemos e ouvem o que ouvimos garante-nos a realidade do mundo e de nós mesmos. (ARENDDT, 2000: p.60)

O '11 de Setembro' influenciou o imaginário da geração pós-moderna. Mais do que nunca, percebemos que estamos todos conectados, queiramos ou não, de forma consciente ou não. Conectados pelos sentimentos ou pela tecnologia digital, a

dor das vítimas expandiu-se para o mundo ocidental e o medo desacelerou por algum tempo a sociedade que, atônita, assistia a expressão mais alta e mais forte do capitalismo desintegrar-se como um castelo de areia.

Nos últimos anos, a possibilidade de captura de fotos e vídeos não só aumentou as vendas de aparelhos, como também fez surgirem novas ‘janelas’ na TV e na Internet. Um dos pioneiros na acoplagem do celular como máquina fotográfica com o computador foi o Grupo Estado<sup>37</sup>. Motivadores da idéia foram os atentados ao metrô de Londres, em 7 de Julho de 2005, quando amadores viram suas fotos publicadas em jornais e revistas de todo o mundo. Eles estavam dentro dos túneis, em locais de difícil acesso para a imprensa e as equipes de resgate. Mas puderam enviar imagens capturadas com seus telefones para os veículos de comunicação por meio da Internet.

Este acontecimento provaria que “a intimidade, como o individualismo, é desconhecida das sociedades tribais.” (McLUHAN, 2006: p.140). Não somente pelo fato das mídias de massa terem incluído imagens de não-profissionais em suas reportagens e documentários (algo que já faziam com cinegrafistas de câmeras de vídeo em bitola ‘vhs’), mas também em função da popularização da fotografia com câmeras digitais portáteis.

O fato é sempre mais relevante do que o que é escrito (ou mostrado), aponta WELLBERY (1990)<sup>38</sup> ao definir os estudos de Friedrich Kittler em *Aufschreibesysteme 1800/1900*. Além disso, os meios de comunicação requerem

---

<sup>37</sup>Site do Grupo Estado para envio de fotos digitais: [http://www.estadao.com.br/fotoreporter/foto\\_oquee.htm](http://www.estadao.com.br/fotoreporter/foto_oquee.htm)

<sup>38</sup> WELLBERY, David. “Foreword”, in Kittler, Friedrich. **Discourse Networks 1800/1900**. Stanford: Stanford University Press, 1990. In FELINTO, Erick. *Materialidades da Comunicação: Por um novo lugar da matéria na teoria da comunicação*. **Ciberlegenda**, nº 5, 2001.

sempre um meio material para transmitir informação, cultura e até mesmo ruídos. O celular com câmera firmou alicerces como suporte midiático a partir dos atentados londrinos e, em seguida, com o envio de imagens de celulares capturadas pelos soldados americanos durante a guerra contra o Iraque. Na Copa do Mundo de 2006, na Alemanha, os jogos foram transmitidos ao vivo pelo celular, paralelamente à transmissão televisiva, despertando o interesse de produtoras de conteúdo e de operadoras de telefonia móvel.

Já é possível enviar vídeos capturados pelo celular diretamente para o 'YouTube', o que dá ao usuário do aparelho uma autonomia de produtor de conteúdo. Fatos corriqueiros, notícias, vídeos pessoais etc., facilmente disponibilizados em um *site* ou *blog* na Internet, criam uma programação própria, que não pode mais ser ignorada pelas grandes emissoras de Televisão.

### **2.3.1 A Divulgação da Intimidade**

Desde o advento da sociedade, desde a admissão das atividades caseiras e da economia doméstica à esfera pública, a nova esfera tem-se caracterizado principalmente por uma irresistível tendência de crescer, de devorar as esferas mais antigas do político e do privado, bem como a esfera mais recente da intimidade. (ARENDR, 2000: p.55)

A captura de imagens com mídias portáteis de fácil manuseio e a Internet que disponibiliza *sites* e *fotologs* para a disseminação de fotografias e vídeos, criaram uma situação de vigilância mútua na sociedade. Não é o olho totalitário imaginado por George Orwell que invade nossa vida privada, mas milhões de objetivas que apontamos uns para os outros em ambientes públicos e privados, em situações familiares e sociais.



Fonte: Jornal Folha de S. Paulo. Caderno Informática, 04/Ago/2004

Compartilhar e divulgar fotografias e vídeos, está cada vez mais fácil na Internet. Os 'fotologs' ou 'flogs' foram criados para "oferecer ferramentas para que qualquer internauta crie em poucos cliques uma página na web onde possa publicar suas imagens", esclarece o jornalista André Mascarenhas<sup>39</sup>. Os temas são bastante variados e é possível explorar e experimentar diversas possibilidades de uso: desde a simples publicação de fotos de uma festa, até a divulgação de projetos profissionais.

A intimidade torna-se pública deliberadamente. O programa 'Retrato Celular', exibido no Canal Mutishow em 2007, é um exemplo de como as pessoas utilizam o celular em suas vidas, levando o aparelho a todos os lugares, deixando-o na cabeceira da cama para servir como despertador e usando sua câmera para dar um 'bom dia' antes de fazer a higiene pessoal. Pode-se dizer que este tipo de programa é uma versão do '*Big Brother*' adaptada à mobilidade da câmera portátil. Mas ao

<sup>39</sup> MASCARENHAS, André. **Seja um fotógrafo conhecido na web.** Com a proliferação dos fotologs, está cada vez mais fácil usar a internet para compartilhar e divulgar imagens. O Estado de S. Paulo. São Paulo. Caderno Link, 09/01/2006, L4.

invés dos participantes ficarem confinados em uma única casa e serem vigiados por câmeras profissionais de uma emissora, estes estão espalhados pelo país e gravam seu cotidiano e suas reflexões sobre temas como amizade, mudança, fidelidade, futuro etc., em suas próprias câmeras acopladas aos seus celulares.

Tanto em um quanto em outro programa, a esfera íntima é exibida em rede a milhões de telespectadores e depois disponibilizada em *sites* e *blogs* públicos na Internet. Com a entrada da tecnologia 3G na telefonia celular, a privacidade tende a se dissolver quase que por completo, sem que a maioria das pessoas se importe com isso. Bem antes deste gênero de programa, internautas já mantinham ligada por 24 horas uma *web cam* em seu quarto, expondo completamente cenas da esfera íntima e ganhavam enorme popularidade.

### **2.3.2 A Difusão da Imagem**

O celular ainda depende da Internet para enviar e receber conteúdo audiovisual. Mas será por pouco tempo, uma vez que o acesso aos aparelhos de terceira geração, mais velozes e com uma gama bastante variada de aplicações começa a se popularizar. Já o sistema de TV Digital adotado no Brasil, inicialmente não permite a transmissão de conteúdos próprios do celular, o que limita suas potencialidades midiáticas. Por outro lado, este fato favorece uma interatividade bastante estreita com a Internet, onde são disponibilizados e baixados jogos, mini-metragens, clipes, músicas e programas de curta duração, além de TVs na Internet, como a 'All TV'<sup>40</sup>, criada em Maio de 2002. A própria Televisão, ainda em fase inicial da transmissão puramente digital, estabelece conexões com *sites* e *blogs* na Internet e disponibiliza produtos audiovisuais para o celular por meio de suas páginas e *links*.

Um *site* que pode ser considerado uma metáfora<sup>41</sup> da TV digital, é o ‘*You Tube*’, já adaptado para o pequeno visor do celular, desde o início de 2008. Em <http://www.youtube.com/> encontramos todo tipo de audiovisual: vídeos da esfera privada, institucionais, educacionais etc., até trechos de programas de TV, de obras cinematográficas, clipes de divulgação de bandas musicais, vídeos eróticos, paródias, até mesmo peças publicitárias. Ao contrário da relação passiva com o aparelho de TV, nesta espécie de ‘videoteca interativa’, o espectador torna-se usuário, podendo acessar o que é de seu interesse a qualquer momento que desejar, sem a necessidade de obedecer a imposições de datas e horários pré-estabelecidos na programação, como ocorre na Televisão convencional. Se possuir um suporte com câmera e talvez um programa de edição de imagens, mesmo que simples, ele se torna um produtor de conteúdo. Um *prossumer*, como define Alvin Toffler (ver pág. 23).

A crescente melhora na captação de imagens através do celular, a facilidade de acesso aos aparelhos com preços acessíveis, a simplicidade e a agilidade no manuseio e a tecnologia 3G, que promove a transmissão de dados com maior velocidade, são fatores que podem determinar avanços significativos nas relações entre os meios de comunicação e sua audiência. A grade de programação ainda é imposta pelas emissoras de TV. Mas equipamentos de gravação com alta capacidade de memória (como o gravador da marca TiVo), a TV Digital e a TV na Internet, tendem a flexibilizar o acesso a datas e horários. A possibilidade de criação e inserção de conteúdo próprio na rede mundial, abre espaço para interferências no

---

<sup>40</sup> **All TV:** <http://alltv.ig.com.br/main/site/index.php>

<sup>41</sup> **Metaformas:** definida por Steven Johnson como programas que fazem a leitura da evolução da própria mídia. Silvia Jardim, entende como ‘metaformas’ programas que se apropriam de peculiaridades de outros suportes para criar novas linguagens e percepções.

formato de conteúdos tradicionais. A 'All TV' e o 'You Tube' são um exemplo do que está por vir.

Ainda não temos uma 'programação móvel', totalmente voltada para o celular, mas peças soltas, distribuídas aleatoriamente no ciberespaço, sem uma forma definida. E é bastante provável que um formato rígido tal como conhecemos hoje jamais ocorra, uma vez que mudanças tecnológicas e culturais estão evoluindo com rapidez, sem que tenhamos tempo para uma organização dos recursos que surgem continuamente a partir de novas formas e acoplagens. Um exemplo deste avanço continuado, são os 'moblogs' - sites que permitem a publicação de fotos na Internet diretamente do celular, seja enviando-as por e-mail ou por mensagens multimídia (MMS). Apropriando-se de características de sites de relacionamento, algumas operadoras de telefonia móvel como a pioneira 'Vivo', lançaram este serviço para uso exclusivo de seus assinantes. O site do 'FotoReporter' do Grupo Estado também já explora desde 2005 esta possibilidade de publicar fotos de qualquer lugar a qualquer hora.



Figura 16

Moblog criado pela 'Big Art Mob' em Abril / 2007, para estimular visitantes a criarem seu próprio moblog, postando imagens e videos sobre arte de rua apreciadas no Reino Unido.

A figura 16 mostra uma página de um *moblog* do Reino Unido que tem um objetivo bem específico: divulgar a arte de rua do país. Este tipo de temática incentiva a postagem diferenciada, que vai além das fotos de amigos e auto-retratos, bastante comuns em *fotoblogs* e comunidades virtuais. Além de divulgar aspectos das cidades, as imagens que relatam histórias e / ou expressam pontos de vista, que são produzidas a partir de uma preocupação com a forma, promovem um intercâmbio cultural eclético no ciberespaço.

Podemos imaginar que uma espécie de ‘programação pessoal’ esteja sendo criada graças aos recursos acessíveis a todos nós. Eu, você, nós. Todos podem criar um *site* próprio, para ser visto e compartilhado por pessoas do mundo inteiro. Estas pessoas podem extrair deste *site* o que lhes interessa e criar um novo, montado por eles mesmos, com imagens, textos, dados etc., de inúmeros outros espaços encontrados na rede mundial. Desse modo, vão sendo estabelecidos filtros que individualizam assuntos de interesse, gerando uma programação bem mais flexível e dinâmica do que a da TV tradicional.

Mas ao contrário do que podemos imaginar, esta tendência à ‘desmassificação’ pode tornar-se um meio de conexão entre as pessoas, tornando-as mais abertas e mais tolerantes frente às diferenças. Compartilhando experiências culturais diversas, passamos a enxergar novos ângulos existentes em questões conflitantes e a compreender melhor determinados pontos de vista contrários aos que aprendemos em nossa própria cultura.

A série ‘*Star Trek*’, apesar de ter inspirado ‘*Star Wars*’, tinha uma visão positiva do futuro da humanidade, aliada às tecnologias avançadas. No século XXIII

a Terra vivia em paz, e a nave '*Enterprise*' partia em busca de civilizações interplanetárias, sempre em missões pacíficas.

### 3 A EXPRESSÃO DA CONVERGÊNCIA DO CELULAR

Chegamos à seção na qual vamos analisar a expressão da convergência do celular com a TV e a Internet. Iniciaremos com um comparativo da genealogia do celular com a evolução de sua materialidade expressa em filmes de ficção. Vamos expor desde metaformas presentes em ‘JORNADA NAS ESTRELAS’ até influências do aparelho na configuração do conteúdo das mensagens em dois outros filmes: ‘ALÔ!? E A MINHA COMISSÃO?’ e ‘ONZE HOMENS E UM SEGREDO’.

Alinhavando estas características com uma análise não-hermenêutica sob os enfoques de forma, acoplagem e simultaneidade em peças publicitárias, vamos traçar eixos de relação com as peculiaridades do aparelho celular enquanto objeto midiático.

#### 3.1 A GENEALOGIA NA FICÇÃO

Ao dar ‘play’ no controle remoto do aparelho de vídeo-cassete para assistir ao programa piloto<sup>42</sup> de ‘*Star Trek*’, fiquei surpresa: as imagens eram em preto e branco! Aprendemos a relacionar a ausência de cor a produções antigas, mas ‘**JORNADA NAS ESTRELAS**’, mesmo sendo uma série criada na década de 1960, caracteriza-se por aspectos modernos, típicos da contemporaneidade. Desacreditada em uma época em que duas superpotências começavam a explorar o espaço com viagens à Lua, ela abordava aspectos bem à frente desse período

---

<sup>42</sup>‘**The Cage**’: Dir. Robert Butler. Edição restaurada dos rolos originais encontrados na Paramount, do programa-piloto que nunca foi exibido na TV.

histórico. Não, não estamos falando apenas das tecnologias - como os comunicadores, os computadores de mão, cartões de memória, as telas de plasma ou o teletransporte -, que inspiraram muitos cientistas a desenvolver as facilidades que temos hoje à disposição.

A configuração da frota estelar estava à frente também no imaginário social. Tinha objetivos humanistas, enquanto os Estados Unidos lutavam contra o Vietnã. Em plena Guerra Fria, era formada por uma equipe multicultural: um russo (Checov), um oriental (Sulu) e uma mulher negra (Uhura) como tenente. E tratava de questões relevantes do presente atual (séc. XXI), como meio ambiente e desigualdade social, enquanto viajava no tempo e em meio às galáxias do universo. Uma nave com recursos avançados de navegação e de comunicação, a 'Enterprise', conduzia a frota estelar à Terra e a planetas alienígenas... ao passado, ao presente e ao futuro. A barreira do tempo havia sido quebrada e, com ela, também as distâncias espaciais.

A física quântica acredita que é possível viajar no tempo, uma vez que ele é concebido como um fenômeno presente. Isto equivale a dizer que, assim como um lugar não 'existe' quando não estamos nele, o passado e o futuro também não 'existem' quando não estamos neles. Fundamentados na teoria da relatividade de Einstein, cientistas acreditam que conexões chamadas 'buracos de minhoca', permitem que se vá de um ponto a outro no universo, instantaneamente, seja no espaço, seja no tempo. A fusão espaço-tempo formaria uma estrutura que pode ser dobrada, amassada ou torcida e pode ser transpassada como uma minhoca atravessa uma maçã ou uma agulha alinhava um tecido. Isto equivale a dizer que

universos paralelos e alternativos estão ligados uns aos outros, e todos os fenômenos acontecem simultaneamente.

A Cabala Judaica acredita que estes universos paralelos são como uma gama de opções fílmicas da nossa vida que nos possibilitam o livre-arbítrio. Há infinitos caminhos e decisões que podemos tomar. Na comédia 'Click' (2006), dirigida por Frank Coraci, um controle-remoto é o instrumento que garante o livre-arbítrio. Com ele é possível voltar atrás ou avançar, fazer uma pausa, acelerar... mudar de canal e até mesmo desligar tudo. Mas qualquer que seja a nossa escolha, ela trará conseqüências a nós mesmos e ao universo que nos cerca. A presença do passado é sentida no futuro e é no presente que criamos situações que irão afetar o que está por vir.

Em 'A volta para casa' (1986), o quarto filme da série 'Jornada nas Estrelas' produzido para cinema, o final do século XX é retratado como uma era medieval, ("um mundo de paranóicos", diz o Almirante Kirk) que deu origem a um problema ambiental no século XXIII. Uma estranha sonda navega pelo espaço, neutralizando toda a energia das naves que encontra pelo caminho. Próxima à Terra, ela provoca um blecaute e começa a evaporar os oceanos, tornando-se uma ameaça para o futuro da humanidade. Tenente Uhura consegue captar e decodificar o som emitido pela sonda e a frota estelar descobre que ela está à procura de baleias jubarte, já extintas. A equipe do Almirante Kirk decide, então, fazer uma viagem no tempo para teletransportar um casal de baleias desta espécie para a Terra, três séculos mais tarde.

Nesta série futurista, verificamos a expressão da convergência sob o enfoque da **SIMULTANEIDADE**. Os personagens, que estavam sempre viajando, conviviam com

a compressão e a descompressão do espaço-tempo naturalmente e recursos como ‘tradutores universais’, telas de plasma e LCD e o teletransporte, facilitavam a comunicação e o contato com seres interplanetários. Criada quando se iniciava a corrida à Lua e Marshall McLuhan vislumbrava um mundo totalmente conectado, ‘*Star Trek*’ enviava sua tripulação a lugares “onde nenhum homem jamais esteve”, em velocidades e quantidades de energia astronômicas! Algo parecido com o que fazemos quando enviamos um arquivo por *e-mail*. O dado que enviamos a um endereço (que pode ser na Terra ou no espaço) não é tangível até que ele seja impresso. O teletransporte desconstruía a estrutura molecular de objetos e de pessoas, reconstituindo-a em outro lugar. Se algum membro da equipe se perdesse, a Tenente Uhura conseguia localizá-lo, como se faz hoje por meio dos aparelhos de telefonia celular.



‘*Star Trek IV*’, 1986

As viagens interplanetárias da série seguiam uma ordem não-linear. Ora a equipe viajava para o passado, ora para uma galáxia distante, ora para o planeta ao lado, ora para a Terra, ora a lugar nenhum, enfrentando invasores na própria ‘Enterprise’. No espaço sideral não existem estradas pré-construídas e muitas rotas ainda precisavam ser descobertas pela frota, já que a missão era explorar o

universo. Eles viviam como nômades, interagindo por meio de comunicadores e telas, quando se distanciavam uns dos outros.

Algo semelhante ocorre hoje nas metrópoles. LEMOS (2007) explica que as cidades atuais estão se tornando ambientes generalizados de conexão entre pessoas, máquinas e objetos, por meio de redes telemáticas sem fio. Trata-se de uma mobilidade por fluxos informacionais, que influenciam a composição dos espaços físicos, passando a impressão de “perdas de fronteiras, de desterritorialização, mas também de novas territorializações” (p. 123).

As características de mobilidade e hibridismo do celular permitem um diálogo com outros sistemas, como por exemplo, o GPS<sup>43</sup> e a Internet. Assim, o usuário de uma aparelho multifuncional pode pagar contas ou ter acesso instantâneo ao menu de restaurantes, a diárias de hotéis, a informações sobre um ponto turístico pelo qual está passando, desde que mantenha ativado seu dispositivo.

Segundo Lemos, novas práticas sociais como o nomadismo ‘*high tech*’ emergem do que ele denomina a ‘ciberurbe’. Usuários de celulares, *palm*s e *laptops* utilizam áreas de conexão sem fio em espaços públicos como *cibercafés*, universidades, aeroportos etc., como pontos de parada a fim de conectar a mobilidade física à mobilidade virtual, reconfigurando, dessa maneira, as relações urbanas.

---

<sup>43</sup> **GPS (Sistema de Posicionamento Global):** Sistema de posicionamento por satélite, usado para determinar a posição de um receptor na superfície da Terra ou em órbita. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/>



**Figura 17**

Os produtores resolveram a representação do teletransporte usando um efeito de luz e transparência quando o equipamento era acionado.

*'Star Trek IV', 1986*

No longa-metragem **'ALÔ!? E A MINHA COMISSÃO?'** o celular passa de mão em mão, revelando as falcatruas de sócios, casais, patrões, empregados e malandros. Lançado em 1998, época em que o aparelho ainda era muito caro e raro, o filme trata da tênue linha entre o lícito e o ilícito, que norteia a vida e os negócios de muitos brasileiros. Várias ações são geradas por diálogos ao telefone, provocando estranhas coincidências e conexões entre as personagens. Em uma das seqüências, o empresário interpretado por Herbert Richers Jr., vai com seu carro até a periferia de São Paulo para assinatura de um contrato imobiliário. Devido a alguns problemas que ocorrem, ele é obrigado a voltar de ônibus ao seu escritório na Avenida Paulista. Angustiado com o prazo de negociação, ele utiliza o celular para falar com seu sócio, despertando o interesse dos demais passageiros pelo aparelho. Questões íntimas, familiares e segredos comerciais vão sendo expostos a todos os passageiros, que acabam compartilhando os dramas uns com os outros, vibrando e lamentando juntos a cada nova situação ouvida por todos.



