

Universidade Federal Fluminense
Instituto de Arte e Comunicação Social
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

O celular como novo dispositivo para a imagem audiovisual

Adriano Chagas

Niterói, RJ
2017

S237 Santos, Adriano Chagas dos.

O celular como novo dispositivo para a imagem audiovisual /
Adriano Chagas dos Santos. – 2017.
148 f. ; il.

Orientador: Felipe de Castro Muanis.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal
Fluminense. Departamento de Cinema e Vídeo, 2017.

Bibliografia: f. 144-148.

1. Multimeio. 2. Imagem. 3. Telefonia celular. 4. Cinema.
I. Muanis, Felipe de Castro. II. Universidade Federal Fluminense.
Departamento de Cinema e Vídeo. III. Título.

ADRIANO CHAGAS

O celular como novo dispositivo para a imagem audiovisual

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Felipe de Castro Muanis

Niterói, RJ

2017

O celular como novo dispositivo para a imagem audiovisual

Adriano Chagas

Banca Examinadora

Prof. Dr. Felipe de Castro Muanis – Orientador
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Prof^a. Dr^a. Vera Lúcia Follain de Figueiredo
Pontifícia Universidade Católica (PUC-RJ)

Prof. Dr. Antonio Carlos Amâncio
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Niterói, RJ

2017

Aos amores Daniel e Clara

Agradecimentos

Agradeço de forma especial ao professor Felipe Muanis pela generosidade na condução da orientação. Sua disponibilidade e precisão contribuíram de forma plena para a realização da pesquisa, dentro da premissa de originalidade que sempre norteou as nossas conversas e, creio, se materializou nas páginas a seguir. Quis o destino que autuássemos junto nesta estrada. A parceria, registro, contribuiu integralmente para a melhoria da qualidade do meu trabalho como docente e o meu amadurecimento profissional.

Nos últimos três anos, desde as aulas na especialização, o incentivo e a confiança da professora India Mara Martins também foram essenciais para a construção desta dissertação.

Outros docentes do PPGCom também atravessaram esta caminhada de forma decisiva, contribuindo com o compartilhamento de seus conhecimentos e experiências: Tunico Amâncio, Beatriz Polivanov, Flora Daemon e Carla Barros, muito obrigado! O mesmo se aplica integralmente à professora Vera Follain, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Igualmente importante e necessário destacar a presteza, a atenção e a agilidade da equipe da secretaria administrativa do PPGCom.

Agradeço à Empresa Brasil de Comunicação, pela flexibilidade para o acompanhamento da etapa presencial; e à Universidade Estácio de Sá, pelos subsídios para a presença em eventos fora do Estado do Rio de Janeiro.

Agradeço aos colegas da turma de 2015 pelo investimento de seu valioso tempo na discussão do projeto de pesquisa, pela indicação de leituras e a proposição de olhares distintos e complementares aos temas elencados nesta dissertação.

Agradeço ainda à organização do Festival do Minuto. A agilidade da equipe de produção do concurso no retorno das demandas foi fundamental para o cumprimento dos prazos acordados no calendário acadêmico.

Agradeço à Priscilla Mendonça pela serenidade e paciência na etapa de finalização deste trabalho.

Agradeço à Poliana Guimarães pela parcimônia na preparação dos materiais complementares.

E, por fim, mas não menos importante, agradeço à minha família pelo apoio de sempre e, em particular, neste período de construção da pesquisa.

*“A vida é muito maior que a
soma de seus momentos”*
Zygmunt Bauman

Resumo

Esta dissertação tem o objetivo de contribuir para as discussões a respeito de um novo modelo de imagem audiovisual, surgido a partir da onipresença dos *smartphones* na sociedade contemporânea. O hábito de produzir e compartilhar vídeos ou realizar transmissões em tempo real nas redes sociais, via *smartphones*, se tornou uma ação indissociável do comportamento do homem contemporâneo. Amparado por estudos de teóricos como Giorgio Agambem, Marc Augé, Jean Epstein e Everardo Rocha, entre outros, a pesquisa defende que o telefone celular, entre suas múltiplas possibilidades de uso, tende a assumir também um papel de equipamento pleno do processo de realização de conteúdo audiovisual. Considerando a questão da tecnologia como *commodity* e características intrínsecas destes dispositivos, como mobilidade e autonomia, ocorre a tentativa de evidenciar a influência dos telefones celulares nos processos de produção, circulação e exibição de vídeos de curta duração, na tela do próprio aparelho.

Palavras-chave: audiovisual; imagem; telefones celulares; cinema; telas.

Abstract

This dissertation aims to contribute to the discussions about a new model of audiovisual image emerged from the omnipresence of *smartphones* in contemporary society. The habit of producing and sharing videos or performing real-time broadcasts on social networks has become an inseparable action of contemporary man's behavior. Supported by studies by theorists like Giorgio Agambem, Marc Augé, Jean Epstein and Everardo Rocha, among others, the research argues that the cellular telephone can assume the role of total and full equipment of the audiovisual content realization process. Considering the issue of technology as a commodity and the intrinsic characteristics of these devices, such as mobility and autonomy, an attempt is made to highlight the influence of cellular phones on the processes of production, circulation and display of short videos.

Keywords: audiovisual; image; mobile phones; movie theater; screens.

Lista de ilustrações

Figura 1 – Rua com trecho para usuários de celular.....	23
Figura 2 – Sinalização bilíngue em rua chinesa para usuários de celular.....	35
Figura 3 – O cinematógrafo dos irmãos Lumière.....	44
Figura 4 – O Cine Drive In, de Brasília.....	56
Figura 5 – Mensagens de texto nas telas dos Cinemas na China.....	60
Figura 6 – Cinema caseiro no Japão: celulares e caixas de papelão.....	61
Figura 7 – Caçada aos Pokemóns no Campo de São Bento, em Niterói.....	63
Figura 8 – Celulares na abertura dos Jogos Olímpicos Rio2016.....	68
Figura 9 – Selfie na Índia.....	73
Figura 10 – Usos do telefone celular.....	82
Figura 11 – Mick Jagger diz que São Paulo é a cidade dos celulares.....	94
Figura 12 – O cineasta Tim Burton filma e fotografa o Carnaval do Rio.....	103
Figura 13 – O cineasta Tim Burton filma e fotografa o Carnaval do Rio.....	103
Figura 14 – Frame do filme Rotina, do Festival do Minuto de 2016.....	109

Sumário

Introdução	12
Capítulo I - Paradigmas da imagem audiovisual	23
1.1 O celular no cotidiano e como dispositivo.....	25
1.2 Do cinematógrafo ao celular: tão longe e tão perto.....	37
1.3 O percurso das telas.....	52
Capítulo II – O celular como extensão do homem	68
2.1 O consumo de imagens e aparelhos.....	79
2.2 Comportamentos e práticas ao celular.....	87
2.3 Audiência de produtos audiovisuais no celular.....	99
Capítulo III – Imagem audiovisual nos filmes de celular	109
3.1 Vídeos do Festival do Minuto.....	111
3.2 Filmes captados com celular.....	122
Conclusão	133
Anexos	143
Referências	144

Introdução

Eles estão por toda parte, protagonistas de um processo fictício de ocupação de espaços. Os modernos telefones celulares da contemporaneidade são onipresentes nos ambientes privados e públicos, mobilizando uma legião de usuários em torno de seus inúmeros recursos, capazes de suportar praticamente todas as necessidades e desejos dos sujeitos em seus papéis social e profissional.

Os *smartphones* estão no centro de uma transformação tecnológica que altera profundamente os modos de ser e agir dos indivíduos. É possível associá-los, principalmente, a uma reconfiguração dos processos de trabalho no mundo moderno, ao ócio durante os tempos de lazer e espera, e especialmente, ao que pretende o foco desta pesquisa: as ações de produção, compartilhamento e consumo de imagens, geradas ou não pelos próprios aparelhos.

No cenário contemporâneo de convergência tecnológica, vislumbrado nos conceitos do teórico canadense Herbert Marshall McLuhan, em obras clássicas como “*Understanding Media*” (1962) e “*The Gutenberg Galaxy*” (1964), observa-se a multiplicação das possibilidades de produção, circulação e exibição de conteúdos audiovisuais. Este fenômeno é amparado pela crescente disponibilidade de equipamentos como os modernos telefones celulares e as modernas redes de comunicação de dados móveis.

Cada novo modelo de *smartphone* lançado no mercado apresenta maior capacidade de processamento de tarefas e melhores características técnicas de captação, processamento, distribuição, reprodução e projeção de imagens e sons. Do ponto de vista técnico, seus recursos são, às vezes, equivalentes ou superiores ao encontrados em equipamentos utilizados em diversas produções audiovisuais profissionais¹.

Os variados usos do telefone celular incluem a cada vez mais rara comunicação por voz, a troca de mensagens por redes sociais e o compartilhamento de diversos conteúdos, quando os aparelhos estão

¹ A comparação será detalhada no terceiro capítulo, quando a pesquisa destacará exemplos nos quais o dispositivo de captação é o aparelho de telefone celular disponível para venda no varejo.

conectados à internet. Nestes processos, o transporte de cada unidade de informação representa um fator técnico da mobilidade característica dos telefones celulares, ou seja, um tipo de comunicação onde não ocorre o movimento de corpos físicos (BAUMAN, 1999).

As várias formas de divisão do espectro de radiofrequências e a crescente capacidade de transmissão da informação dos telefones celulares convertem-se na garantia que estes aparelhos são poderosos e multifuncionais. Capazes de suprir inúmeras necessidades do indivíduo da pós-modernidade em todo lugar, em qualquer contexto.

Esta pesquisa, cabe frisar, considera exclusivamente o celular como equipamento de suporte e mediação dos processos de produção, circulação e exibição de imagens e produtos audiovisuais. Os *smartphones* possuem características acentuadas de portabilidade, estão entranhados em nosso cotidiano como extensões diárias dos corpos dos indivíduos pós-modernos, em detrimento de dispositivos como os *tablets*, *notebooks* e outros aparelhos que possuem características semelhantes, mas requerem necessidades específicas para seu transporte.

A investigação, assim, foi desenvolvida sob a premissa de que os telefones celulares poderiam contribuir para a criação de um novo modelo de imagem audiovisual, contribuindo, talvez, na construção de uma nova linguagem de produtos audiovisuais captados por suas câmeras. Suas possibilidades de uso e recursos tecnológicos, quando dedicadas à realização de conteúdo, poderiam reconfigurar os modos clássicos de produção, circulação e exibição de vídeos.

Este novo contexto não surge para substituir a imagem técnica do cinema ou da televisão, como o espectador se habitou a consumir. Trata-se de um regime adicional que constitui uma relação de coexistência com os meios clássicos, em longas-metragens e vídeos de curta duração, compartilhados pelas redes sociais e disponíveis para audiência nos próprios dispositivos móveis, conectados à internet. A maioria destes produtos, sejam rascunhos, autorregistros ou obras completas, jamais existiria se não fossem as possibilidades que o celular proporciona aos usuários.

Estes vídeos possuem várias finalidades e seu compartilhamento, em alguns casos, nem sempre é autorizado pelos protagonistas. Em outros, trata-

se apenas de um movimento de aceitação do sujeito, onde é necessário mostrar para ser, pela a aceitação e o reconhecimento da sociedade. Outros produtos de curta, média ou longa duração são realizados por força de ações comerciais. Há ainda a iniciativa de cineastas independentes e obras experimentais. Todos estes filmes têm em comum, no centro dos processos de captação da imagem, a câmera do telefone celular, como será visto ao longo da dissertação.

O telefone celular da contemporaneidade se tornou popular e invadiu a vida de cada sujeito, de forma definitiva. O processo de reconfiguração de hábitos e comportamentos dos usuários, na vida cotidiana e nos aspectos relacionados à imagem, está ocorrendo em todo o mundo. Em uma abordagem mais ampla, o avanço da tecnologia de comunicação de dados e os recursos dos modernos aparelhos multifuncionais revolucionaram a forma como as pessoas se comunicam por meio de textos e imagens, estáticas ou em movimento.

A popularização dos aparelhos e os recursos que os transformaram em dispositivos capazes de produzir conteúdo audiovisual ampliaram as possibilidades de realização e armazenamento de sons e imagens de todo tipo. Há, ainda, na comparação com a era analógica, muito mais facilidade para armazenar estes conteúdos, tornando-os disponíveis, sem perda de qualidade, por muito mais tempo.

A consequência deste novo contexto, no qual o *smartphone* assume a condição central, vai além da multiplicação das possibilidades de registro em áudio e vídeo. O modo de o indivíduo lidar com a câmera e manusear o aparelho representa um exemplo de como alguns vídeos captados pelo telefone celular permitem o surgimento de um novo modelo de imagem, além de uma estética consagrada pelo cinema, que o *smartphone* também é capaz de produzir.

Assim, o uso destas imagens, antes restritas a salas de cinema, aparelhos de televisão, *drive-ins* e projeções particulares ou em eventos, também é reconfigurado. Agora, as imagens e sons captados no próprio aparelho se multiplicam e transbordam nas redes sociais. Os vídeos possuem uma série de atributos, características específicas e as mais diversas

finalidades, o que contribui para despertar, nos sujeitos, novos usos para estes conteúdos.

A partir desta reconfiguração da finalidade destes conteúdos, cabe a investigação a respeito de um novo modelo de imagem audiovisual, da forma como a pesquisa propõe. Se a transformação dos suportes analógicos em digitais proporcionou benefícios como otimização de tempo e recursos e a manutenção da qualidade do conteúdo, apenas para citar alguns exemplos principais, a associação do digital com os recursos dos modernos *smartphones* estão transformando a produção, ampliando a circulação e estendendo a exibição de conteúdo audiovisual, em um movimento acelerado rumo à democratização do acesso à informação de todo tipo, em especial à relacionada aos conteúdos abordados nesta investigação.

É notório, então, que todo este contexto, dentro da área de conhecimento a que este trabalho está vinculado e é desenvolvido, desperta a necessidade de melhores desenvolvimento e compreensão do modo como os processos relacionados à imagem e aos usuários de telefones celulares se interligam e são desenvolvidos, tanto no nível de realização amadora, quando nos ambientes profissionais.

Ao observar os últimos 25 anos, período de tempo que compreende os filmes do Festival do Minuto e as obras completas que são objeto de análise nesta pesquisa, é possível constatar a forma contundente como o telefone celular entrou nas vidas das pessoas e transformou decisivamente as relações dos usuários com a imagem captada, compartilhada e exibida no próprio aparelho.

Como um breve exemplo deste processo de transformação, vale citar o documentário “Anna, dos 6 aos 18²” (1994), produzido e dirigido pelo russo Nikita Mikhalkov. Na primeira parte do filme, o realizador apresenta as dificuldades de produção, dentro do contexto de repressão política, econômica e ideológica que a União Soviética enfrentava naquele momento. Devido à censura, as pessoas envolvidas no processo de pós-produção atuavam no anonimato, em função da repressão promovida pelo regime totalitário.

² O filme acompanha o crescimento da primeira filha do cineasta e foi gravado ao longo de 13 anos, período que marcou o fim da União Soviética. A obra está disponível na íntegra em <<https://www.youtube.com/watch?v=70R4DZfLJvI>> Acesso em 10 de agosto de 2017.

Nos dias atuais, um projeto semelhante à realização de um filme de qualquer gênero, ao longo de 13 anos, parece uma situação banal. Há grande oferta na forma de captação das imagens e uma variedade de estratégias de armazenamento e montagem do material captado. Este contexto, inclusive, poderia estar presente no projeto ambicioso do cineasta russo de filmar a continuação do documentário, repetindo a experiência de “Anna, dos 6 aos 18”, com sua filha mais nova, batizada de Nadia. No entanto, até o momento, o filme não foi lançado.

Uma das teses apresentadas nesta dissertação aponta para o fato de o telefone celular dos dias atuais configurar um aparelho que reúne algumas características e qualidades semelhantes às observadas no primeiro cinema, especialmente em relação aos processos relacionados à autonomia para a captação e a exibição da imagem, conceito conhecido como autonomia da funcionalidade. Na comparação com o cinematógrafo, no entanto, o *smartphone* vai além, ao promover a circulação global destes produtos, quando conectado à internet, configurando uma nova rede ampliada de exibição de vídeos.

O telefone celular gera imagens além da estética consagrada pelo cinema. Em primeiro lugar, sua imagem é original, única e assume efeitos de real, na medida em que boa parte das imagens se atém ao registro de acontecimentos. Outro aspecto importante está na liberdade e na autonomia para o operador do dispositivo de captação, gerando imagens com o aparelho na vertical, ao contrário da maioria dos equipamentos convencionais. O uso do aparelho nesta condição amadora, por exemplo, ainda pode até narrar um fato no exato tempo em que ele se desenvolve.

O olhar para os vídeos realizados com *smartphones* evidencia que os produtos de curta duração são mais fáceis de serem assistidos no próprio telefone, independentemente de sua localização geográfica. Esta premissa impõe a análise de outra questão: as condições de espectadorialidade que envolvem a audiência dos produtos na pequena tela do telefone celular.

É sabido que, pelo *smartphone* de um indivíduo contemporâneo, circulam produtos dos mais diversos gêneros e formatos. São pequenos filmes de humor, cenas de flagrantes, vídeos íntimos, conteúdo reprisado de televisão e registros de acontecimentos variados, gravados ou não pelo próprio aparelho.

Tais imagens, antes da popularização desta tecnologia, só poderiam ser produzidas e assistidas no cinema, na televisão ou em computadores domésticos.

O aprofundamento destas e de outras questões relacionadas à produção, distribuição e exibição de vídeos por meio de telefones celulares são apresentadas e organizadas nos três capítulos nesta dissertação. O objeto de pesquisa reúne seis filmes selecionados no acervo do Festival do Minuto, em seus 25 primeiros anos de funcionamento. A estes produtos são somados ainda nove exemplos de obras completas que contaram com o telefone celular como ferramenta de captação, além da revisão bibliográfica. Esta abrangência se justifica em função da transição de tecnologia que reconfigurou todo o campo do audiovisual neste período.

O capítulo inicial da dissertação, “Paradigmas da imagem audiovisual”, mostra como o telefone celular dos dias atuais pode ser visto como um dispositivo. A visão pessimista do filósofo italiano Giorgio Agambem (2009) é relacionada ao aparelho como uma forma de pasteurização do homem moderno. Ao mediar inúmeros processos comunicacionais e de subjetivação, o celular seria um mecanismo pelo qual o poder constituído exerceria controle sobre o ser moderno, indivíduo cujas ações e gestos seriam guiados por dispositivos.

Este cenário encontra eco na visão do escritor francês Maurice Blanchot (2007) a respeito do cotidiano, mesmo em uma época em que a tecnologia da telefonia celular e a comunicação de dados móveis ainda não havia sido desenvolvida. Ele registrou que o cotidiano pasteuriza um homem que se recusa a ser diferente dos seus semelhantes. O celular, hoje, com seus múltiplos usos, concentra as propriedades e funções da maioria dos dispositivos que o pensador relacionou em seus escritos.

Na história do cinema, o cinematógrafo, equipamento que captava e projetava as imagens, foi responsável pelo surgimento de um novo tipo de sujeito observador, segundo Jonathan Crary (2012). Este aparelho e o telefone celular da contemporaneidade possuem uma série de semelhanças e diferenças entre si, resguardadas as realidades sociais e tecnológicas de cada época, separadas por quase um século de história.

Quando surgiu, o cinematógrafo logo foi alçado à condição de equipamento total, por suas possibilidades de uso que iam além da projeção de filmes na sala escura (EPSTEIN, 2015). A exemplo dos telefones celulares em relação a outros dispositivos, o cinematógrafo era menor e mais leve que os equipamentos semelhantes em sua época. Mas, naturalmente, não possuía a disponibilidade ou a popularidade que os *smartphones* atingiram nos dias atuais.

Das telas que rebatem a luz, na sala de cinema, os telefones celulares apresentaram ao mundo a tela que emana a própria luz, a exemplo da televisão e do vídeo, conforme apontou Israel Márquez (2014). A disseminação dos aparelhos e suas telas com tecnologia moderna e alta definição assumiram o posto de palco da consolidação da maioria dos processos comunicacionais, culminando com a tela individual e interativa, como observa-se nos dias atuais.

O segundo capítulo, “O celular como extensão do homem”, adota a perspectiva do consumo e apresenta indicadores que apontam a capilaridade e a importância destes dispositivos no Brasil. A pesquisa também aborda, neste momento, a visão antropológica dos telefones celulares, enquanto extensão dos corpos e personalidades de seus usuários, graças aos seus recursos avançados e constantemente aprimorados pela indústria.

Estes aparelhos possuem ainda o papel de objeto de desejo e agem na integração da cultura de uma forma sem precedentes no mundo moderno. O ato de consumo de telefones celulares, na visão de Lívia Barbosa (2004) é reconhecido como uma ação cultural. Ao estudar a relação entre usuário e seu *smartphone*, Sandra Rúbia da Silva (2010) mostrou que este fenômeno passa pela análise de uma série de aspectos relacionados aos custos e condições do uso dos aparelhos. Quase uma década antes, Colin Campbell (2001) abordara esta realidade, ao tratar as formas de consumo artesanal, onde a mercadoria é transformada em um objeto personalizado.

Os usos contemporâneos desses dispositivos móveis nos quais os usuários produzem imagens de si mesmo são relacionados ao pensamento do filósofo Vilém Flusser (2007), a respeito do espectador que pode ser transportado para a tela de televisão, como protagonista de um programa. Outra referência importante para práticas como os *selfies* ou *nudes* está em Paula Sibilia (2008).

A posição de vulnerabilidade assumida pelos indivíduos que necessitam, a cada dia mais, aparecer para ser, é evidenciada em episódios de vazamentos indevidos de vídeos, especialmente os de foro íntimo, gravados e armazenados nos próprios aparelhos. A transmissão de imagens ao vivo, por *streaming*, a partir de *smartphones*, em aplicativos como o *Meerkat* ou o *Periscope*³, também é uma realidade que preocupa autoridades dos países desenvolvidos, uma vez que ainda não há tecnologia disponível para evitar *broadcastings* cujo conteúdo não esteja em conformidade com a legislação.

Estes e outros produtos seriam impossíveis ou, ao menos, muito difíceis de serem realizados sem as câmeras dos telefones celulares. Mas, sem dúvida, seriam menos populares, ao contrário dos vídeos amadores de acontecimentos, imagens captadas por indivíduos que obtêm um registro de relevância midiática, como define Felipe da Silva Polydoro (2016). Um dos exemplos do peso destas produções anônimas, porém temáticas, está na quantidade de registros durante o período de realização dos Jogos Olímpicos Rio 2016, entre 5 e 21 de agosto, quando 277 milhões de pessoas geraram cerca de 1,5 bilhão de interações sobre o tema, na rede social *Facebook*.

Os celulares abrem, assim, uma série de possibilidades relacionadas à questão da produção, compartilhamento e exibição das imagens. Para Andre Lemos (2008), as novas imagens devem ser enquadradas com base nas características específicas do dispositivo. O *Facebook* habilitou para os usuários, em 2016, a possibilidade de transmissões ao vivo por *streaming*, em uma imagem “quadrada”, cujos lados possuem a mesma extensão. Cabe ressaltar que estes formatos não se apresentam de forma permanente, são uma decisão de mercado e poder ser alterados pelas companhias a qualquer momento.

A audiência de produtos audiovisuais nas telas dos telefones celulares envolve fatores como a mobilidade e portabilidade dos dispositivos. Tais características transportaram o cinema, a televisão e os vídeos compartilhados em redes sociais para qualquer lugar, em ambientes públicos ou privados, por meio de processos de recepção individuais ou coletivos. Este contexto

³ Aplicativos que transmitem ao vivo as imagens captadas pelas câmeras dos telefones celulares e permitem a interação entre os usuários.

desponta novas espetatorialidades e abre espaço para investigações inéditas sobre o tema.

O *smartphone* também pode ser usado para a ativação de discursos terciários⁴, nos quais o indivíduo interage com seus semelhantes por meio dos dispositivos móveis. Este movimento integraliza novos conteúdos sobre narrativas e acontecimentos transmitidos nos suportes ortodoxos, o que contribui para a construção de uma espécie de esfera pública eletrônica.

Os dispositivos móveis portáteis também estão no centro dos conteúdos que integram as narrativas transmídia, ou seja, são suportam a exibição de um repertório diferenciado em relação ao veiculado em seu suporte principal. Borges, Pucci e Sobrinho (2001) apontam que a transmídia é a narrativa nativa do ecossistema midiático dos dias atuais.

O último capítulo, “Imagem audiovisual nos filmes de celular”, é voltado para a investigação e documentação das técnicas, referências e características dos produtos realizados a partir de câmeras de *smartphones*. Inicialmente, a pesquisa apresenta seis vídeos inscritos no Festival do Minuto, entre 1991 e 2016, ou seja, realizados antes e depois da entrada das tecnologias digitais.

Mais tarde, é realizada a análise de obras completas de diversos gêneros, produzidas de forma experimental ou não, por cineastas independentes, e outras realizadas por nomes consagrados na indústria, mas financiados por companhias que desejam publicidade aos aparelhos que comercializam. Estes produtos representam exemplos do uso do telefone celular na captação de imagens em produções de maior destaque.

Inicialmente, era intenção dessa pesquisa analisar um conjunto de vídeos de uma edição específica do Festival Celucine. Este concurso reúne obras de curta duração nas categorias ficção, documentário e animação, cuja captação de imagem ocorra, obrigatoriamente, em câmeras de telefones celulares e outros dispositivos digitais. A escolha do Celucine se justificou por seu protagonismo histórico no olhar para os novos meios. No entanto, ao longo do percurso de construção da pesquisa, a dificuldade de acesso ao acervo do concurso comprometeu o seu uso como objeto de estudo.

⁴ O termo teórico de John Fiske é aplicado aqui com a intenção de representar o hábito do espectador de repercutir nas redes sociais os conteúdos veiculados nas mídias tradicionais, em tempo real, por meio de seu dispositivo móvel.

Desta forma, a análise dos vídeos selecionados está voltada diretamente para tese central por onde se desenvolve a pesquisa e o que se quer comprova: o fato de que a disseminação do telefone celular na sociedade moderna pode ser responsável por uma mudança de modelo na construção da imagem audiovisual, com a disseminação de premissas estéticas singulares e característicos dos diversos usos dos equipamentos.

Para realizar a análise dos filmes em destaque nesta dissertação, torna-se importante considerar alguns aspectos. Em primeiro lugar, o olhar para os vídeos realizados antes da entrada das tecnologias digitais, na comparação com as obras mais recentes – captados com câmeras de telefones celulares, se transformam em referência para evidenciar um modelo específico de produção.

A introdução das tecnologias digitais, é sabido, transformou de forma definitiva os processos de realização audiovisual. Assim, a investigação sobre os vídeos do terceiro capítulo tentará evidenciar também o impacto de sua influência na qualidade final das obras. Apesar disso, independentemente do gênero de cada obra, há ainda uma série de questões imagéticas para investigação, além da forma de audiência dos vídeos nas pequenas telas dos dispositivos móveis portáteis.