‘Alô!? E a minha comissão?’, 1998

A cena, que acontece ao longo do percurso do ônibus, é intercalada por outras cenas que amarram o enredo. O início do processo de **ACOPLAGEM** das pessoas com o celular é tratado aqui com muito humor. O estranhamento inicial é imediatamente substituído pela curiosidade e pelo reconhecimento das facilidades do aparelho. Na fig. 18, a passageira pede para usar o celular para fazer uma ligação ao hospital público em que a filha está prestes a dar à luz. Todo o ônibus comemora ao saber que nasceu uma linda menina! Em seguida, o passageiro de trás pede para usar o ‘telefone molecular’ (!) para impressionar a ex-namorada. A estratégia não funciona e outros passageiros começam a pressionar pelo direito de uso do celular do empresário, que acaba tendo de brigar para tê-lo de volta. Em ações paralelas, o celular do sócio cai nas mãos de dois malandros (fig. 20) que estavam à procura do executivo para recuperar um bilhete de jogo do bicho que a irmã de um deles, doméstica que pedia comissão ao açougueiro, havia deixado

sobre um aparador na casa do patrão. A patroa, interpretada por Betty Lago, é dona de uma boutique que copia modelos de grifes famosas e vende estas falsificações com etiquetas também falsificadas. No final, todos estes personagens se encontram no meio da estrada deserta, revelando os cruzamentos existentes entre eles e as ações cometidas por cada um.

No filme, pudemos verificar aspectos do processo de adaptação ao telefone portátil. Desde 1992, alguns empresários já usavam celulares analógicos, de primeira geração. Na segunda metade da década de 1990, foi lançada a geração digital (2G), que impulsionou a popularização do aparelho. Por meio de sorteio, a operadora 'BCP' iniciou a distribuição de linhas em algumas capitais brasileiras, o que acabou provocando uma espécie de 'concorrência' na população.

Os usuários privilegiados erguiam seus cotovelos ao fazer ligações com o aparelho, o que passava a impressão de estarem se exibindo. Analisando de outra maneira, podemos entender que eles simplesmente ainda não estavam 'acoplados' a ele, desconhecendo a postura mais adequada para seu manuseio. A miniaturização e formatos alternativos como microfone pendurado no pescoço somado a um fone de ouvido acoplado ao formato da orelha, além de sensíveis melhoras na qualidade das transmissões, mudaram este comportamento.

Em espaços públicos, o celular causava estranhamento e incômodo – que persiste - promovendo a criação de diversas normas de etiqueta em prol da convivência harmoniosa entre milhões de usuários de telefones móveis, como desligar o aparelho em cinemas, teatros, museus e restaurantes. Consultores do

CNET<sup>44</sup>, empresa californiana com um *site* para assuntos relacionados a tecnologia, levantaram as situações constrangedoras relacionadas a celulares com câmera - entre elas, fotos em banheiros públicos, provadores de lojas e vestiários de academia; fotos em aviões e museus e o hábito de erguer o aparelho com a lente da câmera direcionada para outras pessoas, que podem sentir sua privacidade invadida.<sup>45</sup> Em razão da convergência do celular com a Internet, as regras para as boas relações com os aparatos tecnológicos continuam evoluindo, como pode ser verificado no final deste trabalho (Anexo 2).

A disputa pelo uso do aparelho e a truncada conversa entre as personagens na comédia de Mara Mourão, demonstram como era difícil e complicada a comunicação no início da telefonia celular. Mas há outros aspectos no enredo que parecem prever a usabilidade do celular para outros fins. Estes, nem sempre considerados positivos para a sociedade: as manobras exercidas pelos personagens para escapar de fiscais do imposto de renda, a cópia de modelos e etiquetas de confecções de grife, os assaltos a mão-armada, prevêm a apropriação das facilidades do celular para uso criminoso. De fato, a mobilidade e a velocidade contribuem para, além da clonagem e do roubo de senhas, o tráfico de informações e drogas em presídios (até mesmo nos de segurança máxima), as ameaças de seqüestros a distância, a rápida organização de quadrilhas maliciosas.

No filme **'ONZE HOMENS E UM SEGREDO'** o celular é um dos instrumentos usados para alinhar as ações do grande roubo a três cassinos. Para entender as

---

<sup>44</sup> <http://www.cnet.com/>

<sup>45</sup> **Fonte:** Revista Veja, 14/Dez./2005. Guia Veja: pág.190

influências dos aparatos eletrônicos no imaginário contemporâneo e como as experiências com câmeras e mídias portáteis interferem na produção da linguagem cinematográfica, faremos agora um mapeamento deste título.

O suposto vilão, Terry Benedict Bellagio (Andy Garcia), é um controlador obsessivo, seguro de si e de seu poder. Julga-se onipotente e onisciente porque faz uso da tecnologia para controlar o que acontece em seu cassino: um império de dinheiro e poder controlado por câmeras de vídeo, sensores infra-vermelhos e ameaças de danos pessoais. É o domínio de um homem só, esperto e impiedoso, ao contrário do que ocorria na primeira versão (1960), em que os sócios correspondentes a cada um dos cassinos, eram em número maior e mais amistosos.



**Figura 24**

Bellagio faz ameaças aos ladrões pelo celular da sala de segurança, repleta de monitores que controlam hóspedes, jogadores e funcionários que freqüentam seu hotel-cassino.

**'11 Homens e um Segredo', 2001**

Um grupo de onze 'personalidades' do submundo do crime é selecionado de acordo com o potencial de cada um, por Daniel Ocean (George Clooney), que acaba de conseguir uma condicional. Eles são contratados para uma ação criminosa, que transforma o grande vilão em vítima, não apenas do assalto em si, mas de seu

próprio sistema de vigilância. As câmeras do cassino, objetos de controle e afirmação de poder, acabam maquiando a realidade e, ainda, revelando as verdadeiras intenções e as articulações ilícitas do empresário. Ao contrário da versão de 1960, em que a TV estava presente imediatamente após a descoberta do roubo dos cassinos e era bem recebida, em 2001 a exposição à mídia é rejeitada, para evitar a difusão de informações que comprometeriam a imagem do cassino. Mas várias referências a produções midiáticas da contemporaneidade no filme dirigido por Steven Soderbergh, estão presentes enfaticamente na seqüência do assalto em vários momentos: a descida pelo poço do elevador, o carro e a ação de resgate da 'SWAT', polícia especializada que se popularizou pelo filme e posteriormente pelo seriado de TV de mesmo nome; as câmeras presentes o tempo todo, como em '*Big Brother*', programa criado pela empresa holandesa 'Endemol', que se especializou em *reality shows*; e no quarto do hotel, em que Rusty Ryan (Brad Pitt) e Livingston Dell (Eddie Jemison) supervisionam e manipulam as imagens capturadas pelas câmeras do cassino, que lembra um *switcher* de uma emissora de TV, além de dirigir o ator novato pelo ponto eletrônico quando este assume o papel de fiscal.

O poder das imagens da TV é fortemente documentado no instante em que ocorre a implosão do antigo cassino de Reuben Tishkoff, vista pelo espectador (nós) pela janela logo atrás do sofá de Basher Tarr (Don Cheadle). Atônito, ele assiste à implosão pela tela de seu televisor, não pela janela. O rádio e a TV ao vivo são homenageados na seqüência em que são ouvidos gritos de ação da 'SWAT' por Bellagio na sala de monitoramento dos seguranças e Rusty diz a Livingston quando vê Saul Bloom (Carl Reiner) pelo monitor, tomando seu remédio: "É a minha deixa" e sai dos bastidores para o palco, o salão do cassino, usando um jaleco de médico.



**Figura 25**

Parte do grupo monitora as ações dos outros membros da equipe, como em um *'switcher'* de uma emissora de TV ou de uma central de segurança.

**'11 Homens e um Segredo'**, 2001

Há uma constante troca de papéis, não só referente às atuações, mas também em termos de equipe, criando uma dinâmica fílmica que não ocorre na primeira versão. Na década de 1960 há longas narrativas paralelas, mostrando as relações familiares e os dramas pessoais de alguns dos integrantes. O assalto é planejado superficialmente, sem a elaboração técnica e intelectual da nova versão. A grande tarefa era derrubar uma torre de alta tensão e entrar simultaneamente nos cinco cassinos, render os guardas e pegar o dinheiro nos cofres abertos. Esta seqüência é uma narrativa linear, na qual se pode ver em ordem seqüencial e simétrica, o que acontece em cada um dos cassinos: desde a contagem regressiva para o ano novo, com balões de cores específicas para cada um dos espaços, a passagem pelas portas marcadas com tinta fluorescente, também de cor específica em cada uma delas, a rendição dos guardas, até o roubo do dinheiro no cofre e o lançamento das bolsas nas latas de lixo.

Em 2001, tudo se torna mais complexo: o plano precisou ser financiado por um magnata rival, um patrocinador para burlar o sistema de segurança de alta

tecnologia dos três cassinos-alvo - o *'Bellagio'*, o *'Mirageo'* e o *'MGM Grand'* -, e construir uma réplica perfeita do cofre, além de comprar e preparar os carros que seriam utilizados no 3º ato, ou seja, na fuga. A equipe, além de especializada em suas funções específicas, ensaiou incansavelmente e foi treinada o bastante para assumir outros papéis no caso de imprevistos.

A sintonia da equipe e o preparo 'da cena seguinte' são cruciais para o êxito do plano. Como se fossem pastas arquivadas no computador, cada uma das suas sub-pastas vai sendo aberta / mostrada no decorrer da narrativa. Ou seja, enquanto o texto é dito em um tempo e lugar (na casa de Tishkoff), a ação já está ocorrendo em tempos e espaços diversos dentro do filme.

Na seqüência moderna do assalto em si, há uma sincronicidade impecável, até mesmo quando Yen, o chinês acrobata, tem sua mão presa na porta do cofre. O detonador não funciona por falta de pilhas, o que lhe dá um pouco mais de tempo para soltar-se.

Diálogos pelo aparelho celular são intercalados nas ações presentes e nas ações pré-produzidas no galpão onde foi montada a réplica do cofre de Bellagio: "É uma gravação!!!" Descobre finalmente o magnata, após ter se deixado envolver por uma interatividade 'ao vivo' manipulada por Brad Pitt. Isto o faz perder o eixo e sua esperteza. Acreditando no relato ouvido, ele manda seus seguranças seguirem o furgão branco supostamente usado para levar o dinheiro que, no entanto, é mais um truque de cinema.

Após uma perseguição clássica e peculiar da indústria cinematográfica hollywoodiana, o carro é aberto e no lugar do motorista uma pequena câmera

registra a expressão estupefata do segurança. Da mesma forma, Danny Ocean apanha ‘tecnicamente’ de seu amigo enquanto invade o cofre de Bellagio.



‘11 Homens e um Segredo’, 2001

Conhecimentos interdisciplinares de física, psicologia, matemática, mecânica, robótica etc., contribuem para a dinâmica da narrativa e as próprias tecnologias de equipamentos para filmagem, permitem ângulos, planos e movimentos de câmera, efeitos, cortes e sonorização bem mais envolventes do que a versão anterior. A edição é fragmentada, estabelecendo uma dinâmica tanto de ações simultâneas quanto cruzadas e transversais. O ritmo de imagens e sons torna-se, assim, um fio condutor para a compreensão da narrativa, estimulando o espectador a um modo de interatividade diferente da descrita por McLuhan, nos primórdios da Televisão. Ao invés de preencher espaços vazios de uma imagem borrada na tela, as tecnologias de alta-definição resolvem a questão tátil e cinética, e o roteiro induz a uma participação cognitiva, ao preenchimento de informações que vão sendo reveladas ao longo da narrativa até que cheguemos a uma conclusão no desfecho da obra.

O celular aqui ainda é tratado como um simples telefone móvel, ainda sem objetiva, mas promove as ações da trama, devido à sua forma. Ao contrário da versão de 1960, em que os telefonemas eram feitos por meio de uma telefonista, em

2001 as ligações não apenas são diretas, como são efetuadas em qualquer lugar e em vários momentos, dando ênfase a uma dinâmica não-linear de edição. O aparelho interfere nas experiências entre as personagens, modificando bastante o roteiro original de quatro décadas atrás.

Sem fio, pequeno e extremamente leve, o celular é colocado delicadamente no bolso do *manteau* de Tess Ocean (Julia Roberts) por seu ex-marido Daniel Ocean, sem que ela perceba. Em outra cena, o telefone toca e Rusty Ryan (Brad Pitt) pede para falar com Bellagio. Inicia-se uma negociação acerca do assalto que, na verdade, é uma estratégia para desviar a atenção do magnata a fim de que eles possam finalizar a ação do crime.

Em ‘Onze Homens e um Segredo’ a convergência é percebida na edição em roteiro não-linear, nos elementos cênicos, nas referências a outras mídias massivas e no próprio enredo, que ganhou agilidade e complexidade na segunda versão. A presença do celular e de câmeras distribuídas pelo cassino parece prever a fusão destas duas ferramentas de comunicação e de vigilância, atualmente na mão de milhões de usuários ao redor do planeta. Os celulares trazem embutidas câmeras com excelente memória e definição. Mesmo quem nunca se interessou pela fotografia, torna-se uma espécie de ‘voyeur’, de testemunha ocular do cotidiano.

Em entrevista concedida ao jornal francês ‘Le Monde’, Thierry Rousselin<sup>46</sup> nos alerta que “as liberdades individuais se reduzem no mesmo ritmo em que as novas tecnologias se desenvolvem.” Ele descreve o âmbito de vigilância traçando três

---

<sup>46</sup> **Thierry Rousselin:** Doutor em Geologia, Consultor em observação espacial e professor de geointeligência na ‘École des Mines’ em Paris.

círculos concêntricos, que iniciam com dados biométricos e vão sendo ampliados pelos sensores que nos rodeiam nas esferas públicas e privadas (incluindo objetos de uso pessoal), até o computador conectado ou não, à Internet.

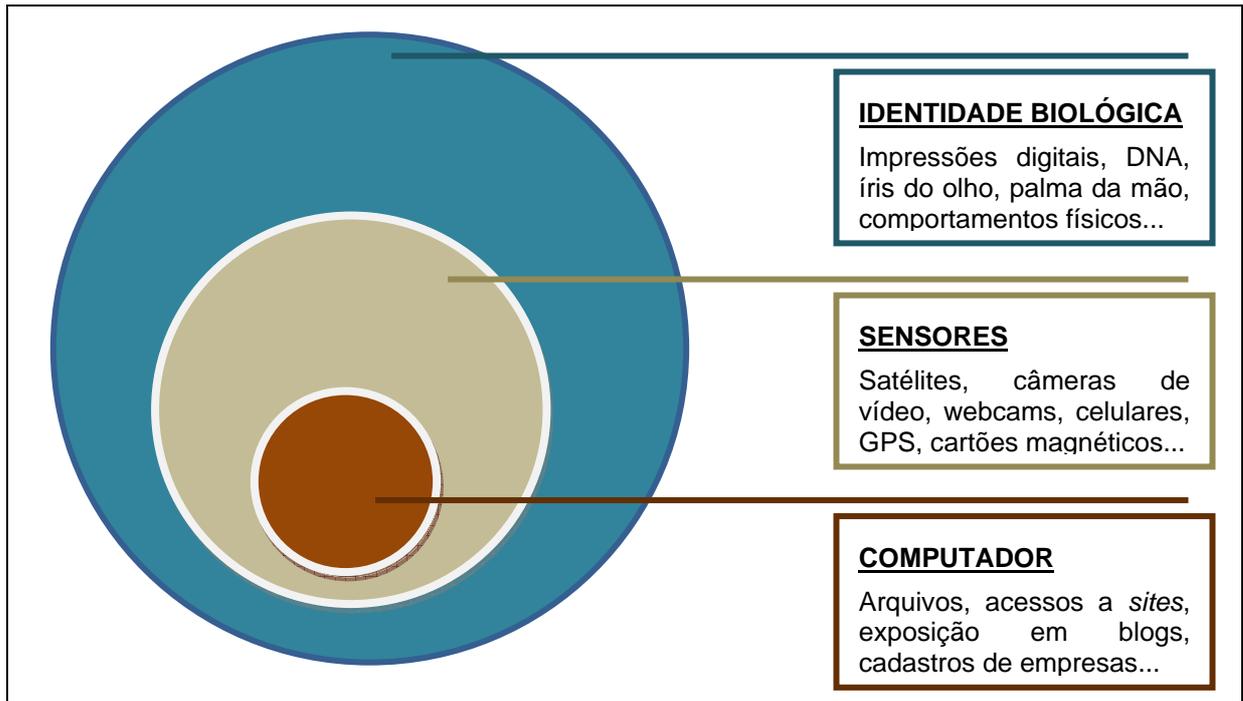


Diagrama 4

Uma série de mecanismos de vigilância pode ser acionada no celular. Este objeto de uso pessoal torna-se um espião do próprio usuário (mesmo sem câmera) quando nele é instalado um chip de GPS, o que permite facilmente sua localização precisa, além de informar data e horário. Ao mesmo tempo em que o aparelho é usado para a aceleração de negócios ilícitos, por exemplo, ele também é bastante útil em investigações policiais, como ocorreu no caso 'Isabella Nardoni'. Um sistema de monitoramento instalado no carro pela seguradora, revelou o horário em que o casal chegou à garagem de seu prédio e pela operadora de telefonia celular a polícia teve acesso a informações sobre as ligações feitas pelo casal, a familiares.

Os recentes ataques terroristas levaram à criação do passaporte biométrico, entre outros dispositivos de monitoramento para garantir a segurança de cidadãos, que não se importam mais em revelar características biométricas pessoais em troca de prêmios como milhas aéreas, maior agilidade no *check-in* de aeroportos, segurança pessoal, além de outros. A exposição parece estar vinculada tanto a interesses econômicos, quanto à pressa, ao medo e à vaidade.

Mas a vigilância também nos torna vulneráveis. Estamos cada vez mais expostos a *hackers*, a espões virtuais e câmeras de celulares de estranhos. Como em '*Stark Trek*', podemos ser localizados facilmente, ter nossa história escaneada (e também apagada!) de bancos de dados que contêm informações das quais nós mesmos nem lembramos. Nós nos tornamos transparentes!



**Figura 26**

Momento exato da fusão entre dois *takes*. A cientista, especialista em baleias-jubarte, vê o helicóptero chegar transportando placas de 'alumínio transparente'.

'*Star Trek IV*', 1986

### 3.2 O CELULAR NA PUBLICIDADE

Passemos agora à análise das peças comerciais, para entender o diálogo histórico do celular com as peculiaridades deste objeto, cujo potencial de convergência com a Internet e a Televisão é expressa na mídia contemporânea e influencia as nossas maneiras de comunicar, tanto no âmbito afetivo quanto econômico.

Os filmes publicitários veiculados na TV foram extraídos do site 'You Tube' e, para melhor compreensão da análise, apresentamos concomitantemente uma imagem (*frame*) de cada peça, acompanhada de uma breve sinopse.

Os critérios de seleção das peças comerciais foram embasados nos estudos sobre o *design* de objetos de MANZINI (1993) e nos referenciais da teoria da materialidade de GUMBRECHT (1998). Ao focar o conceito de FORMA, verificamos a expressão da convergência em função do tamanho, da espessura, da funcionalidade, das cores, da versatilidade do 'objeto' celular e das estratégias usadas nos anúncios e filmes publicitários, como o roteiro, os ângulos e os movimentos de câmera, o tratamento das imagens etc. Abordamos também a comunicabilidade do visor e metaformas de conteúdo audiovisual. A ACOPLAGEM tem uma característica orgânica, que pode ser observada em percepções sinestésicas que envolvem cores quentes, cantos arredondados, sonoridades relacionadas ao meio natural, entre outros. E quando pensamos em SIMULTANEIDADE, lembramos das definições de Gumbrecht quanto à fragmentação espaço-temporal que vivenciamos na contemporaneidade. Velocidade, mobilidade e interatividade, garantem a transparência na transmissão das informações, muitas vezes traduzidas pelos sons e movimentos do vento: invisível, intangível, mas percebido.

### 3.2.1 Forma: objeto, tela e metaforma

As coisas têm  
peso, massa, volume,  
tamanho, tempo,  
forma, cor,  
posição,  
textura, duração,  
densidade,  
cheiro,  
valor,  
consistência,  
profundidade, contorno,  
temperatura, função,  
aparência,  
preço, destino, idade,  
sentido.

As coisas não têm paz.

As coisas.

“As Coisas” – ARNALDO ANTUNES / GILBERTO GIL

Na seção 1 (p.31) tratamos do conceito de FORMA, de acordo com os referenciais de Gumbrecht, que a define como a “unidade da diferença entre referência externa e interna”. Em se tratando do celular como ‘objeto’ entendemos que a sua referência interna corresponde aos recursos próprios dele mesmo: agenda, despertador, toques polifônicos, SMS etc., além da transmissão de voz. Estes recursos, acoplados a outros como a internet, a câmera, o GPS, o mp3, que potencializam as especificidades do aparelho, são referências externas.

A dinâmica que ocorre entre estas duas referências, impõe formas de expressão variadas, dada à materialidade do suporte. Em outras palavras, o *design* compacto, aliado às facilidades técnicas digitais, proporciona possibilidades de conexão e/ou de comunicação mais flexíveis, em função da mobilidade e da intensa interatividade com o usuário e seu cotidiano social.

No presente item, vamos verificar a expressão da convergência do celular com a internet e a televisão sob três aspectos. O primeiro se refere à sua forma física, tais como: tamanho, cor e textura. O segundo aborda aspectos híbridos com outras mídias audiovisuais representados no visor, por meio do qual nos comunicamos. E o terceiro trata de formatos audiovisuais possíveis em mídias portáteis.

Em se tratando da **FORMA** física do celular, a nanotecnologia proporcionou a miniaturização e a tecnologia digital favoreceu o armazenamento de objetos imateriais em imensos arquivos estruturados em códigos binários. Esta osmose do ‘pequeno’ envolvendo o ‘grande’, aproximou o celular ao corpo por sua leveza e dimensões reduzidas.

A campanha<sup>47</sup> da Nokia (fig. 27), comentada na revista eletrônica ‘PublicidAd’, sugere que “tudo o que o indivíduo necessita para se conectar ao mundo cabe em um único aparelho.” Segundo Gil Bastos,<sup>48</sup> “A convergência entre telefonia, multimídia, GPS, internet e outras mídias pode ser vivenciada por meio do Nokia N95 (...) Os formatos diferenciados e inéditos para o meio digital reforçam a idéia de inovação e tecnologia de ponta.”

---

<sup>47</sup> Disponível em: <http://www.revistapublicidad.com/inde...>

<sup>48</sup> **Gil Brastos:** Gerente de Marketing da Nokia Nseries.



**Figura 27**

**Nokia – ‘N series’**

“Tem algo no meu bolso, que não é uma coisa só. São várias.” Esta frase abre o filme em que diferentes pessoas mostram objetos na palma da mão, que tiram de seus bolsos: um par de dados, um *tsuru*<sup>49</sup> de origami, uma moeda, uma partitura, um mapa, uma fotografia, um molho de chaves com chaveiro, um inseto... O rosto destas pessoas não é mostrado em momento algum, prevalecendo o Plano Detalhe (PD) nas mãos e nos objetos. O último *take* mostra o celular e as frases:

*“Internet, GPS, MP3 player, Vídeo, Câmera.”*

*“Nokia N95. N possibilidades. Um único aparelho.”*

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=KrYKmXCrAFs>

Lançado como um simples aparelho de telefone móvel e portátil, a atual capacidade multifuncional do celular está se tornando uma espécie de pequena ‘central de convergência móvel’, por meio da qual temos acesso a contatos pessoais, arquivos do computador, programação televisiva, internet, informações de prédios comerciais, menus de restaurantes etc. Descobrimos caminhos que nunca havíamos percorrido, monitorados do espaço pelo GPS; retemos o tempo em fotografias e vídeos que capturamos; ouvimos e compartilhamos músicas com as quais nos identificamos; em poucos segundos, nos conectamos a amigos, parentes,

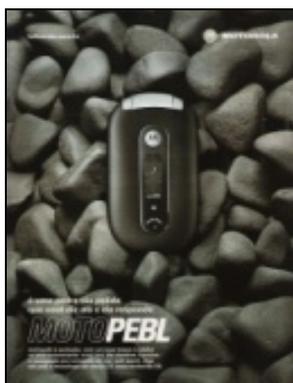
parceiros comerciais...

O armazenamento de imagens e dados na memória rígida de computadores e de celulares, provoca nossas percepções. O máximo de informação precisa estar acessível instantaneamente, no menor tempo e no menor espaço possível, pois o mercado competitivo exige que nos atualizemos constantemente. Deve haver espaço, também, para nossas relações afetivas, pois somos humanos. Assim, no menu do visor, encontramos um ícone referente à agenda, porta condutora à conectividade, que se dá graças às redes telemáticas expandidas e alinhavadas ao redor do globo terrestre. Com agilidade passamos a formatar universos virtuais resultantes das conexões que estabelecemos com informações absorvidas de fontes diversas. A miniaturização possibilita movimento, dando-nos a sensação de desprendimento (o que é bastante explorado pela publicidade) e garante que sejamos localizados em qualquer lugar, desde que levemos o celular no bolso ou junto ao corpo, o que gera um controle, uma espécie de simbiose permanente.

Em pouco tempo, o celular foi sendo adaptado ao nosso corpo, adquirindo um *design* orgânico, com cantos arredondados, tornando-o agradável ao tato do usuário. Objetos industriais sempre tiveram como característica linhas retas e homogêneas com superfícies lisas, observa Manzini, mas a evolução de técnicas de fabricação aprimorou a estrutura dos materiais, tornando-os cada vez mais similares aos objetos naturais.

---

<sup>49</sup> **Tsuru**: ave sagrada para a cultura japonesa que simboliza paz, felicidade e longevidade. Segundo a lenda, pode viver em torno de 1000 anos.  
Fonte: <http://www.arteducar.com/comofazer/cftecnica/p15cftc01db04a.htm>



**Figura 28**

**Motorola**

**Fonte:** Revista Veja, 22/Mar/2006

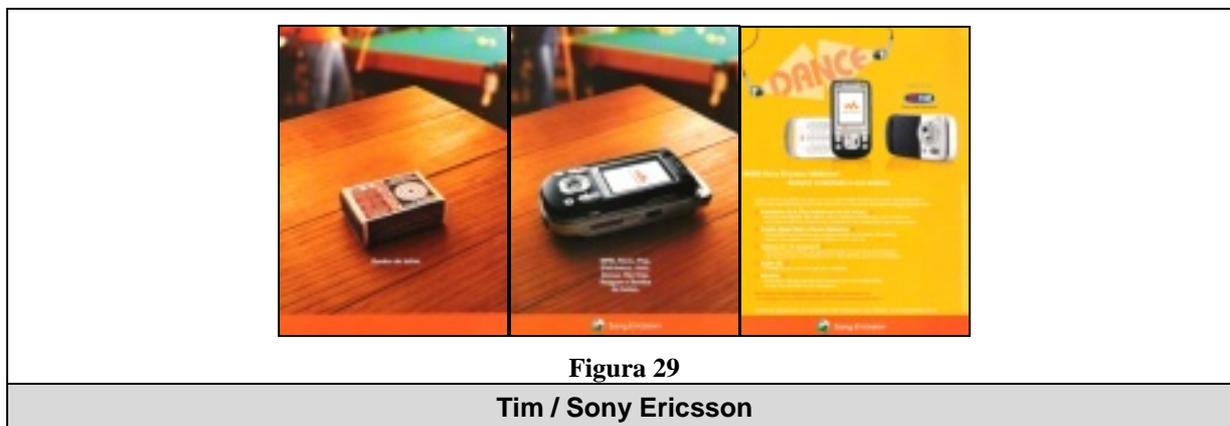
Na figura 28, o celular confunde-se com as pedras: a cor preta, hoje usada para expressar elegância e sofisticação, remete ao início das mídias imagéticas, como a fotografia, o cinema e a própria televisão, e ao início da produção de automóveis (Ford). As possibilidades técnicas de manipulação das matérias-primas aumentaram a gama de opções de cores, mas até mesmo o celular em sua fase inicial, foi produzido na cor preta. Em uma segunda fase, aparelhos em prata adquiriram uma aura de alta-tecnologia e, com a popularização da telefonia móvel, foram diversificados cores e modelos. Mas assim como muitas vezes ocorre com produções cinematográficas e televisivas cultuadas pela audiência, na contemporaneidade o preto voltou a ter relevância na moda, na arquitetura e na decoração, nos automóveis e, sobretudo, nos aparelhos eletrônicos, com a função de realçar as imagens coloridas das diversas telas que nos rodeiam em diferentes tamanhos, inseridas em formas e situações variadas: em ambientes internos e externos, em mídias móveis e locativas... E em nossas mãos.

Há também uma preocupação em explorar os sentidos. Ao observar a página da revista, chegamos a 'sentir' a temperatura e a dureza das pedras, a rigidez, a variação das formas com cantos arredondados e pequenos orifícios na superfície. Um jogo suave de luz e sombra estimula nossas sensações táteis e visuais de tal maneira, que nos sentimos impulsionados a pegar o celular na mão, a sentir sua forma e sua textura. Uma vez na mão, outros sentidos como a audição e a fala, passam a ser estimulados. A relação tátil e visual continua ativa, pois os dedos acessam o menu enquanto os olhos buscam as informações.

McLuhan classificou os meios em 'quentes' e 'frios', seguindo um critério de estímulo sensorial. Por prolongar vários de nossos sentidos e em alta definição, o cinema foi considerado um meio quente e a televisão e o telefone, meios frios, porque a informação fornecida era pouca e precisava ser preenchida pelo receptor. Segundo o autor, "um meio quente permite menos participação do que um frio (...) e a intensidade, ou alta definição, produz a fragmentação ou especialização" (2006: p. 39).

A TV de alta definição e a multifuncionalidade do celular, nos levam a repensar esta questão, pois participamos intensa e ativamente do conteúdo de uma mensagem quando acessamos a internet e quando usamos o celular que, há muito deixou de ser um simples telefone. A mesma experiência da interatividade que, além de estimular a visão e a audição, também nos faz sentar de modo diferente à escrivaninha e movimentar braços e mãos para interagir com o monitor do computador usando o teclado e o *mouse*, fragmenta a informação que absorvemos e cria mosaicos de conteúdos não-lineares que vamos preenchendo continuamente. Arriscamos afirmar que temos hoje uma mescla de meios frios com propriedades

quentes e vice-versa, dependendo de como os utilizamos, vinculados uns aos outros, ou não.



**Figura 29**

**Tim / Sony Ericsson**

Fonte: Encarte inserido na Revista Veja no 4º trimestre de 2005

Conforme foi discutido no item 1.1.2. o hibridismo com outros meios, como o acesso à Internet, a transmissão de programas televisivos, o armazenamento de dados, músicas e imagens, influencia a noção de ‘materialidade’ dos objetos, Na fig. 29 a primeira página da seqüência do encarte de revista mostra uma caixa de fósforos sobre uma mesa de tons avermelhados com o texto: “samba de bolso”. Clássico instrumento usado em rodas de samba de botequim para acompanhar a textura rítmica deste gênero musical, sua função inicial é a de produzir fogo para aquecer alimentos, ambientes etc. Nas mãos habilidosas do sambista, os palitos guardados no pequeno invólucro, geram calor humano, alegria, cumplicidade... A segunda página apresenta um aparelho celular colocado sobre a mesma mesa, sugerindo uma substituição do objeto posto anteriormente, com o seguinte texto: “MPB, Rock, Pop, Eletrônico, Jazz, Bossa, Hip Hop, Reggae e Samba de bolso.” Quase tão pequeno quanto a caixinha de fósforos, a memória do celular pode armazenar uma grande quantidade de músicas de diferentes estilos, e não requer

nenhum tipo de habilidade musical de seu proprietário.

O pequeno se torna imenso quando tentamos imaginar todos aqueles sons materializados em partituras, instrumentos e músicos reais e tangíveis. O disco de vinil já compactava uma orquestra inteira, depois veio o CD (*Compact Disc*), com o mesmo conteúdo, mas ocupando menos espaço na prateleira. Este era apenas o início de um processo de miniaturização de objetos de mídia (entre outros) com capacidade de armazenamento praticamente infinita. Vivemos em espaços físicos cada vez menores, com pouco lugar para guardar objetos materiais. Os deslocamentos do corpo aos quais nos submetemos em função, principalmente da economia, mas também do lazer, exigem desapego a lugares, objetos e pessoas, pois não podemos carregar tudo conosco. Portanto, precisamos de materiais leves e compactos. Que sejam flexíveis, dobráveis, virtuais.

Na terceira página do encarte, o fundo nas cores amarelo e laranja realça o modelo de celular em duas opções de cor (branco ou preto, com detalhes metálicos) e na posição fechada, quando adquire características de forma de uma máquina fotográfica. Um par de pequenos fones de ouvido ‘emite’ a palavra “*dance*” inserida em uma representação gráfica da propagação de ondas sonoras. Logo abaixo das imagens, o texto explicativo apresenta outras funções e potencialidades do aparelho, que caracterizam seu hibridismo: memória, bateria de longa duração, alto-falantes externos, câmera, jogos em 3D e acesso à Internet.

O visor de aparelhos celulares precisou adaptar-se a toda esta multifuncionalidade (fig. 30). Onde no início da produção comercial de aparelhos telefônicos apareciam somente um número de telefone e o nome do contato para identificação, nos modelos atuais interagimos com um *desktop* no visor, que alterna

ícones, textos, e imagens capturadas pela objetiva. A metáfora da mesa de escritório no monitor se estendeu para o celular, que está se tornando uma mesa portátil, um computador de mão.



**Figura 30**

**Fonte:** Revista Veja, 11/Out./2006

Manipulamos objetos imateriais, como pastas intangíveis expostas em telas retangulares, de linhas retas e textura lisa e rígida, próprias de objetos artificiais. O *mouse* e as telas sensíveis ao tato flexibilizam os movimentos de interação, criando maleabilidade na relação corpo-máquina e aspectos de não-linearidade nos processos comunicacionais. JOHNSON afirma que a arquitetura da interface utilizada no computador, com representações iconográficas das informações compostas por *bits* e *bytes*, absolutamente invisíveis, inaudíveis e intangíveis, alterou “não apenas nossa percepção do espaço de dados como também nossa percepção dos ambientes do mundo real.” (2001: p.38). Entramos e saímos do espaço da tela, minimizamos e sobrepomos janelas de documentos, de páginas da *web*, de *softwares*, entre outros aplicativos. Com facilidade, movimentamos ícones para qualquer direção, apagamos arquivos, copiamos textos, inserimos fotografias, sons e vídeos, encontramos documentos perdidos... No cotidiano, buscamos esta mesma agilidade: reorganizamos a arquitetura, os modos de produção, as relações

sociais e comerciais. Esta interface, representada pela metáfora do *desktop* e promotora de uma interatividade intuitiva, migrou para a pequena tela do celular, promovendo uma espécie de 'nomadismo tecnológico', o qual já foi descrito no capítulo 1 (p.41).

Em uma sala de cinema, a **TELA** é grande. Nos cômodos de uma casa, no escritório de uma fábrica, em salas de espera, em estabelecimentos comerciais etc., a tela de TV é menor e tem o apelido de 'telinha'. Na palma da mão, no bolso da calça, na bolsa ou na mochila, no porta-luvas do carro, em qualquer lugar, até mesmo na sala de cinema, a tela do celular é do tamanho de uma foto 3 x 4 e, como a sua função não é apenas a de mostrar imagens, a tela passa a ser chamada de 'visor'. Pode ser quadrado ou retangular, mas sempre representa uma janela que não somente mostra, mas também conduz a outros espaços e situações.

Indiferente ao seu tamanho, esta janela apresenta-nos mundos virtuais que nos envolvem e afetam as nossas percepções. No comercial da Motorola (fig. 31), a trilha minimalista aliada às imagens de objetos que se dobram e se fecham, traduz a simplicidade, o manuseio descomplicado do aparelho que está sendo vendido. A luz em penumbra situa a personagem em sua intimidade, fechada em si mesma.

A claridade da TV ligada, é uma janela que a faz despertar para um mundo externo a ela, assim como o *notebook* que ela fecha, a câmera de vídeo e todos os outros objetos, a própria arquitetura e a decoração do espaço... Todos são elementos de confluência entre a tecnologia e o modo de vida contemporâneo, em função destas mesmas tecnologias.



**Figura 31**

**Motorola – ‘V3’**

Sala ampla, em penumbra com alguns detalhes de luz criando um ambiente de sofisticação tecnológica. A trilha<sup>50</sup> musical é minimalista. *Travelling* curto em plano médio de uma moça sentada sozinha em uma enorme poltrona preta. Ela se assiste na TV, em que aparece feliz e abraçada a um rapaz. Com um olhar insinuante, ela fecha o *notebook* que está à sua frente e, imediatamente, todos os objetos do ambiente em torno dela começam a dobrar e a se fechar em si mesmos: o *home theater*, o aparelho de som, o lustre, as chaves, a câmera de vídeo, a máquina fotográfica, as paredes do corredor etc., até o cenário todo desaparecer. No final, resta um celular que ela pega do chão e atende com um leve sorriso. Do outro lado da linha, ouve-se uma voz masculina: “Hi.”

Disponível em: [http://www.youtube.com/watch?v=iur\\_Kl\\_u110](http://www.youtube.com/watch?v=iur_Kl_u110)

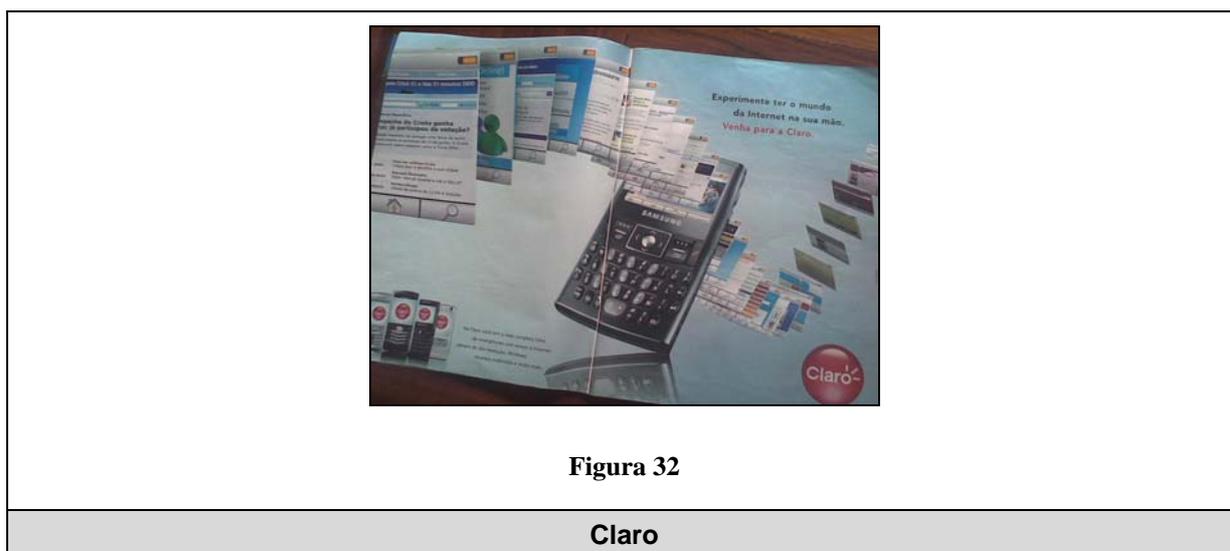
Ao assistir à dinâmica de objetos sendo dobrados para dentro do celular, nos remetemos à classificação de Manzini, quanto à matéria dobrável. O autor esclarece que elementos dobráveis têm uma “capacidade de deformação sem acumulação de energia” (1993: p.146). Ele cita como exemplo as dobradiças, que ligam duas partes rígidas, mas fornecem ao objeto uma flexibilidade de uso. Em certos modelos de

<sup>50</sup> **Trilha:** ‘*Hyped-Up Plus Tax*’. Album: ‘*One Three*’. Artista: Dabrye

celular, o ato de dobrar transforma o aparelho em uma máquina fotográfica digital e, em muitas câmeras o visor pode ser manuseado em diversas direções graças a uma dobradiça giratória. Este recurso permite uma série de movimentos e planos de câmera, pois o visor registra as imagens capturadas pela objetiva e através dele, em qualquer posição que ele esteja, vemos o assunto sem necessariamente estar com o nosso olho preso ao *view-finder*. Formas compactas também são facilitadoras, pois permitem o acesso à captura em espaços apertados, muito altos ou subterrâneos, por exemplo. Além do tamanho reduzido, a leveza da câmera é outro fator que propicia a portabilidade e a agilidade na relação do corpo com o objeto tecnológico.

No comercial da Motorola (fig. 31), o corpo esguio da modelo sugere uma leveza, uma negação ao corpo físico, fabricada por situações criadas pela tecnologia digital, como cenários e objetos virtuais. De acordo com Manzini, as ferramentas digitais proporcionam a criação de universos não-existentes que, no entanto, podem se revestir de características do mundo real, estimulando nossa percepção e sensibilidade. O movimento de câmera sutil sugere transformações maleáveis em um espaço interno controlado com suavidade e segurança. É uma mensagem antagônica, contrária ao mundo real. Em um ambiente simulado, podemos manipular os objetos livremente, torcendo, decompondo, ajustando, alterando seu formato e tamanho, independentemente de sua estrutura visível ser elástica ou rígida. Fazemos isto utilizando o teclado ou o *mouse* e, em alguns casos, até mesmo a voz. O 'dobrar e fechar' mostrado no filme expressa, portanto, uma espécie de passagem de uma dimensão a outra. Assim como nas dobras do universo sugeridas pela física quântica, quando fechamos o *notebook* ou o celular, saímos de um mundo configurado por imagens para um mundo físico e palpável.