Diante do exposto, a questão que se coloca nesta pesquisa é a investigação a respeito da existência de uma imagem característica, legitimada pelos produtos audiovisuais realizados em telefones celulares. Ao mesmo tempo, a dissertação tenta perceber a influência do *smartphone* na cadeia específica de produção, distribuição e exibição de conteúdos audiovisuais.

Entende-se que, sem esta análise, seria impossível definir a imagem em movimento nestes dispositivos, da mesma forma como ocorreu no cinema e na televisão. A consolidação desta proposta passa pela conceituação do *smartphone* como um dispositivo onipresente no cotidiano dos indivíduos. Seus usos ultrapassam as práticas ortodoxas, especialmente no recorte que interessa a este estudo: a produção, circulação e exibição de imagens audiovisuais, consolidadas em vídeos de curta duração. Todas estas questões se impõem, nos dias atuais, de uma forma como jamais havia ocorrido na história do audiovisual.

Ao contextualizar os temas apresentados e analisar estes produtos audiovisuais da amostra, esta pesquisa possui a expectativa de contribuir para o debate sobre os aspectos que cercam a imagem audiovisual e os dispositivos móveis portáteis. Também configura uma base de consulta e estudo para a construção de novos saberes nesta área de conhecimento, na medida em que a revisão de literatura alia obras clássicas e de novos autores, a respeito da realização e consumo de produtos audiovisuais.

Esta conjuntura é essencial para justificar novos olhares em direção às questões que envolvem a imagem e os telefones celulares na contemporaneidade, ao mesmo tempo em que contribui para o reconhecimento do Brasil como território de excelência na produção artística e criativa para os novos meios.

Capítulo 1: Paradigmas da imagem audiovisual



Figura 1 – Sinalização das ruas para usuários de *smartphones* na China

A cena de um indivíduo manuseando o telefone celular, em ambientes públicos ou privados, é uma representação cotidiana da produção e consumo de imagens audiovisuais. Esta ação envolve uma série de aspectos técnicos e comportamentais, e abre caminho para investigações em diversos campos da ciência. Os *smartphones*⁵, dispositivos móveis portáteis, assumem na contemporaneidade uma importância singular na história do audiovisual e contribuem para o estabelecimento de novas configurações e formatos da imagem técnica surgida com o cinema, no fim do século XIX.

Após surgir em vários formatos e relações de aspecto⁶, ter a sua teoria discutida de forma permanente e apaixonada, a imagem conquista uma evolução tecnológica - especialmente a partir da disseminação do vídeo digital - e cria espaços visuais que vão além da fotografia, do cinema e da televisão. Hoje discutem-se temas como a holografia 3D interativa, geradas em aplicativos de celulares⁷, controle dos movimentos, projeções mapeadas e a realidade virtual⁸, entre outras peripécias proporcionadas pela tecnologia moderna. A experiência imersiva na imagem e o retorno à tela individual está ao alcance de qualquer pessoa que possua um *smartphone* com alguns aplicativos instalados e possa investir cerca de US\$ 15 em um equipamento como o *Google Card Board*⁹.

As possibilidades surgidas a partir da transformação da imagem analógica em digital, com a redução do tamanho e peso, além do barateamento dos preços de equipamentos de captação, processamento e distribuição de imagens configuram o alicerce do cenário audiovisual na contemporaneidade. As diferentes técnicas dos processos de produção da imagem, suas aplicações e impactos despertam muitas interrogações nos realizadores, na busca pela audiência de seus produtos. Alguns modelos de negócios, por exemplo, surgidos a partir de novos meios digitais, ainda são pouco explorados. Entre eles estão os projetos que têm como alicerce a mobilidade e a portabilidade.

⁵ Telefone celular que possui programas que são executados em um sistema operacional, a exemplo do que ocorre com os computadores.

⁶ “*Aspect Ratio*”, em inglês. Relação existente entre a largura e a altura de uma tela.

⁷ Um exemplo está em <<https://www.youtube.com/watch?v=sr0A8yP7Hsc>> Acesso em 10 de setembro de 2016.

⁸ Virtual Reality (VR), em inglês.

⁹ Óculos de realidade virtual (VR) do Google. <<https://vr.google.com/cardboard>> Acesso em 10 de setembro de 2016.

Porém, antes de ampliar a discussão sobre as possibilidades e particularidades que envolvem a produção, distribuição e exibição de produtos audiovisuais em celulares, convém esclarecer que o presente capítulo está dividido em três partes: na primeira ocorre a contextualização dos *smartphones* como dispositivos. Na sequência, a dissertação evidencia as semelhanças e diferenças conceituais entre o cinematógrafo e os modernos telefones celulares, resguardadas as realidades históricas, tecnológicas e sociais de cada período. Por fim, a investigação evidencia o percurso das telas, meio que suporta e ampara todos os processos comunicacionais do audiovisual, desde o surgimento do cinema, no fim do século XIX, até os dias atuais.

1.1 O celular no cotidiano e como dispositivo

Nos anos 1990, quando alguém atendia um telefone celular em público, tal gesto causava espanto e constrangimento. Como poucas pessoas tinham um aparelho de telefonia móvel, o uso da tecnologia costumava despertar a atenção de quem estava por perto. Hoje, a evolução daqueles primeiros equipamentos que só permitiam a comunicação por voz é o *smartphone*. O telefone celular, já conectado à internet, está tão integrado ao cotidiano que o seu uso, o dia a dia, não desperta o interesse ou a reação de mais ninguém.

Estes “Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM)”, na definição do professor da Universidade Federal da Bahia, André Lemos, em artigo publicado em 2008¹⁰, cumprem sua finalidade essencial de tornar viável a comunicação por voz entre usuários, e vão muito além. Suas multifunções envolvem o envio e recebimento de mensagens de texto e multimídia; o

¹⁰ Este trabalho foi publicado na revista digital Comunicação, Mídia e Consumo, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP. Na visão do pesquisador, o telefone celular é um Dispositivo enquanto artefato e tecnologia de comunicação; é Híbrido porque congrega funções de telefone, computador, máquina fotográfica, câmera de vídeo, processador de texto e GPS, entre outras; Móvel e portátil, conectado em mobilidade e funcionando por redes sem fio digitais, Conexão; e Multirredes, porque pode empregar redes como *Bluetooth* e infravermelho, para conexões de curto alcance entre outros dispositivos; celular, para as várias possibilidades de troca de informações; internet (Wi-Fi ou Wi-Max) e redes de satélites para uso como dispositivo GPS (LEMOS, 2008).

compartilhamento de conteúdo pela tecnologia *Bluetooth*¹¹; e a captação, processamento, distribuição e exibição de arquivos áudio e vídeo, apenas para citar as mais comuns.

Como será apresentado no decorrer desta pesquisa, o aumento regular no volume da produção e distribuição de arquivos de vídeo nos dias atuais gera imagens cada vez mais nítidas e com maior resolução. Por meio dos *smartphones* conectados à internet, estas imagens também são compartilhadas. Tais ações contribuem para o estabelecimento de um novo paradigma da imagem audiovisual, cuja razão de ser não consiste na anulação das características da imagem clássica do cinema, mas na constituição de uma relação definitiva de coexistência.

A filosofia apoia a definição do celular como um “dispositivo”, cuja origem está no termo latino *dispositio*. Nesta perspectiva, a palavra surge associada a um conjunto de práxis, saberes, medidas e instituições, com o objetivo de gerir, governar, controlar e orientar, utilitariamente, os gestos e pensamentos dos homens. O filósofo italiano Giorgio Agambem propõe a abordagem de “dispositivo” como um termo técnico decisivo do pensamento de Michel Foucault. O francês, cujo pensamento está citado na obra de Agambem, começou a adotar o termo por volta dos anos 1970. Agambem relata que Foucault chegou muito perto de uma definição, em uma entrevista de 1977, ao considerar o aparato como

um conjunto heterogêneo de discursos, instituições, estruturas arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais e filantrópicas, em resumo: tanto o dito como o não dito. O dispositivo é a rede que se estabelece entre estes elementos, tem uma função estratégica e está sempre inscrito num jogo de poder e, ao mesmo tempo, sempre ligado aos limites do saber, que derivam desse e, na mesma medida, condicionam-no. Assim, o dispositivo é: um conjunto de estratégias de relações de força que condicionam certo tipo de saber e por ele são condicionados (LOPEZ, 2011, p. 47).

Ao aprofundar sua pesquisa, Agambem chegou aos dicionários franceses de uso comum, que elaboram três significados para o termo. O primeiro é no sentido jurídico, como “parte da sentença ou de uma lei que decide e dispõe”. O segundo, militar: “o conjunto de meios dispostos e em conformidade com o

¹¹ Tecnologia que permite a formação de uma rede de comunicação de dados, sem fio.

plano”. E, por último, há o tecnológico: “o modo em que estão dispostas as partes de uma máquina ou de um mecanismo e, por extensão, o próprio mecanismo”.

Para o filósofo, então, é possível batizar de “dispositivo” qualquer coisa que tenha a capacidade de “capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos”. A definição de Agambem se estende ainda às “prisões, os manicômios, o Panóptico, as escolas, a confissão, as fábricas, as disciplinas e as medidas jurídicas”, por exemplo. Todas teriam em comum a conexão com o poder evidente. Agambem inclui ainda na categoria de dispositivos a caneta, a escritura, a literatura, a filosofia, a agricultura, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares, e até a linguagem. Esta, então, talvez seja o mais antigo dos dispositivos (AGAMBEM, 2009).

Desta forma, na visão do autor italiano, os dispositivos configuram uma classe parelha à dos “seres vivos”. E, entre elas, figuram os sujeitos, que em sua abordagem constituem o produto da relação entre os vivos e os dispositivos. O filósofo exemplifica que um mesmo indivíduo pode ser o lugar dos múltiplos processos de subjetivação: aquele que navega na internet, escreve contos ou usa telefones celulares. Quanto mais dispositivos, mais processos de subjetivação. Para ele, a disseminação destes equipamentos potencializa “o aspecto de mascaramento que sempre acompanhou toda identidade pessoal” (Agambem, 2009, p. 42)

Na contemporaneidade, não há um só instante na vida de um indivíduo que não seja modelado, contaminado ou controlado por um destes aparelhos. O telefone celular, com seus aplicativos¹², apoia inúmeras situações do cotidiano. Registra indicadores de desempenho durante exercícios físicos, mapeia espaços urbanos e realiza operações financeiras, apenas para citar alguns exemplos. Está presente no lazer, nos negócios e na educação. Sua característica multifuncional impulsiona o equipamento a um contexto indissociável do usuário, uma espécie de canivete suíço da sociedade digital e midiática. Se, antigamente, o pequeno objeto supria algumas demandas do

¹² Programa de computador concebido para processar dados eletronicamente, facilitando e reduzindo o tempo de execução de uma tarefa pelo usuário.

trabalhador braçal, hoje é o *smartphone* que atende as mais diversas necessidades do cidadão urbano.

O número de dispositivos aumenta em progressão geométrica no Brasil. O país fechou o ano de 2016 com 244,067 milhões de acessos em telefonia móvel, ou seja, cerca de 1,25 aparelho por habitante, segundo a Agência Nacional de Telecomunicações¹³. Um estudo da multinacional de tecnologia Cisco estima que a proporção entre o número de celulares e habitantes continuará em evolução: até 2020, haverá no planeta cerca de 5,4 bilhões de pessoas em com um celular. Este indicador supera o número de pessoas que, naquela data, devem possuir acesso à energia elétrica (5,3 bilhões), água corrente (3,5 bilhões) e ultrapassar até a previsão de número de carros nas estradas (2,8 bilhões)¹⁴.

Na Itália, segundo Giorgio Agambem, ocorreu o mesmo fenômeno: os gestos e comportamentos do indivíduo foram reconfigurados em função do telefone celular. O filósofo italiano defende que a disseminação destes dispositivos contribuiu para tornar ainda mais abstratas as relações entre as pessoas. Em sua perspectiva, os dispositivos com os quais o homem precisa lidar no capitalismo do século XXI não agem mais tanto pela produção de um sujeito, mas por meio de processos que Giorgio Agambem batizou de “dessubjetivação”, ou seja, uma espécie de apagamento da subjetividade.

Nesta abordagem, o homem é tido como objeto da tecnologia. Um indivíduo que desempenha as mais simples e rotineiras atividades do cotidiano por meio das múltiplas funções do aparelho, qualquer que seja a intensidade do desejo que o impulsionou, não adquire, só por isso, uma nova subjetividade. Apenas conquista um número pelo qual ele pode ser, eventualmente, controlado. Da mesma forma, ele registrou, o espectador que passa as suas noites diante da televisão “recebe em troca da sua dessubjetivação apenas a máscara frustrante do *zappeur* ou a inclusão no cálculo de um índice de audiência” (AGAMBEM, 2009).

¹³ Disponível em <<http://www.anatel.gov.br/dados/destaque-1/283-movel-acessos-maio>> Acesso em 16-7-2017.

¹⁴ Disponível em <<http://www.cisco.com/web/PT/press/articles/2014/20140205.html>> Acesso em 16-2-2016.

Para Giorgio Agambem, os discursos sobre tecnologia que restringem o problema dos dispositivos à sua correta utilização se mostram demasiadamente frágeis e ignoram o fato de que, se a todo dispositivo corresponde um determinado processo de subjetivação (no caso, de dessubjetivação), torna-se impossível que o sujeito do dispositivo o manuseie corretamente. Assim, ele critica, cria-se a figura do corpo social mais dócil e frágil jamais constituído na história da humanidade: o “inócuo cidadão das democracias pós-industriais”: uma espécie de “terrorista virtual”, personagem que executa pontualmente tudo o que lhe é dito. Deixa que os seus gestos cotidianos, sua saúde, divertimentos, ocupações, alimentação e até seus desejos, sejam comandados e controlados por dispositivos, nos mínimos detalhes.

Agambem, claramente, apresenta uma visão pessimista, quase apocalíptica, para as circunstâncias que envolvem o uso dos telefones celulares na contemporaneidade. De fato, os *smartphones* reconfiguram hábitos e comportamentos do homem urbano em muitas circunstâncias. Este posicionamento não contempla as formas de apropriações e ressignificações que os sujeitos podem fazer a partir dos dispositivos, que serão abordadas em mais detalhes no segundo capítulo desta pesquisa. Esta nova realidade, por exemplo, contribui positivamente para questões de otimização de tempo e a facilidade de comunicação, além de aplicações em educação, pesquisa, lazer e entretenimento e atividades profissionais.

Ao mesmo tempo, o filósofo italiano não considerou o nascimento de uma nova geração digital, criada com o hábito do manuseio de dispositivos. Este fenômeno também é iniciado cada vez mais cedo, ainda na fase que antecede a consolidação da coordenação motora das crianças. A nova classe de usuários tende a conviver com o telefone celular de uma forma diferente do que as gerações anteriores, testemunhas desta mudança de comportamento. Assim, entre eles, não haverá estranhamento ou questionamento da onipresença dos equipamentos na quase totalidade dos processos da vida diária.

Portanto, se a vida converge para o dispositivo, o telefone celular é um forte candidato à condição de equipamento pleno, total, e palco central dos eventos que compõem o fenômeno da convergência, conforme previu Henry

Jenkins, no livro “Cultura da Convergência” (2009). Nesta análise de um cenário social em que os *smartphones* permeiam as ações, há um outro conceito sobre o qual torna-se indispensável tecer algumas considerações neste momento: o cotidiano.

Preliminarmente, cotidiano pode ser entendido como aquilo que somos, em primeiro lugar, e o mais frequentemente: no trabalho, no lazer, na vigília, no sono, na rua e no privado de nossa existência. O escritor e crítico literário francês Maurice Blanchot, no livro “A conversa infinita-2: a experiência limite”, define o cotidiano como

a platitude (o que nos atrasa e o que retumba, a vida residual de que se enchem nossas latas-de-lixo e nossos cemitérios, rebotalhos e detritos), mas essa banalidade é, não obstante, também o que há de mais importante, se remete à existência em sua espontaneidade mesma e tal como esta se vive, no momento em que, vivida, subtrai-se a todo enformar-se especulativo, talvez a toda coerência, toda regularidade. (BLANCHOT, 2007, p. 237).

A experiência do cotidiano, segundo o crítico francês, surge e se torna ainda mais evidente nas grandes cidades, tidas como “admiráveis desertos”. Segundo Blanchot, o cotidiano não emerge no calor dos lares, escritórios ou igrejas. Muito menos “nas bibliotecas ou museus. Ele está – se estiver em algum lugar – na rua”. A rua, para ele, assume um caráter paradoxal, de ter mais importância que os locais que ela conecta, ou seja, possuir mais realidade viva do que as coisas que ela reflete.

Na visão do autor, o cotidiano é responsável por pasteurizar um homem que hoje, na rua, recusa-se a ser diferente de seus semelhantes. É um ser fundamentalmente irresponsável. Sem autoridade, direção e decisão. Não testemunha nada e também não pode responder porque não está realmente lá. Quem está lá é, no máximo, uma interrogação que, segundo Blanchot, “não se coloca sobre ninguém”.

Naturalmente, no final dos anos 1960, época em que este conhecimento foi produzido, a tecnologia ainda não havia criado, desenvolvido e popularizado a telefonia celular e a comunicação de dados móveis. Desta forma, transportado para os dias atuais, o homem que preenche e está presente no

vazio apontado por Blanchot, o faz ao lado de seu dispositivo¹⁵. O homem, a rua e o cotidiano, nesta linha de raciocínio, podem ser vividos por uma série de atos técnicos separados, representados por objetos como o aspirador, a máquina de lavar, o refrigerador, o aparelho de rádio ou o automóvel. Dentro desta premissa, por que não incluir nesta lista, então, o telefone celular?

A união entre a internet e as redes sociais, acessadas a qualquer momento pelos usuários, via *smartphones*, é uma representação da contemporaneidade cada vez mais comum, em ambientes públicos ou recintos privados. O indivíduo, dentro deste contexto, é transportado para um novo lugar, uma espécie de esfera pública digital, registrado de forma pioneira nos estudos de Habermas (1989) e, mais tarde, por Dahlgren (2005), para quem as incertezas teóricas e práticas, a complexidade do fenômeno e as novidades trazidas pelos processos são importantes exatamente para incentivar a exploração intelectual das potencialidades da internet enquanto promotora de uma esfera pública, com a participação cidadã.

Este cenário marcado pela conectividade e a mobilidade, pode ser o palco da incidência de um fenômeno típico das redes sociais. O sujeito, blindado pelo anonimato e a falsa sensação de segurança que a internet proporciona, assume novos hábitos e comportamentos em sua “personalidade virtual”, distinta da observada no homem corpóreo. Tal fenômeno foi satirizado pelo coletivo de humor Porta dos Fundos, no vídeo batizado de “Internet”¹⁶. Na história, dois amigos estão conversando em um restaurante. Um deles reclama que o pedido ainda não foi entregue. O outro, ao ouvir as desculpas do garçom, inicia uma sequência de xingamentos homofóbicos e racistas, quando, ao ser alertado pelo amigo, pede desculpas, alegando ter acreditado que “estava comentando na internet”.

O olhar sobre os novos hábitos, que têm como protagonistas o usuário e seu *smartphone*, encontra eco nos escritos de Agambem sobre a contemporaneidade. O filósofo italiano elenca duas definições principais para o substantivo feminino: na primeira, a contemporaneidade é “uma singular

¹⁵ Cabe destacar que a escrita, a imprensa, o jornal e o rádio, quando surgiram, também tiveram impactos na sociedade. Hoje, a escrita também se manifesta nos *smartphones* por meio das mensagens de texto.

¹⁶ O vídeo foi publicado em 13 de outubro de 2016 e está disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=KaWCbggrvJg>> Acesso em 10 de julho de 2017.

relação com o próprio tempo, que adere a estes e, ao mesmo tempo, toma mais distâncias”. Ele se refere, obviamente, à relação com o tempo que a este adere por meio de uma dissociação e um anacronismo. Na outra, o contemporâneo é “aquele que mantém fixo o olhar no seu tempo, para nele perceber não as luzes, mas o escuro”.

Isto significa que o homem contemporâneo, posicionado nesta pesquisa como “conectado”, graças ao seu dispositivo, apreende a luz que existe no escuro do presente, divide e interpola o tempo, pode transformá-lo e relacioná-lo a outros tempos, de forma a ter uma leitura inédita da história. E ele o faz, dentro da mesma premissa, na rua, em ambientes públicos ou privados, sozinho ou acompanhado.

Se é fato que o telefone celular é um dispositivo que está presente em todos os momentos da vida cotidiana, nos espaços urbanos caracterizados por Maurice Blanchot, cabe abrir espaço nesta dissertação para o pensamento do etnólogo e antropólogo francês, Marc Augé. Em seu livro “*Não-lugares*” (1995), ele estreou a expressão, referindo-se os ambientes transitórios e impessoais, desprovidos de significado, como ruas, estradas, rodoviárias, aeroportos, quartos de hotéis e supermercados, entre outros.

Para aprofundar a reflexão sobre lugares e não-lugares, o antropólogo destaca que, como duas coisas não podem ocupar o mesmo lugar simultaneamente, cada elemento do lugar está ao lado de outros, em um local próprio e específico. Assim, sua teoria aponta para que os elementos próximos sejam relacionados por meio de um lugar comum: o espaço.

Este “lugar antropológico”, na visão do francês, é formado por eixos e caminhos que vão de um lugar a outro e foram traçados pelos homens. Ele defende a hipótese de que a sobremodernidade é produtora de não-lugares, ou seja, espaços que não são lugares antropológicos e que não integram os lugares antigos (AUGÉ, 2010).

Na sequência de sua análise, o antropólogo destaca que lugares e não-lugares nunca existem sobre uma forma pura. Eles se recompõem e, neles, as relações se reconstituem. Os não-lugares, defende Augé, são quantificáveis em indicadores de superfície, distância e volume, como

as vias aéreas, ferroviárias, das autoestradas e os habitáculos móveis ditos “meios de transporte” (aviões, comboios, autocarros), os

aeroportos, as gares e as estações aeroespaciais, as grandes cadeias de hotéis, os parques de recreio, e as grandes superfícies de distribuição, a meada complexa, enfim, das redes de cabos ou sem fios que mobilizam o espaço extraterrestre em benefício de uma comunicação tão estranha que muitas vezes não faz mais do que pôr o indivíduo em contato com uma outra imagem de si próprio (AUGÉ, 2010, p. 68).

A distinção entre lugares e não-lugares, registra Augé, passa pela oposição do lugar ao espaço. Sobre estas noções, o historiador francês Michel de Certeau propôs uma leitura que é citada pelo antropólogo e, segundo ele, deve ser observada condicionalmente. Trata-se da análise do espaço como “um lugar praticado”, ou seja, são os indivíduos que transformam em espaço a rua geometricamente definida pelo urbanismo como lugar.

Não é uma intenção deste estudo avançar nos conceitos de ordem de grandeza e às definições referentes ao termo “espaço”, bem como as características de sua aplicação em substituição a “lugar”. Mas, torna-se necessário esclarecer que, ao abordar o “não-lugar”, Michel de Certeau o faz justamente para associá-lo a uma qualidade negativa, de uma ausência do significado que o nome lhe impõe (Augé, 2010).

Nesta perspectiva, os não-lugares, da forma como foram definidos por Certeau, surgem e se proliferam a todo momento. Como consequências deste fenômeno, por exemplo, estão o aumento das experiências individuais e as provocações de solidão, embasadas hoje pela conectividade e os inúmeros aplicativos disponíveis em um *smartphone*. Trata-se da reconfiguração de um paradigma comportamental, agora verificado em sujeitos de todas as idades e classes sociais, independentemente da hora, dia ou local. No entanto, o próximo capítulo apresentará uma visão antagônica. Autores como Silva (2010), Barbosa (2004) e Miller (2007) apontarão no próximo capítulo a importância que o local desempenha para os diferentes processos de apropriação dos usuários pelos seus dispositivos.

A linha de análise de Marc Augé faz, ainda, uma distinção em relação aos não-lugares. Segundo ele, estes ambientes possuem duas realidades complementares e, simultaneamente distintas. A primeira são os espaços constituídos com determinadas finalidades, como os transportes, o trânsito e o comércio. A segunda está na relação que cada indivíduo mantém com estes espaços. O antropólogo defende que a mediação que conecta os indivíduos

com os que estão ao seu redor no espaço dos não-lugares, condicionalmente, passa por palavras e textos, sejam de orientação ou instruções de uso ou indicativo de responsabilidade, como no caso de placas de obras públicas.

O transeunte do não-lugar, neste contexto, é um indivíduo que criou uma espécie de contratualidade solitária e só estaria apto a resgatar a sua identidade, considera Augé, nas alfândegas dos aeroportos ou nos caixas eletrônicos, por exemplo. Mas eles obedecem aos mesmo códigos que seus semelhantes, recebem as mesmas mensagens e respondem às mesmas demandas. Tais comportamentos constituem uma característica adicional ao não-lugar: a de que seu espaço não cria “nem identidade singular, nem relação, mas solidão e semelhança”, define.

O celular, assim, assume o papel do dispositivo capaz de transformar um não-lugar em um lugar, na medida em que conecta o usuário e permite que ele participe de acontecimentos, independentemente de onde estiver localizado. Ao mesmo tempo, um *smartphone* também poderia agir no sentido contrário, convertendo lugares em não-lugares, por meio da conectividade do indivíduo às redes sociais. Emaranhando estes conceitos, o telefone celular da contemporaneidade permite uma certeza: o solitário passageiro dos não-lugares, em definitivo, jamais abrirá mão de sua identidade, independentemente de sua condição geográfica.

Na realidade concreta do mundo de hoje, os lugares e os espaços, os lugares e os não-lugares, emaranham-se, interpenetram-se. A possibilidade do não-lugar nunca está ausente seja de que lugar for. O regresso ao lugar é o recurso de quem frequenta os não-lugares (e sonha por exemplo com uma residência secundária enraizada nas profundidades de um solo natal). Lugares e não-lugares opõem-se (ou chamam-se) como as palavras e as noções que permitem descrevê-los (AUGÉ, 2010, p. 90).

O conceito de “sobremodernidade” de Marc Augé, seguindo esta linha de pensamento, aponta para experiências individuais de excesso: superabundância de acontecimentos, espacial e a individualização das referências. Tais aspectos seriam demasiadamente recorrentes nos não-lugares, locais onde o homem tenta erguer uma parte da sua vida cotidiana.

O usuário e seu dispositivo móvel portátil, no entanto, desmancham o conceito de que o espaço da modernidade só conhece indivíduos que não seriam identificados, socializados e localizados em lugares, exceto à entrada e

à saída deles, em instalações como as alfândegas dos aeroportos. Agora, o não-lugar, graças à conectividade que emana dos aparelhos de telefonia celular, passaria a representar um lugar. Assim, da mesma forma, lugares com significados específicos, como estações de transportes coletivos ou garagens, também poderiam desaparecer para o surgimento de um não-lugar, exatamente pelo manuseio do *smartphone* conectado à internet. Estes conceitos serão retomados no segundo capítulo.