Seguindo esta idéia, podemos dizer que, ao acessar o computador ou os suportes a ele relacionados, ocorre um ‘desdobramento’ de um mundo a ser explorado. JOHNSON (2001) sugere que pela tela do computador adquirimos diferentes níveis de profundidade os quais conduzem a experiências mais fragmentadas, proporcionadas pela metáfora da janela (o sistema ‘Windows’). Várias janelas podem ser abertas ao mesmo tempo e ser sobrepostas ou posicionadas lado a lado em diferentes tamanhos e posições. Os conteúdos destas janelas podem ser conectados uns aos outros, criando novas formas de comunicação, adaptadas ao suporte à qual a informação é destinada: um *blog*, uma notícia de jornal, um artigo acadêmico, um objeto decorativo, entre tantas outras possibilidades.



**Fonte:** Revista Veja, 04/Jul./2007

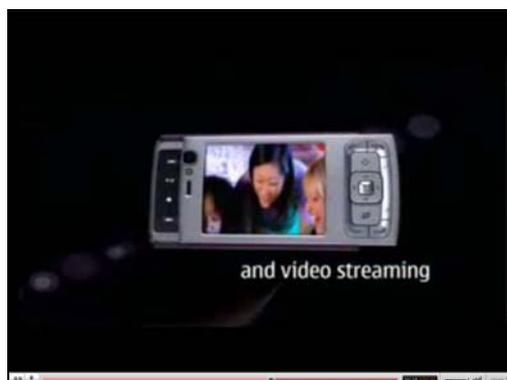
Na figura 32 temos uma representação da convergência entre o celular e o computador com acesso à Internet: um fluxo contínuo de informações por meio de ‘janelas’, facilmente acessadas e navegadas de qualquer lugar a qualquer momento. Páginas virtuais fluem através do visor que já é, por si só, um meio de comunicação,

segundo Alan Kay<sup>51</sup>. Citado por Johnson em seu livro '*Cultura da Interface*', ele introduziu a idéia de representar gráfica e iconicamente as funções do computador no *desktop*, viabilizando o manejo de maneira intuitiva. No início da década de 1970, ele já acreditava que um dia o computador substituiria o livro, o que o estimulou a desenhar o protótipo de computador pessoal, o '*Dynabook*', capaz de sintetizar todas as mídias, e que provocaria uma interatividade radical, característica da comunicação futura. A materialidade do livro ainda não foi substituída pelo computador, mas já temos cartazes e jornais digitais em telas flexíveis da espessura de uma cartolina, com atualizações de conteúdo digital. Tal qual fazemos com jornais e revistas, o leitor japonês pode enrolar este novo meio e levá-lo no bolso, como se fosse um exemplar de papel comum. Apesar de esta tecnologia ser acessível também na Europa, prefere aguardar a evolução de outros mercados, uma vez que as novas gerações vêm buscando informação cada vez mais na Internet, deixando para outros planos o jornal e a própria televisão.

As possibilidades de diálogo entre as diferentes plataformas, têm realmente condensado vários veículos em um único suporte: o celular. A figura 33 é um *frame* de um comercial sobre o modelo 'Nokia N 95'. O fundo preto coloca em evidência o aparelho que tem seus movimentos gerados por computação gráfica. Podemos sentir a versatilidade deste modelo pela forma com que os ângulos e funções são mostrados, acompanhando o fluxo da trilha musical. É um filme simples que, no entanto, apresenta a complexidade da convergência midiática e a intensa capacidade de comunicação existente em diversas formas virtuais inseridas na materialidade do suporte portátil.

---

<sup>51</sup> **Alan Kay** – criador do GUI (Graphical User Interface), embasado em pesquisas dos processos intuitivos de aprendizagem e criatividade. Fonte: <http://www.artmuseum.net/w2vr/timeline/Kay.html>



**Figura 33**

#### **Nokia – ‘N 95’**

O celular é mostrado de diversos ângulos mostrando suas principais funções de convergência, pontuadas com frases objetivas:

*“It’s a PC – high speed internet / faster downloads / instant photo sharing”*

*“It’s a GPS – global maps / A to B routing”*

*“It’s a camera – 5 megapixel photo / DVD-like quality video”*

*“It’s an MP3 player – wireless music and video streaming”*

*“It’s the Nokia Nseries”*

*“NOKIA N95” - “It’s what computers have become”*

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=Mvk3KV9W5Oo>

As potencialidades midiáticas abrem caminho para especulações acerca de POSSÍVEIS **FORMATOS** audiovisuais para celular. Um estudo da empresa Nokia, intitulado ‘*A Glimpse of the Next Episode*’ (‘Uma Visão sobre o Próximo Episódio’), prevê que até o ano 2012, 25% da mídia de entretenimento será produzida por grupos não pertencentes à mídia tradicional. Consumidores de 17 países foram questionados sobre comportamentos e estilos de vida vinculados às tecnologias digitais. A pesquisa demonstrou que os usuários desejam não apenas criar e disponibilizar seu próprio conteúdo, como também compartilhar, re-mixar e

transmutar este conteúdo junto a outros usuários, configurando uma mídia social colaborativa. Mark Selby<sup>52</sup> classificou esta forma de comunicação como 'Entretenimento Circular', já bastante explícita em *sites* como o 'You Tube', onde é possível encontrar desde peças audiovisuais extraídas da Televisão até paródias de filmes, comerciais etc., e trabalhos acadêmicos, como o vídeo 'The Machine Is Us / Ing Us' ('A Máquina somos Nós'), em que o antropólogo Michael Wesch aborda a dinâmica da Web 2.0 e suas conseqüências comportamentais.

O estudo também pesquisou aspectos emergentes de tendências a um entretenimento colaborativo e criativo, classificando-os em:

- a) '*IMMERSIVE LIVING*': "é o crescimento de estilos de vida que confundem a realidade entre estar *on* e *offline*. O entretenimento não será mais restrito; as pessoas vão poder acessar e criar conteúdos de onde e aonde estiverem."<sup>53</sup>
- b) '*GEEK CULTURE*': o termo '*geek*', antes pejorativo (o mesmo que '*nerd*'), atualmente é usado para definir pessoas especialistas em tecnologias de ponta. Os consumidores estão buscando um tipo de entretenimento mais sofisticado e querem ser reconhecidos e premiados. As fronteiras entre ser 'comercial' e ser 'criativo' estão se fundindo.

---

<sup>52</sup> **Mark Selby:** Vice-presidente da área de Multimídia da Nokia.

<sup>53</sup> Trad. Livre – Orig.: "*Immersive Living is the rise of lifestyles which blur the reality of being on and offline. Entertainment will no longer be segmented; people can access and create it wherever they are.*" Disponível em: <http://mobilecrunch.com/2007/12/03/you-will-control-25-of-entertainment-by-2012/>

- c) '*G TECH*': é uma força social existente na Ásia que vai mudar o formato do entretenimento, que será mais colaborativo, democrático, emocional e customizado. Ou seja, terá características mais femininas.
- d) '*LOCALISM*': o tema-chave das produções de entretenimento tende a ser o 'localismo'. As pessoas estão tendendo, cada vez mais, a se orgulhar dos lugares em que vivem e a querer divulgá-los.

Segundo a empresa responsável pela pesquisa, este tipo de entretenimento será criado e distribuído por meio de telefones móveis, uma vez que esta forma de suporte é perfeita para capturar imagens e sons e, imediatamente, editar o conteúdo com trilhas e gráficos.

Acreditamos que ainda é muito cedo para este tipo de afirmação, pois as mídias convergentes como a Televisão e a Internet também estão buscando novos formatos para interagir com o usuário e, assim como aparelhos de TV e de vídeo não extinguiram o cinema, o celular tende a se afirmar como uma nova mídia sem, contudo, deixar de interagir com outras pré-existentes. No caso do celular, o custo alto do envio de conteúdo ainda é um fator determinante para a sua consolidação ou não, como suporte de entretenimento ativo.

Exemplos do que o fabricante Nokia define como 'entretenimento circular' podem ser explorados na Internet, em *sites* e *blogs*, alguns já disponíveis para a forma reduzida do visor do celular, como o '*You Tube*'. As criações estão fortemente vinculadas aos suportes digitais, que facilitam e dão agilidade à produção, mas a preocupação com a qualidade, como ocorre nas mídias tradicionais, ainda é tímida. Percebemos um movimento de experimentação e ludicidade, e também uma

apropriação da conectividade para a divulgação de trabalhos artísticos e acadêmicos, aspectos que não aprofundaremos na presente pesquisa.

Entendemos que este tipo de conteúdo corresponde ao que Steven Johnson denomina 'metaformas'; ou seja, formatos midiáticos ainda em construção, provenientes das influências que suportes como o computador, a câmera de vídeo e o celular exercem em seus usuários.

Aproveitando-se desta tendência, a Nokia divulgou um comercial (fig. 34) traduzido e adaptado para diversos países, em que faz uma resenha do estudo que acabamos de comentar. A peça expõe as formas retangulares de telas e visores, metáforas das 'janelas' criadas pela 'Microsoft'; passeia por localidades e ambientes característicos de diversas regiões da Terra; explora percepções e comportamentos individuais e sociais, resultantes da interatividade com as tecnologias modernas (analógicas ou digitais). E sugere que tudo isto vai mudar a partir de um novo episódio, que "está para começar."

A voz do locutor, que inicia perguntando: "*Are you sitting comfortably?*", é sussurrada, levando o espectador a acreditar que ele está prestes a descobrir algo muito novo, que ainda é segredo. Esta estratégia o faz se sentir importante e o induz à curiosidade. Afinal, qual será o próximo episódio? O 'celular' pede silêncio e apresenta suas conclusões: cinema, música e jogos.



Figura 34

**Nokia – Nokia Global: *The next episode***

*“O próximo episódio está para começar”*

O filme mostra várias situações / locais ao redor do mundo em que aparecem telas e janelas, anunciando uma transmissão: uma TV na sala; uma máquina fotográfica de brinquedo boiando com outros brinquedos em uma piscina; uma muçulmana sentada em um avião ao lado da janela, usando fone de ouvido; um rapaz cantando no *videokê*; monitores de TV em um centro comercial japonês; uma sala de cinema; uma *lan house*; um quarto com uma janela grande; um homem ajeitando a antena da TV e sua esposa monitorando da janela; duas moças *punks*; um homem discursando, visto dos bastidores de um teatro; uma pessoa em uma sala ampla, com celular apontado para uma TV de LCD; um homem sintonizando um rádio; um rapaz segurando um aparelho de som portátil em uma rua abandonada; pessoas em uma estação de trem / metrô em que há um telão com a imagem do Planeta Terra girando; planos de uma cidade grande, com explosão de fogos; rapaz segurando celular em que ele se vê, fazendo sinal de ‘silêncio’. Close dele sorrindo. Corta para Plano Geral (PG) de uma metrópole com inserção de texto: *“Entertainment. The next episode.”* E finaliza mostrando três celulares, cuja composição lembra a de um poema concreto, somando-se os textos: *Nokia N81 / Play moveis. / Play music. / Play games.*

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=YPyzDTP6hcA>

Cada vez mais envolvidos pelas tecnologias digitais, muitas vezes mesclamos o que entendemos como real, com imagens virtuais. O que vemos na televisão, por exemplo, na Televisão da era digital, corresponde muitas vezes a vídeos pós-produzidos com efeitos computadorizados que nos mostram atrizes rejuvenescidas, ambientes digitais, enredos não-lineares etc. Filmes como a série de 'Harry Potter' e 'Matrix', apresentam-nos mundos paralelos, distantes da realidade que experimentamos em nossas cidades. Os enredos têm o formato de jogos virtuais, característica explorada pela Motorola, em uma campanha do modelo de celular, denominado 'V-3' (fig. 35 e 36).

O primeiro remete-nos ao filme 'Matrix', com o ambiente levemente esverdeado e a luta que acontece em um meio urbano; o segundo é uma paródia do anterior. Não podemos afirmar se foram lançados simultaneamente, nem se a animação (fig. 36) foi produzida por solicitação da empresa, pois a encontramos no 'You Tube', fonte de inspiração para inúmeras re-criações e transmutações. Sob o ponto de vista da forma audiovisual, ambos assumem dinâmicas que experimentamos em jogos virtuais, como o manuseio do console ou controle-remoto para gerar novas manobras.

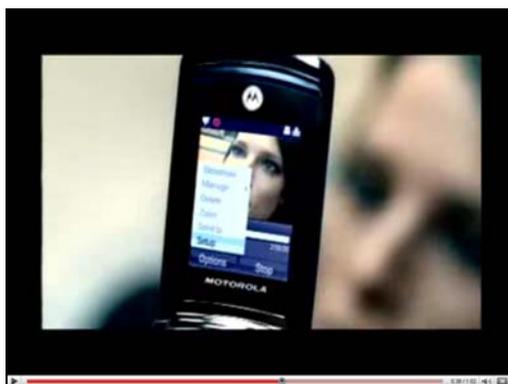


Figura 35

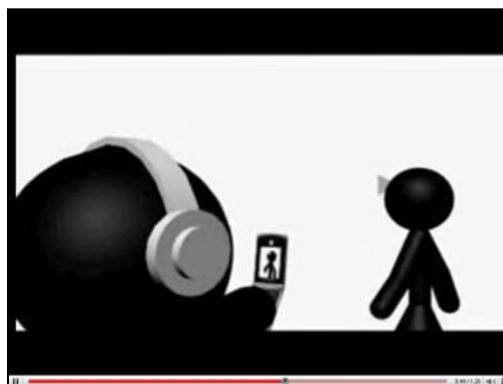


Figura 36

### Motorola – 'V3'

Plano Composto (PC) em câmera alta de uma estação de metrô. Um rapaz sai do vagão e esbarra com seu celular em uma moça que ia passar pela porta, cortando um pedaço do vestido dela. Enquanto ele navega no menu de seu aparelho, a moça 'saca' seu celular e, como se fosse uma faca afiada, faz um corte em 'V' no paletó dele pelas costas, desafiando-o para uma luta. No ritmo da trilha<sup>54</sup>, algumas funções do celular são ativadas em meio a movimentos de artes marciais.

Seguindo a mesma idéia, os personagens são homens-palito, mas o roteiro é semelhante ao comercial da figura anterior. A trilha é mais versátil e há diálogos representados por balões, como em histórias em quadrinhos. As cores predominantes são o preto e o branco, com detalhes em cinza. Traçados simples, sem detalhamento das formas, possibilitam o *download* em múltiplos suportes, independentemente de sua capacidade de memória rígida.

Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=BtsjJjs5Bk8>

Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=9gI97ql0ai0>

*Games*, videoclipes e histórias curtas, também chamadas de 'mini-metragens' são formatos que cabem em telas pequenas, como a do celular. E cabem no cotidiano apressado de mega-cidades como São Paulo, amenizando o tempo gasto

<sup>54</sup> **Trilha:** 'Le Disko'. Grupo 'Shiny Toy Guns'

no trajeto de um ponto a outro. O celular cabe no bolso e esta miniaturização promove a portabilidade e a mobilidade. Ela provoca o surgimento de 'nômades *high tech*' - usuários que se apropriam das facilidades tecnológicas e conversam, se divertem, fecham negócios, acessam informações e criam conteúdos em qualquer espaço físico. Percebemos que uma nova ordem social está se configurando em função das tecnologias portáteis de comunicação, aliadas às redes telemáticas.

O telefone fixo, aos poucos está sendo substituído pelo celular, seja nas relações comerciais, seja nas pessoais. Apesar do custo das ligações ser mais alto, percebemos uma tendência de uso mais freqüente do aparelho móvel do que do fixo. O celular tornou-se um endereço em movimento. E, conseqüentemente, o corpo está se tornando um veículo de comunicação, um ponto de conexão na *World Wide Web*.

No item seguinte, continuamos a nossa análise sob o enfoque da ACOPLAGEM. Procuramos entender como a miniaturização promove a simbiose entre o corpo e as tecnologias portáteis e como o hibridismo influencia as percepções e modos de produção midiáticos.



**Figura 37**

Matéria sobre a popularização de 'fotógrafos' de câmeras digitais (acopladas ou não, ao celular), e sua compulsão em fotografar de tudo, o tempo todo.

### 3.2.2 Acoplagem: conexões e vínculos

Eu ando pelo mundo prestando atenção  
 Em cores que eu não sei o nome  
 Cores de Almodóvar  
 Cores de Frida Kahlo, cores.  
 Passeio pelo escuro,  
 eu presto muita atenção no que meu irmão ouve  
 E como uma segunda pele, um calo, uma casca,  
 uma cápsula protetora  
 eu quero chegar antes  
 pra sinalizar o estar de cada coisa,  
 filtrar seus graus.  
 Eu ando pelo mundo divertindo gente  
 chorando ao telefone  
 E vendo doer a fome nos meninos que têm fome.

Pela janela do quarto  
 Pela janela do carro  
 Pela tela, pela janela  
 (quem é ela, quem é ela?)  
 Eu vejo tudo enquadrado  
 Remoto controle...

Eu ando pelo mundo  
 E os automóveis correm para quê?  
 As crianças correm para onde?  
 Transito entre dois lados de um lado  
 Eu gosto de opostos  
 Exponho o meu modo, me mostro  
 Eu canto para quem?

Eu ando pelo mundo e meus amigos, cadê?  
 Minha alegria, meu cansaço?  
 Meu amor, cadê você?  
 Eu acordei  
 Não tem ninguém ao lado.

(“Esquadros” - ADRIANA CALCANHOTO)

Ao ouvir esta canção, dedicada pela compositora ao seu irmão com deficiência visual, lembrei do documentário ‘Janela da Alma’<sup>55</sup>, em que o cineasta Wim Wenders relata em uma entrevista que, apesar de enxergar bem com lentes de contato, optou por usar óculos por causa do enquadramento, que lhe proporciona

---

<sup>55</sup> **Janela da Alma**: Dir.: João Carvalho e Walter Salles. 2001.

uma visão mais seletiva e consciente. No comercial da operadora 'Claro' (fig. 38) pessoas são 'enquadradas' no visor do celular e outras interagem, sugerindo que o suporte, agora com mais capacidade de envio de conteúdo, aproxima as pessoas das situações em que elas não podem estar presentes fisicamente.



**Figura 38**

#### **Claro – '3G'**

O filme abre com um olho se abrindo e, a partir daí, diversas situações envolvendo relações humanas e tecnológicas vão sendo mostradas pelo visor do celular. Em movimento de *Dolly In / Out*, as situações vão sendo reveladas a partir do visor do celular. As palavras 'Vídeo', 'TV', 'Música' e 'Internet' aparecem em letreiros que acompanham o movimento do aparelho na cena. Enquanto as imagens seguem a mesma dinâmica, uma locução feminina esclarece: *"Com a Claro, você tem mais tecnologia, mais serviços e muito mais emoção em suas mãos. Por isso, mais e mais pessoas se juntam à Claro. A empresa de telefonia que mais cresce no Brasil. Venha prá Claro! E tenha você também a líder na sua Mão."* A peça foi sonorizada com trechos da música 'A Kind of Magic' (anexo 4), que também foi usada em outro comercial da Claro sobre a transmissão via tecnologia de terceira geração, o '3G'.

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=VT7yBnJlCLk>

Embaladas pela trilha que sugere um mundo ‘mágico’, as imagens conduzem as situações, o que nos levou a refletir a respeito do predomínio da visibilidade sobre a linguagem escrita e sonora, tratada por BAITELLO Jr. No cinema, na TV, no computador e nas mídias portáteis, a principal interface é a tela (fig. 39), um dos veículos da Modernidade mais reconhecidos como condutor de imagens, as quais se fundem umas às outras quando navegamos em diferentes plataformas, sofrendo mutações a cada vez que são manipuladas por artistas gráficos, usuários, mídias eletrônicas e seus suportes.



Figura 39

Vivo

Fonte: Revista Veja, 23/Nov./2005

A reprodutibilidade técnica favorece a multiplicação desenfreada destas imagens, conduzindo ao que o autor classifica como “uma inflação de superfícies e a uma crescente perda das profundidades e profundezas, marcas inconfundíveis e indelévels do corpo” (2005:p.50). Mas não se trata somente de imagens eletrônicas, e sim de imagens criadas e impostas pela mídia e pelo poder econômico. Em função da moda, da carreira, do sucesso, nos transformamos em imagens do que não somos, idênticas às imagens de outros, reproduzindo-nos infinitamente até

perdermos a referência do 'original', do que somos na essência e do que entendemos como corpo e como vínculo.

As relações estão sendo cada vez mais mediadas por telefones, câmeras e computadores. O tempo é escasso e, na tentativa de parar o tempo, tudo é fotografado e gravado. Filmadoras digitais, câmeras e celulares são tão práticos! Basta dar um '*click*' e a cena já está capturada. Um segundo clique envia as fotos e vídeos para *sites*, *e-mails*, computadores, celulares, memórias virtuais... O fotógrafo profissional perdeu a vez para usuários cada vez mais ávidos por imagens, que não se preocupam com a qualidade técnica, nem com o sentido do que é aprisionado nas pequenas telas.

O olhar recebe uma moldura, mas ao contrário do enquadramento focado de Wim Wenders, o olhar de devoradores de imagens é superficial e distante. Assistem à vida, como se estivessem assistindo à TV, observando-a de maneira filtrada e fragmentada através do visor, sem participar ativamente dos acontecimentos. Mesmo estando presentes, a intensidade da emoção fica perdida, os vínculos se afrouxam e a vida se torna fugaz e lisa, pois com um simples '*delete*' milhares de fotografias e histórias podem ser apagadas instantaneamente.

Esta relação corpo-máquina corresponde às observações de Manzini acerca de contextos ultra-artificiais. A integração entre diferentes materiais é tão profunda, que já se torna difícil reconhecer o que é orgânico e o que é artificial. Isto se deve aos fractais, estruturas geométricas ligadas às formas da natureza. Originários de cálculos complexos produzidos por computador, um mesmo fractal pode gerar infinitos padrões, e possibilitar a fabricação de materiais muito semelhantes aos que a natureza produz, com irregularidades e texturas multiformes. Assim, torna-se cada

vez mais intrincada e mais íntima a integração entre o artificial e o natural, ocorrendo acoplamentos ‘biônicos’ em praticamente todas as áreas do conhecimento. Em nossa análise, abordamos a expressão da convergência que está se configurando entre o celular, a internet e a TV e, especificamente sob o enfoque da ACOPLAGEM, procuramos entender a dinâmica simbiótica existente entre o usuário e seu celular.



**Figura 40**

#### **Claro – ‘Saudades’**

Uma garotinha grava sons familiares de sua casa, no celular. Depois de capturar o barulho das ondas na praia, o ranger do portão e do balanço, das molas do colchão, o barulho da descarga e da roda da bicicleta, o tilintar do sino de vento, o apito da chaleira, o gorjeio do periquito, o tique-taque do pêndulo do relógio, o liga-desliga do interruptor de luz e o beijo no ursinho de pelúcia, ela pergunta pelo celular: “E aí, Papai, matou a saudade?”

**Disponível em:** <http://www.youtube.com/watch?v=qVYVekjeeDI>

A operadora Claro que coloca ‘o mundo’ nas mãos de seus clientes, cria um mundo doce e carinhoso em um comercial intitulado ‘Saudades’ (fig. 40). A menina grava sons variados em seu celular, emitidos por objetos e situações naturais e artificiais. O que o pai ouviria, no entanto, já não seriam os sons ‘originais’ e sim uma decodificação dos mesmos. Se analisarmos tecnicamente a produção do comercial, chegaremos à conclusão de que nem mesmo os sons ‘naturais’, como o vai-e-vem

das ondas do mar ou o canto do passarinho são originais ou reais. Todos foram gerados em estúdios de áudio, trabalhados para se parecerem o máximo com o que ouvimos na natureza.

Mesmo assim, é possível imaginar uma reação bastante emotiva, proporcionada principalmente pela distância física entre pai e filha, que a mensagem enviada pelo celular poderá amenizar.



**Figura 41**

**Tim – ‘Penhasco’**

Um casal jovem está correndo sobre um planalto e, quando ambos chegam a um penhasco, eles se entreolham por um instante, mas decidem seguir em frente. A montanha ‘vira’ 90 graus e eles continuam a correr na horizontal.

Disponível em: [http://www.youtube.com/watch?v=S8EzEosLf\\_8](http://www.youtube.com/watch?v=S8EzEosLf_8)

A artificialidade gerada pelo hibridismo tecnológico também é expressa em peças publicitárias como a da figura 41. Para enfatizar a ausência de fronteiras, a operadora Tim trabalha com a quebra de paradigmas, até mesmo em elementos naturais. Jamais poderíamos modificar um relevo em poucos segundos e sem o menor esforço, como faz o casal do filme. Mas em uma ilha de edição de imagens tudo é possível: os atores nem precisam ser filmados *in loco*. Um bom estúdio com um fundo infinito preparado para *chroma-key* é suficiente para fazer as imagens do

casal correndo na chapada. Imagens coletadas de bancos de dados ou adquiridas de produtoras de cenários virtuais compõem o cenário, e um bom *software* de edição resolve o efeito de mudança de ângulo da montanha. Outra opção é virar a câmera para um lado, em ângulo de 90° (o cinema há muito usa este tipo de artifício para representar terremotos, por ex.). O casal, é por fim, inserido no contexto e está criada uma situação em que o artificial e o natural atuam em conjunto.



**Figura 42**

**Tim – ‘Beijo’**

Uma jovem assopra um beijo para ser levado pelo vento. Ele passa por flores brancas (dentes-de-leão e margaridas), por uma copa de árvore com folhas amareladas, por um varal de roupas estendido em um final de tarde, até atravessar a cortina com detalhes em laranja e amarelo de uma janela. Passar por flores cor de laranja e finalmente se aproxima de um rapaz que dorme e acorda ao sentir o ‘beijo’ que veio de longe. A música envolvente reforça a sensação de vôo.

**Disponível em:** <http://www.youtube.com/watch?v=DqRCpVOCsTM> e <http://www.luanova.com.br/2008/>

Em todos os filmes selecionados da Tim, observamos elementos naturais: nuvens em movimento, pássaros, flores, montanhas... A presença do vento é marcante e, segundo um comentário<sup>56</sup> relacionado a uma de suas peças, “A idéia

<sup>56</sup> Adicionado e comentado por Marcus Ellend em 07/Jun/2008.  
Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=h35bjWLfgJM>.

aqui é mostrar que a TIM está avançando rápido como o vento, com o compromisso de espalhar sua tecnologia multimídia TIM GSM para cada vez mais pessoas e cidades. O vento da TIM é o vento da mudança, das novas possibilidades, que vão além do uso do celular apenas para falar.” (Fig. 42)

A lente grande angular amplia o cenário de onde sai o vento, que transporta o beijo ao seu destino. As flores, o pôr-do-sol iluminando o varal, a cortina em movimento, usados para representar calor humano, alcance e avanço, são objetos naturais, mesmo sendo o celular uma tecnologia totalmente artificial. Tons alaranjados remetem a órgãos do corpo, e também são fortemente explorados no filme ‘Coração’ (fig. 43), em que os batimentos cardíacos usados na sonorização, evidenciam mais ainda a acoplagem entre a organicidade e a artificialidade: o ritmo do coração é pontuado por uma trilha sonora minimalista e um leve canto de pássaros, configurando uma ambientação homogênea e equilibrada.

Ambos os filmes mesclam estrategicamente grandes planos com planos mais fechados e de detalhe. A forma retangular da porta entreaberta do quarto (1º take) traça uma analogia da intimidade com o visor do celular. Temos também o porta-retratos e a fotografia na carteira, que é pequena e cabe no bolso. O Plano Geral (PG) de um ambiente natural e distante insere o aparelho (e o corpo de quem o utiliza) em um universo amplo e solto, livre de barreiras.

---



**Figura 43**

**Tim – ‘Coração’**

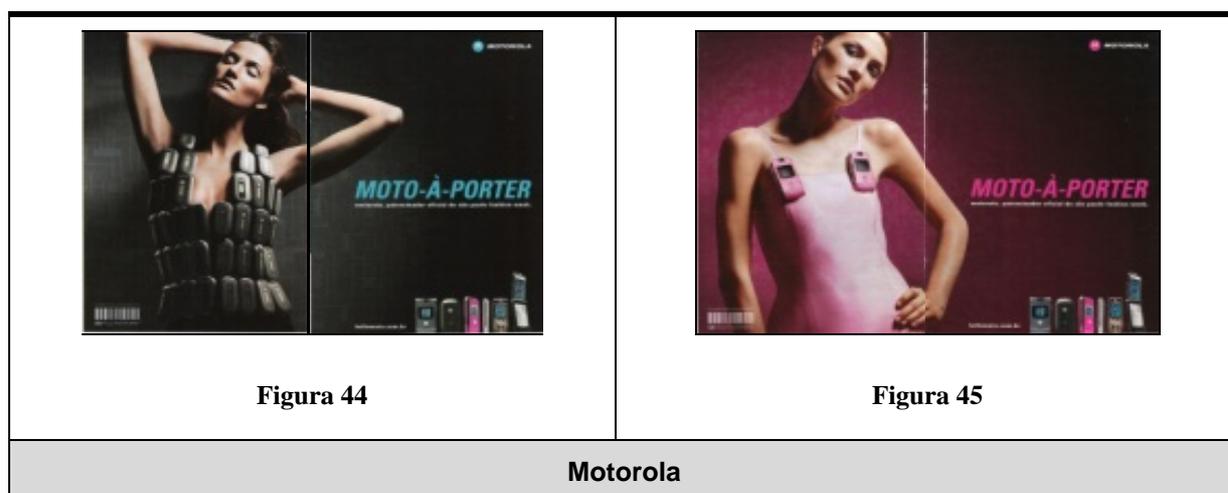
Uma menina de pijama deita em sua cama, pega um porta-retratoS em que aparece junto ao pai. Ela abraça o objeto e deita de lado. Do Plano Fechado (PF) há um corte para uma cena em Grande Plano Geral (GPG) de um barco solitário em um rio, com luminosidade alaranjada. A câmera é aproximada do barco até chegar ao pai da menina em Primeiro Plano (PP). A expressão dele sugere que ele ‘sentiu’ ou ‘ouviu’ algo. Sorrindo, ele tira do bolso sua carteira e a abre para ver a fotografia, que é a mesma que a filha tem no porta-retratos.

O texto “A nossa busca é infinita para você viver sem fronteiras”, é seguido de uma locução com o *slogan* da Tim: “Viver sem Fronteiras”.

Disponível em: <http://www.luanova.com.br/2008/>

A miniaturização liberta usuários das redes telemáticas de pontos de acesso fixos. Não dependemos mais de aparelhos como o fax, o telefone fixo, a televisão, nem do próprio computador para estabelecer comunicabilidade. Por outro lado, ela aprisiona o corpo, cobrindo-o com aparelhos portáteis que nos tornam acessíveis em qualquer lugar, a qualquer momento, mesmo que desliguemos estas tecnologias momentaneamente. A caixa postal grava os recados, obrigando-nos a respondê-los sem demora. Assim, a portabilidade adquirida com a miniaturização transformou estas tecnologias em próteses corporais, modificando o modo com que nos relacionamos com a sociedade, com a cidade, com nós mesmos.

Além de enxergarmos o mundo através de telas quadradas e retangulares, estamos perdendo a referência do nosso corpo material, estendendo os nossos sentidos por meio dos aparelhos que usamos para ultrapassar limites. Nas figuras 44 e 45, as modelos usam celulares como vestidos. Aderentes e maleáveis, os figurinos parecem uma segunda pele adaptada ao corpo. Uma pele tecnológica, que influencia as formas e os gestos do corpo que estão cobrindo.



**Fonte:** Revista Veja, 1º/Fev./2006

Apoiando-se nos trabalhos de Harry Pross e Dieter Wyss, BAITELLO Jr. propõe um estudo dos fenômenos comunicacionais abordando o corpo como suporte inicial e final de todos os processos. Segundo o autor, “o corpo vivo e concreto é movimento, por ser movimento é tempo e memória, e por ser tempo, é abstrato e fugaz; por ser fugaz, tem na sua própria materialidade seu maior obstáculo.”(2005: p.58). É com o corpo que usamos o celular para falar, ouvir, enviar mensagens, capturar imagens recheadas de emoções, e é com ele que construímos todas as tecnologias necessárias para libertar o próprio corpo e interferir nas referências físicas e históricas do espaço-tempo. As ferramentas tecnológicas passam a ser, como já havia percebido McLuhan na década de 1960, extensões potenciais dos nossos sentidos, superando as limitações às quais a materialidade do

corpo nos submete e adquirindo níveis de interatividade mais profundos.

A versatilidade do celular e sua interação com o usuário é retratada em uma peça publicitária da operadora Tim (fig.46), em que movimentos inusitados do corpo sugerem que podemos experimentar situações diferentes, ampliadas com as possibilidades tecnológicas.



**Figura 46**

#### **Tim – ‘Ponta cabeça’**

Várias pessoas (uma de cada vez) fazem malabarismos com o corpo, enquanto entram frases sobre os serviços de *roaming* internacional e cobertura GSM no Brasil, tarifas e situação de liderança no mercado, da operadora Tim: a tela foi dividida em duas partes, sendo que a inferior mostra tudo de cabeça para baixo, enquanto o texto continua linear e na posição correta.

**Disponível em:** <http://www.youtube.com/watch?v=DtbpYKnpNQ>

O corpo se torna leve, flexível e maleável. Não o corpo material e palpável, que pode ter diversas formas, mas o corpo que corresponde ao nosso sistema nervoso central. Nossos neurônios avançam e se conectam a pessoas, períodos históricos e localidades que correspondem à nossa memória cognitiva e afetiva. Não que não o fizéssemos antes do advento das tecnologias digitais. Afinal, o pensamento sempre foi não-linear e complexo. Mas os meios eletrônicos trouxeram

uma concretude às nossas conexões nervosas. A confluência entre o celular de terceira geração (3G) e a Internet, por exemplo, além de lembranças, traz para perto o timbre da voz, as feições e expressões de quem está do outro lado da 'linha', independente de sua localização.



Figura 47

#### Siemens – 'Marry me!'

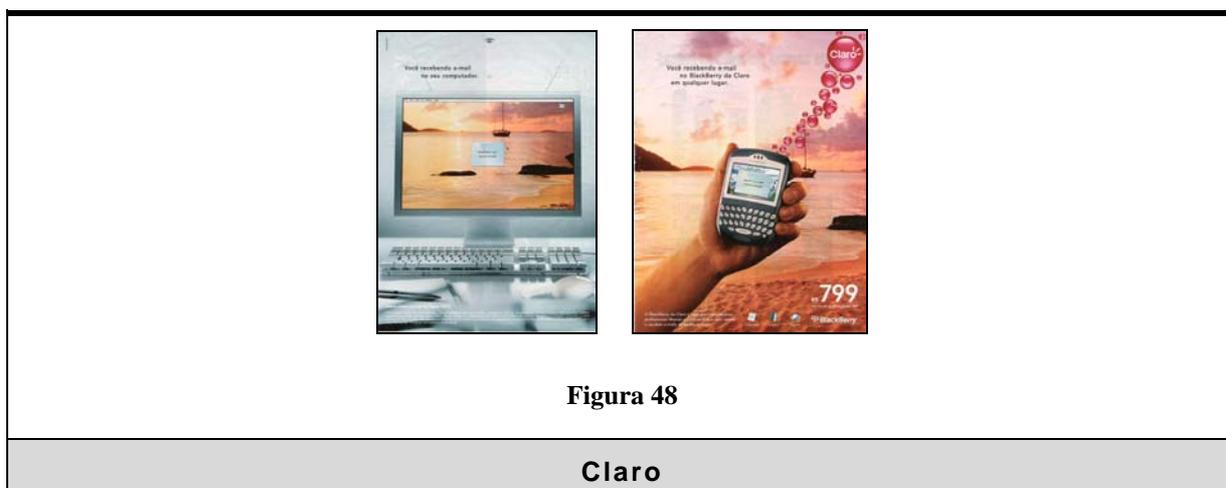
Em um bar, a conversa de duas amigas é interrompida pelo toque do celular de uma delas. É 'Karl', dizendo que vai se atrasar para o encontro à noite. Ela aciona o visor e se surpreende ao ver o namorado saltando de pára-quedas. Ao som de uma valsa de Strauss, ele vira cambalhotas, faz piruetas no ar e dá 'tchauzinho', enquanto mostra tudo pela câmera de seu celular. Outra câmera registra as acrobacias em Plano Geral, fazendo manobras soltas em que o globo terrestre aparece em ângulos invertidos e transversais. Eles trocam beijos pelo visor, em tempo real e, finalmente, ele abre o pára-quedas e mostra o *"Marry me!"* que está escrito por dentro do mesmo. Ela envia imediatamente um "Yes" para ele, que grita: *"Wow! Woow...! I Love you!!"*

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=bkkF67VvtCQ>

Em um comercial da empresa Siemens (fig.47), um pára-quedista fica solto no ar e se movimenta como os astronautas em suas naves sem gravidade. Os movimentos de câmera são aleatórios, traçando uma analogia com o cursor do *mouse*, que manipulamos de maneira não-linear na tela do computador. Ele

conversa em tempo real com sua namorada e o pedido de casamento é intermediado por um sistema híbrido: a somatória do celular 3G e a internet de banda larga.

Johnson nos ensina que a fusão de duas ou mais tecnologias cria uma nova linguagem. Entendemos que esta 'linguagem' não se restringe apenas a dinâmicas de usabilidade, mas também a comportamentos vinculados a imaginários coletivos de uma cibercultura. Na figura 48 vemos duas páginas impressas que foram inseridas na revista separadamente, ou seja, o leitor precisou virar a página para ver a seguinte. Na primeira, a luz azulada foi usada para sugerir um ambiente tecnológico, frio... Mas no monitor vê-se uma paisagem convidativa, aquecida por uma luz alaranjada. Ao exercer o movimento de virada de página, a situação é invertida: inserida na paisagem, uma mão segura um *smart-phone* em cuja tela aparece um menu semelhante ao que temos na tela do computador. A confluência entre um suporte fixo (computador) e um suporte móvel e portátil (celular) fez surgir um terceiro veículo, que abriga todas as mídias audiovisuais e suas dinâmicas de conexão.



Esta convergência configura uma nova linguagem, substituindo não somente os verbos por movimentos de ícones que aparecem no monitor, como descreveu Johnson, mas também influenciando as nossas experiências com o espaço-tempo. Em um 'clique de *mouse*' (fig. 49) navegamos na Internet em *sites* de países e culturas diferentes das em que vivemos. Com o celular 'inteligente' que atualmente abriga várias funções e permite o acesso à Internet e a recepção de programas televisivos, a linguagem iconográfica também se tornou móvel, uma vez que podemos nos comunicar de qualquer lugar.

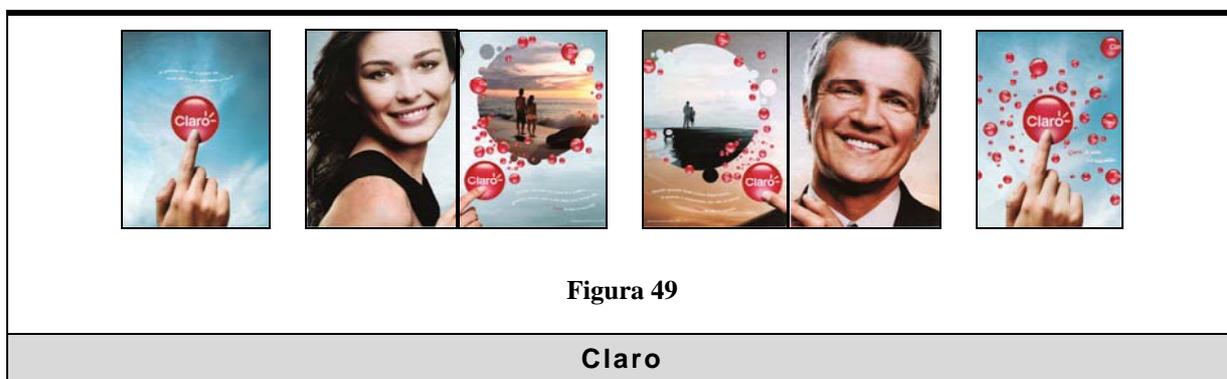


Figura 49

Claro

Fonte: Revista Veja, 11/Out./2006. Almap BBDO.

A mobilidade ampliou o nosso universo de exploração, mas a insegurança humana continua sendo um fator limitador para deslocar o corpo a lugares desconhecidos. Quando o acesso à '*World Wide Web*' se popularizou, muitas pessoas comentavam que se perdiam navegando em *sites*, acessando *links* e não sabiam como voltar à página de origem. A evolução do *web design* criou então estratégias facilitadoras de navegação para que, mesmo perdendo o foco, o usuário pudesse se reorganizar. Com o celular, a 'teia' foi inserida no contexto das cidades, com ruas, avenidas e edifícios. Para se deslocar no mundo real sem correr riscos de desorientação, meios de transporte e de comunicação se apropriaram do 'GPS', sistema desenvolvido para orientar as viagens espaciais da 'Nasa'. Estendido ao

planeta Terra, e mais um serviço oferecido por fabricantes e operadoras de telefonia móvel, as orientações do 'GPS' são detalhadas e podem ser ouvidas enquanto se caminha ou se dirige um automóvel, barco, avião, bicicleta, caminhão...



**Figura 50**

#### **Nokia – 'Astronauta'**

Um astronauta explora (aparentemente) um planeta alienígena. Ele é guiado por um navegador em seu celular, que calcula a rota e lhe passa as instruções em voz alta. Quando ele chega ao destino, uma simples porta de apartamento revela que ele está em um planeta bastante familiar. Ele toca a campainha e é recebido por um gorila. Ele sorri confiante, pois se trata de uma festa a fantasia. A locução final apresenta o novo modelo de celular: "Nokia 6110 Navigator. Finalmente um celular que te ajuda a chegar lá. Viver é simples. Seja mais Nokia." O letreiro correspondente anuncia: "O primeiro Nokia com GPS."

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=rNJPJs4UVpM>

O astronauta caminha com segurança no comercial (fig.50) que foi filmado na cidade de Brasília. Tons avermelhados, azuis e marrons vão sendo alternados ao longo da rota, confundindo as percepções dos nossos sentidos. Ora o local parece quente e habitado, ora frio e abandonado. Caminhando em várias direções, o astronauta parece perdido e apreensivo. Finalmente ele chega ao seu destino: o cenário, estruturado com materiais que remetem a tecnologias de ponta, lembra o

que imaginamos ser o interior de uma nave espacial. A porta de madeira que subitamente ele vê no final do corredor, causa um estranhamento imediato. Ao ser aberta, a figura do gorila remete a séries de ficção veiculadas na TV como ‘O Planeta dos Macacos’, em que astronautas viajam no tempo e voltam à Terra alguns séculos mais tarde. Até o momento este tipo de viagem ainda não é possível, pois as tecnologias mais avançadas disponíveis ainda não atravessam os buracos de minhoca.