A cidade chinesa de *Chongqing* criou, em 2014, vias de circulação exclusiva para usuários de telefones celulares¹⁷. A sinalização é informada em chinês e inglês, em grandes placas. Dentro deste contexto, é possível afirmar que o indivíduo que circula por estes locais privilegia o seu próprio telefone celular, em vez de seu percurso. A criação deste espaço para pessoas que caminham empunhando seu *smartphone* torna legítimo duas modalidades simultâneas de percepção do espaço público. A primeira é a da relação do indivíduo com sua cidade, uma vez que ocorre, pelas autoridades locais, o reconhecimento da demanda do sujeito estar sempre conectado. A outra é a do



Figura 2 – sinalização em rua exclusiva para usuários de *smartphones*, na China.

próprio transeunte, que deixa de lado o percurso e passa a se concentrar apenas nas ações de sair e chegar, exatamente como o pensamento de Michel de Certeau a respeito de mapas e percursos, que será visto mais adiante.

¹⁷ Disponível em <https://www.theguardian.com/world/shortcuts/2014/sep/15/china-mobile-phone-lane-distracted-walking-pedestrians?CMP=tw_t_gu> Acesso em 4 abril de 2017.

Deste modo, para alguns sujeitos, o espaço das ruas da cidade de *Chongqing*, não necessariamente foi transformado em um não-lugar, e a rede de conexão dos usuários, em um lugar. O principal, neste exemplo, é apontar que o tempo de relação destes sujeitos com sua cidade, dentro de uma perspectiva mais ampla da consideração dos espaços como não-lugares, tem sido cada vez maior.

Torna-se importante reforçar, como foi colocado, que a tecnologia de comunicação de dados móveis ainda não havia sido desenvolvida quando Augé escreveu seu livro “Não-lugares”. A internet móvel e os usos do telefone celular na contemporaneidade acabaram por reatualizar suas propostas. Hoje, o *smartphone* é protagonista destes processos de interpenetração entre lugares e não-lugares, transportando o usuário a qualquer espaço. Da mesma forma, a internet em si, acessada pelos *smartphones*, poderia também configurar um lugar ou um não lugar, para onde o indivíduo é transportado pelo manuseio de seu dispositivo.

De tal forma, independentemente de onde estiver, fisicamente, o sujeito conectado habitará um lugar ou um não-lugar em qualquer parte do planeta. Esta ação poderá constituir uma espécie de “conforto” para que ele se sinta “em casa”, quando atravessa e habita estes ambientes. Exatamente como o indivíduo interessado apenas no mapa, ou seja, em chegar a algum lugar, sem conceder atenção ao percurso, como apontou Michel de Certeau, no livro “As Invenções do Cotidiano: artes de fazer” (2012), sobre os modos de apropriação do espaço. A proximidade digital a seus semelhantes torna isso possível e natural, independentemente da distância física entre os usuários de transportes coletivos, por exemplo. Diante do exposto, não seria demais observar a força e a ambiguidade do telefone celular. Um equipamento que assume uma certa dubiedade nele próprio, uma espécie de ambiente paradoxal portátil, a serviço do usuário que busca a conversão de seu lugar em um não lugar, ou o contrário.

Este processo de reposicionamento do espaço por meio do dispositivo também se traduz, por exemplo, no compartilhamento das experiências de um usuário. Em trânsito, os não-lugares originais, na definição de Augé, são ressignificados na medida em que indivíduos registram suas imagens e as compartilham com outros indivíduos, assumindo a condição de um *phoneur*,

termo que define o *phoneur*, homem que vaga pela cidade empunhando o seu dispositivo e será visto com mais detalhes no próximo capítulo.

Os produtos compartilhados por estes sujeitos são, em sua maioria, registros, autorretratos, vídeos amadores de acontecimentos, filmes curtos de denúncias ou episódios de violência, nem sempre veiculados com autorização de seus protagonistas. Tais comportamentos, até então, eram impossíveis de serem verificados sem a existência dos telefones celulares conectados à internet.

O vídeo feito pela câmera de um celular, ao lado da tradicional fotografia, é um dos produtos gerados neste processo de transformação de sentido. E o motivo pelo qual a pesquisa avançará com uma contextualização histórica do surgimento da imagem em movimento, nos primeiros anos do cinema, e seu impacto no público, com a chegada do cinematógrafo. A abordagem da investigação apresentará semelhanças e diferenças conceituais entre este aparelho e os modernos telefones celulares, naturalmente, resguardando-se as realidades históricas e sociais de cada momento.

1.2 Do cinematógrafo ao celular: tão longe e tão perto

Ao longo das primeiras décadas do século XX, a imagem técnica do cinema convencionou as telas e a sala escura como os recursos propícios para a audiência de suas produções. Este ambiente é consequência de uma reorganização dos dispositivos ópticos, iniciado com a câmara escura no século XVII, que contribuíram para a formação do espectador da forma como o conhecemos hoje. O próprio surgimento do termo “cinema” se relaciona a duas perspectivas: os experimentos que suportaram o fenômeno da “persistência da visão” ao longo de todo o século XIX e a transformação do cinematógrafo em uma instituição, indústria e prática artística.

O cinematógrafo e o telefone celular são protagonistas da reconfiguração do processo de realização de obras audiovisuais, cada qual em seu tempo. O primeiro reinou absoluto diante dos aparelhos concorrentes, principalmente em função de sua mobilidade, portabilidade e a oferta de uma projeção com

luminosidade superior à dos aparelhos similares. A captação e projeção das imagens apoiaram causas que foram muito além da arte cinematográfica.

O celular, por sua vez, é elemento central na reconfiguração das práticas de produção, distribuição e exibição das imagens, com autonomia e qualidade técnica semelhante às dos melhores recursos profissionais, antes só disponíveis para as grandes emissoras e produtoras de televisão e cinema. É onipresente e, de certa maneira, democratiza a realização de vídeos diversos, amadores e profissionais.

É importante esclarecer e reforçar que o *smartphone* e o cinematógrafo possuem semelhanças, mas não concorrem entre si. Pelo contrário, coexistem no status de máquinas que contribuíram e contribuem, cada qual em seu tempo, para a reconfiguração de hábitos e o estabelecimento de novos paradigmas da produção e exibição da imagem audiovisual, da forma como esta investigação aborda.

No livro “Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX” (2012), o professor da Universidade de Columbia (EUA), Jonathan Crary, discorre sobre os regimes de atenção como uma das características essenciais da modernidade. Ele resgata os aspectos que envolvem um novo modo de consumo de imagens, suportado por dispositivos como o estereoscópio¹⁸ e, mais tarde, pelo próprio cinematógrafo¹⁹. Nos dois casos, os desafios emanados da representação das imagens são apresentados como consequência de uma reorganização de poderes iniciada no século XVIII e que se estende aos dias atuais, em um ambiente global e digital.

Assim, o desaparecimento de equipamentos como o estereoscópio pode ter sido motivado não só pelos processos de invenção e aperfeiçoamento tecnológico, mas porque sua funcionalidade deixou de atender e se adequar às necessidades e usos da época. No início do século XIX, a fotografia derrotou o estereoscópio como modo de consumo visual, perpetuando a viabilidade do espectador afastado da câmara escura.

¹⁸ Instrumento que permite a observação simultânea, através de uma objetiva binocular, de duas imagens de um objeto, obtidas com ângulos ligeiramente diferentes, produzindo a sensação de relevo, de uma terceira dimensão. Também pode ser usado para a visualização de duas imagens simultâneas. Sua versão contemporânea é o microscópio.

¹⁹ Equipamento que fotografava e projetava sequências de imagens, simulando seu movimento. Seu funcionamento será detalhado mais adiante.

Os dispositivos, nas décadas de 1830 e 1840, proporcionavam o acesso do público a uma representação do real, mas não possuíam a pretensão de que este “real” se configurasse em nada além de uma produção mecânica. As experiências ópticas emanadas pelos equipamentos eram afastadas das imagens usadas no dispositivo, ou seja, sofriam deformações e distorções próprias de cada aparato.

Desde o surgimento do cinematógrafo²⁰ dos irmãos Lumière, diversos teóricos abordaram as questões que envolviam o posicionamento do espectador em relação às imagens, nos cafés, teatros, *vaudevilles*²¹, galpões e demais locais onde ocorriam as projeções daquela época. A investigação de pensadores como Siegfried Kracauer e Rudolf Arnheim, por exemplo, tendia para uma explicação psicológica, capaz de transportar o público para uma realidade de sonho e ilusão.

Quatro anos antes da aparição do cinematógrafo, William Kennedy Laurie Dickson, engenheiro da empresa estadunidense *Edison Laboratories*, de Thomas Edison, patenteou outro invento, o cinetoscópio²². Este aparelho mostrava uma imagem de dimensões reduzidas, mas suficiente para inspirar os irmãos franceses, que acabaram conquistando a reputação de pioneiros da indústria cinematográfica.

Em 1896, diante da notícia da chegada do cinematógrafo Lumière aos EUA, Edison iniciou a fabricação em série do vitascópio²³, equipamento inventado em Washington por Thomas Armat e Francis Jenkins. Até aquele momento, ainda não havia um projetor que funcionasse satisfatoriamente como o cinematógrafo. O vitascópio pesava cerca de meia tonelada e precisava de eletricidade para operar.

Por outro lado, a máquina dos Lumière podia funcionar como câmera ou

²⁰ O cinematógrafo foi apresentado pelos irmãos franceses Auguste (1862-1954) e Louis (1864–1948) Lumière, em 22 de março de 1895, na Sociedade Francesa para o Incentivo à Indústria, em Paris. Inicialmente, tratava-se de uma curiosidade que projetava imagens-teste que precisavam de movimento: seres humanos em ação, deixando o trabalho ou esperando o trem. O filme “A Saída dos Operários da Fábrica Lumière” (1895) tinha um minuto de duração e foi assistido, naquela data, por uma pequena plateia. A obra chegou ao grande público apenas em 28 de 10embro daquele mesmo ano, em demonstração pública e paga.

²¹ Espetáculo composto de vários números (acrobacias, danças, canções, animais amestrados etc.), sem relação entre si.

²² Instrumento de projeção interna. Com uma moeda era possível assistir em um visor pequenos filmes cômicos, de animais ou bailarinas.

²³ Projetor de cinema. Neologismo do inglês *Vitascope*.

projektor e ainda fazer cópias a partir dos negativos. Além disso, seu mecanismo não utilizava luz elétrica: era acionado por manivela. Por seu pouco peso, o cinematógrafo podia ser transportado facilmente e, assim, filmar nas paisagens urbanas e rurais, ao ar livre ou em locais de acesso restrito. Além disso, os operadores do cinematógrafo também atuavam como cinegrafistas e multiplicavam as imagens de vários lugares do mundo em seus catálogos (MASCARELLO, 2012).

Em 14 de abril de 1900, na Exposição Universal de Paris, os irmãos Lumière promoveram demonstrações públicas de seu cinematógrafo. O equipamento projetava 15 filmes e 15 fotografias em cores em uma tela de 21m de largura por 18m de altura, em uma sessão que durava cerca de 25 minutos, como aponta Flávia Cesarino Costa, em “O primeiro cinema. Espetáculo, narração, domesticação”, livro no qual a autora analisa a produção, comercialização, distribuição e exibição de filmes nos Estados Unidos, entre 1894 e 1908.

O cinematógrafo consistia em uma câmera responsável por capturar e projetar as imagens em filme de 35 mm, a uma velocidade correspondente a 16 quadros por segundo. Seu mecanismo de alimentação era intermitente e baseado nas máquinas de costura. Já o equipamento de Edison e Dickson operava com uma velocidade variável entre 40 e 48 quadros por segundo²⁴, proporção que tornava a ação mais natural. Pouco mais de um século depois, as câmeras dos mais modernos *smartphones* disponíveis no mercado brasileiro, neste ano de 2016, são capazes de realizar gravações em câmera lenta em até 240 fps²⁵ (em 720p) e 120 fps (em 1080p). Há pelo menos 16 modelos capazes de gravar vídeos em qualidade 4K, na resolução 3840x2160 *pixels*²⁶, em 30 fps, na proporção de tela 16:9, típica destes aparelhos.

Com o passar dos anos, no entanto, o cinematógrafo apresentou melhorias, superando a máquina dos estadunidenses, especialmente em duas características: realizar filmagens mais longas e projetar os filmes com maior luminosidade. Como foi dito, ele também era mais leve e prático de manusear,

²⁴ Número de imagens estáticas em um segundo de filme.

²⁵ *Frames Per Second*, o mesmo que ‘quadros’ por segundo.

²⁶ A notícia completa está em <<http://www.tecmundo.com.br/4k/87993-16-smartphones-gravacao-video-4k-em-slow-motion.htm>> Acesso em 15 de setembro de 2016.

aspecto que o aproxima de uma mobilidade que talvez encontre seu ápice, em definitivo, nas câmeras de telefones celulares da atualidade. O protótipo do cinematógrafo, o primeiro destes equipamentos produzidos em série, usado nas pioneiras exposições públicas, está exposto até hoje no museu do Instituto Lumière²⁷, na cidade de Lyon, na França.

No livro “L’intelligence d’une machine”, publicado originalmente em 1946, o realizador Jean Epstein discorre sobre a filosofia do cinema, a partir das possibilidades e transformações originadas pelo cinematógrafo. Ele apresenta a máquina como um instrumento total e completo que vai além da arte, multiplicando o poder de penetração da visão e ampliando as reflexões sobre as novas aparências do mundo, por meio de suas possibilidades de uso.

Para o cineasta e teórico francês, o feito mais impressionante da máquina dos irmãos Lumière está na transformação de uma descontinuidade em uma continuidade, o que promove o cinematógrafo à condição de um equipamento de pensar o tempo, esticando ou condensando uma determinada duração.

O cinematógrafo, assim, mostra que o tempo é só uma perspectiva nascida na sucessão de fenômenos, como o espaço é só uma perspectiva da existência das coisas. [...] Tempo e espaço só se compõem de relações essencialmente variáveis entre aparências que se produzem sucessivamente e simultaneamente. Por isso pode haver trinta e seis tempos diferentes e vinte tipos de espaços, como pode haver inumeráveis perspectivas particulares, de acordo com as posições infinitamente diferentes dos objetos e de seu observador. (EPSTEIN, 2015, p. 29, tradução nossa)²⁸.

O cinematógrafo foi importante como um equipamento completo no processo de captação e projeção dos filmes das primeiras décadas do cinema, além de sua aplicação em diversos campos da ciência e distintas áreas de conhecimento. Ao aparelho dos irmãos Lumière pode ser atribuído um papel semelhante, guardadas as suas devidas proporções, ao que o *smartphone*

²⁷ <<http://www.institut-lumiere.org/musee/pr%C3%A9sentation.html>> Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

²⁸ *El cinematógrafo destruyó dicha ilusión; muestra que el tiempo es solo una perspectiva, nacida de la sucesión de los fenómenos, como el espacio es solo una perspectiva de la coexistencia de las cosas. El tiempo no contiene nada que se pueda llamar tiempo en sí, como el espacio no encierra espacio en sí. Solo se componen, uno y outro, de relaciones, esencialmente variables, entre apariencias que se producen sucesivamente o simultáneamente. Por eso puede haber treinta y seis tiempos diferentes y veinte tipos de espacios, como puede haber innumerables perspectivas particulares, según las posiciones infinitamente diversas de los objetos y de su observador* (EPSTEIN, 2015, p. 29).

ocupa na cadeia de produção de um conteúdo audiovisual, nos múltiplos usos e nos processos de captação, distribuição e exibição de conteúdo. A etapa de distribuição, é importante esclarecer, o cinematógrafo, em sua época, não cumpria. E a fase de exibição, hoje, ocorre nas telas dos telefones celulares mediada por influências de outros meios que surgiram décadas depois do cinematógrafo, como o vídeo e a televisão.

O cinema dos primeiros 20 anos foi marcado pela tentativa de estabelecer uma forma narrativa própria. Seu estágio preliminar de linguagem surge associado a outras formas de expressão artística, como o teatro, a lanterna mágica, o *vaudeville* e as atrações das feiras. Os filmes possuíam traços de um modo de representação de outra natureza, um tanto teatral. Composição frontal e não centralizada de planos, posicionamento de câmera diante da situação filmada, falta de linearidade e personagens pouco desenvolvidos, como indicou Mascarello (2012). Os planos abertos e cheios de detalhes eram a marca desse tipo de representação.

Os filmes curtos, meros registros de situações do cotidiano, realizados pelas câmeras dos telefones celulares hoje em dia, apresentam características semelhantes às das obras do primeiro cinema. Se, antes, o tempo de duração dos filmes era reduzido pela indisponibilidade de tecnologia, agora, com os celulares, são as condições de audiência na tela do próprio dispositivo que ditam este prazo. A imagem produzida por celular no dia a dia, na rua, é instável, suja, vertical ou horizontal, nem sempre tem o objeto focalizado e em evidência no quadro para apoiar a narrativa, da forma como o espectador foi habituado na linguagem clássica do audiovisual.

Nas primeiras décadas do século XX, o cinematógrafo passou a ser usado em tribunais; nos âmbitos educativo e terapêutico, como ferramenta de suporte a diagnósticos, e ao que Jean Epstein chamou de “lições de manutenção, muito necessárias a todo tipo de profissões e condições sociais” (Epstein, 2004, p.63). Para ele, homens públicos, autoridades, oradores e até mesmo simples cidadãos poderiam se beneficiar da possibilidade de se ver uma ou mais vezes na tela, de ouvir a própria voz pelos alto-falantes e aperfeiçoar suas atuações, a exemplo do que faziam os atores, mesmo que fosse para “mentir de uma forma convincente”, ironizou. O cinematógrafo, de acordo com Epstein, descobre as “verdades desagradáveis para que elas

possam ser sufocadas com segurança. Este experimento de sinceridade é, por sua vez, uma escola de mentira” (Epstein, 2015, p.64).

Na contemporaneidade, a facilidade da câmera de vídeo do telefone celular também se apresenta à disposição dos indivíduos para uso profissional ou pessoal, em situações de treinamento ou ensaio, por meio de registros de áudio e vídeo. Sua captura e reprodução são praticamente instantâneas. A própria atividade docente é protagonista desta transformação. Anotações em quadros negros, lousas, *flipcharts* e todo tipo de projeção de apoio às aulas são instantaneamente capturadas pelas câmeras de telefones celulares dos alunos. As informações são transportadas instantaneamente para a memória do aparelho. O mesmo procedimento é adotado para o armazenamento de informações disponíveis em cartazes e avisos de toda sorte.

Jean Epstein também defendeu a autonomia do cinematógrafo, argumentando que o aparelho se difere dos demais dispositivos ópticos como as lupas e os microscópios usados por filósofos e cientistas, justamente pela possibilidade de oferecer informações que atuam em dois sentidos distintos. Em um primeiro momento, capta as informações do exterior, de áudio e imagem, e depois reapresenta este conteúdo, reconstituindo espaço e o tempo, em diferentes combinações, em um comportamento similar ao do cérebro humano.

Sob os pontos de vista da linguagem e da construção da narrativa, no livro “A Imagem” (2012), o teórico Jaques Aumont registra que um dos motivos de sucesso do cinematógrafo foi o tamanho da imagem projetada. Sua dimensão representa um dos elementos que pode determinar o tipo de relação que o espectador poderá estabelecer entre o próprio espaço e o espaço plástico da imagem. Nas primeiras décadas do cinema, no entanto, o espanto e o encantamento do público também estavam relacionados à forma como os elementos eram apresentados nos filmes: por exemplo, em *close*²⁹. Aumont (2012) recorda que

os grandes cineastas do mundo souberam observar e utilizar a estranheza da ampliação, fazendo de um telefone uma espécie de monumento (Epstein) e de uma barata um monstro maior que um

²⁹ Tipo de plano que revela parte de um objeto ou assunto filmado, em geral, o rosto de uma pessoa.

elefante (Eisenstein) [...]. Em todos os casos, o *close* é visto como a imagem por excelência que gera uma distância psíquica própria do cinema, feita de proximidade, de sideração e de irreduzível afastamento (AUMONT, 2012, p. 145-146).

Jean Epstein afirmaria mais tarde que o *close* era “a alma do cinema”. Sua reflexão assumiu como alicerce o conceito de “fotogenia”³⁰, termo cuja origem está na fotografia, mas também passou a designar a qualidade única (irradiação própria) da imagem de um filme. Para Epstein, a ideia do cinema-arte nasceu com a noção de fotogenia: o *conceito* representa para o cinema o que a cor é para a pintura e o volume para a escultura, ou seja, o elemento específico desta arte (AUMONT, 2012, p. 37).



Figura 3 – O cinematógrafo dos irmãos Lumière.

A dimensão das imagens que, naquele momento, era tida como adequada para a representação de cenas ao ar livre, em seus mais variados contextos, tornou-se mais polêmica quando os filmes começaram a mostrar corpos humanos de perto e, depois, ainda mais de perto. “Os primeiros planos enquadrando o busto, até mesmo a cabeça, produziram durante muito tempo rejeição, ligada não só ao irrealismo dessas ampliações, mas a um aspecto tido como monstruoso” (AUMONT, 2012, p. 145).

Este tipo de plano, mais fechado, está no centro de um debate contemporâneo sobre o estabelecimento de uma estética específica para as narrativas a serem consumidas nas pequenas telas dos dispositivos móveis

³⁰ O termo foi proposto pelo teatrólogo e romancista francês Luis Delluc, tido como o criador da crítica cinematográfica.

portáteis. Esta discussão é iniciada no momento em que as telas começaram a diminuir de tamanho, com a chegada da televisão.

Os primeiros *closes* do cinema, como o da cabeça de Meliès, em “*L’homee à la tête de caouthchouc*” (1906), eram rigorosamente descritivos. Flávia Cesarino Costa esclarece que o *close-up*, da forma como ele é conhecido hoje, surge a partir de 1913, mais precisamente em “*Judith of Bethulid*”, de D. W. Griffith. O plano abandonou o simples efeito de aumento para ser elevado à categoria de signo, com finalidades expressionistas. A partir de então, o *close*, no cinema clássico, passou a ser utilizado com mais cautela.

Quando surgiu, a televisão assumiu uma condição de tela intermediária em relação às dimensões das telas das salas de cinema. No novo veículo, os métodos de produção de conteúdo diferenciados do cinema acostumaram o espectador com planos mais fechados, como o americano, além dos próprios *closes* e detalhes. As imagens de enquadramento mais geral e aberta, na maioria dos casos, possuem a finalidade específica de situar o espectador em relação ao palco da ação. O *close* se tornou um tipo de plano característico e associado à televisão.

Com a tecnologia da imagem de alta definição, esta discussão perde força para ser problematizada. A quantidade de *closes* em um produto audiovisual, por exemplo, inclusive, pode apontar para a influência de uma linguagem específica da televisão ou da telenovela. No cinema, um bom exemplo está no longa-metragem “*Olga*”, dirigido por Jayme Monjardim, em 2004. O filme mostra a trajetória da personagem revolucionária que se descobre mulher e, mais tarde, mãe. O próprio diretor, com larga experiência em televisão, assumiu que a história merecia muitos *closes* e emoção para ser recontada³¹.

Desta forma, a tela de poucas polegadas de diâmetro dos *smartphones*, entre outros dispositivos com características semelhantes, avança aos poucos para constituir a exigência de uma linguagem própria, a exemplo do que já ocorre com as páginas de internet em sua versão *mobile*. Como se os dispositivos móveis portáteis demandassem uma linguagem particular que

³¹ A entrevista de Jayme Monjardim foi publicada em setembro de 2004 e está disponível em <<http://www.terra.com.br/istoegente/267/entrevista/>> Acesso em 16 de março de 2017.

fosse capaz de inibir o desperdício narrativo, considerando a demanda dos usuários em diversas condições e os múltiplos espaços de recepção onde ocorreriam os processos comunicacionais, seja na tela de dimensões reduzidas dos telefones celulares ou em sites especializados no armazenamento e reprodução de vídeos³².

Resguardados os contextos social e tecnológico dos cerca de cem anos que separam cada momento, é importante reafirmar que o papel do cinematógrafo nas primeiras décadas do cinema pode ser relacionado ao desempenhado pelo telefone celular. Hoje, os modernos aparelhos de telefonia celular incorporam as características do cinematógrafo, e podem atuar de forma plena em todas as etapas de realização de uma obra. Desde a captação, distribuição (processo que, como foi dito, cinematógrafo não fazia) e até sua exibição.

Em 1985, Raymond Williams escreveu um ensaio sobre cinema batizado de *Cinema and Socialism*, em que ele abordava a importância de retomar o diálogo com a tradição que via no cinema uma arte radical e progressista – até revolucionária. O argumento que poderia ser interpretado como um retrocesso, em uma análise preliminar, dialoga objetivamente com as reflexões de Walter Benjamin, especialmente no livro “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”, publicado pela primeira vez em 1936. O discurso do ensaísta alemão tentava compreender as bases sociais do surgimento do cinema, sob o ponto de vista de uma mercadoria.

Mais de duas décadas depois, no livro “Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade”, Raymond Williams (2007) formula a resposta para a questão “como pensar acerca destes argumentos depois de décadas de desenvolvimento bem-sucedido da indústria cinematográfica”? Ele apontou que a indagação desta forma de expressão artística pode ser iniciada exatamente pelo entendimento do cinema como “um campo de batalha onde se confrontam diferentes concepções do que seja popular”. Naquele momento, o crítico lembrou que os

democratas, radicais e socialistas sempre falaram em nome do povo e de como ele poderia tomar as rédeas do seu destino, mas não detém o interesse pelo “popular”: pois novos tipos de

³² YouTube e Vimeo, por exemplo.

empreendedores capitalistas, em um longo processo que persiste até hoje, veem suas próprias versões e possibilidades nas novas tecnologias e nas novas plateias que se formam no processo (WILLIAMS, 2007, p. 414).

A resposta de Raymond Williams encontraria seu expoente máximo de representação no telefone celular. Este é o equipamento pleno que, com seus recursos variados, se constitui no dispositivo acessível e ideal para o estabelecimento de um novo cenário audiovisual. A disponibilidade dos *smartphones* aponta para a democratização dos processos de realização de vídeos, amadores ou profissionais. Um equipamento que se posiciona como trivial na vida moderna estimula o surgimento de uma nova estética, amparada por uma imagem mais fluida e acessível a todos.

A imagem espontânea, documental, da forma como foi definido acima, integrou a história do cinema em movimentos como a *Nouvelle Vague* francesa, cujos diretores de referência são *François Truffaut*, *Louis Malle* e *Jean-Luc Godard*, entre outros. Aspectos como a mobilidade e a disponibilidade do *smartphone*, enquanto dispositivo de captação de imagens, permitem o estabelecimento de uma associação ao momento em que a hegemonia do cinema clássico e seu rebuscado sistema de produção e realização é questionado pela estética do movimento *caméra-stylo*, surgido em 1960, na França, mas antecipado em um ensaio do crítico de literatura e cinema Alexandre Astruc, batizado de “*Nascimento de uma nova vanguarda: a caméra-stylo*” e publicado na revista “*L’Écran Français*” em 1948³³.

Na *Nouvelle Vague*, o cinema se livraria “da imagem pela imagem, das imediatas e concretas demandas da narrativa, para se transformar num meio tão flexível e sutil como a linguagem escrita”, de acordo com Astruc. Dentro desta premissa, o diretor do filme, com o apoio de equipamentos mais leves e fáceis de manusear, características do cinematógrafo e, especialmente agora, dos telefones celulares, “escreveria com a câmera da mesma forma que um escritor escreve com sua caneta”, teorizou.

³³ A reprodução em português do texto original do artigo está disponível em <https://soma.sbccc.edu/users/davega/NON_ACTIVE_CLASSES/FILMST_101/FILMST_101_GENERAL_THEORY/CameraStylo_Astruc_1928.pdf> Acesso em 17 de abril de 2016.

No texto, Alexandre Astruc defendeu o insólito, diante das produções marcadas pela imobilidade. Ele citou filmes como “A Regra do Jogo”, de Jean Renoir (1939) e a cinematografia de Orson Welles, enquanto lamentou o comportamento da crítica, avessa à nova tendência. Este movimento vanguardista, em sua visão, anunciava a entrada do cinema na era da linguagem, um meio de expressão tal como as artes, “em particular a pintura e o romance”, e abandonando em definitivo a condição precária de “atração de feiras” ou apenas uma ferramenta para conservar imagens da época.

A linguagem cinematográfica, assim, serviria para o artista expressar o seu pensamento, abstrato ou não, e “traduzir suas obsessões”. A era batizada de *caméra-stylo* representa o fim da imagem pela imagem, para se tornar um meio de expressão flexível e sutil como a linguagem escrita. Naquele momento, Astruc antecipou a forma pós-moderna de consumo de produtos audiovisuais, ao afirmar que a partir do “desenvolvimento dos 16 mm e da televisão, não está distante o dia em que cada pessoa terá em suas casas aparelhos de projeção e alugará, na livraria da esquina, filmes escritos sobre não importa que tema, não importa qual forma, sejam críticas literárias, romances, ensaios da matemática, história, variedades”. O texto do crítico era uma evidente aproximação do cinema com a literatura, ao mesmo tempo em que antecipa a criação de uma nova linguagem, afastada dos documentários poéticos ou filmes surrealistas e posicionada entre o cinema puro dos anos 1920 e o teatro filmado.

Esta nova estética, segundo o artigo, implica em uma aglutinação de funções entre o roteirista e o autor. Astruc defende que a escrita da câmera é o pilar da evolução da história e da concepção de mundo do realizador, tornando inseparáveis a visão de quem pensou a obra daquela de quem a escreveu, operando o equipamento. Finalizando, ele faz um apelo para que o cinema se livre das amarras do passado, assumindo a nova linguagem com a única preocupação legítima possível, na trajetória do cinema rumo ao futuro.

Hoje, ao considerarmos as câmeras dos dispositivos móveis portáteis, é possível observar a mesma autonomia na operação do usuário, tanto na produção de rascunhos - como os vídeos diários, meros registros do cotidiano - quanto na elaboração de obras completas, como será visto no terceiro capítulo. Um indivíduo, com seu *smartphone*, é roteirista, diretor e até mesmo autor,

operando a própria câmera. As condições de autoria, assim, podem melhorar, mas a linguagem e os demais procedimentos expressivos clássicos seriam alterados minimamente. Por mais que o conceito de autoria seja relevante, não é o objetivo do trabalho, neste momento, problematizar e aprofundar a relação do autor, tanto para o sentido explicitado pela revista *Cahiers du Cinema* ou as premissas explicitadas em “*la politique des auteurs*”, de François Truffaut, quanto para a definição do que seria um autor nos dias atuais, empunhando uma câmera de celular, temas que poderiam ser desenvolvidos posteriormente em um aprofundamento desta pesquisa.

A popularização dos aparelhos de telefone celular contribui para uma espécie de naturalização do processo de captação da imagem. No entanto, esta imagem, por exemplo, subverteu a condição do pixel, de elemento característico de uma imagem de baixa resolução a uma espécie de referência estética ou de amadorismo. Até as etapas de realização, da concepção à distribuição, passando pela edição e adição de efeitos diversos, têm condições de serem realizadas no próprio aparelho, como será visto no terceiro capítulo.

De todo modo, é importante ressaltar a diversidade de conteúdos que circula livremente na internet, o que atende a uma multiplicidade de gostos, de autores audiovisuais consagrados às vozes emergentes e anônimas, responsáveis pela maioria dos conteúdos, de formas, gêneros e duração variada. Em comum, muitas vezes, apenas o fato de terem sido captadas por meio de uma câmera de um *smartphone*.

Dentro desta seara de conteúdos, destacam-se os vídeos produzidos pelos próprios usuários. Historicamente, a mídia de massa, e seus processos de edição e finalização de imagem excluía o espectador de participar da captação da imagem. Esta condição era ampliada pelo alto custo e pouca disponibilidade dos equipamentos.

Hoje, o telefone celular é o dispositivo que resgata o sentido da expressão “uma câmera na mão”, despertando o íntimo do próprio produtor e narrador. Ao mesmo tempo, como será visto no próximo capítulo, ocorre a superexposição do “eu”, numa tentativa de obter reconhecimento da sociedade e uma espécie de “fama” no ambiente virtual. No entanto, pelo seu tamanho reduzido de tela, e o fato de ela ser acoplada ao dispositivo de captação, a imagem gerada por um *smartphone* não permite muitos planos gerais.

Machado (1977) já defendia que o vídeo não é adequado ao registro de informações abundantes e detalhes minuciosos. As linhas de varredura da imagem televisiva se impõem sobre a profundidade de campo. O *smartphone* na mão impõe a imagem em close, definindo a ação. Em geral, nestes produtos, a imagem é captada muito perto de seus protagonistas. Nestes casos, é importante ressaltar, o manuseio do dispositivo pode ser feito com apenas uma das mãos, o que pode contribuir ainda mais para a geração de imagens desestabilizadas e planos imprecisos.

A maioria dos vídeos amadores produzidos pelos usuários de telefones celulares que circula na internet é do tipo plano sequência, ou seja, sem cortes. O áudio é captado pelo microfone do próprio aparelho, não há maquiagem ou caracterização, e muito menos iluminação específica. Sua duração também é reduzida, o que facilita o compartilhamento nas redes sociais e a visualização, por parte de outros sujeitos.

Em grandes eventos, como *shows* musicais ou jogos de futebol, os principais momentos principais são registrados com celulares e permitem o acesso do público a diferentes pontos de vista, a partir da disseminação das câmeras em celulares, constituindo uma espécie de narrativa coletiva, ainda que fragmentada.

De todo modo, ao analisarmos a imagem produzida profissionalmente, em conjunto com as realizações amadoras, é possível perceber que estas estão empenhadas em seguir caminhos distintos. A primeira, no cinema ou na televisão, está ancorada na busca pela imagem de alta qualidade. Os vídeos amadores, embora a tecnologia disponível hoje em alguns aparelhos seja compatível com equipamentos de alta resolução, ainda está ancorada em uma estética alternativa e experimental, considerando-se os objetivos destes produtos.

Diante do exposto, fica evidente que o cinematógrafo e o telefone celular são equipamentos que se assemelham na medida em que produzem e exibem imagens em movimento, com a autonomia característica da mobilidade. Por outro lado, cabe evidenciar que na era do cinematógrafo ainda não havia se estabelecido uma cultura fílmica ou audiovisual como nos dias atuais, onde esta característica é indissociável do cotidiano da contemporaneidade, absolutamente popularizada.

As imagens produzidas em cada época são bem diferentes, assim como os indivíduos que as geravam, e as relações deles com a câmera e as imagens por ela produzidas, naturalmente. São nessas características que as diferenças entre o cinematógrafo e o celular mais se acentuam. Hoje, é sabido que o celular é um equipamento muito mais completo, na medida em que o usuário filma e se filma, captura e compartilha arquivos de áudio, e a imagem produzida por ele também pode ser compartilhada, quase instantaneamente ou ao vivo, em redes sociais e até transmissões ao vivo via *streaming*³⁴.

De todo modo, as atuais possibilidades de captação e circulação das imagens dão notoriedade de forma ágil aos conteúdos, enfraquecendo visões elitistas e formas tipicamente capitalistas de desenvolvimento econômico, como a produção centralizada e a tradicional distribuição rápida em largas expansões geográficas. É possível afirmar que este aspecto, de todo modo, representa um ganho para a sociedade, uma vez que é possível receber no celular produções de qualquer natureza, inclusive as que contêm visões periféricas ao discurso oficial. Tanto pela disponibilidade dos vídeos de registros, como será visto no próximo capítulo, como pelos conteúdos ofertados pelos portais especializados em armazenamento e reprodução de vídeos na internet. Desta forma, a disponibilidade e circulação destes produtos é um ganho, uma vez que contribui para democratizar a informação, para além de qualquer classe social.

O pensamento de Raymond Williams aponta para uma prática que busca o entendimento do ambiente, objetos e pessoas como elementos interconstitutivos do cinema e a questão da prática política, apontando que “a batalha em torno do “popular” está longe do fim e o desafio para várias gerações de cineastas continua, mas o cinema burguês progressista deve trabalhar para a construção do seu fim”.

Desde a era do cinematógrafo até os dias atuais, são as telas as mediadoras deste processo comunicacional. No caso dos telefones celulares não é diferente, mas as pequenas telas dos dispositivos móveis portáteis também possuem papel decisivo na produção da imagem. Na sequência, a pesquisa abordará a trajetória e a importância das telas na cultura audiovisual,

³⁴ Tecnologia que é capaz de reproduzir áudio ou vídeo enquanto ainda está carregando, diminuindo assim o tempo de espera.

tanto nos espaços tradicionais das salas de cinema, quanto em qualquer lugar, agora, graças à mobilidade e à onipresença dos modernos *smartphones* na contemporaneidade.

1.3 O percurso das telas

A presença das telas ultrapassa os telefones celulares, em evidência nesta dissertação, para integrar uma parte indispensável do nosso cotidiano. Vivemos permeados por telas de todos os tamanhos, tanto no trabalho, como no lazer. As telas também possuem formas, tamanhos e tecnologias diferentes. As dos *smartphones* apresentam uma tecnologia cada vez mais avançada, à medida em cada nova geração de dispositivos aporta no mercado.

As teorias que se dedicam às mídias digitais encontram seus objetos de estudo materializados em telas. Assim, neste momento, torna-se oportuno conduzir uma investigação sobre a origem do termo “tela”, datada do século XIII. O dicionário eletrônico Houaiss (2009), por exemplo, atribui ao substantivo feminino 10 significados diferentes. Três deles, relacionados diretamente ao cinema e à produção audiovisual, interessam a esta pesquisa. O primeiro aponta para uma “superfície sobre a qual se projetam imagens cinematográficas (filmes) ou fotográficas (*slides*, diapositivos), painel, ecrã”; o segundo usa a metonímia para “o cinema, a arte cinematográfica”; e a última, por analogia à televisão, equivale à “superfície anterior do tubo de imagem sobre a qual se projeta o feixe de elétrons para formar os elementos de imagem”.

Independentemente dos debates sobre o estágio atual da sociedade - do espetáculo, líquida, pós-moderna ou hipermoderna, entre outras - estamos diante de uma sociedade das telas. As telas intermediam o nosso contato com o mundo e, ao mesmo tempo, o mundo não mais existirá sem a sua mediação. Assim, surgem questões importantes sobre o acesso, a experiência e a recepção de conteúdos. Cada tela implica espaço e tempo diferentes, além de variados modos de interação.

Estas questões permearam o pensamento de Marshall McLuhan. Formado em Literatura com doutorado em Filosofia, o canadense foi o pioneiro a construir uma teoria com base na tecnologia de informação. Em seu livro “A Galáxia de Gutemberg: a formação do homem tipográfico”, de 1962, ele afirma que “a nova interdependência eletrônica recria o mundo à imagem de uma aldeia global”. O fluxo de imagens e sons marca um retorno da narrativa oral, agora mediada pela eletrônica e tornada audiovisual e sensorial.

Se no livro “Os meios de comunicação”, McLuhan propõe que “os meios de comunicação são extensões do homem”, os telefones celulares e suas telas desempenham este papel na contemporaneidade, de forma plena. O registro da evolução dos meios de comunicação ligados à imagem também é a evolução da história das telas audiovisuais. A tela do cinema, reconhecidamente, foi a pioneira. Todas as outras que surgiram depois são evoluções desta, com uma nobre diferença: a tela do cinema é a única que recebe e reflete a luz, ao contrário das demais.

No fim do século XIX, o surgimento do cinematógrafo, com as primeiras projeções de imagens em movimento, como vimos no início deste capítulo, marca o início da história das telas. Por muito tempo, esta foi a única tela, palco do real, de sonhos e narrativas variadas. O caminho para esta tela começou a ser criado anos antes, entre o final do século XVIII e as primeiras décadas do século XIX, com as telas transparentes dos espetáculos populares e os artistas itinerantes que usavam a “lanterna mágica” para projetar fantasmas e outros seres imaginários para amedrontar o espectador. Foi o exemplo pioneiro de uma tela com superfície para projetar imagens. Com o passar do tempo, estas telas foram aumentando de tamanho, enquanto surgiram técnicas de iluminação mais estáveis, graças às invenções da lâmpada incandescente, que substituiu as velas e a lamparina a óleo.

Da forma como os primeiros filmes foram concebidos, a tela nasce na era do cinematógrafo como uma tela antropológica, capaz de captar, explorar e nos informar sobre a condição humana. Walter Benjamin produziu algumas reflexões acerca das mudanças que surgiram com as telas e a forma de transmitir a realidade. Para ele, o cinema experimenta um novo modo de ver, dando a entender que as percepções humanas são sempre históricas, gerando um “inconsciente óptico”, ampliando o poder de percepção do olho e gerando

uma nova sensibilidade perceptiva. A contextualização está no livro “Una genealogia de las pantallas: del cine ao teléfono móvil” (2014), de Israel Márquez, derivado da tese de doutoramento do autor em Ciências da Informação na Universidade Complutense de Madrid, na Espanha.

A obra aponta que, habitualmente, não é possível perceber os numerosos detalhes e os ângulos dos seres e objetos que habitam nossa vida cotidiana. No entanto, ao visualizá-los dentro de uma tela de cinema, é possível chegar a estes elementos em uma nova perspectiva e descobrir um novo universo físico. Este processo segundo o autor, permite chegar ao outro com novas sensibilidade e consciência. Para ele, é a tela do cinema que revela ao público um mundo perceptivo completamente novo (MÁRQUEZ, 2014, p. 9).

Após o surgimento do realismo dos irmãos Lumière, George Méliès, um dos assistentes que estiveram presentes na primeira projeção do cinematógrafo, pensou em um cinema que fosse além do reflexo da realidade. Com seus primeiros filmes, ele mostrou a dimensão fantástica do cinema e sua capacidade para construir um universo misterioso e diferente. Uma espécie de retorno às origens do cinema, com os espetáculos das sombras chinesas e da lanterna mágica. Assim, a tela antropológica pode assumir uma outra condição, de tela onírica, que convida o público a sonhar, incitando o espectador a superá-la, ir além dela, exatamente como o espelho de Alice.

A tela do cinema é uma grande tela, que nos seduz e nos convida a entrar. Diante dela, a conexão do cinema com o sonho gera ainda um estado de “vácuo mental”, onde o espectador tem a sensação de despertar, como se durante algum tempo estivesse vendo uma parte do filme como se fosse um sonho. Mas há outras condições. O próprio Roland Barthes já havia afirmado que “ao falar de cinema, nunca conseguiu evitar pensar mais na “sala” do que no filme”³⁵.

Como foi dito no subcapítulo anterior, desde o princípio a tela e a sala de cinema estão relacionadas ao comportamento contemplativo do espectador. O pesquisador russo e crítico de cinema Lev Manovich, por exemplo, afirma que o corpo do espectador deve estar quieto durante a exibição da obra. Ele

³⁵ BARTHES, Roland. Saindo do Cinema in: Psicanálise e Cinema. São Paulo: Global Editora, 1980.

compara a chegadas das grandes salas à construção de prisões, “instaurando uma nova política de imobilidade e reclusão semelhante à de uma instituição disciplinar”.

As telas, em um segundo momento, observaram a chegada do som e da cor. Em seguida, ultrapassaram os limites das construções das salas tradicionais e foram para as ruas, por meio do *drive-in*. Este substantivo masculino define espaços e estabelecimentos ao ar livre como cinemas, lanchonetes e bancos, onde o cliente entra e é servido dentro do próprio automóvel. Cabe esclarecer que este é um fenômeno tipicamente estadunidense, um país onde os jovens atribuem mais importância a atingir a idade mínima para ter permissão para dirigir do que a de poder votar, como lembrou McLuhan (1974).

Frequentar um *drive-in* representa transformar o próprio carro em uma sala de cinema particular. A primeira tela do usuário passa a ser o para-brisa do veículo e, por meio dele, é possível acessar a tela onde o filme é projetado. A escuridão da sala de cinema, nesta experiência, se transforma em escuridão natural, a escuridão da noite.

A experiência do *drive-in* é positiva porque a cabine do automóvel representa um espaço intermediário entre as salas de cinema e a da própria casa, ou seja, constituía um ambiente de interseção entre o público e o privado que reunia características dos dois: havia o conforto para as crianças dormirem, a possibilidade de ingressar com alimentos e bebidas próprios e a liberdade de comportamentos que a sala de cinema tradicional não admite. Em alguns casos o filme não era o mais importante. Por outro lado, a qualidade do som não era satisfatória e a chuva poderia prejudicar o espetáculo. No alto da estrada Grajaú-Jacarepaguá, que liga as Zonas Norte e Oeste do Rio de Janeiro, houve um *drive-in* sem filme ou tela, como o “Namore Modernamente”, que funcionou na Estrada do Joá, na Zona Sul da cidade.

O último *drive-in* em atividade no Brasil fica em Brasília, funciona desde 1973, tem capacidade para 500 carros e se chama Cine Drive-in³⁶. Em 2014, foi ameaçado de fechamento, mas ganhou o apoio da sociedade e foi tombado como Patrimônio Cultural Material do Distrito Federal. O áudio dos filmes é

³⁶ <<http://www.cinedrivein.com/>> Acesso em 28 de outubro de 2016.

transmitido em um canal de frequência modulada (FM) para o rádio do carro ou qualquer aplicativo de celular. A história do Cine Drive-In inspirou o longa-metragem “*O Último Cine Drive-in*” (2014), dirigido por Iberê Carvalho.



Figura 4 – O Cine Drive In, em Brasília.

O declínio dos drive-ins e suas telas gigantes começou nos anos 1970, por motivos de valorização de seus terrenos e a especulação imobiliária, além da chegada de outras formas de entretenimento como a televisão a cabo, o videocassete, os shopping centers e os multiplexes. No entanto, hoje, as telas permanecem ao ar livre. Só que agora são menores e exploram qualquer espaço, proporcionando a experiência do consumo de imagens individual ou coletivamente, independentemente da localização do dispositivo.

O surgimento da televisão abriu um novo capítulo na história das telas. O tamanho reduzido da tela do novo meio conferiu à sua imagem um encantamento inferior ao experimentado pelo espectador de cinema. Por outro lado, criou-se uma relação distinta, mais íntima, entre o espectador e o aparelho. Além disso, o consumo das imagens televisivas passou a proporcionar uma multiplicidade de estímulos, uma vez que além da tela, há o que ocorre ao entorno do espectador.

Se, por um lado, é possível associar as condições de espectadorialidade do cinema a uma prisão, em função da ordem e do recolhimento do espectador, por outro, no ambiente doméstico – o espaço da televisão – predominam a liberdade e a anarquia. Neste aspecto, cabe destacar o conceito de “privatização móvel”, criado por Raymond Williams nos Estados Unidos, no período pós-guerra. Seu pensamento foi fundamentado na premissa de que a televisão, disponível dentro das residências, aproximou duas tendências aparentemente opostas: a primeira foi o aumento da mobilidade dos indivíduos,

caracterizado pelo desejo de ver e estar em diferentes lugares; a outra, naquele momento histórico, estava na privatização do lar (considerando a melhoria das condições financeiras dos trabalhadores e a reorganização do tempo na relação com o trabalho). O teórico britânico, para tanto, considerou a capacidade da televisão de permitir o deslocamento do sujeito a qualquer ponto do planeta, sem que ele se ausente do próprio lar.

Com o advento das tecnologias digitais, o pensamento de Williams (2016) acabou transformado. A presença dos dispositivos móveis possibilita a privatização de novos ambientes e o ambiente doméstico, por exemplo, perde a exclusividade de palco de contato do indivíduo com o mundo. Na gama de teorias que abordam os estudos culturais, du Gay et al (1997) registrou este fenômeno, a partir do uso social do *walkman* da Sony, como equipamento privatizador de espaços públicos. A profusão dos dispositivos móveis ampliou este tipo de “tecnologia privatizadora” observado na contemporaneidade (MORLEY, 2003, p.451). Mais tarde, Lynn Spigel (2001), autor da expressão “mobilidade privatizada”, inverte o conceito de Williams, ao considerar as tecnologias que propiciam o deslocamento das telas que antes habitariam o ambiente doméstico, de acordo com hábitos e comportamentos que estes ambientes privados emanam.

De todo modo, as telas de televisão estão entre as superfícies que permeiam a vida humana na modernidade, na visão do filósofo tcheco naturalizado brasileiro Vilém Flusser. Ao comparar linhas e superfícies, ele evidencia a autonomia do consumidor/leitor, em relação às dimensões existentes nas mensagens dos livros e nas imagens. Na comparação do modo como vemos o teatro e o cinema, a

tela de cinema é uma projeção bidimensional, e nunca poderemos adentrá-la. O teatro representa o mundo das coisas por meio das próprias coisas, e o filme representa o mundo das coisas por meio da projeção das coisas; a leitura de filmes se passa no plano da tela, como nas pinturas. [...] O modo como vemos os filmes pode ser bem mais descrito quando tentamos enumerar os vários níveis de tempo em que a leitura acontece. Há o tempo linear, em que os fotogramas das cenas se seguem uns aos outros. Há o tempo determinado para o movimento de cada fotograma. E também há o tempo que gastamos para captar cada imagem [...]. Há também o tempo referente à história que o filme está contando (FLUSSER, 2007, p. 107).

O filósofo defende que a leitura de um filme só ocorre no momento em que o espectador assume o ponto de vista que a tela o impõe. Caso contrário, sua leitura será prejudicada ou poderá não acontecer. O ponto de vista, ele continua, é estabelecido a partir de uma poltrona na sala de cinema. Apenas será possível ler o que o filme tem a dizer quando o espectador se senta na poltrona. Caso ele se aproxime da tela, por exemplo, verá apenas pontos de luz sem significado, ao contrário do jornal impresso, por exemplo, onde a letra “a” terá sempre o mesmo significado, independentemente do modo como se olha para ela.

Desta forma, códigos imagéticos, como os filmes, dependem de pontos de vista pré-determinados: são subjetivos e têm como base convenções que não precisam ser apreendidas conscientemente, ou seja, são inconscientes, ao contrário dos códigos conceituais, como os alfabetos. Vilém Flusser aponta para a representação do pensamento imagético como a tradução do conceito em imagem e o pensamento conceitual, a tradução da imagem em conceito. (FLUSSER, 2007). Ele antecipa que “um programa de televisão que possa ser cheirado e que provoque sensações corpóreas não é uma escultura”, e sim um dos avanços do pensamento no sentido de representar os fatos de maneira sensorial, com resultados ainda imprevisíveis. O filósofo assume o papel de um espectador de televisão. Em um futuro próximo, este personagem hipotético estará apto a editar seus programas, compondo sua própria atração.

Mas poderá fazer ainda mais: filmar seu programa e outros na sequência, inclusive filmar a si mesmo, registrar isso em uma fita e depois passar o resultado na tela de sua TV. Ele se verá, portanto, em seu programa. Isso significa que o programa terá o começo, meio e fim que o espectador quiser e significa também que ele terá o papel que quiser (FLUSSER, 2007, p. 122).

Desta forma, o espectador é determinado pela história e ainda atua nela. Mas, enquanto integrante do processo e protagonista, está além da história. Esta recombinação de narrativas, segundo Flusser, substitui o significado da história de drama, para apenas uma espécie de “jogo”.

Segundo Gilles Lipovetski e Jean Serroy, os tempos atuais são a era da hipermodernidade, marcada, como foi visto, pela evolução da primeira tela, do cinema, até a tela que atua sobre o indivíduo, transformando-o e alterando as suas formas de pensar, sentir e agir. As telas evoluíram junto com a tecnologia

do audiovisual. Mas nunca o homem foi rodeado de tantas telas para viver a sua própria vida (LIPOVETSKI; SERROY, 2009).

Para Roger Chartier, todos os tipos de telas disponíveis no mundo, desta forma, multiplicam a tela branca do cinema, o que leva os autores a concluir que todas as telas da atualidade, apesar de suas singularidades, induzem novos ambientes, dinâmicas e influências nos usuários. Se, por um lado, as telas consagram as imagens, por outro a comunicação eletrônica também influencia a leitura. Todos os textos, independentemente do gênero, são lidos no mesmo suporte (a tela do computador), na forma que melhor convém ao usuário (CHARTIER, 2002).

Qualquer estudo sobre as telas deve, paralelamente, considerar a questão da tecnologia como fator que age para o acesso ao conteúdo. Com a chegada da televisão digital e novos dispositivos móveis, multiplicaram-se as telas e os modos de consumir seu conteúdo. Esta condição de espetatorialidade, cuja imersão deixa de ser uma característica principal, afeta o mercado audiovisual como um todo, unindo produtos de cinema e a televisão. A chegada da realidade virtual, por exemplo, altera a relação entre as telas e o público. Elas deixam de ser telas compartilhadas para conquistar seu usuário único, em uma relação individual. O retorno da experiência de imersão adquire uma característica ainda mais especial: a interatividade.

Na China, desde 2014, algumas salas de cinema vêm testando um sistema que inclui a projeção de mensagens dos espectadores na tela, abaixo do espaço da projeção do filme³⁷. A experiência é direcionada à exibição de obras com temática adolescente, uma vez que os jovens daquele país possuem como característica cultural o hábito de não desgrudar de seus telefones celulares. Durante a sessão, eles podem interagir e opinar por mensagens de texto, em salas de Pequim e Xangai. Esta prática prova que, mesmo nas condições ideais de imersão, a imagem audiovisual, na experiência cinematográfica, está condenada a interrupções e interferências. Na prática, a experiência chinesa mostra a invasão da tela do cinema pela anarquia das telas que surgiram mais tarde.

³⁷ A reportagem está em <<http://www.hollywoodreporter.com/news/chinese-theaters-test-system-onscreen-726204>. Acesso em 10 de setembro de 2016.