No entanto, esta não é uma realidade tão distante, uma vez que quanto mais usamos e vestimos acessórios eletrônicos para interagir com os outros, menos nos relacionamos com o nosso próprio corpo e mais com a nossa mente. Na figura a seguir, o tema é o mesmo dos comerciais que analisamos anteriormente: saudades. “Pela tela, pela janela, vejo tudo enquadrado... Remoto controle”, anuncia a canção. A distância, monitoramos os sentimentos e as lembranças fazendo uso de aparelhos de comunicação como computador, vídeo e celular com câmera e visor.



Fonte: Revista Veja, 09/Ago/2006

Um dos meios mais usados para apreender as emoções, é a câmera digital. Acoplada ou não ao celular, o que há pouco mais de uma década era tecnologia

restrita a profissionais ou amadores experientes, está completamente acessível a usuários comuns, que fotografam avidamente como que para reter o fluxo do tempo. Segundo Baitello, a devoração de imagens (a iconofagia), é reflexo do medo que temos da morte, tornando-se janelas para nós próprios e não janelas para o mundo, como ainda acreditamos. Fotografamos e publicamos estas imagens na Internet, reproduzindo-as infinitamente em busca do presente contínuo. Mas o que conseguimos, é torná-las superficiais e efêmeras. As imagens produzidas e emitidas em série, com o passar do tempo vão sendo perdidas em arquivos de memória rígida ou simplesmente apagadas sem possibilidade de retorno.

Mesmo assim, gravamos / registramos imagens para capturar o instante. As imagens contam histórias. Cartas também. A caligrafia traz à tona toda uma carga da personalidade de uma pessoa... O que dizer então da voz, dos gestos? O tempo aprisionado no filme ou na fotografia resgata histórias e sentimentos. E influencia o nosso presente.



**Figura 52**

Na “Uol Televisão” matéria sobre os bastidores da Novela “Paraíso tropical” (Rede Globo) registra o momento em que a atriz Camila Pitanga da ‘autógrafo’ pelo celular, mandando beijinhos para a esposa de um taxista.

**Fonte:** [http://televisao.uol.com.br/album/paraiso\\_gravacoes\\_album.jhtm?abrefoto=88](http://televisao.uol.com.br/album/paraiso_gravacoes_album.jhtm?abrefoto=88)

### 3.2.3 Simultaneidade: pressa e saude

Enquanto isso  
 anoitece em certas regiões  
 E se pudéssemos ter a velocidade para ver tudo  
 assistiríamos tudo  
 A madrugada perto da noite escurecendo ao lado do entardecer  
 a tarde inteira logo após o almoço  
 O meio-dia acontecendo em pleno sol  
 Seguido da manhã que correu desde muito cedo  
 E que só viram  
 os que levantaram para trabalhar no alvorecer  
 que foi surgindo  
 (“Enquanto isso” - MARISA MONTE / NANDO REIS)

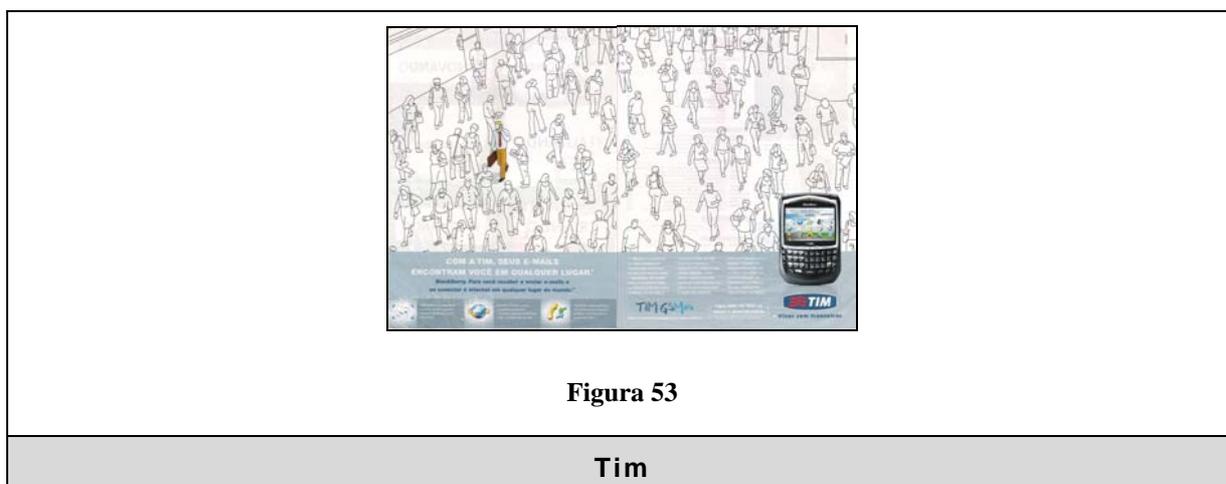
Antigas civilizações calculavam o tempo em função da luz do sol. O dia e a noite tinham uma definição clara, sofrendo alterações de acordo com as estações do ano. Fusos horários começaram a ser mais perceptíveis a partir das navegações intercontinentais e as relações comerciais, que logo estabeleceram horários para realizar transações.

Com a descoberta da luz elétrica, o dia recebeu uma larga extensão, confundindo radares biológicos de aves e insetos e alterando o nosso modo de vida. Passamos a dormir menos e a sair mais de casa para nos divertir após uma jornada de trabalho. O aparelho de televisão nos prendeu no sofá e, finalmente, a Internet reposicionou o nosso corpo, colocando-nos à disposição de todo o planeta, sem levar em conta se é dia, noite ou madrugada.

Sobretudo as relações comerciais praticadas em função da globalização, exigem respostas em alta-velocidade, ignorando as diferenças de fuso-horário existentes entre os diferentes países. Conectados às redes telemáticas, executivos trabalham e discutem negócios por *e-mail*, pelo celular, no carro, no avião, no trem... a qualquer hora, em qualquer lugar. Enfraquecemos diante da quantidade de

informações e solicitações que recebemos diariamente em nosso computador pessoal ou aparelho portátil. Mesmo assim, não nos desconectamos e permanecemos atentos a tudo que chega até nós.

O anúncio do celular '*BlackBerry*' da Tim (fig. 53) coloriu o executivo caminhando em meio à multidão, como se fosse alguém especial. Os indivíduos restantes são apenas desenhados com traços bem simples, pessoas sem rosto, praticamente invisíveis, inexistentes. A ausência de preenchimento nos leva a refletir sobre o estudo de Manzini, acerca de objetos transparentes: "Até há pouco tempo, 'criar o transparente' relacionava-se com a utilização do vidro (...). Criou-se especialmente uma ligação entre o caráter quase mágico do desempenho e a delicadeza do material que o oferecia." (1993: p.165). A transparência permite a passagem da luz, por isso o vidro é um dos materiais mais usados na arquitetura moderna. Além de simpático ao meio ambiente, um edifício projetado com objetos transparentes, emite uma mensagem de frescor e leveza, apesar de placas de vidro serem até bem pesadas para se carregar.



A imagem da transparência nos faz entender o que Gumbrecht quer dizer quando trata do enfraquecimento e da perda do sujeito. Nos relacionamentos do século XXI não somos mais nada sem as tecnologias que nos identificam, sem a imagem superficial que criamos de nós mesmos. Imagens em um universo eletrônico virtual, compostas de endereços de *e-mail*, de fotos em *sites* de relacionamento, de toques polifônicos e tantas outras imagens que vão estabelecendo uma nova ordem social em um presente contínuo. 'Presente' no sentido de tempo e também de espaço. Conectados às redes telemáticas, somos encontrados o tempo todo em não-lugares quaisquer do ciberespaço.



Fonte: Revista Veja, 20/Dez./2006

A metáfora do anjo da guarda usada no anúncio (fig.54) traz a transparência de deslocamentos e conexões bastante fluidas, verdadeiramente soltas no espaço. A própria forma do celular adquire 'asas' na composição das imagens. O texto na parte inferior esquerda, "entre no clima de festas e peça um celular da linha finos Motorola", revela que a peça é sazonal e apela para a espiritualidade. O celular é fino e leve, cabe entre as palmas das mãos. Ao rezar, nos conectamos ao Deus Supremo diretamente ou por meio de seus mensageiros, os anjos. É o que nos ensina a tradição judaico-cristã e também a islâmica.

A dinâmica desordenada das conexões cibernéticas e eletrônicas influencia as nossas experiências comunicacionais. Não é o celular que adquire transparência. Somos nós. A avalanche de informações com as quais temos de lidar diariamente reduz o nosso tempo, e nos obriga a exercer várias e diferentes tarefas simultaneamente.

Na figura 55, um empresário trabalha em seu *laptop* no interior de um carro em movimento. A transparência da janela revela uma paisagem 'riscada', ou seja, uma passagem rápida de tempo. Tempo que não conseguimos reter, nem ver. O celular que vemos no anúncio é mais um serviço oferecido pela operadora que promete agilizar a transmissão de dados com o recurso de acesso móvel à banda larga.



**Figura 55**

**Siemens**

**Fonte:** Revista Focus, 27/Março/2006

Cada vez mais rápido. Cada vez mais conteúdo em menos tempo. Estar presente sempre. Em qualquer lugar. Em qualquer momento. Será que somos capazes disto? Se não somos, é o que a mídia sugere que busquemos. A 'Claro' se dispõe a colocar 'a vida na mão de seus usuários', garantindo-lhes certo poder de decisão.



**Figura 56**

**Claro – ‘A vida na sua mão – Parte II’**

Este é o segundo filme da campanha da Claro Brasil, “A vida na sua mão”. Ele abre com a cena de um mochileiro no alto de uma montanha, que abre o celular e flutua em meio a bolhas da Claro; estas o transportam para a praia, onde está uma moça que também abre o celular e flutua até Paris. Ela encontra uma amiga e olha para um homem que abre o celular e flutua até a Muralha da China, onde fala sorrindo, ao celular.

**Fonte:** <http://www.youtube.com/watch?v=n1s6MAv2bNk>

A locação que abre o filme (fig. 56) parece ser a mesma da usada nos comerciais da operadora Tim. Um lugar puramente natural, distante de tecnologias e de cidades construídas por mãos humanas. A edição suave conduz o nosso olhar para o litoral, onde já se vê prédios no horizonte – a natureza mesclada à cidade. Do mar chega-se a Paris, capital símbolo do Modernismo e, da França, somos levados à Muralha da China, ícone de batalhas históricas, que hoje remete a uma metáfora do imaginário: o regime totalitário do país, que ainda exerce um forte controle sobre os meios de comunicação, inclusive a Internet e o celular. A computação gráfica usada no final do filme resolve a questão, ao afastar a câmera até sair da órbita e nos mostrar o globo terrestre do espaço. A muralha, único monumento visível a uma distância como esta, torna-se insignificante e possível de ser superada.

Neste filme identificamos o que LEMOS (2007: p.123) define como “a instauração de uma dinâmica que faz com que o espaço e as práticas sociais sejam reconfigurados com a emergência das novas tecnologias de comunicações e das redes telemáticas.” Segundo o autor, os espaços urbanos têm se desenvolvido a partir de infra-estruturas de comunicação e informação em rede, que integram e, de certa forma, ‘comandam’ um conjunto de redes e as relações sociais. Tem-se assim, a ‘ciberurbe’ (LEMOS, 2005 *apud* LEMOS, 2007), que cria uma nova relação com o tempo e com o espaço. Novas formas de mobilidade têm surgido, tais como a desterritorialização, a destemporalização e o nomadismo tecnológico, entre outras que estão sendo discutidas por autores como Bauman, Urry, Maffesoli, Harvey e Deleuze que, apesar de sua relevância no âmbito social, não analisamos aqui, uma vez que o nosso foco é a convergência de mídias audiovisuais e não os movimentos urbanos.

Tecnologias móveis portáteis como o celular estão ‘desplugando’ as pessoas e as cidades. A desterritorialização se dá com a sensação de perdas de fronteiras e de encurtamento das distâncias e com a criação de novos territórios, sejam eles *sites* na Internet ou pontos de acesso às redes telemáticas que, com a convergência da internet de banda larga com o celular 3G também já adquiriram mobilidade.

Constituímos, assim, cidades ‘em movimento’, sem pontos fixos definidos, mas ligados a redes não-lineares dentro das quais nos relacionamos uns com os outros, de maneira cada vez mais nômade e fragmentada. O grande desafio neste universo cibernético, acredita LEMOS, é o de “criar maneiras efetivas de comunicação e de reapropriação do espaço físico, reaquecer o espaço público,

favorecer a apropriação social das novas tecnologias de comunicação e informação e fortalecer a democracia contemporânea” (2007: p.123).

Da mesma maneira com que nos movemos na ciberurbe, mesmo parados no espaço físico, a relação que temos com o tempo também é outra. Gumbrecht observa que a mescla de referenciais do passado e as incertezas acerca do futuro nos fazem viver um presente contínuo. O nosso corpo já não interage diretamente com a natureza, o que faz com que percamos as nossas referências antropológicas. Se antes o tempo era medido pelo nascer e pôr-do sol, hoje o medimos pela agenda de compromissos que temos de cumprir ao longo do ano.

A urgência em realizar todas as tarefas, nos torna seres apressados e cegos à passagem do tempo. O tempo passa por nós de maneira transparente, como vimos no anúncio da Siemens (fig.55). Alguns episódios se imprimem na memória tão fortemente, que “parece que foi ontem”, diz o senso comum. Outros, os próprios meios de comunicação de massa se encarregam de imprimir, transformando fatos históricos de séculos anteriores em filmes produzidos com tecnologias de captação e de edição de ponta. Ou então, criam obras de ficção científica ambientadas em cenários futurísticos. Filmes que tratam do futuro e se tornam passado assim que os vemos passar na tela do cinema ou da televisão. Em nossa mente misturamos de tudo, fragmentando a linha do tempo, construindo imagens ‘gelatinosas’ de experiências vividas e outras, adquiridas através de meios transmissores de informações.

A Siemens trouxe as barbáries de Roma às telas do século XXI com o filme ‘*Coliseum*’ (fig. 57). Ao ouvir os referenciais sonoros adicionados às imagens (mesmo estáticas) de um Coliseu vazio, imediatamente visualizamos cenas de

massacre de cristãos. Não porque estivemos lá um dia, mas porque já vimos filmes e documentários sobre este fato, assim como acontece com os criadores e produtores do comercial.



**Figura 57**

#### **Siemens – ‘Coliseum’**

Vários *takes* em preto e branco do Coliseu de Roma em corte seco adquirem movimento e remetem à época dos gladiadores e das perseguições aos primeiros cristãos por meio da técnica de sonorização, composta por sons de batidas, lâminas de espadas, gritos de multidão, chicotes, rugidos, galopes e relinchar de cavalos. O celular é subitamente ‘reconhecido’, ‘capturado pela câmera e ‘transportado’ para um fundo preto. Ao lado dele é inserido o texto: “AVE” / “ WELCOME TO THE NEXT ERA”. Retornando ao filme, vemos um antigo soldado romano atender ao celular em um ambiente contemporâneo em que o Coliseu é uma atração turística, com visitantes e carros que podem ser notados ao fundo.

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=uPkOopsYOvo>

Técnicas de pós-produção deram um tratamento em tons azulados e acinzentados à construção, o que nos remete a filmes antigos. O céu é branco no início, e em outros *takes* ele se torna azul claro e depois mais definido. Da sépia azul, as imagens passam para um tom castanho, contrastando com os tons prata e azul do celular. A sépia de cor castanha é uma coloração que muitos artistas usavam para pintar paisagens. Mais tarde, banhos químicos em tons de sépia eram

usados para conservar fotografias, e hoje os programas de tratamento de imagens disponibilizam o efeito de sépia para aquecer ou dar um aspecto envelhecido a uma foto. Tons metálicos são usados como tradução de tecnologia avançada. Há um outro detalhe, este bem sutil, e que só percebemos se prestarmos muita atenção: o vulto de uma pessoa passa muito rapidamente entre um *take* e outro, como se fosse um fantasma.

Em trinta segundos, o filme da Siemens comprime dois mil anos de história e anuncia: “Bem vindo à próxima Era.” Ou seja, já estamos atrasados! Para o bem da economia mundial, não podemos parar. Não podemos, principalmente, parar de consumir os produtos que vêm sendo desenvolvidos continuamente. Esta avidez por consumo tecnológico dissolve os aspectos naturais das relações humanas. Deixa-se para segundo plano, vivências importantes com a família e amigos.

Em 1980 o jornalista Sergio Jockymann publicou um texto no jornal ‘Folha da Tarde’ de Porto Alegre (anexo 5), intitulado ‘Os Votos’<sup>57</sup>. Com o intuito de conquistar novos usuários, a operadora fez uma compilação do mesmo para um comercial (fig. 56) em que usa estrategicamente recursos audiovisuais que vão desde a fotografia até a captação de imagens com tecnologia digital. O entrelaçamento de cenas simples relacionadas ao cotidiano, traz para o presente as boas lembranças do passado que puderam ser registradas por máquinas fotográficas e filmadoras: os primeiros passos de um bebê, avós brincando com netos e pulando na piscina, casais apaixonados e felizes, solteiros desiludidos, fotos e álbuns de família antigos

---

<sup>57</sup> **Os Votos** (Sergio Jockymann): disponível em <http://www.pensador.info/frase/MzMwNzQ/>. Publicada em 1980 no Jornal Folha da Tarde, de Porto Alegre-RS. No *site* há uma observação de que o poema circula na internet como sendo de autoria de Victor Hugo. Biografia do autor, em: [http://www.nossosaopaulo.com.br/Reg\\_SP/Politicos/B\\_SergioJockyman.htm](http://www.nossosaopaulo.com.br/Reg_SP/Politicos/B_SergioJockyman.htm)

e até um trecho de um desenho da dupla 'Tom e Jerry', que diverte ainda hoje na programação de TV a cabo.



**Figura 58**

#### **Vivo – 'Desejos'**

Este filme é um especial da Vivo para o ano 2005. Ele mostra imagens de crianças, adultos e idosos em momentos de emoção: brincando, sorrindo, chorando, recordando e cometendo pequenas travessuras. O texto narrado é uma compilação (anexo 6) de 'Os Votos'. As texturas das imagens são diversas, apresentando desde vídeos e filmes caseiros e de bitola digital, até desenho animado, fotografias e visores no aparelho celular.

**Disponível em:** <http://www.youtube.com/watch?v=9-egUjIOMZM>

Na tentativa de preservar a memória afetiva, quem não tinha um aparelho desses busca o resgate das lembranças em filmes, comerciais e programas de TV antigos. A internet está repleta de *sites* com este tipo de conteúdo. A Claro se apropriou deste comportamento, estimulado principalmente pelo 'You Tube'. Como se fosse 'um tipo de mágica', desenhos e filmes que passavam décadas atrás anunciam no comercial (fig.59), a chegada de um futuro que temos no presente. Nesta peça publicitária a convergência do celular com a Televisão é traduzida em desenhos animados e filmes antigos que víamos quando crianças e de vez em

quando voltam ao ar, seja pela própria televisão ou pela internet. Usando o controle remoto passeamos pelos canais da TV e assistimos a filmes e desenhos da contemporaneidade se intercalam com outros, de diversas épocas, na programação televisiva.

Segundo AUMONT (1993), as imagens correspondem ao tempo que as vivenciamos ou à sua durabilidade material. Elas também correspondem a palavras e a pensamentos, traduzindo ideologias e imaginários em segundos.

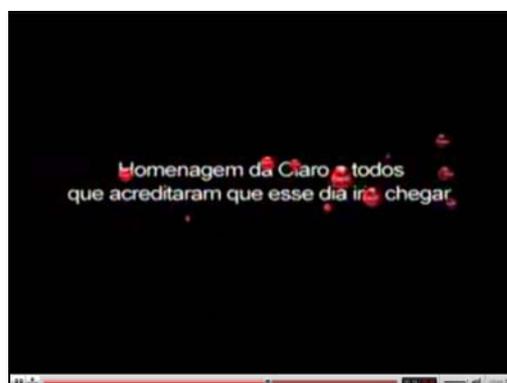


Figura 59

#### Claro – ‘Ficção’

“Chegou Claro 3G. O futuro que você sonhou...”, anuncia o locutor no filme de lançamento da tecnologia 3G no Brasil, pela operadora ‘Claro’. Conduzidos pela música: ‘A Kind of Magic’<sup>58</sup> são mostrados *takes* de filmes e desenhos antigos de ficção científica em que os personagens conversam por meio de telas de computador e de comunicadores portáteis. A seqüência é finalizada com a frase: “Homenagem da Claro a todos que acreditaram que esse dia iria chegar”.

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=R-bFK984cTM>

O último filme que analisamos (fig. 60) sintetiza em apenas um minuto a história de um século. Planos capturados em detalhe, somados a números e

palavras, expressam crenças, sonhos, tragédias, realizações, teorias científicas e datas importantes que influenciaram trajetórias sócio-econômicas.