A ideia de ser transportado para outros mundos continuará existindo nos videogames, cinemas 3D e ambientes virtuais. Mas a tela, pelo contrário, não desaparecerá. Ela poderá se transformar e se adequar a outros tamanhos e formas, configurando uma espécie de “tela total”, como definiu Andre Bazin, em seu livro “*What is Cinema?*” (2004). Como registraram Lipovestki e Serroy, talvez um dia quase tudo se buscará ou se receberá nas telas. Neste momento, o que não está disponível nas telas não terá interesse nem existência para a maioria dos indivíduos. Apenas o fato de “ser a tela ou não ser” (LIPOVETSKI; SERROY, 2009).



Figura 5 – Mensagens de texto na tela dos cinemas chineses: estratégia para os jovens conectados.

A tela do *smartphone*, dispositivo tecnológico mais importante na sociedade atual, está sempre ao lado de seu usuário. E a ousadia dos fabricantes de equipamentos parece não ter limites. Ao longo de 2016, chegaram ao mercado novos dispositivos, com telas que nunca se apagam³⁸, duas câmeras na parte traseira³⁹ ou capazes de realizar filmagens em 360 graus⁴⁰.

Hoje, é possível aplicar ao telefone celular exatamente o que McLuhan registrou, no passado, a respeito do automóvel. “É uma peça de vestir sem a qual nos sentimos inseguros, nus e incompletos nos ambientes urbanos” (McLuhan, 1974). A tela dos *smartphones* também incorpora uma característica única que a distingue das demais: trata-se de uma tela tátil.

Embora não seja o foco direto de análise nesta pesquisa, cabe destacar

³⁸ Modelos *Galaxy S7* e *X Screen*, da LG.

³⁹ Modelo *X Cam*, da LG.

⁴⁰ Modelo *G5*, também da LG, com bateria removível.

que esta característica, em especial, proporciona o surgimento de novas relações entre a mão, o olho e a tela. Os olhos são praticamente convertidos em mãos. Bem antes da era dos *smartphones*, por exemplo, o sociólogo e filósofo francês Jean Baudrillard, cujas teorias se dedicam ao estudo dos fenômenos da comunicação e dos meios na sociedade e na cultura contemporânea, registrou que a leitura tátil de uma tela é completamente diferente daquela realizada na tela em que o usuário só olha as informações.

Outra diferença aparece na distância entre o usuário e o dispositivo. A condição especial de apenas olhar para a tela de cinema é substituída pela proximidade que conduz à uma relação mais afetiva com o dispositivo, por meio do tato. Não se trata mais apenas de observar, agora é necessário tocar. E, nas possibilidades do celular, tocar, ver e ouvir acontecem simultaneamente. As telas móveis tornaram esta relação entre dedos-tela algo natural e cotidiano, abrindo uma nova era onde tocar a tela é tão importante quanto apenas olhar para elas.



Figura 6 – Experimentos de cinema caseiro, no Japão.

No Japão, um experimento doméstico une as características das modernas telas dos dispositivos móveis às condições de espectadorialidade verificada nas salas de cinema. Em 2015, alguns usuários do *Twitter* compartilharam imagens de uma espécie de cinema “caseiro”⁴¹, onde o telefone celular ou *tablet* é posicionado sobre uma caixa de papelão, com a tela

⁴¹ Algumas imagens estão disponíveis em <<<http://www.dailydot.com/debug/cardboard-theater-japan/>>>. Acesso em 24 de julho de 2016.

virada para baixo. O usuário se deita no chão ou sobre a própria cama, com a cabeça dentro da caixa, para simular as condições de uma sala de cinema privada. O experimento, ainda que de realização amadora, simula a espectralidade da sala de cinema, onde o espectador, com as luzes apagadas, experimenta uma condição de imersão. Nas imagens dos exemplos pesquisados, é possível perceber a variedade de dispositivos em uso nestas condições: telefones celulares e *tablets*, recriando a experiência sem a necessidade de muito dinheiro, uma grande tela ou um equipamento de som de alta tecnologia.

Apenas as características citadas nos parágrafos anteriores já configuram um novo nível na relação do usuário com o seu dispositivo. Se, antes, o controle remoto era responsável pela interação entre o indivíduo e uma tela, agora a tela *touch* contribui para o próprio dispositivo móvel portátil assumir uma condição multifuncional, com funções de câmera fotográfica e de vídeo, máquina de escrever, agenda de contatos, *player* de música e filmes, caderno de anotações e console de videogames, entre outras. O dispositivo total, dentro da perspectiva desta investigação, possui uma tela total, capaz de integrar todos os meios, funções, atribuições e formas de uso dos meios e telas anteriores.

O *smartphone* da contemporaneidade é o dispositivo por meio do qual as empresas que operam as redes de comunicações recebem uma série de informações que o mesmo usuário oferta passivamente para os bancos de dados de seus prestadores de serviços. Sua localização, por exemplo, pode ser facultada a qualquer empreendimento comercial que possa ter interesse em saber se algum de seus produtos tenha mais chance de ser vendido àquele indivíduo, com base no histórico de deslocamento e hábitos de consumo. Santaella (2008) esclarece como as pessoas podem ser monitoradas, enquanto usufruem das benesses das novíssimas mídias locativas:

Dispositivo tecnológico sensível ao contexto significa que o dispositivo é capaz de localizar, classificar, coletar, arquivar e usar informação relevante, assim como descartar informação irrelevante. No caso das mídias locativas, sensível ao contexto refere-se a um campo em que a localização de pessoas e objetos pode ser usada pelas máquinas para derivar informação contextual com a qual dão assistência aos usuários. As tecnologias de sensores habilitam os dispositivos móveis a fornecer pistas sobre o contexto. (SANTAELLA, 2008, p.132)

O jogo *Pokemon Go!*⁴² evidencia esta interação tátil e corpórea entre o usuário e o dispositivo, mediado pelas telas. O usuário aponta a câmera do celular para tentar capturar os personagens, no mundo real. Em artigo⁴³ publicado no site do diário espanhol *El País*, em outubro do mesmo ano, o pesquisador argentino Carlos Alberto Scolari resgata o pensamento do escritor e filósofo italiano Umberto Eco, falecido em fevereiro de 2016, em sua obra *Apocalípticos e Integrados*, que reúne uma série de ensaios a respeito da cultura de massa.

Umberto Eco divide os indivíduos entre os que condenam os meios de comunicação de massa (apocalípticos) e aqueles que os absolvem (integrados). Para Scolari, ao final de sua carreira, o italiano se mostrou otimista com o rumo dos meios de comunicação de massa, convertendo-se em



Figura 7 – Jogadores de *Pokemon Go!* no Campo de São Bento, em Niterói – RJ.

uma espécie de antiapocalíptico, por suas investigações e a forma com que se dedicava a explorar os novos meios.

Scolari defende no texto que cada nova tecnologia de comunicação desperta seus apocalípticos e integrados. E exemplifica, apontando que os *Youtubers* da atualidade parecem ser os catalisadores do debate

⁴² O jogo, fabricado pela empresa Niantic, foi lançado mundialmente em 2016 e seu aplicativo, imediatamente, se converteu em um fenômeno de consumo.

⁴³ <http://cultura.elpais.com/cultura/2016/10/07/babelia/1475841791_221262.html> Acesso em 2 de novembro de 2016.

contemporâneo entre os dois grupos. O *Pokemon Go!*, na visão dele, é um bom exemplo destas discussões: os apocalípticos não se deram ao trabalho de tentar capturar o seu primeiro *Pikachu* e logo ridicularizam os jogadores pelas características desta nova forma de entretenimento. Por outro lado, os integrados logo reivindicaram a vida ao ar livre proporcionada pelo aplicativo.

Para o pesquisador argentino, não é complicado buscar a compreensão do que está ocorrendo: sem abraçar nenhuma das causas extremistas, Scolari afirma que *Pokemon Go!* é a primeira experiência global, massiva e colaborativa do uso da realidade aumentada e da geolocalização à disposição do usuário comum. Ele afirma que este jogo abre perspectivas inimagináveis, não só no campo do entretenimento, mas sobretudo em áreas como a medicina, a educação, o turismo e até a arquitetura. Ao mesmo tempo, aponta Scolari, o sucesso dos *Youtubers*, com seus milhões de assinantes e visualizações, está no fato de que eles têm sabido construir espaços midiáticos de diversão, aprendizagem e intercâmbio, para um público excluídos dos meios tradicionais.

No centro desta dinâmica de negócios e entretenimento estão os modernos *smartphones*, aparatos cujos sistemas fornecem aos produtores uma série de informações sobre as preferências, formas de consumo e localização do usuário, em um cenário de convergência de meios jamais experimentados antes por qualquer fase da humanidade. Santaella (2008) indica que a convergência projeta novos desafios, ao permitir a comunicação multiusuário, inserindo a consciência do contexto, o que contribui para alterar os padrões dos fluxos de informação de acordo com as situações onde ocorrem os processos comunicacionais.

A consequência deste processo é o surgimento de novas estruturas espaciais interativas e práticas culturais inéditas até então. A autora se refere aos serviços que, por meio da rede geoespacial, conectam os bits imateriais da mídia e informação com lugares físicos do espaço público urbano. Estas práticas tecnossociais têm o potencial de gerar formas de participação pública que reconectam as dimensões materiais do espaço físico com os recursos participativos da esfera pública virtual (SANTAELLA, 2008, p.130).

O telefone celular transforma os usuários em seres verdadeiramente globalizados, pela possibilidade de levar o mundo no bolso, a oferta de

múltiplas aplicações e as formas de conectividade. O equipamento é a máquina que supera todas as outras, porque as incorpora suas funções e características, disponibilizando-as aos usuários de modos cômodo e fácil:

O celular e sua tela se apresentam, então, como instrumento absoluto, este instrumento que, para filósofos como Aristóteles, Descartes, Hegel e Heidegger, era precisamente a mão. [...] A tela do telefone móvel, por meio de nossa mão, se converte em um instrumento dos instrumentos, na forma das formas, na tela das telas. A tela total, definitiva, assim como a mão é o órgão total, o órgão ativo por excelência, com que tocamos, modelamos e transformamos o mundo⁴⁴ (MÁRQUEZ, 2014, p. 38, tradução nossa).

As telas, hoje, se consolidaram como um negócio. A cada dia há novas telas, complementando as anteriores. Há telas de todos os tamanhos e personalizáveis, para todos os gostos. É mais um elemento na escala da obsolescência programada⁴⁵. As telas atravessam os limites nebulosos entre o trabalho e o lazer. Estão praticamente ao alcance de todos, especialmente nas sociedades mais avançadas, onde circulam imagens, sons, acontecimentos e sonhos, mas também pesadelos, mortes e guerras.

Assim, a tela do cinema, antes restrita à sala escura, foi para as residências, depois para as ruas e, agora, como a televisão digital, pode estar no celular, em todo lugar. Os exibidores dos multiplexes mantêm as apostas nas supertelas; na programação das atrações por meio de métricas e algoritmos; e nas experiências de consumo de conteúdo em dezenas de canais de áudio e imagens com milhões de pixels, por meio de projeções digitais e 3-D. Flexibilizam as atrações em cartaz para programas como óperas, shows e conteúdos esportivos, ampliando a capacidade comercial dos complexos. Uma vez distanciado da bitola 35 mm, o cinema digital se submete às mudanças de tecnologia no mesmo ritmo já experimentado pela televisão.

⁴⁴ (MÁRQUEZ, 2014, p. 38) *Em móvil y su pantalla se presentan, pues, como el instrumento absoluto, esse instrumento que, para filósofos como Aristóteles, Descartes, Hegel o Heidegger, era precisamente la-mano. [...] La pantalla del teléfono móvil, através de nuestra mano, se convierte como ésta, en el instrumento de los instrumentos, en la forma de las formas, en la pantalla de las pantallas. La pantalla total, en definitiva, así como la mano es el órgano total, el órgano activo por excelencia, con el que tocamos, modelamos y transformamos el mundo.*

⁴⁵ Fenômeno industrial e mercadológico surgido no capitalismo dos anos 1930 que consiste em programar o tempo de vida útil dos produtos para um prazo menos do que a tecnologia permite.

O compartilhamento de conteúdo entre cinema e TV, a partir do processo de convergência, unificou uma imagem que antes possuía características e estéticas próprias a cada meio. A diferença “genética” entre cinema e vídeo, como determinou Arlindo Machado no fim dos anos 1980, resgatada por Rossini (2015), vem cada vez mais perdendo o sentido. O processo fotoquímico e o eletrônico, que opunha produtores e até pesquisadores de cada meio em campos opostos, agora está unificado em arquivos de dados, *bits* e *bytes*, convergindo um conteúdo que cabe na palma da mão e no bolso do usuário.

A tela do telefone celular é, então, a tela da “modernidade líquida” de Zygmunt Bauman. A mesma que diz não à modernidade obcecada por tamanho, onde o “grande” é o melhor. E o verdadeiro ícone deste tempo é o próprio dispositivo móvel portátil, apresentado neste capítulo como elemento do cotidiano na contemporaneidade e um dispositivo que modera e atua na resignificação de uma série de processos comunicacionais, presente em praticamente todos os espaços, como apontou Maurice Blanchot. O poder do dispositivo é verificado nas condições em que seu usuário habita os espaços definidos como não-lugares por Michel de Certeau, a respeito dos modos de ocupação dos espaços.

O telefone celular dos dias atuais, quando utilizado no processo de realização audiovisual, também assume uma condição de objeto central na produção e exibição de produtos cinematográficos. A premissa de que o celular e o cinematógrafo desempenham papel essencial na configuração de uma nova imagem, com características específicas, também foi abordada neste momento.

Por fim, para que uma obra audiovisual encontre o seu espectador torna-se necessário voltar a atenção para o lugar onde ocorre a mediação destes processos: as telas. De seu nascimento, na origem do cinema, como tela antropológica, orientada para disseminar informações sobre as condições humanas, as telas da modernidade, na televisão ou no *smartphone*, emanam luz e também estão sendo reconfiguradas para atender novos comportamentos dos usuários.

Este é o ponto de partida para o próximo capítulo: mostrar, por meio de uma série de indicadores, de que forma o telefone celular está integrando cada

vez mais a sociedade contemporânea, assumindo um papel importante em todas as áreas da vida moderna, na educação, lazer e como entretenimento. Ao mesmo tempo, a disseminação destes dispositivos móveis portáteis, como os *smartphones*, enfrentam obstáculo como preço e disponibilidade de rede.

De todo modo, aos telefones celulares têm desempenho cada vez mais contundente na reconfiguração de hábitos e práticas culturais, a partir de suas diversas possibilidades de uso. A investigação proporrá ainda, neste próximo momento, uma reflexão sobre as formas de consumo destas novas imagens, os produtos audiovisuais e, ainda, dos próprios aparelhos.

Também será evidenciado a seguir a relação entre o usuário e seu aparelho, além dos usos do telefone para a circulação de imagens que até então eram restritas à televisão ou ao cinema, o que contribuiu para a transformação do personagem urbano do *flâneur* em um novo protagonista, o *phoneur*. Estes são alguns aspectos que influenciam e envolvem, na contemporaneidade, a atuação dos telefones celulares na produção, circulação e exibição de obras audiovisuais de curta duração.

Capítulo 2: O celular como extensão do homem

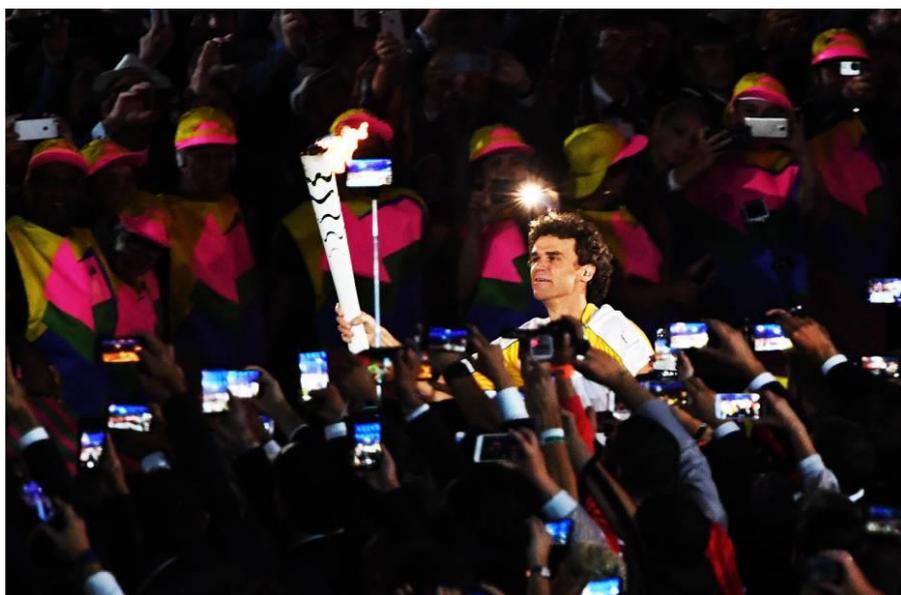


Figura 8 – Uso de celulares na cerimônia de abertura da Jogos Olímpicos Rio 2016.

Neste segundo capítulo, a pesquisa aponta estatísticas e indicadores para suportar a premissa de que os modernos telefones celulares, cada vez mais, assumem um contexto indissociável de seus usuários, especialmente como porta de entrada para o acesso à internet. Também é apresentada a abordagem da evolução história das comunicações móveis e dos aparelhos que introduziram inovações, com destaque para o momento em que o dispositivo passa a contar com as câmeras fotográficas digitais e novas tecnologias para o compartilhamento de conteúdo.

A conceituação do substantivo *consumo* e seus significados ideológicos é explorada com mais profundidade neste momento da pesquisa. O estudo do consumo como um sistema cultural pode ser definida como aquele que confere um novo significado a um objeto, dotando-o de características singulares. Desta forma, um *smartphone* pode ser transformado, de acordo com o contexto onde está inserido e sua forma de uso. Nesta análise, a atividade de consumo deixaria de lado, em definitivo, um contexto social cujos integrantes não possuem formas originais de expressão de sua individualidade.

A primeira ligação originada em um aparelho de telefone celular aconteceu nos Estados Unidos, em 3 de abril de 1973⁴⁶, apesar da tecnologia já ser conhecida, naquele país, desde a década de 1940. O modelo utilizado foi o *DynaTAC 8000X*: media 33 centímetros de altura, pesava 794 gramas e só foi comercializado uma década depois. Este aparelho foi imortalizado no cinema pelo personagem *Gordon Gekko*, interpretado pelo ator *Michael Douglas*, no filme *Wall Street – Poder e cobiça*, dirigido em 1987 por Oliver Stone, e se manteve no mercado até sair de linha, em 1994.

O início da comercialização dos aparelhos acelerou o desenvolvimento da tecnologia que suporta o Serviço Móvel Pessoal (SMP)⁴⁷, nomenclatura usada pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) para denominar a telefonia celular. Em sua definição, a tecnologia do Serviço Móvel Pessoal permite a comunicação entre celulares ou entre um celular e um telefone fixo.

⁴⁶ Informações disponíveis no site <<http://infograficos.oglobo.globo.com/tecnologia/conheca-a-evolucao-do-telefone-celular.html>> Acesso em 9 de abril de 2016.

⁴⁷ <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNivelDois.do?codItemCanal=669>> Acesso em 9 de abril de 2016.

O sociólogo espanhol Manuel Castells (2007) registrou que nunca, na história da humanidade, uma tecnologia de informação e comunicação evoluiu de forma tão ágil quanto a da comunicação sem fio. Em seus primeiros 20 anos de uso, os telefones celulares, em função do alto custo de aquisição dos aparelhos e do valor das ligações, eram utilizados apenas por homens e mulheres de negócios interessados em aproveitar melhor o tempo ocioso. Apenas a partir dos anos 1990 o telefone celular avança em número de usuários, deixa de ser uma tecnologia acessível a poucas pessoas e assume uma posição relevante como forma de comunicação, especialmente em relação ao domínio dos telefones fixos (CASTELLS ET AL, 2007).

No Brasil, o Serviço Móvel Pessoal começa a operar em caráter experimental em 1990, com 700 aparelhos. Em dezembro do ano seguinte, é lançado oficialmente na capital federal, Brasília. Naquele momento, o sistema de telefonia estava sob o poder do estado e era operador pela Telebrás. Na ocasião do lançamento do serviço, a empresa cobrava cerca de US\$ 20 mil de depósito-caução para quem tivesse interesse em habilitar uma nova linha. Ao fim de 1991 o Brasil contava com 6,7 mil linhas de telefonia celular e, quatro anos, depois, este número chegou a um milhão de terminais.

A telefonia no Brasil, pelo menos até o início do século XXI, sempre foi marcada pela demanda por telefones superior à oferta, sejam fixos ou celulares. A qualidade dos serviços, sob a gestão do estado, também deixava a desejar. A Agência Nacional de Telecomunicações surge em 1997, quando o país possuía cerca de 14 telefones para cada 100 habitantes (ANATEL, 2008) e demanda uma série de investimento no sistema, especialmente para dar suporte ao desenvolvimento nacional. Naquele momento, oito em cada 10 terminais estava em famílias das “classes A e B” e a maior parte da população rural não dispunha de telefone residencial ou coletivo.

A promulgação da Lei Geral das Telecomunicações, em julho de 1997, abriu caminho para a privatização das empresas que integravam o sistema Telebrás. O estado deixou de operar os serviços para exercer um papel de fiscalização e regulação. Depois da privatização, com novos investimentos, o setor se expandiu. A universalização da telefonia celular no Brasil também passou pela introdução da modalidade pré-paga de cobrança, como forma de

tornar o serviço acessível aos segmentos economicamente menos favorecidos da população.

O avanço da tecnologia de telecomunicações foi seguido pela indústria. Os fabricantes de aparelhos promoveram o ingresso de novos materiais e conseguiram produzir equipamentos mais leves. Com a novidade do teclado *Qwerty*⁴⁸ vieram novas funcionalidades: o celular passou a ser usado também como catálogo de endereços, calculadora, *pager*, *palm* e fax. A trajetória do telefone celular também incluiu modelos com *flip* e em formato de barra.

Os celulares ganharam câmeras integradas em 2002, com o modelo Sanyo SCP-5300, e passaram a atuar em redes mais modernas como as 3G/GPRS/EDGE. O modelo T36 Ericsson introduziu a tecnologia *Bluetooth*⁴⁹, de conexão sem fio. Um novo design de aparelho surgiu em 2007, com a entrada da *Apple* no mercado de telefonia celular. O teclado convencional virou *touch*.

Um dos primeiros equipamentos com esta tecnologia foi o Assistente Pessoal Digital (PDA), produzidos pela empresa *PalmSource Inc.* Estes “computadores de mão” chegaram a dominar o mercado. Envolvida com fusões e aquisições, a companhia não suportou a concorrência do *Android* e do *iPhone*. A *Apple* também lançou o seu PDA, batizado de *Apple Newton*. Além da tela sensível ao toque, o modelo oferecia reconhecimento de escrita e enviava mensagens por meio de *fac-símile*⁵⁰. No entanto, ao contrário do que seus anúncios exaltavam, o aparelho era pesado e a bateria durava pouco tempo. Apesar do fracasso de vendas, o *Newton* e o *Palm* são reconhecidos atualmente como os precursores dos *tablets* e as plataformas repletas de recursos, após a união de suas tecnologias com os telefones celulares.

Hoje, no Brasil, se por um lado a tecnologia 4G⁵¹ está se consolidando, por outro, o preço do serviço ainda representa uma barreira, como será visto no subcapítulo 2.1. Aparelhos modernos, como o *iPhone*, da *Apple*, avançaram para a sétima geração em 2016. Os dispositivos apresentam características

⁴⁸ Trata-se do layout de teclado padrão na língua inglesa, cujo termo origina-se das primeiras seis letras abaixo da fileira de números do teclado.

⁴⁹ <<https://www.bluetooth.com/>> Acesso em 10 de março de 2016.

⁵⁰ Termo usado para representar a tecnologia das transmissões por fax. Edição nova que apresenta uma reprodução exata do original.

⁵¹ Nomenclatura para a quarta geração da tecnologia das redes de telefonia móvel.

cada vez mais ousadas, na tentativa de atrair o consumidor ávido por novidades. No primeiro semestre do mesmo ano, um dos maiores fabricantes, a LG, lançou quatro modelos: dois, o *Galaxy S7* e o *X Screen*, têm como principal característica é a tela que nunca se apaga. Outro, o *X Cam*, possui duas câmeras na parte traseira, a exemplo do modelo da Apple, o *iPhone 7*. E o modelo batizado de *G5*, é modular e conta com bateria removível, uma funcionalidade que pode converter o dispositivo em caixa de som ou permitir filmagens em 360 graus. Companhias como a Samsung e a LG já mostraram ao mercado protótipos de *smartphones* totalmente flexíveis, dotado de telas maleáveis, sensores de dobra e motores tácteis, para que o usuário possa interagir com o aparelho por meio dos gestos simples.

De todo modo, a circulação e o consumo de vídeos e outros produtos audiovisuais em dispositivos móveis no Brasil só não ocorre de forma mais ampla em função do lento avanço no acesso do usuário às velocidades de conexão à internet por meio de banda larga, além dos valores praticados para o usuário final, dos equipamentos com mais recursos.

Um dos principais problemas enfrentados para a universalização do acesso e à melhoria da velocidade de conexão dos usuários está na necessidade de investimento em infraestrutura. Neste momento, as principais capitais brasileiras estão sendo cabeadas por fibra óptica, um processo ainda caro e lento. No entanto, em algumas regiões do Brasil, especialmente nas regiões Norte e no Nordeste, a fibra ainda é uma realidade distante. No que se refere aos equipamentos, a maioria é importada, e chega ao Brasil em um processo cujos tributos majoram os preços de custo em até 100%. Estes custos, frequentemente, são repassados pelas empresas ao usuário final, contribuindo também para o aumento dos valores praticados pelos serviços.

Um importante movimento para superar estas questões pode ser desconstruído pela Índia, segundo maior mercado para *smartphones* em todo o mundo. O país fica atrás da China, mas já supera os Estados Unidos, segundo um levantamento da empresa de análises *Counterpoint*⁵². Em fevereiro de 2016, a companhia telefônica daquele país, *Ringling Bells*, iniciou a

⁵² <<http://www.counterpointresearch.com/>> Acesso em 18 de janeiro de 2016.

comercialização de um *smartphone* batizado de *Freedom 251*⁵³, ao custo de aproximadamente R\$ 20 reais (cerca de quatro dólares) para o usuário. A comercialização do dispositivo integra uma campanha do governo indiano para fomentar os investimentos no país. O aparelho, entre outros recursos, possui tela colorida de quatro polegadas e duas câmeras: uma traseira de 3,2 megapixels e uma frontal de 0,3 megapixel, para o ritual do *selfie*⁵⁴.

A Índia é um dos principais polos de fabricação de aparelhos de telefonia celular em todo o mundo, reunindo linhas de produção de cerca de 20 marcas. A líder do mercado naquele país é a sul-coreana *Samsung*. Mas, a exemplo do Brasil, as empresas miram nos jovens.

Em dezembro de 2016⁵⁵, o número de terminais habilitados para acessar conteúdos por banda larga na telefonia móvel brasileira chegou a 242



Figura 9 – Ritual do Selfie, na Índia.

milhões. Deste total, pouco mais de 60 milhões se conectam à internet por meio da tecnologia LTE (4G). Ou seja, o Brasil deixou a condição de um país com poucos telefones, nas décadas de 1970 e 1980, para ostentar um dos maiores e mais importantes mercados de telefonia no início do século XXI. Ou seja, é possível afirmar que o celular atuou como protagonista no processo de democratização da telefonia no Brasil. O mesmo ocorre com as câmeras fotográficas e de vídeo, equipamentos acessíveis apenas a algumas pessoas. Com a popularização do *smartphone*, houve a universalização da possibilidade da geração de imagens estáticas ou em movimento.

O processo de convergência dos meios e a modernização das redes de

⁵³ <<http://www.freedom251.com/>> Acesso em 20 de janeiro de 2016

⁵⁴ Fotografia digital que uma pessoa tira de si própria.

⁵⁵ Site da Anatel. <<http://www.anatel.gov.br/dados/component/content/article?id=283>> Acesso em 23 de julho de 2016.

telecomunicações avança em progressão geométrica. Em 23 de fevereiro de 2016, a União Europeia e o Brasil assinaram um termo de cooperação para o desenvolvimento da tecnologia 5G, a próxima geração das redes de comunicação, cuja implantação em toda a Europa deverá estar consolidada até 2020. Naquele momento, todas as pessoas e os objetos utilizarão as redes 5G, cerca de 26 bilhões dispositivos estarão conectados e sete em cada 10 pessoas terão um *smartphone*. Não seria demais supor que a nova rede 5G poderá constituir a espinha dorsal de um Mercado Único Digital da União Europeia, formado por indústrias de vanguarda, serviços públicos modernos e de aplicações inovadoras, como os automóveis conectados, as casas inteligentes ou os serviços de saúde móveis.

O Brasil e a União europeia se comprometeram a desenvolver uma definição global da 5G e identificar os primeiros serviços como automóveis conectados e a transmissão de vídeo em fluxo contínuo de alta definição. As corporações de tecnologia e telecomunicações da Europa devem utilizar a faixa dos 700 MHz para oferecer serviços de banda larga móvel mais rápidos, com taxas de até 100 Mb/s, estáveis e ampliando a sua área de cobertura para as regiões rurais.

No Brasil, entretanto, a realidade ainda está muito aquém das previsões aplicadas ao continente europeu. As distorções no perfil do acesso ao serviço são evidentes, uma vez que existem

características sociodemográficas da população que têm um grande impacto no uso da internet, principalmente se comparada aos outros meios de comunicação. Renda e escolaridade criam um hiato digital entre quem é um cidadão conectado e quem não é. Já os elementos geracionais ou etários mostram que os jovens são usuários mais intensos das novas mídias. Os dados mostram que 65% dos jovens com até 25 anos acessam internet todos os dias. (BRASIL, 2014, p.49).

Estes indicadores não podem ser desprezados, uma vez que estamos diante de uma parcela da população para a qual o acesso à internet é um diferencial, fator de ascensão social, e responsável por abrir as portas não só para usos consolidados como lazer e entretenimento - por meio de redes sociais e jogos, mas também como serviços de saúde, financeiros e, principalmente, a educação formal e informal.

Em seis de abril de 2016, o IBGE divulgou um suplemento da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (Pnad)⁵⁶, dedicada ao uso do celular, internet e televisão. Os indicadores mostraram que a internet está presente em quase 55% dos lares no Brasil. Destes, 80,5% usam o celular para acessar a rede mundial de computadores. A relevância destes números é ampliada pelo fato de que o aumento no uso do celular como meio de acesso à internet, no período de um ano, foi superior (78,8%) aos *tablets* (50,4%), equipamentos que também possuem comprovada mobilidade, mas foram desconsiderados intencionalmente nesta dissertação, em função de apresentar características específicas de portabilidade.

No entanto, quando se trata da circulação e do consumo de vídeos neste dispositivo, os modernos *smartphones* e os sites de armazenamento e reprodução de vídeos concorrem com os meios já estabelecidos, mas deverão superá-las em breve. Por enquanto, este aspecto proporciona a associação das possibilidades de distribuição de conteúdo entre as antigas e novas mídias.

A Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, realizada pela Secretaria de Comunicação do Governo Federal, identificou que o brasileiro já gasta cinco horas por dia conectado à internet. Na comparação com a televisão, os entrevistados afirmaram que passam, em média, 4h31 por dia, assistindo televisão. Naturalmente, este indicador não reúne os números relacionados ao tempo em que as pessoas ficam na internet vendo televisão – seja por meio da grade ou de seus conteúdos. Outro dado importante apontado no levantamento foi o indicador da navegação na rede mundial de computadores por meio do uso de aparelhos celulares (66%), que já se aproxima do uso com computadores e *notebooks* (71%).

O estudo da multinacional *Cisco*, citado no primeiro capítulo, aponta a ampliação do tráfego global de dados móveis até 2018. No biênio 2017 e 2018, circularão na internet 5,1 *Exabytes*⁵⁷ mensais, três vezes mais do que todo o tráfego móvel da internet mundial em 2013. Segundo a pesquisa, em 2018 haverá cinco bilhões de usuários e 10 bilhões de dispositivos e conexões

⁵⁶

http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40
Acesso em 8 de abril de 2016.

⁵⁷ Unidade de medida de informação digital que corresponde a 1.000.000.000.000.000 de bytes.

móveis rápidas e inteligentes, com o vídeo sendo responsável por 69% de todo o tráfego global.

A previsão indica um tráfego total de dados móveis em 2018 equivalente a 190 *Exabytes*. Este indicador, apenas para contextualizar o leitor, equivale a 42 bilhões de imagens tipo MMS ou *Instagram* – como se cada pessoa do planeta postasse 15 fotos na rede social, todos os dias, durante um ano. Ou ainda, seguindo a mesma lógica, quatro bilhões de clipes de vídeo no YouTube – uma postagem por dia, durante um ano completo, gerado por cada habitante da terra.

Outro estudo⁵⁸ relevante, a respeito do uso dos meios de comunicação e as atitudes dos adultos, divulgado em março de 2016 pelo *Ofcom* (The Office of Communications), o órgão regulador da indústria das comunicações no Reino Unido, desenvolveu um retrato das necessidades, experiências e características de usuários que, predominantemente, acessam a internet por meio de seus *smartphones*. A pesquisa apontou necessidades, experiências e características de 26 pessoas de diferentes faixas etárias que, predominantemente, acessam a internet por meio de seus *smartphones*, e o fazem tanto por opção pessoal, quanto por circunstâncias externas. A investigação explorou ainda o comportamento digital e as competências dos participantes no manuseio dos equipamentos, enquanto comprovou a veracidade das respostas por meio de uma série de tarefas de habilidade.

As conclusões apontam, por exemplo, que os *smartphones* são os dispositivos preferenciais entre as pessoas que têm a alternativa de usar outros equipamentos e terminais em suas atividades profissionais e de lazer. A maioria dos entrevistados revelou experiências positivas em relação aos benefícios e as facilidades oferecidas pelos aplicativos, sejam de redes sociais, deslocamento, informações financeiras ou entretenimento.

O hábito de realizar compras pela internet como forma de economizar é um comportamento presente de forma significativa na amostra do estudo. Mas, por outro lado, alguns entrevistados mostraram dificuldade em comparar informações de produtos ou serviços de vários sites na internet, o que apontou

⁵⁸ O relatório está disponível na íntegra em <<http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/telecoms-research/smartphone-by-default-2016/>> Acesso em 8 de julho de 2016.

para uma dificuldade de envolvimento com várias fontes de informações, o que, em último caso, poderia influenciar a decisão do usuário sobre a compra. Uma parte das experiências foram agravadas em função do tamanho da tela do dispositivo.

Entre os usuários que possuem acesso limitado a outros dispositivos, muitos revelaram que estão se esforçando para ampliar suas habilidades no uso do *smartphone*. Houve relatos sobre dificuldades com a digitação e a aplicação do celular para a solução de problemas de gestão. Neste aspecto evidencia-se uma problema, caso o usuário esteja à procura de um emprego, por exemplo, em um cenário onde estas competências digitais são essenciais no ambiente de trabalho.

Ao mesmo tempo, a pesquisa indicou que a execução de tarefas complexas, por meio de *smartphones*, muitas vezes acarretam atrasos e perda de produtividade. O estudo verificou ainda que as preocupações dos usuários sobre o uso dos dados de seu plano pode apressar a execução de algumas tarefas. A maioria julgou fácil a busca por informações online usando seu *smartphone*, mas houve um contingente considerável que se esforçou para armazenar a informação que acabara de obter, seja por meio da captura da tela ou na edição de documentos de texto ou planilhas, o que significava uma dificuldade adicional. Também ficou evidente nos entrevistados a falta de informação a respeito de comportamentos seguros em ambientes públicos de acesso à internet por meio de redes *wi-fi*, em oposição às preocupações sobre privacidade e ações de invasão e contrabando de dados.

O resultado desta experiência mostrou que, de 2014 para 2015, o uso de computadores para acesso à internet entre os participantes da pesquisa caiu de 81% para 71%. Por outro lado, a mesma ação, realizada por meio de dispositivos móveis, saltou de 6% em 2014, para 16%, em 2015: quase três vezes mais. Prova de que, neste cenário contemporâneo digital, em constante evolução de tecnologias, o *smartphone* é um componente-chave. E ainda, considerando que, nos dias atuais, sete em cada 10 adultos usam um celular conectado e multifuncional, a dependência deste dispositivo poderá acarretar em um grande impacto na forma pela qual as pessoas frequentam e navegam no mundo *online*.

A pesquisa britânica sinaliza algumas certezas e, por outro lado, também desperta uma série de implicações e questionamentos. Se, por um lado, os telefones celulares da atualidade são cada vez mais usados como uma ferramenta versátil, para socializar, acessar informações e realizar inúmeras tarefas do cotidiano, por outro, o acesso on-line pode se tornar difícil e problemático.

De qualquer forma, trata-se de um equipamento que está sempre disponível. Nos últimos anos, aplicativos e sites da internet em suas versões *mobile* tem otimizado e simplificado a experiência de usuários. Ferramentas de apoio à navegação e rotas como o *Google Maps* são úteis, mas correm o risco de limitar o pensamento crítico do usuário, ao desconsiderarem o contexto particular de isolamento ou violência de uma determinada localidade ou região urbana.

O manuseio destes aparelhos apresenta duas possibilidades: a primeira é a capacitação de pessoas digitalmente incluídas em novas habilidades (o uso das funções do telefone). A outra, ao contrário, está no fato da dependência poder levar à inibição do desenvolvimento de habilidades alternativas, como a digitação.

É fato que os dispositivos modernos, cada vez mais, seduzem os usuários com a possibilidade de operá-los por meio de comandos de voz. Nesta visão, a funcionalidade *smartphones* pode ser libertadora ou limitadora. Está relacionada diretamente à decisão do usuário do aproveitamento das funcionalidades do próprio equipamento e também a sua disponibilidade para acesso à rede em outros computadores.

A onipresença dos telefones celulares na sociedade contemporânea abre uma série de possibilidades de estudos nas relações entre consumo e cultura nos dias atuais. É possível citar a estetização da vida cotidiana; a procura pela individualidade; o surgimento de sociabilidades; a construção de novas identidades e o estreitamento dos laços sociais, por exemplo. Dentro deste contexto, a pesquisa aprofundará a seguir a relação entre o usuário e o seu *smartphone*, dentro da perspectiva do aparelho como ferramenta de consumo e distribuição de imagens, via redes sociais.

2.1 O consumo de imagens e aparelhos

No inglês moderno, os substantivos *consumer* (consumidor) e *consumption* (consumo) se relacionam com uma versão específica da atividade econômica que, por sua vez, é derivada de um sistema econômico. Nos primeiros usos na língua inglesa, o consumo estava associado a um sentido desfavorável⁵⁹. A partir do século XVIII, com o predomínio de um novo mercado organizado, as ações de produção e uso de bens e serviços assumiram uma conotação abstrata. Mais tarde, no século XX, a palavra deixou o uso especializado na economia para ser ressignificada em um contexto popular.

Independentemente dos aspectos que regem o consumo dos modernos aparelhos de telefonia celular e a produção e circulação de imagens por meio destes equipamentos, ao longo das décadas finais do século XX o comportamento dos usuários mudou de forma significativa. Ser um “consumidor” deixou de significar estar à mercê dos anunciantes e publicitários. Houve uma reinterpretação do papel do consumo, especialmente nas nações capitalistas e naqueles países onde a economia ainda estava em desenvolvimento. O consumo, neste viés, pode ser compreendido como propulsor da contemporaneidade, apesar da utilidade do seu apoio, para explicar os dias atuais, ter sido negligenciado.

A maturidade e a solidificação dos estudos de consumo, assim, têm como base duas proposições teóricas, segundo a antropóloga e pesquisadora Lívia Barbosa (2004): um é o reconhecimento de que todo e qualquer ato de consumo é essencialmente cultural. O outro, a caracterização da sociedade atual como uma sociedade de consumo. A visão da economia, por exemplo, aponta os consumidores como seres “insaciáveis”, mas são incapazes de explicar como ocorreu o processo de formação desta característica.

Para o professor de antropologia da *University College London* (UCL), Daniel Miller, autor do livro “*Material Culture and Mass Consumption*” (1987), a finalidade do desinteresse em relação ao consumo seria a de maquiar uma espécie de “pacto” dos cientistas sociais, no século passado. Por trás deste

⁵⁹ Destruir, esgotar, dilapidar, exaurir.

comportamento estaria a iniciativa de evitar contradizer a narrativa que validou moral e ideologicamente os aspectos da Revolução Industrial e da produção. Na proposta do autor, o consumo seria algo moralmente inferior, tornando-se esquecido pelas pesquisas da área de Ciências Sociais, o que contribuiu para a hegemonia política da economia, como campo de conhecimento.

Qualquer estudo sobre o surgimento da sociedade de consumo deve passar, condicionalmente, pela análise de seu contexto histórico. O professor de sociologia da *University of York*, na Inglaterra, Colin Campbell, registra no livro “*A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*” (2001), que o romance, a moda e o amor apontam para um individualismo que representa o motor da revolução do consumidor.

Este conhecimento evolui para duas teses: a de que o movimento romântico está conectado ao surgimento do consumo moderno; e a de que o consumo moderno é originado por alterações na estrutura do hedonismo, ou seja, na concepção das fontes de prazer, em substituição à satisfação como principal elemento de estímulo ao consumo.

Os modos de produção do consumo também são objeto de análise do sociólogo e filósofo francês Jean Baudrillard (1981), dentro da perspectiva de descarte da crença de que os consumidores detenham poder absoluto sobre as práticas. Sua principal abordagem está no entendimento de que o consumo moderno é atravessado pela relação das necessidades individuais, estimulada pelo *marketing* e a publicidade. Estas práticas, sim, justificam sua existência pela necessidade de construir e manter uma lógica de desejo, transformando signo em mercadoria (SILVA, 2008).

Nestas premissas de Baudrillard sobre a estetização da vida cotidiana verificam-se acelerados fluxos de signos e imagens. A publicidade em torno dos *smartphones* acompanha esta tendência, independentemente da classe social dos indivíduos. Os fabricantes de telefones celulares impõem padrões de estilo, bom gosto, design e comportamentos específicos que se capilarizam pelos diferentes aspectos da vida cotidiana, dentro das possibilidades de uso dos dispositivos.

O antropólogo e professor da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Everardo Rocha aponta alguns enquadramentos desta prática:

O consumo pode ser explicado como essencial para felicidade e realização pessoal, em um enquadramento hedonista. Pode ser explicado a partir do enquadramento moralista, no qual o tom é denunciatório e o consumo é responsabilizado por diversas mazelas da sociedade. Pode ser ainda explicado num enquadramento naturalista, ora atendendo a necessidades físicas, ora respondendo a desejos psicológicos (ROCHA, 2005, p. 10).

Estas divisões surgem combinadas ou isoladamente, segundo o pesquisador. Mas, dentro desta análise, ele defende que a marca hedonista é, com certeza, a mais famosa ideologia aplicada ao consumo. É o consumo visto pelo prisma do sistema publicitário. Na perspectiva moralista, a reprodução do discurso que responsabiliza o consumo pelas mazelas da sociedade assume uma posição politicamente correta. Neste eixo, o consumo se torna objeto de condenação, uma vez que “o viés moralista é em parte responsável pelo silêncio acadêmico em relação ao consumo e pelo fascínio com a outra ponta do processo – a produção” (ROCHA, 2005).

A face naturalista, segundo o pesquisador, também poderia ser batizada de determinista. Sua característica central é a existência do consumo em razão da natureza, da biologia ou do espírito humano, como já citado anteriormente, na perspectiva histórica, justificado por uma base biológica ou psicológica do termo.

A ideologia predominante nestes estudos – a utilitária – não deverá ser interpretada isoladamente, embora sua origem esteja ligada ao marketing e ao consumo como “uma prática de interesse empresarial”. A pesquisa relaciona este conhecimento, por exemplo, às campanhas que impulsionam os usuários em direção à posse de aparelhos de telefonia celular cada vez mais potentes e com mais poder de processamento de tarefas e imagens.

Rocha (2005) defende ainda que o aprofundamento dos estudos ocorra desvinculado de qualquer espécie de laço com o mundo empresarial, embora perceba que os frutos deste trabalho possam germinar ideias muito relevantes para este mesmo mundo empresarial. Para ele, o estabelecimento de uma conexão estável entre as ciências sociais e áreas como as do comportamento do consumidor podem representar um avanço na construção de uma teoria cultural do consumo.

Quatro ideias do autor se relacionam à questão em evidência neste capítulo: na primeira, o consumo é tido como um sistema de significação. A

verdadeira necessidade que ele supre é simbólica. Em um segundo momento, o consumidor é como um código, por onde se traduzem muitas das relações sociais. Em um terceiro ponto, este mesmo código permite classificar coisas e pessoas, produtos e serviços, indivíduos e grupos. Por último, uma das funções essenciais da cultura de massa na sociedade moderna, industrial e capitalista, é ser a instância que viabiliza este código ao comunicá-lo à sociedade. Assim, o universo do consumo e distribuição de imagens, na cultura moderna

reside em construir um sistema de integração simbólica de diferenças pela via da distribuição de significado com base na esfera da produção, realizando o destino de produtos e serviços na direção de mercados e consumidores. É neste jogo mágico, envolvendo confecção de mitos e prática de rituais, que acontece o consumo, lugar privilegiado para um exercício permanente de classificação que, ao estilo de um sistema totêmico, fornece os valores e as categorias pelo quais concebemos diferenças e semelhanças entre objetos e seres humanos (ROCHA, 2005, p.137).

A atividade de consumo, segundo Miller, poderia ser vista na contemporaneidade como um processo em que um objeto genérico seria convertido em algo que era exatamente o seu oposto. O objeto é transferido de uma condição alienável, ou seja, deixa de ser um símbolo de valor monetário, para assumir a condição de um artefato investido de conotações particulares e inseparáveis (MILLER, 1987).

O significado de um objeto, neste prisma, é transformado por seu contexto e pela sua forma de uso. E a atividade de consumo, assim, assumiria



Figura 10 – Usos do telefone celular.

um potencial desalienante, afastando-se em definitivo da associação com uma sociedade desprovida de modos autênticos da expressão da individualidade de seus integrantes. Dentro desta perspectiva, o compartilhamento de fotografias

e vídeos em redes sociais na internet, a aplicação de imagens pessoais como *wallpapers* e o uso de capas de proteção personalizadas para particularizar, distinguir e, inclusive, proteger os aparelhos de telefone celular de danos por arranhões e quedas, são ações que se relacionam a outra obra de referência dos estudos do consumo.

A relação entre um usuário e seu *smartphone*, na análise da professora da Universidade Federal de Santa Maria, Sandra Rúbia da Silva, passa por um processo político de apropriação. Em sua tese de doutoramento, “*Estar no Tempo, Estar no Mundo: A Vida Social dos Telefones Celulares em um Grupo Popular*”, defendida 2010 no Programa de Pós-graduação em Antropologia Social da UFSM, a pesquisadora aponta que este fenômeno constitui uma batalha pelo poder em torno da configuração de um sistema tecnológico e, portanto, da definição sobre quem o usa, a quais custos, sob quais condições, para qual propósito, e com quais consequências.

No Brasil, a exemplo de vários países da América Latina, os valores cobrados pelos celulares mais modernos e com mais recursos, somados à tributação do estado sobre a prestação dos serviços de telefonia e comunicação de dados, contribuíram para a proliferação da modalidade pré-paga. Manuel Castells (2007) chama a atenção para as relações desiguais de poder entre usuários e operadoras ao afirmar que a difusão dos telefones celulares nos países em desenvolvimento somente não é mais veloz devido “às tarifas abusivas que não possuem uma justificativa tecnológica”, se referindo aos valores praticados pelas operadoras de telefonia.

As tarifas dos serviços de telefonia móvel, no Brasil, estão entre as mais caras do mundo. O país aparece na posição número 114 no ranking⁶⁰ de comprometimento da renda com serviços de telefonia móvel, estudo desenvolvido em 150 países pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), um órgão da ONU. Os brasileiros comprometem em média 7,5% de sua renda per capita somente com os serviços de telefonia móvel, ao passo que para indianos, mexicanos e argentinos essa taxa fica em torno de 2% e para suecos e noruegueses, 0,2%.

⁶⁰ <<http://www.itu.int/ITU-D/ict/ipb/>> Acesso em 10 de outubro de 2016.

O Brasil apresenta características tão singulares neste segmento que consegue, inclusive, deixar de seguir a tendência mundial de queda de preços da cesta de serviços móveis. Enquanto o valor da média global caiu 22%, por aqui a redução foi de apenas 7%, entre os anos de 2008 e 2010. Bar, Pisani e Weber (2007) apontam que esta realidade influencia o processo de apropriação tecnológica dos usuários com os seus dispositivos, representando níveis crescentes de conflito com os provedores de tecnologia em três formas distintas: a infiltração barroca, a creolização e o canibalismo.

O primeiro, a infiltração barroca, consiste na personalização dos aparelhos e aplicativos, desde que limitados aos aspectos permitidos pelos que detém a tecnologia. É quando o usuário muda o tom da campanha do celular, por exemplo. O segundo modo é a creolização, que consiste na recombinação dos elementos da tecnologia para criar algo novo que supra as necessidades e desejos do usuário. Esta ação ocorre, por exemplo, quando uma pessoa telefona para outra, espera a campanha completar um toque e desliga, para receber uma chama de retorno logo depois.

Na terceira modalidade, o canibalismo, ocorre uma destruição criativa por meio de um confronto direto com o provedor da tecnologia e seu modelo de negócio, para derrotar o aparelho ou serviço, tal qual ele é oferecido ao consumidor. Este processo seria de ocorrência mais rara, uma vez que a arquitetura dos aparelhos restringe a experimentação (BAR, PISANI e WEBER, 2007).

No entanto, são verificados casos em que telefones celulares são usados para o acionamento de bombas, como ocorreu no metrô de Madrid, na Espanha, em 2004, ou quando os aparelhos são usados para aplicar golpes e comandar rebeliões em presídios. A própria clonagem de aparelhos poderia ser enquadrada neste contexto de apropriação. (SILVA, 2010).

Os processos de personalização dos aparelhos se conectam ao pensamento de Campbell (2001), sobre o “consumo artesanal”, contexto de transformação de mercadorias em objetos personalizados. Este comportamento, condicionalmente, envolve um misto de habilidade e maestria, ao mesmo tempo em que dá margem à criatividade e à expressão da individualidade, motivos pelos quais tais gestos são relacionados a um sujeito “consumidor artesão” e associados à forma de particularização de suas linhas

do tempo, álbuns virtuais de fotografias, sistemas operacionais de equipamentos e ambientes digitais em redes sociais na internet.

Os usuários, assim, assumem os dispositivos como extensão de seus corpos e suas personalidades. Silva (2010) contextualiza o envolvimento da cultura e do consumo de uma forma sem precedentes no um mundo moderno. Para ela, o caráter cultural do consumo emerge na constatação de que os indivíduos

usam o significado dos bens de consumo para expressar categorias e princípios culturais, cultivar ideais, criar e sustentar estilos de vida, construir noções de si e (sobreviver a) criar mudanças sociais. O consumo, imbricado no tecido cultural contemporâneo, atua como estruturador de valores que regulam as relações sociais, constroem identidades e definem mapas culturais, revelando os padrões das sociedades (SILVA, 2010, p. 23).

A pesquisadora também relacionou a conexão emocional dos usuários com os celulares aos estudos do teórico canadense Marshall McLuhan nos anos 1960 e 1970, a respeito de que “o meio é a mensagem” e a clássica abordagem dos meios de comunicação de massa como extensão do próprio corpo. Dentro da perspectiva do determinismo tecnológico, esta teoria pressupõe que a tecnologia de uma sociedade impulsiona o desenvolvimento de sua estrutura social e valores culturais.

No entanto, ao analisar os efeitos da tecnologia e seus usos, Raymond Williams (2016) se opôs à ideia de McLuhan de que “o meio é a mensagem”. Esta formulação, para Williams, é um simples formalismo, uma vez que a mensagem seria conduzida pelo meio de forma automática, afastando a necessidade das discussões em seu entorno.

O trabalho de McLuhan foi a culminação particular de uma teoria estética que se tornou, negativamente, uma teoria social: o desenvolvimento e a elaboração de um formalismo que pode ser visto em vários campos, da crítica literária e da linguística à psicologia e à antropologia, mas que adquiriu influência popular mais importante em uma teoria de isolamento dos meios de comunicação [...] É um determinismo tecnológico aparentemente sofisticado, que tem o importante efeito de indicar um determinismo social e cultural: um determinismo que, podemos dizer, ratifica a sociedade a cultura que temos agora, especialmente seus direcionamentos internos mais poderosos. Se o meio de comunicação – a imprensa ou a televisão – é a causa, todas as outras causas, todas aquelas que os homens habitualmente entendem como história, estão imediatamente reduzidas e efeitos [...]. Na obra dele, assim como em toda a tradição

formalista os meios de comunicação nunca foram realmente vistos como práticas. (WILLIAMS, 2016, p. 136-137).

A perspectiva do determinismo tecnológico, assim, admite o questionamento da expressão “impacto social”, a qual sugere que a tecnologia poderia estar situada à margem da sociedade, exercendo forças sobre ela. Esta premissa configuraria um impedimento à percepção de que os avanços tecnológicos estão diretamente ligados às mudanças de comportamento da sociedade. Ou seja, para compreender os desenvolvimentos tecnológicos é necessário inseri-los em seus respectivos contextos sociais e culturais.

Ao contrário do que foi apresentado no primeiro capítulo desta pesquisa, para os teóricos que se dedicam ao estudo do consumo, a forma de uso dos aparelhos é determinada pelo ambiente social e cultural do sujeito. Silva (2010) menciona que ocorrem apropriações e reapropriações dessa tecnologia global a partir de especificidades de cada nação, o que demonstra que as práticas de consumo, muito além da posse de bens, estabelecem modos de ser e viver que interagem com a construção de subjetividades.