A **CONVERGÊNCIA** é expressa a cada novo *take* que é inserido, como se fosse um leque tridimensional que se abre e se estende a outros contextos em frações de segundos: a superstição do imaginário popular com o número 13; a Lei da Relatividade de Einstein, que mudou os paradigmas da física; a invenção do avião que encurta as distâncias; os golpes e atentados políticos que freiam a sociedade. Números e palavras que simbolizam a Moda, que traduzem a Literatura, o Cinema, o Esporte e a Cultura Popular.

Neste comercial não há uma única menção direta ao celular, nem ao computador. Mas os enquadramentos e planos fechados correspondem à forma do visor do celular. As palavras, em conformidade ao que o *slogan* anuncia, fazem referência ao teclado, assim como o som das teclas de piano. As cores usadas no filme assemelham-se às que temos em aparelhos de vídeo, DVD e televisão; ou em computadores, celulares e filmadoras. O texto pontua episódios marcantes que influenciaram o imaginário coletivo, sobretudo quanto à apropriação das facilidades de produção e de difusão de conteúdos audiovisuais proporcionadas pelas mídias digitais.

---

<sup>58</sup> **A Kind of Magic** (Roger Taylor). Letra e trad. disponíveis em: <http://whiplash.net/materias/traducoes/004829-queen.html>



Figura 60

### Nokia – ‘Números’

Este comercial é referente ao modelo Nokia 6820, lançado em 2004. Seu diferencial, o teclado de caracteres, simplifica o envio de mensagens de texto. A trilha segue um ritmo seqüenciado, com pontuações de teclas isoladas no piano a cada palavra que é acrescentada antes ou depois de um algarismo contido em uma imagem, sempre em Plano Detalhe (PD):

- Porta de elevador, com o número **13**.
- Fusão para fundo preto, com a palavra **sexta-feira**
- Caixa registradora: **180 milhões**
- Porta de quarto de maternidade, com fita e sapatinhos de lã verdes: **9 meses**
- Detalhe de traseira lateral de carro preto: **crise dos 40**
- Painel de chegadas e partidas, em aeroporto: **14 bis**
- Número do painel muda para **11 de Setembro**
- Capacetes militares: **golpe de 64**
- Nota de moeda americana: **camisa 10**
- Roldana de segredo de cofre mecânico, que gira as combinações numéricas: **90 de busto / 60 de cintura / 90 de quadril**
- Detalhe em primeiro plano de TV ligada, com chuva: **6º sentido**
- Mãos de idoso, segurando uma papeleta de senha: **100 anos de solidão**
- Detalhe de relógio com ênfase no número **2: E= M²**
- Cartas de baralho evidenciando o nº **7: anões / pecados / vidas / maravilhas / notas**

O celular fechado vira e abre, mostrando o teclado aberto com letras. O locutor anuncia: “Os números não dizem nada – sem as palavras.”

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=2lSH9IHx5g>

Pudemos observar tanto nos filmes quanto no material publicitário, que é forte a convergência entre o celular e a internet e que a televisão ainda caminha em busca de um tipo de convergência mais dinâmica e integrada. O acesso à programação de TV é limitado para modelos de celulares específicos e poucas operadoras e fabricantes estão explorando comercialmente as possibilidades de recepção de programas da Televisão.

Mesmo assim, a confluência com este meio pode ser verificada em comerciais em que várias imagens aparecem mescladas, formando uma verdadeira colcha de retalhos, como acontece na TV, principalmente quando usamos o controle remoto para zapear pelos diferentes canais. O formato da tela também é um aspecto relevante de convergência uma vez que indica a migração de conteúdos para diversas plataformas, sendo necessárias poucas modificações. Isto sem falar nas filmagens com várias câmeras e edições em ritmos acelerados das quais o próprio cinema já se apropriou. Já a publicidade busca um caminho antagônico: ao mesmo tempo em que ela incentiva o consumo impulsivo, os filmes comerciais seguem em ritmos lentos e suaves, prometendo um maior aproveitamento do tempo com o uso das tecnologias portáteis.

Alguns filmes - como pudemos verificar - fazem verdadeiras reflexões acerca da convergência e o que ela nos trará de benefícios: mais tempo com a família e para o amor; maior acesso a informações; mais facilidades para a vida...

*Who knows ?*

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo quando tudo pede  
Um pouco mais de calma  
Até quando o corpo pede  
Um pouco mais de alma  
A vida não pára...

Enquanto o tempo  
Acelera e pede pressa  
Eu me recuso faço hora  
Vou na valsa  
A vida é tão rara...

Enquanto todo mundo  
Espera a cura do mal  
E a loucura finge  
Que isso tudo é normal  
Eu finjo ter paciência...

O mundo vai girando  
Cada vez mais veloz  
A gente espera do mundo  
E o mundo espera de nós  
Um pouco mais de paciência...

Será que é tempo  
Que lhe falta prá perceber?  
Será que temos esse tempo  
Prá perder?  
E quem quer saber?  
A vida é tão rara  
Tão rara...

(“Paciência” - LENINE / DUDU FALCÃO)

Quanto mais aceleramos, menos tempo nos sobra. Temos menos tempo porque recebemos excesso de informação e precisamos nos reorganizar para conseguir absorvê-la.

Se temos um celular com câmera, logo saímos por aí capturando fotos e vídeos e, se quisermos reter estes momentos, teremos que armazená-los em algum lugar. Para armazenar é fácil: basta conectar um cabo ao computador e fazer o *download*. E depois é só editar. Só editar? Não é tão simples assim. Isto demanda

tempo, paciência, carinho. Mas é o que não temos mais!

A aceleração da produção em todas as áreas e níveis e as exigências do mercado nos afastam do cotidiano familiar, tornam fluidos e efêmeros nossos relacionamentos pessoais e também os comerciais. Por outro lado, as redes de comunicação nos reaproximam e permitem que, ao menos, recebamos notícias de alguém que não está próximo fisicamente, mas compartilha os mesmos interesses que os nossos.

Muitos praticam este tipo de relacionamento, mesmo que não o considerem ideal. Talvez este seja o motivo pelo qual tantas pessoas se cadastram em *sites* como o 'Orkut' e porque redes de telefonia móvel estão se expandindo cada vez mais. Paralelo às relações tangíveis, estabelecemos relações virtuais e distantes, e é destas que o cinema e, principalmente a publicidade, se apropriam para alinhar narrativas como as que catalogamos, nas quais pudemos detectar aspectos de convergência do celular com a Internet e a Televisão.

Ao estudar a expressão da convergência do celular em algumas mídias, nos fundamentamos na teoria das materialidades de HANS ULRICH GUMBRECHT (1998) e em três conceitos que sistematizaram nossas análises: forma, acoplagem e simultaneidade. Traçamos também eixos de relação com os trabalhos de EZIO MANZINI (1993), verificando os paralelos de seus estudos com as especificidades materiais e imateriais do celular, inserido no contexto contemporâneo. Discussões acerca das influências que o celular e sua convergência com a televisão e a internet exercem sobre a percepção e o comportamento de usuários e acerca de possíveis formatos de produção, foram embasadas nas reflexões de MARSHALL McLUHAN (2006) e de STEVEN JOHNSON (2001).

A teoria das materialidades abrange aspectos das ações de comunicação que se originam a partir de determinados suportes. Para entender como se configura esta dinâmica, partimos de um estudo genealógico de mídias que atualmente estão confluindo entre si, como a Televisão, a Internet e o Telefone. Seleccionamos, então, obras cinematográficas e material publicitário que expressam este aspecto híbrido e sistematizamos as análises sob um prisma não-hermenêutico, verificando questões relacionadas à miniaturização, à portabilidade, à multifuncionalidade e à conectividade.

Nas propagandas e nos filmes que analisamos, observamos aspectos de fragmentação do cotidiano. Suportes como o computador e o celular, ambos multifuncionais e conectados a redes telemáticas, afetam o modo com que nos relacionamos uns com os outros. Por falta de tempo, enviamos *e-mails*, SMS, fotos pelo celular... Tudo muito rápido.

Eu mesma estou sempre recebendo *spams*, até interessantes, de amigos que não vejo há meses! Às vezes respondo com um comentário ou encaminho um ou outro a algumas pessoas que poderiam se interessar pelo assunto tratado. Mas eu nem sei qual é a aparência física delas quando envio a mensagem: se o cabelo cresceu, se ela mudou de forma física, se está com olheiras ou com algumas rugas que não tinha antes. Perdemos, assim, a referência corpórea, caracterizando um tipo de relacionamento bem mais distanciado. Eu não diria 'desumano' pois em um telefonema ou *e-mail*, pode haver a mesma emoção que se sente com um abraço. Mas é diferente do presencial. É algo que parece não permanecer, mesmo que se resolva imprimir em papel o texto que acaba de chegar pelo correio eletrônico.

O mesmo acontece com fotos de celulares. O fato de saber que 'o encontro

com a turma' está salvo na memória do aparelho, nos torna indiferentes quanto ao resultado da fotografia. Nada parecido com o que sentíamos na década de 1970, quando aguardávamos ansiosos pelas imagens em preto e branco...!

Hoje vivemos em uma aldeia global, rodeados de tecnologias que nos conectam uns aos outros formando teias enormes e caoticamente estruturadas. Temos acesso a quase tudo, vigiamos e somos vigiados. O celular favorece a disponibilidade constante em qualquer lugar. Temos mobilidade, não somente graças às redes telemáticas que se alongam, mas porque o celular está acoplado à Internet e ao nosso corpo. Pequeno e leve, é dentro dele que guardamos os nossos contatos, nossas fotografias, nossas músicas prediletas.

O celular tornou-se mais uma em centenas de telas que vemos nas ruas, nos meios de transporte público, nas salas de cinema, em estabelecimentos comerciais, em nossa própria casa etc. Assim, o nomadismo *high tech* é aprimorado, uma vez que já não precisamos mais nos locomover pelas cidades para encontrar pontos para conexão. O próprio celular já é um ponto de acesso à *web* e nos acompanha o tempo todo.

Além de nômades, estamos nos tornando multifuncionais. Exercemos várias tarefas concomitantemente, muitas vezes sem linearidade, na tentativa de otimizar o tempo que avança cada vez mais rápido! Atenta a este comportamento, a indústria eletrônica têm desenvolvido suportes híbridos que garantam a usabilidade simultânea e interativa, para que possamos trabalhar e nos divertir ao mesmo tempo.

Há algumas décadas atrás, aparelhos de som 'três-em-um' já eram considerados um grande avanço técnico. O que dizer então do computador que

estrutura nossas ações e necessidades profissionais e ao mesmo tempo nos diverte quando ouvimos músicas no CD ou assistimos a um bom filme no DVD. Ou ainda, quando navegamos na Internet e descobrimos assuntos interessantes que compartilhamos por *e-mail* com amigos e conhecidos.

A interatividade que promovem o computador e a internet mudou radicalmente a maneira com a qual nos relacionamos com a tecnologia. Percebemos que podíamos mais do que simplesmente ver conteúdos em uma televisão. Descobrimos que, ao manusear o *mouse*, várias janelas se abriam – não apenas na tela, mas em nosso modo de pensar, de estudar, de trabalhar e de criar. Tornamos nos mais organizados, montando planilhas e nos tornando capazes de exercer cálculos complexos. E também desconstruímos a linearidade com a qual tivemos de conviver desde a invenção da imprensa. Ficamos mais soltos, menos apegados a objetos materiais porque, afinal, tudo se tornou descartável...!

Ao longo deste trabalho pudemos observar que o celular está potencializando esta mudança de paradigma, oferecendo mais possibilidades de interação, em função da convergência e de todas as suas influências. Assim, já é possível anteciper que novas formas de comunicação estão se configurando. Formas que consideram o usuário um receptor e também um produtor de conteúdo. Conteúdo de autoria desapegada, que pode ser modificado e transmutado por várias mãos e mentes. Obras audiovisuais maleáveis, capazes de expressar a mobilidade existente nas ciberurbes e de reagrupar fragmentos sensoriais que enriqueçam a interatividade que estas novas mídias proporcionam.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERÁOS, Ricardo. **O celular e a notícia**. *Crônicas do Século 21*. O Estado de S. Paulo. Link. São Paulo: 11/Julho/2005.

ANTONELLO, P. **Ordinateur: a Tela e a Página**. In *Interseções: a materialidade da comunicação*. João Cezar de Castro Rocha (org. e trad.). VI Colóquio UERJ. Rio de Janeiro: Imago, 1998.

ARENDT, Hannah. **A Condição Humana**, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 10ª edição, 2000.

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Campinas, SP: Papirus, 1993.

BAITELLO JR., Norval. **A era da Iconofagia. Ensaios de Comunicação e Cultura**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BALOGH, Ana Maria. **Conjunções – Disjunções – Transmutações: da Literatura ao Cinema e à TV**. São Paulo, SP: Annablume, 2005.

BENJAMIN, WALTER. **A Obra de Arte na Época de suas Técnicas de Reprodução**. In *Os Pensadores*. São Paulo: Abril Cultural S.A., 1983.

BETANCOURT, Michael. **The Aura of the Digital**. In: *'1000 Days of Theory'*. Arthur and Marilouise Kroker Editors. Disponível em: [www.ctheory.net/articles.aspx?id=519](http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=519) Acesso em 20/Jun/2006.

CAMPOS, Haroldo de. **Metalinguagem**. São Paulo: Cultrix, 3ª ed.

CASTELLS, Manuel. **A era da intercomunicação**. In *Le Monde Diplomatique*. Trad. Márcia Macedo. Edição eletrônica brasileira, Instituto Paulo Freire: São Paulo, Ago/2006. Disponível em: <http://diplo.uol.com.br/imprima1379> Acesso em Abril/2008.

CHAROUX, Ofélia M. G. **Metodologia: processo de produção, registro e relato do conhecimento**. São Paulo: DVS, 2004.

CORRÊA, Rafael. **Notícias Portáteis**. Tecnologia. Revista Veja. São Paulo, 10/Maio/2006.

DICIONÁRIOS EDITORA. **Dicionário de alemão-português**. Porto, Portugal: Porto Editora, 1999.

DOWBOR, Sofia. **China. Há vida por trás do Grande Firewall**. In *Le Monde Diplomatique*. Edição eletrônica brasileira, Instituto Paulo Freire: São Paulo, 11/Abril/2008. Disponível em: <http://diplo.wordpress.com/2008/04/11/china-ha-vida-por-tras-do-grande-firewall/>

FELINTO, Erick. **Materialidades da Comunicação: por um novo lugar da matéria na teoria da comunicação.** CIBERLEGENDA, Nº 5, 2001. Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/felinto1.htm> . Acesso em 26/junho/2006.

\_\_\_\_\_ e ANDRADE, Vinícius. **A Vida dos Objetos: um diálogo com o pensamento da materialidade da comunicação.** Revista Contemporânea. Salvador: programa de pós-graduação em comunicação e cultura contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, vol. 3, nº 1, págs. 75-94, jan / jun de 2005.

FENOGLIO, Jérôme. **Podemos escapar à Vigilância?** Entrevista com Thierry Rousselin. Trad. Luiz Roberto Mendes Gonçalves. *In* Le Monde, 13/Abril/2008. Disponível em: <http://noticias.uol.com.br/midiaglobal/lemonde/2008/04/13/ult>

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FERREIRA, Jorge C.F. **Mutações Sociais e Novas Tecnologias: O potencial radical da Web.** Texto apresentado como requisito parcial da disciplina “História social da Comunicação” – Umesp, 2003. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)

FILHO, André B., CASTRO, Cosette e TOME, Takashi. **Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social.** São Paulo: Paulinas, 2005.

FILHO, R.S. **Simplicidade Digital.** Vida Simples. Equilíbrio. São Paulo: Abril, Edição 47, Nov./2006.

FURTADO, Beatriz. **Imagens eletrônicas e paisagem urbana: intervenções espaço-temporais no mundo da vida cotidiana: comunicação e cidade.** Rio de Janeiro: Relume Dumará; Fortaleza, CE: Secretaria da Cultura e Desporto, 2002.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Org.: João Cezar de Castro Rocha. **Corpo e forma: ensaios para uma crítica não-hermenêutica.** Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

HADJU, David. **Somos uma câmera.** *Artigo. VIDA&, A29.* O Estado de S. Paulo, 22/Out./2006.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens. O Jogo como Elemento da Cultura.** Trad. João Paulo Monteiro. São Paulo: Perspectiva, 2004

ISHARA, Helena Sordili. **Interfaces da cidade de São Paulo.** Dissertação de Mestrado. São Paulo: UNIP, 2007.

JARDIM, Sílvia Cristina. **A Televisão Fluída: sinestesia e metaformas na MTV Brasil.** Dissertação de Mestrado. São Paulo: UNIP, 2007.

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar.** Trad. Maria Luís X. de A. Borges; Revisão técnica, Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

KRÖNER, Svea. **Conexões na Web 2.0 - A Recepção sob o Prisma da Materialidade no Vídeo “The Machine Is Us / Ing Us” de Michael Wesch.** São Paulo, Interação.com, CIEC. nº 6, volume I, ano V, Dez/ 2007. Disponível em: <http://www.ciec.org.br>

LEMOS, André. **Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais.** In *Media Literacy*. São Paulo, Matrizes, nº1, Out./2007. Disponível em: <http://www.usp.br/matrizes/img/01/Media1AndreLemos.pdf>

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência.** Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: 1993.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura.** Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Edição 34, 1999.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências.** Trad. Bertha Halpern Gurovitz. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

\_\_\_\_\_. **O conhecimento comum.** Trad. Aluizio Ramos Trinta. Porto Alegre, RS: Sulina, 2007.

MANZINI, Ezio. **A Matéria da Invenção.** Trad.: Pedro Afonso Dias. Porto: Porto Editora, 1993.

MASCARENHAS, André. **Seja um fotógrafo conhecido na web.** O Estado de S. Paulo. Link, L4. São Paulo: 09/Jan./2006.

\_\_\_\_\_. **FotoRepórter: 150 imagens por dia.** O Estado de S. Paulo. Link, L12. São Paulo: 07/Nov./2005.

Mc LUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** Trad.: Décio Pignatari. São Paulo: Ed Cultrix, 18ª edição, 2006.

MIGLIORIN, Cezar e FELDMAN, Ilana. Design: Tiago Teixeira. **Instantâneos sobre Retrato Celular** . Revista Cinética - Cinema e Crítica. Olhares, Eletrônica. Setembro/2007. Disponível em: <http://www.revistacinetica.com.br/retratocelular.htm>  
Acesso em 04/Out./2007.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo.** Trad. Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

NATÁRIO, Eduardo. WAJNMAN, Solange. **O controle remoto e a interatividade na televisão.** Dissertação de mestrado. São Paulo: UNIP, 2005.

PIRES, Alessandra M. **Resenha do filme ‘Janelas da Alma’.** Dir. João Jardim and Walter Carvalho. Brazil, 2001. Dur. 73 min.. Chasqui. Publicado em 1º/Maio/2006. Disponível em: [http://www.accessmylibrary.com/coms2/summary\\_0286-32100633\\_ITM](http://www.accessmylibrary.com/coms2/summary_0286-32100633_ITM)

PRETTI, L. **TV brasileira chega à pequena tela do celular.** O Estado de São Paulo. Link. São Paulo: nº 838, 19/Nov./2007.

SERRANO, Filipe. **Internet no celular está mais rápida.** *Celular*. O Estado de S.

Paulo. Link, *L8 e L9*. São Paulo: 17/Dez./2007.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **Revolução Digital: história e tecnologia no século 20**. São Paulo: Saraiva, 2007.

SARTORI, Giovanni. **Homo videns: televisão e pós-pensamento**. Trad. Antonio Angonese. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

SELLTIZ, et al. **Método de Pesquisa nas Relações Sociais**. Trad. Dante Moreira Leite. São Paulo: EPU, 1974.

SILVA, Juremir Machado da. **O imaginário é uma realidade**. Revista Famecos, nº 15, Porto Alegre: Agosto/2001.

STRAUBHARR, Joseph D. e LA ROSE, Robert. **Comunicação, Mídia e Tecnologia**. Trad. José Ant. Lacerda Duarte. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004.

TAS, Marcelo. **Repórteres de si mesmos**. *Diversões Eletrônicas*. O Estado de S. Paulo. Link. São Paulo: 11/Julho/2005.

VERSIGNASSI, Alexandre. **Aqui está a primeira máquina do tempo**. *Essencial. Você tem de saber*. Revista Superinteressante. Abril, ed. 251. Abril/2008.

VIEIRA, Eduardo. **A terceira tela**. Revista Época. Globo, ed. 421. Jun/2006. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDR74430-6012,00.html>

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. Trad. Maria Immacolata Vassallo de Lopes. São Paulo: Ed. Loyola, 2003.

WOLFE, Tom. **Os Desdobramentos da Aldeia Global**. Introdução De *Mc Luhan Por Mc Luhan*, Stephanie Mc Luhan E David Staines (Orgs.). Trad. Antonio De Pádua Danesi. Rio De Janeiro: Ediouro, 2005. Disponível em: [http://www.citi.pt/homepages/espaco/html/aldeia\\_global.html](http://www.citi.pt/homepages/espaco/html/aldeia_global.html) Acesso em: 05/Nov./2006.