Mas por que os telefones celulares são tão importantes na vida das pessoas? Uma resposta preliminar pode estar nas pesquisas que apontam para o papel destes dispositivos na “inclusão simbólica dos indivíduos – especialmente dos jovens – na lógica cultural própria da contemporaneidade: instantânea, móvel e virtual” (SILVA, 2010).

Além da questão utilitária, já abordada, é importante destacar que estes dispositivos são repletos de significados e operam como verdadeiros sistemas de comunicação. Os aparelhos são apropriados pelos indivíduos para sua própria construção e constituição, também do mundo que o cerca. Assim, mesmo enquadrando os *smartphones* como verdadeiros protagonistas de sistemas de comunicação, é possível constatar com facilidade que uma parcela dos usuários de telefones celulares, ao decidir pela compra de um produto específico, adquire também um leque de significados simbólicos que expressam o seu pertencimento ao sistema social.

A disseminação dos telefones celulares começou nos Estados Unidos e no Japão, países de culturas muito diferentes. Silva (2010) menciona a pesquisa desenvolvida em 2004 em três países da Europa – Inglaterra,

Espanha e França, pela socióloga Amparo Lasen, indicando, por exemplo, que o modo silencioso do celular é bem mais utilizado na Inglaterra do que na Espanha. Ao mesmo tempo, motociclistas franceses têm o hábito de usar o celular dentro do capacete, colado ao rosto. O estudo também apontou pelo menos uma característica comum nos participantes dos três países: a que mostra os indivíduos, na maioria das vezes, segurando o aparelho, mesmo sem usá-lo, durante passeios ou exercícios físicos em parques.

Especialmente entre os jovens, a compra do celular pode assumir uma representatividade cujo significado está relacionado a um rito de passagem, por exemplo, da infância para a adolescência, ou da adolescência para a fase adulta, adquirindo um simbolismo similar, por exemplo, ao ato de fumar. Os jovens também são mais influenciáveis pelo sistema e a pressão da indústria para a substituição de seus aparelhos por modelos mais recentes, nem sempre com funções que o anterior já possuía.

Neste sentido, o pensamento de Lipovetsky (1991), em oposição aos estudos de Livia Barbosa, Colin Campbell e Daniel Miller, por exemplo, ressalta a obrigação social do sempre novo – a pressão social para que os agentes sociais, assim como os objetos, estejam inseridos na lógica da moda e do mercado. É possível afirmar que, muitas vezes, os telefones celulares ressignificam as relações sociais, a partir do suporte fornecido pelas imagens. Este “artefato símbolo da modernidade”, na visão do sociólogo polonês Zygmunt Bauman, constrói e reconstrói identidades e práticas socioculturais, alterando os comportamentos dos indivíduos de forma profunda, como será visto a seguir.

2.2 Comportamentos e práticas ao celular

A sociedade contemporânea, como foi visto, tem como característica atual o crescente aumento no volume de circulação e consumo de imagens, tanto nos espaços digitais quanto nas mídias convencionais. Uma boa parte destas imagens possui sua origem em dispositivos como o telefone celular. Independentemente dos seus usos e das certezas que envolvem esta questão,

torna-se essencial verificar que o aparelho foi elevado à condição de ferramenta de monitoramento.

As práticas dos usuários com o dispositivo, agora remodeladas, confundem público e privado e reconfiguram seus hábitos sociais. O *smartphones*, nos dias atuais, podem ser considerados uma espécie de Panóptico⁶¹, da forma como o conceito foi adotado pelo filósofo Michel Foucault, no livro “Vigiar e Punir” (1975), a respeito de uma sociedade disciplinar. Ele registrou que, a partir do século XVIII, iniciou-se um processo de disseminação de dispositivos disciplinares que possibilitavam a vigilância e o controle social de forma cada vez mais eficaz.

Neste século XXI, com as novas tecnologias da informação e comunicação, em particular o telefone celular, uma eventual vigilância pode ser exercida inclusive de forma dissimulada, por meio do recurso de gravação de vídeos dos aparelhos, como o que ocorreu em setembro de 2016 com o ator da Rede Globo, Alexandre Borges⁶². Este episódio evidencia que nenhum indivíduo está ou estará a salvo de ser capturado pela câmera do *smartphone* de outro usuário, independentemente do motivo da gravação. Os registros não escolhem hora, lugar ou razão e correm o mundo, instantaneamente compartilhados nas redes sociais.

A possibilidade de um usuário filmar a si mesmo, reconfigurando um programa e transmitindo o resultado da experiência na tela da televisão está na obra do filósofo tcheco Vilém Flusser. Neste contexto, o consumidor seria transportado para dentro de seu programa. Por sua vez, este conteúdo poderia assumir o começo, meio e fim que ele quiser e, dentro do mesmo produto, o consumidor também poderia desempenhar o papel que quiser (FLUSSER, 2007).

Este hábito de fotografar, filmar e compartilhar imagens, expondo a própria intimidade na internet, vias redes sociais, criando uma superexposição do usuário, aponta para a construção de sujeitos que justificam seu

⁶¹ Termo que define uma penitenciária ideal, criado em 1785 pelo filósofo inglês Jeremy Bentham. Sua planta permite a um único vigilante observar todos os prisioneiros de forma imperceptível.

⁶² O ator foi filmado involuntariamente ao lado de dois travestis. A repercussão do vídeo nas redes sociais foi tão intensa que ele decidiu deixar o Brasil para se dedicar a projetos pessoais em Angola, na África.

comportamento para legitimar a sua forma de ser e estar no mundo. Este ambiente que envolve além das imagens, mensagens escritas e de áudio, é analisado pela professora e pesquisadora Paula Sibilia. No livro “O show do eu: a intimidade como espetáculo” (2008), fruto de sua tese de doutoramento, discute os limites de inclusão do homem do século XXI no mundo digital e analisa as práticas culturais oriundas dos processos de comunicação mediados pelos computadores em *sites*, ferramentas de trocas de mensagens e redes sociais.

O telefone celular age como um elemento mediador deste cenário onde não há interseções específicas entre os temas posicionados como “extremamente privados” e “absolutamente públicos”. Na análise histórica da literatura e da leitura como instrumento de construção de sua interioridade, o homem contemporâneo, além de estar a sós com um livro, escolheu ainda narrar seu cotidiano na internet, acompanhado por seu dispositivo. As novas tecnologias, os meios de comunicação e a linguagem audiovisual interagem e ampliam as possibilidades estéticas e técnicas desta representação imagética para a composição da identidade virtual e as experiências do usuário.

Na análise de Paula Sibilia, há uma flagrante falta de sentido que flutua sobre muitas experiências subjetivas contemporâneas. A busca pelo reconhecimento dos olhos alheios aponta para um caminho sem fim, onde o autor é a própria obra e cada dia mais é preciso aparecer para ser, e no qual os indivíduos assumem uma posição de vulnerabilidade (SIBILIA, 2008). As subjetividades que a autora aponta, nesta lógica, compõem uma espécie de mercadoria, em nome de um espetáculo de intimidades amparado pelos contextos histórico e sociocultural que evolve todo usuário que possui um *smartphone* conectado à internet e pronto para mais uma mediação da vida cotidiana.

Esta produção imagética que só existe por causa do telefone celular encontra sua expressão não só em *selfies* ou *nudes*⁶³, mas também nas gravações não autorizadas por seus protagonistas, que são compartilhadas indevidamente e se espalham na internet. É neste aspecto que o dispositivo

⁶³ Fotos de uma pessoa nua, compartilhada por meio de redes sociais.

atua de forma mais contundente na elaboração de um novo paradigma da imagem audiovisual, da forma como está sendo tratado nesta pesquisa.

O *selfie* foi eleito a palavra do ano em 2013, pelo dicionário Oxford, por ter o seu uso ampliado em 17.000% no período de 12 meses. Normalmente, seu usuário enquadra o rosto ou o corpo inteiro, em situações invejáveis ou até mesmo constrangedoras, como um velório⁶⁴, como ocorreu em 2014, antes do enterro do corpo do candidato à presidência pelo PSB, Eduardo Campos. Neste caso específico, a imagem ainda se transformou em *meme*⁶⁵ na internet.

Um caso de vazamento não autorizado de conteúdo privado, impossível de se concretizar sem a portabilidade dos telefones celulares, ocorreu em abril de 2015 e envolveu o então repórter esportivo da TV Globo, Thiago Asmar, e a modelo Carol Muniz⁶⁶. Em julho de 2016, outro exemplo de vazamento de conteúdo não-autorizado e de exposição indevida do íntimo atingiu a modelo Fernanda Lacerda⁶⁷.

Por causa do celular, os filmes que registram performances sensuais ou sexuais, confissões e flagrantes do cotidiano se tornam mais populares, recorrentes e fáceis de assistir do que antes. Os registros de imagem amadores, independentemente de seu contexto, ocorrem em praticamente todos os ambientes onde há um usuário com o seu celular. E, por meio da conexão sem fio à internet, as imagens – fotos ou vídeos – entram em circulação instantaneamente. Os vídeos gerados em celulares possuem características específicas: o curto tempo de duração, a ausência de cortes e a imagem trêmula.

⁶⁴ <<http://exame.abril.com.br/brasil/album-de-fotos/mulher-que-fez-selfie-em-velorio-de-eduardo-campos-vira-meme>> Acesso em 3 de outubro de 2016.

⁶⁵ Imagem, vídeo ou frase bem-humorada que se espalha na internet como um vírus. O termo faz alusão ao conceito de *meme*, presente no livro *The Selfish Gene* (O Gene Egoísta), de 1976, do zoólogo Richard Dawkins. Tal como o gene, o *meme* seria uma unidade de informação com capacidade para se multiplicar por meio de ideias e informações, propagando-se indivíduo para indivíduo. Disponível no site: <<http://super.abril.com.br/multimedia/memes-682294.shtml>> Acesso em 4 de abril de 2016.

⁶⁶ O jornalista teria realizado a gravação e compartilhado as imagens sem a autorização da jovem. No vídeo, a modelo, nua, comenta o seu romance com um dirigente do futebol brasileiro.

⁶⁷ A modelo teve o celular roubado, não cedeu à tentativa de chantagem dos criminosos e seus vídeos íntimos vazaram na internet. Em <<http://extra.globo.com/famosos/fernanda-lacerda-tem-video-intimo-vazado-apos-celular-ser-roubado-procura-policia-19758391.html>> Acesso em 5 de outubro de 2016.

Entre o público jovem e adolescente, um dos hábitos que se tornou possível pelas possibilidades dos *smartphones* é o *Sexting*⁶⁸. Nos Estados Unidos e na Austrália ocorrem discussões para tentar definir até que ponto o *Sexting* expõe crianças e adolescentes a riscos e deve ser considerado crime de abuso sexual e pedofilia.

A própria transmissão de vídeos ao vivo, que há poucos anos era um recurso exclusivo das emissoras de televisão com seus caros equipamentos, a partir da disponibilidade do *streaming* e de aplicativos para telefone e as plataformas das redes sociais, agora está ao alcance de qualquer usuário. No entanto, o uso indevido dos recursos alerta as companhias de tecnologia, cujos sistemas ainda são imprecisos para inibir as práticas e ações marginais.

Neste aspecto, chama a atenção a notícia veiculada em abril de 2016 de que a estadunidense Marina Leonina, de 18 anos, está sendo acusada de ter transmitido ao vivo pelo *Periscope* um estupro cometido pelo próprio namorado, contra uma adolescente de 17 anos, na cidade de *Columbus*, em *Ohio*. O caso foi descoberto porque um amigo de Marina assistiu ao vídeo e acionou a polícia⁶⁹. Em abril de 2017, este caso foi apresentado no sexto episódio da série *Hot Girls Wanted: Turned On*, do serviço de streaming *Netflix*. A atração, baseada no documentário homônimo, mostra como a pornografia e a internet estão transformando a sociedade.

Na Europa, os debates sobre os limites das redes sociais e da tecnologia foram intensificados depois de outra transmissão ao vivo do *Periscope*, em maio de 2016, na França. Uma jovem de 19 anos registrou o próprio suicídio, se atirando sob um trem, no subúrbio de Paris. Ao longo do vídeo, que durou 29 minutos, a jovem teria acusado o ex-namorado de tê-la estuprado e compartilhado as imagens do crime em outro aplicativo de rede social, o

⁶⁸ Junção das palavras, Sex (sexo) e Texting (envio de mensagens). Em geral, trata-se do uso de celulares, câmeras fotográficas, e-mails e redes de relacionamento para produzir e enviar imagens sensuais de seu corpo nu ou seminú. A prática também pode envolver a troca de mensagens de texto com conteúdo erótico, com convites ou insinuações pessoais, na definição da Ong Safernet. <<http://www.safernet.org.br/site/prevencao/cartilha/safer-dicas/sexting>> Acesso em 5 de outubro de 2016.

⁶⁹ A notícia completa está em <<<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/mulher-acusada-de-transmitir-estupro-ao-vivo-pelo-Periscope-19082356>>> Acesso em 10 de maio de 2016.

*Snapchat*⁷⁰. Vários jovens acompanharam a intenção da jovem e tentaram alertar as autoridades e a equipe do aplicativo. Quem encerrou o *streaming* foi um integrante do Corpo de Bombeiros, ao resgatar o aparelho na estação, após o suicídio⁷¹.

Os vídeos produzidos nesta esfera não profissional, expostos em *sites* como o Youtube e redes sociais como o *Facebook*, também servem como apoio para a composição de uma narrativa nas reportagens jornalísticas. Pela sua importância editorial, dentro do fato que está sendo abordado, sua veiculação é consentida, tanto pela área técnica, quando pelo editor ou produtor daquela reportagem. Este contexto se observa tanto nos programas jornalísticos das emissoras de televisão aberta ou por assinatura, quando em sites de notícias e blogs na internet.

O contexto que ampara este debate foi analisado em 2016 pelo jornalista Felipe da Silva Polydoro, em sua tese de doutoramento em Meios e Processos Audiovisuais, pela Universidade de São Paulo. Batizada de “Vídeos Amadores de Acontecimentos: realismo, evidência e política na cultura visual contemporânea”, a investigação aborda as filmagens realizadas por pessoas comuns a respeito de um acontecimento de relevância midiática, com foco nos flagrantes de acontecimentos, como o assassinato do presidente americano John Kennedy, em 1969; o atentado às Torres Gêmeas, em 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos; os protestos de junho de 2013 no Brasil e os flagrantes de casos de violência policial. Estes conteúdos encontram força nos próprios acontecimentos para serem veiculados em programas de televisão, jornalísticos ou de entretenimento, filmes documentais ou de ficção e portais de notícias na internet.

A explosão da produção de imagens que atravessa o regime visual dos dias atuais, dentro do escopo desta investigação – vídeos de curta duração realizados por amadores por meio de telefones celulares – não poderia ser analisada à margem dos conceitos de verdade, estética, vigilância e controle. Na estética destes produtos, os efeitos típicos da imagem amadora são

⁷⁰ Aplicativo de compartilhamento de mensagens, fotos e vídeos que apaga o conteúdo em, no máximo, 10 segundos após sua visualização pelo destinatário.

⁷¹ As informações sobre o caso foram publicadas em <http://www.bbc.com/portuguese/internacional/2016/05/160513_suicidio_Periscope_df_if> Acesso em 20 de maio de 2016.

a câmara tremida; a textura granulada; a captação do evento na sua própria duração, a inscrição do acaso na imagem; a suposta neutralidade de um sujeito não vinculado formalmente a uma empresa ou instituição; a revelação de um fato por vezes da ordem da intimidade (Polydoro, 2016, p. 28).

Os efeitos do real nestes vídeos de curta duração e transmissões ao vivo por meio de *streaming* proporcionam uma sensação de presença. Muitas vezes, como defende Polydoro (2016), o cinegrafista e a câmera como testemunhas do acontecimento premia a imagem com uma carga de autenticidade. Flagrantes de acidentes, violência, tragédias naturais ou qualquer registro amador são novas possibilidades audiovisuais materializadas pelas câmeras dos telefones celulares.

Além dos gêneros de produtos abordados anteriormente, há ainda a disponibilidade de filmes anônimos, de curta duração e gêneros diversos, tutoriais e aulas gravadas com o próprio celular, que circulam na internet, em redes sociais como *YouTube* ou *Vimeo*, de forma praticamente anônima. São registros que não encontram espaço de veiculação na mídia convencional e também não despertam o interesse dos usuários.

Este indivíduo que hoje produz, distribui e assiste obras profissionais ou amadores, em canais ou linhas do tempo de redes sociais, é o consumidor da era pós-moderna, da forma como previu o escritor estadunidense Alvin Toffler. O criador do neologismo *Prosumer* - união das palavras produtor e consumidor – cunhou o termo para indicar que o consumidor pode forçar a indústria a produzir o que ele deseja comprar.

Da forma como esta pesquisa se estrutura, na acepção das tecnologias digitais, o consumidor contemporâneo é aquele que passa a ter acesso a ferramentas de produção e distribuição de conteúdo que, até então, estavam restritas aos grandes grupos midiáticos. Desta forma, um indivíduo estaria apto, enquanto *prossumidor*, a transitar entre estes conceitos e papéis de produtor e consumidor de mídia no ambiente digital, cuja característica principal é a queda dos obstáculos de acesso aos conteúdos.

Outro uso corrente e amador do telefone celular na contemporaneidade é o registro do áudio e imagens de shows ao vivo em espetáculos realizados em estádios e ginásios. O hábito de gravar o som das músicas por meio de

aplicativos como o Gravador de Voz do próprio celular ou redes sociais como o *WhatsApp*, é cada vez mais recorrente. Basta os artistas iniciarem os primeiros acordes de suas músicas de sucesso que logo surgem os braços para o alto, com os telefones desempenhando as funções de câmera de vídeo e máquina fotográfica.

Em fevereiro e março de 2016, durante sua turnê pela América Latina, a veterana banda *Rolling Stones* fez quatro shows no Brasil: um no Rio de Janeiro, outro em Porto Alegre e dois em São Paulo. O líder do grupo, Mick Jagger, foi entrevistado pelo programa *Superpop*⁷², da Rede TV, apresentado pela ex-modelo Luciana Gimenez. Durante a conversa, ao comentar sobre o público nos *shows*, o roqueiro se referiu a São Paulo como “a cidade dos celulares”. Ele afirmou literalmente: “Parece que todo mundo em São Paulo assiste ao *show* pelo telefone”, a respeito do fenômeno cada vez mais recorrente do registro do evento em foto ou vídeo.

Este exemplo mostra apenas um dos novos hábitos que surgiram a partir das possibilidades que o telefone celular proporciona. A cerimônia de abertura dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, na noite de cinco de agosto de 2016, no estádio do Maracanã, foi acompanhada, na televisão brasileira, por 63,4 milhões de pessoas, segundo o Kantar Ibope Media⁷³. O Comitê Olímpico



Figura 11 - frame da entrevista de Mick Jagger ao programa *Superpop*.

⁷² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4i_2Jy12yZc> Acesso em 2 de março de 2016. A referência ao público destacada aqui surge aos 9 minutos e 35 segundos.

⁷³ <<https://www.kantaribopemedia.com/mais-de-63-milhoes-de-pessoas-assistiram-a-olimpiada-2016-pela-tv/>> Acesso em 18 de agosto de 2016.

Internacional (COI) estima que metade da população do planeta tenha consumido imagens sobre o evento. No mundo, a cerimônia de abertura teve uma audiência estimada em 2,5 bilhões de pessoas, por meio de 500 canais de televisão e 250 plataformas digitais, todos detentores de direitos de transmissão⁷⁴.

Durante a realização do evento, um recurso do celular chamou a atenção do público, em vários momentos da festa. Nas ocasiões em que as luzes do estádio se apagavam ou eram reduzidas, muitos espectadores acionavam o recurso *lanterna* dos seus *smartphones*, acendendo ininterruptamente a luz do *flash* da câmera fotográfica, integrando a arquibancada ao espetáculo. Este comportamento ocorreu em dois momentos principais, ao longo da festa: quando a ex-modelo Gisele Bündchen desfilou pelo centro do campo e, principalmente, quando a chama olímpica entrou no estádio, conduzida pelo ex-tenista Gustavo Kuerten, a ex-jogadora de basquete Hortência Marcari e o ex-maratonista Vanderlei Cordeiro de Lima, responsável pelo acendimento da pira olímpica.

Os Jogos Olímpicos Rio 2016 quebraram outro recorde relacionado à imagem, entrando para a história como evento mais registrado e documentado no *Instagram*⁷⁵. Cerca de 131 milhões de pessoas postaram 916 milhões de interações⁷⁶ na rede social. No *Facebook*, por exemplo, durante o período de realização do evento, entre os dias 5 e 21 de agosto, cerca de 277 milhões de pessoas geraram 1,5 bilhão de interações sobre os Jogos Olímpicos.

O Brasil vem ocupando um lugar de destaque nestes *rankings*, como o país com o maior engajamento no *Instagram* e o que mais participou das conversas sobre o evento no *Facebook*. Um mês antes da realização dos Jogos Olímpicos, o *Instagram* atingiu 500 milhões de usuários no mundo. Quatro em cada cinco usuários residem fora dos Estados Unidos, onde a rede foi criada. Segundo a empresa, os usuários diários da ferramenta de compartilhamento de imagens somam 300 milhões. Eles compartilham 95

⁷⁴ <<http://esporte.ig.com.br/olimpiadas/2016-08-17/audiencia-coi-rio-2016.html>> Acesso em 18 de agosto de 2016.

⁷⁵ Rede social de fotos para usuários de Android e iPhone, criada em 2010, para tirar fotos ou gravar vídeos com o celular, aplicar efeitos nas imagens e compartilhar com os seguidores.

⁷⁶ <<http://idgnow.com.br/internet/2016/08/22/brasil-e-o-pais-com-maior-engajamento-no-Instagram-durante-a-rio-2016/>> Acesso em 28 de agosto de 2016.

milhões de fotos diariamente e algumas publicações atingem o patamar de 4,2 milhões de “curtidas”⁷⁷.

De todo modo, os celulares e seus aplicativos não estão presentes exclusivamente na plateia dos grandes shows e eventos artísticos. Eles já subiram ao palco e se integraram ao próprio espetáculo. Nos dias 6 e 7 de novembro de 2015, a banda de *rock* irlandesa *U2* se apresentou em Paris, na França, no encerramento da turnê *Innocence+Experience*⁷⁸. A entrada do líder do grupo, *Bono Vox*, no ginásio lotado na capital francesa foi cercada por milhares de pares de braços erguidos, empunhando os dispositivos. Perto da metade de espetáculo, o cantor convida uma jovem a subir no palco e entrega a ela um telefone celular fornecido pela produção. O aparelho, conectado ao aplicativo *Meerkat*, habilitou a transmissão ao vivo das imagens, por *streaming*, não só para os gigantescos telões suspensos do estádio, mas também para cerca de 1,5 mil pessoas conectadas na plataforma, de países como Rússia, Estados Unidos e Irlanda, que interagiam com a transmissão por mensagens de texto veiculadas sobre as imagens.

O público que comparece a estes eventos é composto, em sua maioria, por *digital natives*, ou seja, já nasceram em plena era digital e não conheceram a vida sem as novas tecnologias de comunicação e informação. Dentro desta perspectiva, cabe ressaltar que o manuseio dos celulares e seus aplicativos exigem uma habilidade e uma destreza tecnológica, característica destes jovens na modernidade, como foi tratado no momento inicial deste capítulo.

A parcela mais jovem da população, nos dias atuais, opera as tecnologias especialmente a partir de suas interfaces gráficas. Muitos discursos identificam esta “cultura tecnológica” como uma “cultura juvenil” (Freire Filho e Lemos, 2008, p. 18). No entanto, a afinidade dos jovens com as tecnologias, sob a ótica do entretenimento, contribuirá para uma “experiência cultural mais complexa, na qual as distinções formais entre suas linguagens midiáticas tendem a se reduzir cada vez mais” (Pereira e Polivanov, 2012, p. 93). Este processo, então, apontará para uma cultura midiática complexa, momento em

⁷⁷ <<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/Instagram-alcanca-marca-de-500-milhoes-de-usuarios-no-mundo-19551339>> Acesso em 8 de outubro de 2016.

⁷⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wAQvm-Ki5rM>> Acesso em 2 de março de 2016. O trecho em destaque começa em 01:02:00.

que as culturas de massa e digital estarão unificadas, não apenas para o jovem, mas para todos os homens da pós-modernidade.

O telefone celular, integrado ao homem pós-moderno, protagonista de uma gama de processos de significação de conteúdos, produção e reprodução de sentidos, reconfiguração de hábitos e comportamentos contemporâneos, assume o posto de ícone da era atual. Seu usuário é um indivíduo conectado e hábil, dentro de momento de “nomadismo informativo, lúdico e existencial”, como definiu Israel Marquéz (2014).

Assim, a tela do *smartphone* deste indivíduo é o espaço que media a maioria dos processos comunicacionais e o converte, de *flâneur*⁷⁹, na figura contemporânea do *phoneur*⁸⁰. Na obra de Charles Baudelaire, o *flâneur* é o curioso que vaga pelas ruas para observar o que acontece ao seu redor, se locomove a pé, sem pressa, para experimentar a cidade. Walter Benjamin, para explicar a relação deste indivíduo com a cidade, o descreve como um produto sem precedentes da vida moderna e da Revolução Industrial, em paralelo ao advento do turismo. Seus relatos são inspirados nos próprios passeios que fazia pelos arredores de Paris.

No entanto, o *phoneur* é o novo personagem contemporâneo, conectado, que também circula pela cidade, como seu oposto, mas agora o faz com a mediação do telefone celular. Ele interage com ela, fotografando, se comunicando com outros indivíduos, navegando em redes sociais ou caçando *Pokemóns*. Se, antes, ele caminhava por Paris observando a esmo, hoje não desgruda os olhos da tela de seu *smartphone*.

Esta nova postura do *phoneur* também se conecta à forma como a pesquisa tratou o embaralhamento e a transformação de lugares em não-lugares, no primeiro capítulo. Uma das vertentes que permite esta análise é a mediação desempenhada pelo aparelho de telefone com o mundo, via internet. Assim, o indivíduo da modernidade, como foi visto, não se fixa apenas em um lugar ou não-lugar, mas em seu próprio *smartphone*.

⁷⁹ Adjetivo derivado do verbo francês *flâner*, aplicado aqui no sentido de andar, passear, passar o tempo, vagar.

⁸⁰ Pessoa, especialmente um pedestre, que interage ou está conectado ao mundo por meio de um telefone celular. Não há tradução na língua portuguesa para este termo, surgido a partir dos anos 2000.

Ao mesmo tempo, o verbo *flâner*, equivalente a flunar, caminhar, passear, quando aplicado ao homem da pós-modernidade, que está ao celular o tempo todo, se converte no *phonerie*. Quando está na rua, em vez de prestar atenção nas coisas ao redor, o indivíduo permanece olhando a tela. A rua é seu mapa, porque o importante é chegar no lugar. Mas o que está no caminho não o interessa verdadeiramente, uma vez que ele está confortável, conectado, via celular. Seu telefone se transforma em um lugar, em contraponto a um não-lugar, que é o percurso onde ele está. De forma convencional, deveria ser o contrário.