## WEBGRAFIA

BIG BROTHER BRASIL – CELULAR. **Meu Big Brother**. Rede Globo. Disponível em: <http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BCW2-4057-20,00.html>

BLOG DA PRODUÇÃO. **Semana Retrato Celular**. Multishow. 2007. Disponível em: <http://www.retratocelelular.globolog.com.br/>. Acesso em 04 Out./2007.

FOTOREPÓRTER. **Mande fotos digitais para o Estadão**. Tecnologia. Portal Estadão. Tecnologia, Telecom. 29/Out./2005. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/arquivo/tecnologia/2005/not20051029p29785.htm>

IDG Now! **Cientistas criam modelo do corpo humano em 4D que flutua no ar**. Computação Corporativa. Publicada e acessada em 24/Maio/2007. Disponível em: [http://idgnow.uol.com.br/computacao\\_corporativa](http://idgnow.uol.com.br/computacao_corporativa)

MUSEU DO TELEFONE. **Fundação Telefônica**. Disponível em: <http://www.museudotelefone.org.br/aloalo.htm>

MOBILE CRUNCH. **You Will Control 25% of Entertainment by 2012**. Postado por John Kullman, em 03/Dez/2007. Disponível em: <http://mobilecrunch.com/2007/12/03/you-will-control-25-of-entertainment-by-2012/>

HERDEIRO DO CAOS. Blog do jornalista Yuri Almeida, que propõe diálogos sobre o ciberespaço e as ações sócio-culturais desenvolvidas na web. Disponível em: <http://herdeirodochaos.wordpress.com/tag/colaboracao/>

## FONTES AUDIOVISUAIS

ALÔ!? E A MINHA COMISSÃO? Direção e Roteiro: Mara Mourão. Argumento: Wellington Nogueira e Mara Mourão Elenco: Betty Lago, Herbert Richers Jr., Myriam Muniz, Wellington Nogueira. Distribuição: Rio Filme, 1998.

DIÁRIO DE SOFIA, 2007. Direção e Roteiro: Carol Agabiti Elenco: Mayara Constantino. Novela compacta distribuída pela rede wap de telefonia celular (Tim, Vivo, Claro e Oi).

JORNADA NAS ESTRELAS. COMO TUDO COMEÇOU. Orig.: **Star Trek: The Cage**. Direção: Robert Butler. Criação, Roteiro e Produção: Gene Roddenberry. Elenco: Jeffrey Hunter, Susan Oliver, Leonard Nimoy, Majel Barrett, John Hoyt, Peter Duryea, Laure Goodwin. EUA: Desilu Productions, 1964.

JORNADA NAS ESTRELAS IV. A VOLTA PARA CASA Orig.: **Star Trek IV: The Voyage Home**. Direção Leonard Nimoy. Criação: Gene Roddenberry. Roteiro: Leonard Nimoy e Harve Bennett. Produção Executiva: Ralph Winter Elenco: William Shatner, Leonard Nimoy, James, George Takei, Walter Koenig. EUA: Paramount, 1986.

MANHATTAN POR LUCAS MENDES. Reportagens de Lucas Mendes. Diretor responsável: Marco Nascimento. Núcleo de Nova York: Lúcia Guimarães e Angélica Vieira. Sergio de Castro (produção e edição final). Henderson Royes (imagens), Lino Ribolla e Johny Herbert (arte), Andrea D'Alessandro (edição de imagens), Mauro Ortman e Manoel Viúdes (pós-produção). TV Cultura, Fundação Padre Anchieta. São Paulo, sem data.

11 HOMENS E UM SEGREDO (1960). Orig.: **Ocean's Eleven**. Direção: Lewis Milestone. Roteiro: Harry Brown e Charles Laderer, baseado em estória de George Clayton Johnson e Jack Golden Russell, Elenco: Frank Sinatra, Bing Crosby, Dean

Martin, Peter Lawford, Sammy Davis Jr., Akim Tamiroff , Buddy Lester, George Raft, Clem Harvey, Henry Silva, Cesar Romero, Angie Dickinson

11 HOMENS E UM SEGREDO (2001). Orig.: **Ocean's Eleven**. Direção: Lewis Milestone. Roteiro: Harry Brown e Charles Laderer, baseado em estória de George Clayton Johnson e Jack Golden Russell, Elenco: George Clooney, Andy Garcia e Julia Roberts. Matt Damon, Brad Pitt, Eddie Jemison, Don Cheadle, Elliot Gould, Bernie Mac, Carl Reiner, Shaobo Qin, Scott Caan and Casey Affleck.

RETRATO CELULAR. Direção geral: Andrucha Waddington. Direção e roteiro: Mônica Almeida, Patrícia Guimarães, Paulo de Barros. Co-produção: Canal Multishow e Conspiração Filmes. Rio de Janeiro, 2007.

## FONTES SONORAS

VERDE ANIL AMARELO COR-DE-ROSA E CARVÃO. **Enquanto isso**. Faixa 12. Marisa Monte e Nando Reis (1991). CD produzido por Arto Lindsay. Co-produção Marisa Monte. Dir. Executiva: Leonardo Netto. Gravação e mixagem: Patrick Diller. Gravado em Março, Abril e Maio/ de 1994 nos estúdios Nas Nuvens / Rio de Janeiro e Skyline / New York. Distribuição EMI-ODEON.

SENHAS. **Esquadros**. Faixa 3. Adriana Calcanhoto. CD produzido por Adriana Calcanhoto e Ricardo Rente. Gravado e mixado em Março, Abril e Maio de 1992 no Impressão Digital, Rio de Janeiro. Columbia. Fabricação e distribuição: Sony Music Entertainment (Brasil) Ltda.

ACÚSTICO MTV LENINE. **Paciência** - Faixa 4. Lenine e Dudu Falcão. CD produzido por Lenine e co-produzido por Álvaro Alencar. Direção de Produção: Leninha Brandão. Direção Artística: Bruno Batista. Coord.: André 'Peixe' Mattos. Prod. Executiva: Andrea Comodo. Gravado por Álvaro Alencar e Paulo Lima no sistema móvel de gravação, Gabisom Audioequipment, nos dias 24 e 25 de Junho de 2006. Auditório do Ibirapuera, São Paulo. MTV Music Television. Fabricação e distribuição: Sony BMG Music Entertainment (Brasil) Ltda..

**ANEXOS**

**40 ANOS DEPOIS**  
**A tecnologia da Enterprise hoje**

**CARTÕES DE MEMÓRIA**  
O Sr. Spock adorava seus cartões de memória, pequenos pedaços de plástico colorido que ele inseria em leitores em seu console de trabalho. Além de fazermos isso hoje, temos cartões de memória bem menores que os da Enterprise, mas provavelmente com menor capacidade de armazenamento.

**TRICORDER**  
A equipe de ciências da nave contava com um pequeno aparelho que conseguia detectar os mais variados tipos de energia, além de fazer análises químicas e biológicas instantaneamente. Temos tudo isso em dispositivos separados, como aparelhos de ressonância magnética, raios X e espectrômetros de partículas.

**POKE BLUETOOTH**  
Muito antes da febre dos celulares Bluetooth, Uhura já usava seu fuzinho sem fio para mandar mensagens em todas as frequências de saudação, imitando a arte, a literatura, lançando recentemente no exterior um livro que teve o design inspirado no equipamento da Enterprise.

**RECONHECIMENTO DE VOZ**  
Em vez de digitar e usar dispositivos físicos, os tripulantes da Enterprise simplesmente davam comandos de voz para o computador. Nos dias de hoje, apesar de possível, o processo de reconhecimento de voz ainda é bastante deficiente.

**CELULARES**  
Muito mais que simples rádios, os comunicadores padrão da Frota Estelar permitiam que se falasse com qualquer nave em órbita próxima, além de contatar outros comunicadores que estivessem na área ou mesmo do outro lado do planeta. Quem como nossos celulares, não?

**SERINGAS SEM AGULHAS**  
Em vez de espetar os tripulantes com agulhas para injetar vacinas e medicamentos, o Dr. McCoy simplesmente enfiava um pequeno cilindro de metal no braço do paciente e, após um "pff" indolor, o trabalho estava feito. Temos a mesma tecnologia hoje, em seringas hipodérmicas de ar comprimido.

**PHASERS EM TONTEAR**  
A tecnologia do futuro permitia que situações potencialmente mortais fossem resolvidas com um simples disparo de energia não-letal para incapacitar possíveis inimigos da tripulação que sabiam de controle. Hoje temos as armas de choque, com o mesmo propósito.

**TRADUTORES UNIVERSAIS**  
Com um toque de botão, os tripulantes da nave conseguiam comunicar-se perfeitamente com raças alienígenas, graças a um pequeno dispositivo que interpretava os vocábulos em tempo real. Estamos bem longe disso, mas temos tradutores eletrônicos portáteis.

**BATERIAS DE LÍTIU**  
Os reatores de fusão e motores de dobra da nave não funcionavam exatamente com baterias, mas usavam cristais dilúto, primeiros ancestrais das baterias de celulares e notebooks que hoje, que utilizam íons de lítio para armazenar energia.

**TELAS DE PLASMA E LCD**  
A Enterprise era dotada com o que havia de melhor em tecnologia de vídeo. Além de cada aposento contar com pequenas telas individuais, a ponte era equipada com um gigantesco telão. Nossos monitores LCD e televisores de Plasma são herdeiros diretos dessa tecnologia.

**VIDEOPAPO**  
Conversar olhando nos olhos da interlocutor, não importando a distância que ele se encontra, era um alto corriqueiro na nave. Exatamente como hoje em dia fazemos usando nossos computadores e webcams, para falar no Messenger ou Skype.

**COMPUTADORES DE MÃO**  
A tripulação viajava com pequenos dispositivos na mão, que exibiam dados e até mesmo assinavam a assinatura do capitão Kirk. Nossos computadores de mão, que também podem servir como telefones, são significativamente menores que os da Enterprise.

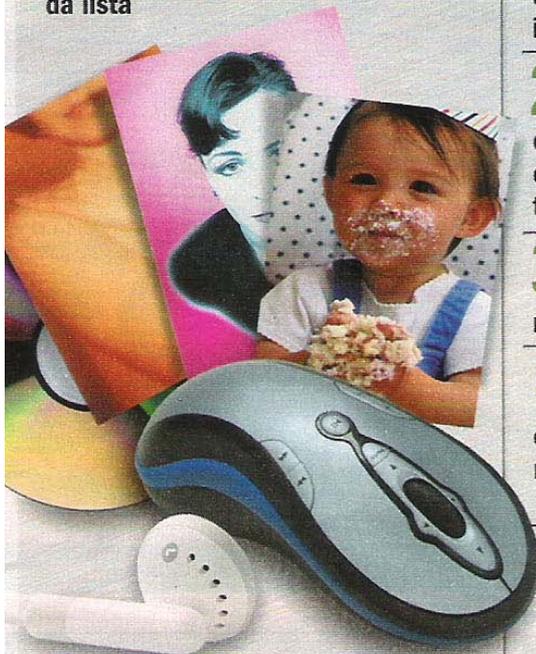
Anexo 1

Infográfico da matéria “A ciência visionária da Frota Estelar.” OESP, Link, 04/Set./2006.

Disponível em: <http://img01.link.estadao.com.br/multimedia/infografico/EnterpriseTecnologias.pdf>

## Manual de @tiqueta

No mundo virtual também há regras para a boa convivência. Fazem parte da lista



### DO FOTÓGRAFO

- 1** Sempre pedir autorização ou avisar antes de disparar sua máquina na cara das pessoas
- 2** Tirando seu próprio e fofo bebezinho, nunca fotografar uma pessoa comendo ou dormindo
- 3** Antes de mandar fotos para os amigos, conferir se estão mesmo interessados
- 4** Não enviar mais que três fotos por mensagem, mais que vinte por álbum on-line e mais que quatro álbuns por ano
- 5** Jamais submeter as visitas à exibição do(s) CD(s) das férias da família em Bariloche. Nem que elas, resignadamente, concordem em vê-lo(s)

### DO USUÁRIO DE INTERNET

- 1** Num site de bate-papo on-line, quando alguém define seu status como "ocupado" é porque não quer ser incomodado. Adie a conversa
- 2** Em computadores de uso compartilhado é possível que, sem querer, você abra o e-mail ou a caixa de diálogo de outra pessoa. Resista à tentação e clique em Sair imediatamente
- 3** Ao deletar um e-mail, tenha em mente que a outra pessoa possui meios de saber se você o leu ou não
- 4** Se receber convite indesejado para ser amigo de alguém no Orkut, espere algumas semanas antes de rejeitar. Pode ser que o "amigo" desista de esperar resposta
- 5** Já nos serviços tipo Messenger, o mais educado é aceitar interlocutores e depois, se for o caso, bloquear os indesejáveis
- 6** Antes de postar uma foto no Orkut, pense que seu chefe poderá vê-la — um bom parâmetro para saber se a imagem é adequada
- 7** Ao mandar piadas para os amigos, selecione bem. E tenha absoluta certeza de que eles gostam de receber
- 8** Aliás, reflita: precisa mesmo compartilhar piadas?
- 9** Se enviar links com música, avise no texto do e-mail. Isso evita susto do destinatário diante de um hit sertanejo no volume máximo
- 10** Se alguém lhe falar quando estiver ouvindo seu iPod, tire os fones do ouvido para responder. Ou, pensando melhor: se a pessoa estiver ouvindo seu iPod, evite falar com ela

FOTOS MARCELO KURAI/IVULI.GAÇÃO

**Nokia N95**

(TEXTO DO COMERCIAL)

*Tem algo no meu bolso, que não é uma coisa só.*

*São várias.*

*Várias, com muitas outras.*

*Mas é diferente de tudo.*

*Pode dizer milhões de palavras, mas não tem voz.*

*Pode encontrar lugares que você nunca procurou.*

*E fazer os outros sentirem o que emocionou você.*

*Tem algo no meu bolso, que não é uma coisa só.*

*São várias.*

## A Kind of Magic

Roger Taylor

*It's a kind of magic  
It's a kind of magic  
A kind of magic*

**ONE DREAM, ONE SOUL, one prize, one goal  
ONE GOLDEN GLANCE OF WHAT SHOULD BE  
IT'S A KIND OF MAGIC**  
*One shaft of light that shows the way  
No mortal man can win this day  
It's a kind of magic*

**THE BELL THAT RINGS INSIDE YOUR MIND  
IT'S CHALLENGING THE DOORS OF TIME  
IT'S A KIND OF MAGIC**  
*The waiting seems eternity  
THE DAY WILL DAWN ON SANITY  
IT'S A KIND OF MAGIC*

*There can be only one  
This rage that lasts a thousand years  
Will soon be gone  
This flame that burns inside of me  
I'm hearing secret harmonies  
It's a kind of magic*

*The bell that rings inside your mind  
Is challenging the doors of time*

*It's a kind of magic  
It's a kind of magic*

*This rage that lasts a thousand years  
Will soon be, will soon be  
Will soon be gone  
This is a kind of magic*

*There can be only one  
This life that lasts a thousand years  
Will soon be gone*

*Magic - It's a kind of magic  
It's a kind of magic  
Magic, magic, magic, magic  
It's magic  
It's a kind of magic*

*É um tipo de mágica  
É um tipo de mágica  
Um tipo de mágica*

**Um sonho, uma alma, um prêmio, um objetivo  
Uma boa olhada no que deve ser  
É um tipo de mágica**  
*Um facho de luz que mostra o caminho  
Nenhum mortal pode ganhar este dia  
É um tipo de mágica*

**O sino que toca em sua mente  
É um desafio às portas do tempo  
É um tipo de mágica**  
*A espera parece uma eternidade  
O dia vai raiar de sanidade  
É um tipo de mágica*

*Só pode haver um  
Essa fúria que dura milhares de anos  
Breve terminará  
Esta chama que queima em mim  
Estou ouvindo harmonias secretas  
É um tipo de mágica*

*O sino que toca em sua mente  
É um desafio às portas do tempo*

*É um tipo de mágica  
É um tipo de mágica*

*Uma fúria que dura milhares de anos  
Breve, breve  
Breve terminará  
Isto é um tipo de mágica*

*Só pode haver um  
Essa vida que dura milhares de anos  
Breve terminará*

*Mágica - Isto é um tipo de mágica  
Isto é um tipo de mágica  
Mágica, mágica, mágica, mágica  
É mágica  
Isto é um tipo de mágica*

Anexo 4

## OS VOTOS

Sergio Jockymann

*Pois, desejo primeiro que você ame e que amando, seja também amado, e que se não o for, seja breve em esquecer e esquecendo, não guarde mágoa.*

*Desejo depois que não seja só, mas que se for, saiba ser sem desesperar.*

*Desejo também que tenha amigos e que, mesmo maus e inseqüentes, sejam corajosos e fiéis.*

*E que em pelo menos um deles você possa confiar, que confiando, não duvide de sua confiança.*

*E porque a vida é assim, desejo ainda que você tenha inimigos, nem muitos nem poucos, mas na medida exata para que, algumas vezes, você se interpele a respeito de suas próprias certezas. E que entre eles haja pelo menos um que seja justo, para que você não se sinta demasiadamente seguro.*

*Desejo, depois, que você seja útil, não insubstituivelmente útil,*

*Mas razoavelmente útil. E que nos maus momentos, quando não restar mais nada,*

*Essa utilidade seja suficiente para manter você de pé.*

*Desejo ainda que você seja tolerante, não com os que erram pouco, porque isso é fácil, mas com aqueles que erram muito e irremediavelmente,*

*E que essa tolerância não se transforme em aplauso nem em permissividade,*

*Para que assim fazendo um bom uso dela, você dê também um exemplo para os outros.*

*Desejo que você, sendo jovem, não amadureça depressa demais e que, sendo maduro,*

*não insista em rejuvenescer e que, sendo velho, não se dedique a desesperar.*

*Porque cada idade tem o seu prazer e a sua dor e é preciso deixar que eles escurram dentro de nós.*

*Desejo, por sinal, que você seja triste, mas não o ano todo, nem em um mês e muito menos numa semana, mas apenas por um dia. Mas que nesse dia de tristeza, você descubra que o riso diário é bom,*

*o riso habitual é insosso e o riso constante é insano.*

*Desejo que você descubra com o máximo de urgência, acima e a despeito de tudo.*

*Talvez agora mesmo, mas se for impossível, amanhã de manhã, que existem oprimidos, injustiçados e infelizes, e que estão à sua volta, porque seu pai aceitou conviver com eles.*

*E que eles continuarão à volta de seus filhos, se você achar a convivência inevitável.*

*Desejo ainda que você afague um gato, que alimente um cão*

*e ouça pelo menos um João-de-Barro erguer triunfante o seu canto matinal.*

*Porque assim você se sentirá bem por nada.*

*Desejo também que você plante uma semente, por mais ridícula que seja, e acompanhe o seu crescimento dia-a-dia, para que você saiba de quantas muitas vidas é feita uma árvore.*

*Desejo, outrossim, que você tenha dinheiro, porque é preciso ser prático.*

*E que, pelo menos uma vez por ano, você ponha uma porção dele na sua frente e diga:*

*Isso é meu. Só para que fique bem claro quem é dono de quem.*

*Desejo ainda que você seja frugal, não inteiramente frugal, não obcecadamente frugal, mas apenas usualmente frugal. Mas que esse frugalismo não impeça você de abusar quando o abuso se impõe.*

*Desejo também que nenhum dos seus afetos morra, por ele e por você.*

*Mas que, se morrer, você possa chorar sem se culpar e sofrer sem se lamentar.*

*Desejo, por fim, que sendo mulher você tenha um bom homem;*

*E que sendo homem, tenha uma boa mulher.*

*E que se amem hoje, amanhã, depois, no dia seguinte, mais uma vez,*

*e novamente, de agora até o próximo ano acabar,*

*E que quando estiverem exaustos e sorridentes, ainda tenham amor para recomeçar.*

*E se isso só acontecer, não tenho mais nada para desejar.*

## DESEJOS

### Transmutação do poema 'Os Votos' para o comercial da operadora 'Vivo'

*Pois, desejo primeiro que você ame e que amando, seja também amado, e que se não o for,  
seja breve em esquecer e esquecendo, não guarde mágoa.*

*Desejo também que tenha amigos e que, mesmo maus e inconstantes, sejam corajosos  
e fiéis.*

*E que em pelo menos um deles você possa confiar, sem duvidar.*

*E porque a vida é assim, desejo ainda que você tenha inimigo; para que algumas vezes  
você se interpele a respeito de suas próprias certezas.*

*E que entre eles haja pelo menos um que seja justo, para que você não se sinta demasiado  
seguro.*

*Desejo que você, sendo jovem, não amadureça depressa demais e, sendo maduro,  
não insista em rejuvenescer...*

*Porque cada idade tem o seu prazer e a sua dor.*

*Desejo, por fim, que você sendo um homem, tenha uma boa mulher, e que sendo mulher  
tenha um bom homem;*

*E se amem hoje, amanhã e no dia seguinte.*

*E que quando estiverem exaustos e sorridentes, haja ainda amor para recomeçar.*

*E se isso acontecer...*

*Não tenho mais nada a te desejar.*



# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)