O maior símbolo deste fenômeno em evidência pode ser exatamente as vias sinalizadas para usuários de *smartphones* em *Chongqing*, na China. Como foi visto, neste local o pedestre pode escolher se caminha pelas calçadas comuns ou nas faixas exclusivas para usuários de telefone celular. Autoridades locais explicaram que a novidade, no início, não fez muito sucesso. Talvez porque os indivíduos, mergulhados nas narrativas em seus próprios aparelhos, tenham tido uma relativa dificuldade em perceber que a faixa exclusiva estava disponível.

Nos Estados Unidos, em 2014, um experimento semelhante foi promovido por um programa do canal de televisão *National Geographic*⁸¹. No entanto, no período da experiência, uma minoria mudou o rumo depois de ver as faixas na calçada, muitas pessoas fotografaram os elementos da sinalização e o espaço de circulação restrita atraiu mães com carrinhos de bebê, cadeirantes e ciclistas.

A mobilidade e portabilidade dos aparelhos transformaram o comportamento dos sujeitos e transportaram o consumo do audiovisual para qualquer lugar, em qualquer momento, em ambientes públicos ou privados, por meio de processos de recepção individuais ou coletivos. Olhar a espectadorialidade e as características destes produtos é o ponto de partida para a análise do contexto que envolve a produção e o consumo de vídeos domésticos ou profissionais, por meio de - e nas telas dos - telefones celulares, que virá a seguir.

⁸¹ Informação disponível em <<http://link.estadao.com.br/noticias/geral,calcada-e-marcada-com-faixa-exclusiva-para-usuarios-de-celular,10000030854>> Acesso em 20 de junho de 2017.

2.3 Audiência de produtos audiovisuais no celular

Tanto no mercado audiovisual profissional, quanto no ambiente acadêmico, o estabelecimento de uma linguagem específica para a audiência de um conteúdo em uma tela de pequenas dimensões, quanto a dos telefones celulares, sempre motiva debates acalorados. As telas modernas dos *smartphones* introduzem um novo padrão de consumo da imagem audiovisual que se traduz na possibilidade instantânea de escolha de sua perspectiva – horizontal ou vertical – de acordo com a preferência do usuário.

A mesma chance da escolha do formato da imagem se aplica ao momento em que as imagens são gravadas com a câmera do celular. Este contexto evidencia o uso social das imagens e a importância da discussão da produção e veiculação das imagens em telas menores, em detrimento das já tão debatidas questões relativas às grandes. Primeiro porque os dispositivos móveis portáteis ainda são um meio relativamente novo. Depois, porque é possível perceber que esta questão ainda hiberna no horizonte dos realizadores.

Assim, configura um grande desafio conceber uma obra que sirva, sem alterações, para a exibição em telas de tamanhos variados: das que assumem o tamanho regular de uma tela de cinema, até as de dimensões reduzidas, presentes em *smartphones* e outros dispositivos móveis. A disparidade de tamanho entre as telas-interfaces abre caminho para uma série de questionamentos relacionados ao processo de enquadramento e planejamento de cenas nos produtos audiovisuais.

Por um lado, o público atual possui mobilidade e anseia por novas formas de comunicação e pelo desejo de conteúdos digitais customizados para distribuição nos sistemas multiplataforma - aos quais ele está habituado. De outro, a cadeira produtiva de vídeos para plataformas digitais ou direcionados às telas pequenas dos telefones celulares ainda não encontrou um modelo de negócio que contemple os interesses dos realizadores.

No entanto, as facilidades de compartilhamento e reprodução de

conteúdo não se limitam às produções orientadas pontualmente para este mercado ou a reprodução de conteúdo da televisão ou do cinema na tela do celular. As redes sociais são o principal canal de compartilhamento de vídeos gravados pelos usuários em seus telefones celulares. A mudança no uso social da imagem é consistente neste caso, pela portabilidade dos aparelhos, sua multifuncionalidade e socialização.

Os *downloads*, visualizações e compartilhamentos de conteúdo em *bits* e *bytes* da contemporaneidade podem se conectar aos estudos de Walter Benjamin, um dos primeiros intelectuais atentos às transformações dos meios. No ensaio “A Obra de Arte na Época da Reprodutibilidade Técnica” (2012), o autor destaca as implicações da disseminação de formas de copiagem e sua consequente distribuição, no próprio teor da obra. A obra, na visão de Benjamin, deixa de ser única, revestida de uma “aura”, criada por um artista e destinada à fruição e à elevação do espírito, para se tornar uma mercadoria produzida por um artesão, e destinada a um mercado.

Os *smartphones*, por utilizarem-se de arquivos digitais especializados em condensar informação em pequenos espaços de disco ou de banda, são plataformas recentes, onde a reprodutibilidade técnica do século XIX vem constituir uma nova vanguarda. Os telefones celulares inauguraram uma nova fase de consumo de conteúdos, muito mais próxima de um conceito democrático no uso dos meios técnicos, para criar e difundir informação.

O valor de se possuir um original, neste contexto, é o fato dele propiciar um ponto de partida para a mais notável gama de reproduções, compartilhamentos, customizações e outras alterações aditivas que a humanidade jamais havia presenciado. Segundo Machado e Vélez (2007), a respeito da análise da televisão, o consumidor é ejetado do conceito de mídia para um novo ambiente onde ocorre a navegação entre textos, formas, sons e imagens.

A hipermídia oferece hoje a possibilidade de fundir num único meio e num único suporte todos os outros meios; e ela o faz ainda de uma forma integrada, de modo que textos escritos e oralizados, imagens fixas e em movimento, sons musicais ou ruídos, gestos, toques e toda sorte de respostas corporais se combinam para constituir uma modalidade discursiva única e holística. A hipermídia nos coloca, portanto, o desafio de aprender a construir o pensamento e expressá-lo socialmente através de um conjunto integrado de meios, através de um discurso áudio-tátil-verbo-moto-visual, sem hierarquias e sem a

hegemonia de um código sobre os demais. (MACHADO e VÉLEZ, 2007, p.13)

Tornar comum uma narrativa é exercitar o papel disseminador que os *smartphones* exercem, como poucos aparatos na história. Assim, dentro da premissa da manutenção da integridade da narrativa, um produto poderá apresentar um conteúdo que se adapte a várias formas midiáticas, abrindo espaço para que a curiosidade do espectador possa constituir uma leitura própria, a partir de um ou mais aparatos técnicos. O telefone celular, nesta perspectiva, pode desempenhar o papel de uma segunda tela, em uma abordagem transmidiática. Cabe reforçar que a mudança de hábitos dos usuários pode reorganizar esta hierarquia das telas, conforme foi visto no segundo capítulo.

A cultura transmidiática, abordada por Borges, Pucci Jr. e Sobrinho (2001), pressupõe que, para os teóricos das mídias, a narrativa transmídia pode ser considerada como uma narrativa nativa do ecossistema midiático da comunicação contemporânea. Na visão dos autores, as plataformas de mídias mais antigas como o cinema e a televisão, procuram adaptar suas funcionalidades às novas formas de participação e, com isso, proporcionar experiências modularizadas que visam à exploração de novos espaços narrativos.

Outra possibilidade do *smartphone*, nesta linha, está na sua utilização para possibilitar o surgimento de discursos terciários⁸², a partir do momento em que o usuário assiste a qualquer conteúdo e interage com outro (s) usuário (s), por meio de redes sociais. De todo modo, a jornada rumo à convergência plena produz uma série de questionamentos sobre a necessidade da reconfiguração de conteúdos e da forma como os meios estabelecidos serão afetados com o avanço das tecnologias.

Historicamente, desde a fotografia, como foi visto no primeiro capítulo, o mundo se acostumou com a perspectiva da imagem horizontal, panorâmica, em inúmeras relações de aspecto, da era do cinematógrafo à chegada da

⁸² A expressão é utilizada com a intenção de representar o hábito do espectador de repercutir nas redes sociais os conteúdos veiculados nas mídias tradicionais, em tempo real, por meio de seu dispositivo móvel.

televisão digital. Para Lemos (2008), as novas imagens devem ser enquadradas com base nas características específicas do dispositivo. Ele se refere a questões como portabilidade, multifunções, hibridismo, conexão, momento, dessolenização e à socialização pelo olhar rápido e imediato. Na perspectiva do autor, portanto, trata-se de uma mudança fundamental na função social da fotografia, como ela foi vista por Pierre Bourdieu e Roland Barthes.

Muitos usuários, hoje, utilizam os telefones celulares como câmeras de vídeo com o aparelho na mesma posição em que realiza as chamadas de voz. No caso destas imagens serem reproduzidas no próprio dispositivo, basta posicioná-lo da mesma forma em que houve a captura da imagem original. Por outro lado, este vídeo, se reproduzido em um dispositivo cuja tela é horizontal - uma televisão ou um monitor de computador, apresentará áreas pretas nas laterais da imagem.

Historicamente, o recurso das tarjas pretas surgiu da necessidade de adaptação de conteúdos captados originalmente em uma proporção de tela diferente da suportada na exibição. Um exemplo está no filme *Lawrence da Arábia* (1963), captado originalmente no formato *Panavision*, com uma proporção de tela de 2,76. Quando era exibido na televisão, a obra recebia as tarjas pretas para se ajustar à proporção de tela de 4:3 (1,33).

Nas diversas relações de aspecto existentes, muitos ajustes de formato ocorreram pelo corte da própria imagem, com desperdício narrativo. De todo modo, o uso de tarjas pretas revela características das condições de captação. As imagens geradas por telefones celulares na vertical, quando assistidas na televisão, assumem uma área preta muito mais ampla. Sua adaptação para as telas existentes hoje é inviável, uma vez que, na essência, a maior parte dos casos evidencia uma imagem tremida, às vezes borrada, com pouca luz e nitidez. A ampliação para o ajuste à tela da televisão criaria uma questão de definição, incorrendo em descarte de informação e do centro da ação.

O cineasta americano Tim Burton, diretor de filmes como *Batman - O Retorno* (1992), *Planeta dos Macacos* (2001) e *A Fantástica Fábrica de Chocolate* (2005), acompanhou os dois dias de desfile das escolas de samba do Grupo Especial do Carnaval do Rio de Janeiro, em fevereiro de 2016. As imagens que circularam nos principais veículos de comunicação que

registraram a presença de

Tim Burton na Passarela Professor Darcy Ribeiro, conhecida popularmente como Marquês de Sapucaí, evidenciam o cineasta empunhando seu aparelho na posição vertical, a mesma usada pelos usuários para a comunicação por voz, sem se render ao tradicional e histórico enquadramento horizontal da imagem, característico do cinema.



Figuras 12 e 13 – O cineasta Tim Burton filma e fotografa o Carnaval do Rio.

O manuseio e a empunhadura do celular na posição vertical entram em evidência também na possibilidade da transmissão de imagens ao vivo por meio do aplicativo *Periscope*, criado pelos mesmos gestores da rede social *Twitter*⁸³. O programa é gratuito, está disponível para celulares que usam os sistemas *iOS* e *Android*, e permite que o *broadcaster* receba interações dos usuários seguidores que estiverem acompanhando as imagens durante o *streaming*.

Seu uso é bastante simplificado e integrado com o *microblog*. No entanto, a qualidade das transmissões, naturalmente, ainda está diretamente dependente do local onde ocorre o evento, a velocidade da conexão à internet e a qualidade da câmera utilizada. Todas as transmissões em tempo real ficam armazenadas para que o usuário assista posteriormente, mas apenas por 24 horas. O *Periscope* amplia as possibilidades do *Twitter*, cuja característica é o acompanhamento ou debate de temas, praticamente em tempo real. Para atrair novos usuários, em junho de 2016 a rede social ampliou o tempo máximo de

⁸³ Rede social e servidor que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos em tempo real, em textos de até 140 caracteres, conhecidos como *tweets*.

duração dos vídeos dos usuários, de 30 segundos para até 140 segundos⁸⁴.

No *Periscope*, logo após o *login*, o usuário é apresentado à lista de contatos que também usa a ferramenta e informa se há algum vídeo realizado por eles, além das transmissões mais populares entre todos os usuários. Para transmitir, basta convidar os seguidores ou escolher os espectadores. Os participantes podem enviar pequenos corações para registrar a aprovação ou encaminhar mensagens em tempo real.

A chegada do *Periscope* ao mercado configurou uma reação da companhia desenvolvedora ao *Meerkat*, o aplicativo que tornou possível a transmissão via internet das imagens geradas no palco durante o show do *U2*, a partir de um celular, mencionado anteriormente. Ao que tudo indica, a disputa pela hegemonia neste segmento pode estar perto do fim. No mês de março, o *Periscope* superou o *Meerkat* como plataforma de transmissão dos debates e palestras do principal evento da Indústria Criativa nos Estados Unidos, nas áreas de Cinema, Música e Interatividade, o *South versus South West (SxSW)*, em março de 2016, em Austin, no Texas.

A portabilidade dos *smartphones*, as várias formas de divisão do espectro de radiofrequências e a sua crescente capacidade de geração e transmissão de imagens convertem-se na garantia de que pode ser possível consumir conteúdo audiovisual em todo lugar, em qualquer contexto. Este novo ambiente está, virtualmente, nas mãos dos espectadores/usuários, em tablets, *notebooks*, telefones pessoais e demais aparatos que se multiplicam em profusão e em capacidade de recebimento e transmissão de dados, entre os quais os telefones celulares, observados nesta pesquisa.

Mas a universalização do acesso à internet amplia as formas de audiência de conteúdo: em casa ou na rua, no *display* do telefone celular, hoje, a qualquer momento, é possível ver televisão digital aberta (*broadcast*), filmes baixados por *download* ou *streaming*, serviços de vídeo sob demanda (VoD) como *Netflix* e *Crackle*, sites especializados no armazenamento e reprodução de vídeos como *Youtube* e *Vimeo*, além dos vídeos dos próprios usuários, registrados com os dispositivos móveis e compartilhada pelas redes sociais.

⁸⁴ Disponível em <<<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/Twitter-permitira-videos-de-ate-140-segundos-19554218>>> Acesso em 5 de outubro de 2016.

No entanto, quando se trata de imagem em movimento, pequenas telas e dispositivos móveis, é essencial promover o debate sobre a acessibilidade ao conteúdo. Uma questão importante nesta área de conhecimento, mas não de caráter central nesta pesquisa, reside na integridade da narrativa da obra audiovisual, independentemente de seu tempo de duração. Será possível manter a legibilidade da obra veiculada em uma pequena tela de um dispositivo móvel, em espaços plurais e anárquicos de exibição? Também é sabido, por exemplo, que os ambientes onde ocorre o consumo de imagens nos *smartphones* podem operar decisivamente neste aspecto.

Qualquer investigação sobre espectralidade deve, condicionalmente, passar pela busca de fatores estratégicos no processo cognitivo que caracteriza o consumo destes conteúdos. O cenário do usuário, sentado em sua poltrona, assistindo a uma televisão, foi substituído pelas ruas barulhentas, os transportes lotados e as mesas de restaurantes especializados em refeições rápidas. Uma nova massa de consumidores aprende a isolar-se da correria diária para mergulhar no relato de narrativas expostas nos seus telefones celulares.

A tensão estabelecida entre a programação da televisão e o telespectador - seja pelo ar, cabo, internet ou demais formas - é alterada de forma significativa, de acordo com o lugar físico e o suporte onde ocorre a recepção. Se a distração já ocorria no ambiente doméstico, apesar da possibilidade de o usuário reproduzir, em casa, as condições de imersão de uma sala de cinema, com a luz apagada e as cortinas fechadas, por exemplo, agora as possibilidades de interferências e interrupções se multiplicam nos ambientes públicos das grandes cidades.

Consumir audiovisual, em qualquer aparelho, é uma realidade. O mesmo ocorre nas salas de cinema. O pacto do telespectador com imagem, na sala escura, se tornou permeável e se contaminou, em função da onipresença dos telefones celulares dentro destes ambientes. A imagem audiovisual, nos dias atuais, dá sinais de que está assumindo uma condição de vulnerabilidade a interferências externas, o que pode acarretar na desconstrução da premissa de uma espectralidade silenciosa e exclusiva.

Mesmo antes do desenvolvimento da tecnologia das comunicações móveis, estudiosos da televisão já direcionavam suas pesquisas para a

multiplicidade do espectador. Historicamente, as redes de televisão aberta consideram o público como uma massa uniforme, para efeitos de pesquisa de audiência. Mas o sistema social é atravessado por eixos de classe, gênero, etnia, idade, nacionalidade, região, política, religião e demais fatores que podem produzir diferenças.

No livro *Television Culture*, publicado originalmente em 1987, o crítico e professor estadunidense John Fiske, apontou que o telespectador experimenta uma variedade muito maior de modos de assistir televisão do que o espectador de cinema. Para o teórico, o “ver” seria um processo ativo, afetado pelas relações sociais do próprio espectador e a situação material ao seu redor.

De todo modo, a complexidade das variáveis que envolvem a busca da audiência e a necessidade de estudar profundamente o público e conhecer melhor os seus hábitos, costumes e movimentos é o desafio dos realizadores de conteúdo audiovisual, nos dias atuais. A ideologia de um conteúdo, neste contexto, talvez possa ser mensurada pelo desejo de seu público-alvo, no suporte em que ele desejar. O audiovisual, seja o cinema ou a televisão, foi reconfigurado pela tecnologia em três marcos principais, na visão de Rossini (2015).

O primeiro é o surgimento das câmeras digitais, sua miniaturização e seu acoplamento aos mais diversificados aparelhos técnicos (*smartphones*, tablets, câmeras fotográficas, etc.). O segundo marco é a possibilidade de distribuição de imagens audiovisuais através da multiplicação de redes de compartilhamento de vídeos através da Internet. E o terceiro fator que contribui para rearranjar esse cenário é a multiplicação de telas de visualização de conteúdos, que nos dá uma nova dimensão da nossa possibilidade de relacionamento com as imagens técnicas. Podemos acessá-las em qualquer lugar que estejamos, desde que estejamos conectados a uma rede de Internet e utilizando algum equipamento com tela (ROSSINI, 2015, p. 238).

O celular, enquanto marco de aproximação entre o cinema e o vídeo, permite uma portabilidade de produtos audiovisuais jamais imaginada na história. Apenas dentro de casa, por exemplo, um indivíduo pode assistir televisão digital ou vídeos diversos, na sala, no quarto ou em qualquer outro ambiente doméstico, graças à internet sem fio. O mesmo *smartphone* pode oferecer ao usuário redes alternativas e particulares, de livre informação. E, por fim, o celular também reconfigura qualquer ambiente doméstico e íntimo, com a possibilidade de a câmera transformar o cômodo em um “estúdio de televisão”.

Assim, se por um lado a televisão é o meio pelo qual o cinema chega à casa e ao íntimo do indivíduo, o celular, comprovadamente, vai além. O dispositivo móvel atua nos três eixos - estruturas principais que integram o audiovisual: a produção das imagens, sua distribuição e a exibição dos vídeos, filmes, e demais imagens.

Em tempos de convergência, no segmento de mercado dos vídeos de curta duração, objetos de estudo desta pesquisa, o coletivo de humor Porta dos Fundos parece ser uma exceção à regra. Seus produtos possuem alta qualidade técnica, uma estética que mantém íntegra a narrativa em telas dos mais variados tamanhos e tempo de duração sempre inferior a cinco minutos. Em três anos de existência seus filmes já atingiram a marca de 2,7 bilhões de visualizações⁸⁵. O canal do grupo no *YouTube* possui mais de 12,63 milhões de assinantes e os vídeos inéditos são postados regularmente segundas, quintas e sábados, sempre às 11h. Em número de seguidores, o canal do Porta dos Fundos no Youtube perde apenas para o do humorista piauiense Whindersson Nunes, de apenas 21 anos. O maior fenômeno individual da internet no Brasil ultrapassou 12,65 milhões de assinantes, em outubro de 2016⁸⁶.

No entanto, a produção de vídeos pelo celular, em sua maioria, ainda ocorre de forma amadora. Muitas vezes são imagens marginais e subversivas, como os exemplos de gravações onde ocorrem flagrantes de ações policiais ou situações de suborno ou desrespeito às leis. Nos protestos de junho de 2013, no Rio de Janeiro, cinegrafistas e repórteres de emissoras de televisão aberta substituíram o equipamento tradicional pela agilidade e mobilidade proporcionadas pelas câmeras de telefones celulares, mas, sobretudo, para conseguirem atuar de forma incógnita e, assim, escapar da ira dos manifestantes.

O espectador, agora pulverizado, a cada dia se mostra mais seduzido por imagens inesperadas, de flagrantes e demais situações reveladoras e atípicas da televisão. Mesmo assistindo, ele não oferece garantias de que vá

⁸⁵ Em 2 de outubro de 2016.

⁸⁶ Disponível em <<http://emails.estadao.com.br/noticias/gente,whindersson-nunes-ultrapassa-porta-dos-fundos-e-e-o-maior-canal-do-youtube-brasil,10000080177>> Acesso em 28 de outubro de 2016.

aderir ao que vê. A tecnologia pode favorecer o engajamento do público, o elo social e a expansão da grade de programação para outros suportes. O conteúdo, em *broadcast* ou sob demanda, também está disponível em todo lugar, em mais um desafio para os realizadores. Independentemente da janela, a questão da espetatorialidade assume uma complexidade maior, abre lacunas para novas investigações e se impõe como jamais ocorreu antes na história do audiovisual.

Estes são os fatores que envolvem a produção, distribuição e o consumo de imagens audiovisuais nos mais diversos contextos, referenciando um modelo de convergência de meios jamais experimentado na história da humanidade. Tal fenômeno inicia, talvez, um novo paradigma de produção e veiculação de imagens, seja nos displays de poucas polegadas de diâmetro ou nas telas tradicionais das salas de cinema.

O terceiro capítulo apresentará um conjunto de filmes de curta duração, realizados antes de depois da entrada da tecnologia digital no mercado audiovisual. A este grupo de seis vídeos são acrescentados nove exemplos de obras completas, de duração e gêneros variados, nas quais o *smartphone* atua como dispositivo de captação de imagens.

As obras em evidência servem como base de análise das transformações nos processos de produção, distribuição e circulação de vídeos. O objetivo é evidenciar a supremacia que estes aparelhos estão construindo no cenário audiovisual contemporâneo e a revolução nos modos de fazer que tem os mais modernos telefones celulares como protagonistas.

Capítulo 3: Imagem audiovisual nos filmes de celular



Figura 14 – Frame do filme Rotina, inscrito no Festival do Minuto em 2016.

Em um cenário de indefinição e anarquia a respeito dos processos criativos no audiovisual, em função da entrada de novas tecnologias, os filmes gravados com telefones celulares ocupam um lugar central nos processos de realização de conteúdo. Protagonistas no eixo produção-circulação-distribuição de obras breves, os *smartphones* podem unir arte e tecnologia a serviço da construção de novas estéticas e formatos de imagem, reduzindo as fronteiras entre mídias clássicas, como o cinema, e plataformas contemporâneas, como os portais de conteúdo na internet, de uma forma como jamais ocorreu na trajetória do audiovisual.

Como foi visto no segundo capítulo, uma profusão de imagens e vídeos não teria sido criada sem as câmeras presentes em aparelhos agora populares, como os *smartphones*. Da mesma forma, estas representações nunca circulariam como hoje, não fosse a propriedade e facilidade de compartilhamento dos arquivos entre os usuários, por meio de sistemas de comunicação de dados móveis, aplicativos e redes sociais.

Neste terceiro capítulo, a dissertação abordará seis exemplos de obras que participaram do Festival do Minuto, ao longo de seus primeiros 25 anos de existência, ou seja, antes e depois da entrada da tecnologia digital no processo de realização audiovisual. A curta duração destes produtos é uma das características dos vídeos que contam com o telefone celular como dispositivo central de captação e circulação de conteúdos.

Em seguida, o capítulo avança para a análise de nove filmes que foram comprovadamente gravados com *smartphones*, nos últimos anos. Como é sabido, em uma primeira fase, não havia tecnologia digital disponível e o telefone celular ainda não estava popularizado. Mais tarde, na era digital, percebe-se que as câmeras dos *smartphones* estão disseminadas e têm capacidade para substituir, até determinado ponto, um dispositivo de captação profissional.

Esta metodologia foi adotada para facilitar a compreensão do leitor a respeito das mudanças nas possibilidades de construção das imagens, a partir de características intrínsecas dos telefones celulares, como a usabilidade, mobilidade e a portabilidade. A investigação tentará evidenciar se o uso do dispositivo, enquanto elemento central da captação de imagens, se manifesta esteticamente e na linguagem assumida nas obras em destaque.

A análise é encaminhada também para a percepção do contexto no qual o telefone celular é utilizado para captar as imagens, com ênfase para as circunstâncias de tal aplicação, em relação às condições de produção. Em algumas situações, o dispositivo é adotado durante o processo de realização, em função de contingências orçamentárias. Em outras, o *smartphone* é protagonista da captação, do início das filmagens até o último plano do filme.

No entanto, é importante destacar que a pesquisa não desconsidera a importância dos demais vídeos de curta duração gravados com telefone celular, cuja circulação ocorre com frequência nas redes sociais. Estas obras podem ser inclusive divididas em gêneros singulares, a partir de suas narrativas, como por exemplo registros íntimos, flagrantes e *slapsticks*⁸⁷, entre outros, abordados anteriormente. Análises desta natureza podem ser desenvolvidos posteriormente, como desdobramentos desta dissertação.

3.1 Vídeos do Festival do Minuto

Os festivais de audiovisual em todo o mundo se caracterizam, principalmente, pela exibição das suas mais recentes produções a um público especializado. Em muitos casos, há espaço para a competição entre as obras e ocorre a distribuição de prêmios em espécie ou serviços especializados. Em sua maioria, estes eventos representam espaços para a apreciação das obras, antes mesmo que elas cheguem ao circuito comercial.

Muitos filmes têm ainda nos festivais as janelas para a sua primeira exibição, em um ambiente que serve ainda como palco de revelação e consagração de talentos do cinema brasileiro e mundial. A disseminação destes festivais, alguns com categorias específicas para obras gravadas com telefones celulares, é o motivo pelo qual a pesquisa se volta para a observação de seis vídeos de curta duração que participaram do Festival do Minuto entre 1993 e 2016, quando o concurso completou 25 anos de existência.

⁸⁷ Junção das palavras *slap* (bofetada) e *stick* (bastão). Sua aplicação cinematográfica surgiu nos primeiros filmes cômicos; comédia pastelão.

A observação dos conteúdos submetidos à organização, ao longo deste quarto de século, poderá apontar características e diretrizes importantes a respeito das transformações na produção audiovisual e na construção das imagens, em sua transição da era analógica para a digital e, mais precisamente, a partir da entrada no mercado e o uso dos telefones celulares.

O Festival do Minuto, criado em 1991, não faz distinção entre realizadores amadores e profissionais. Sua ideia é o estímulo ao exercício da síntese. O concurso assumiu um pioneirismo neste formato em todo o mundo, conquistando a condição de maior festival de vídeos da América Latina. A experiência bem-sucedida inspirou a criação de eventos semelhantes em mais de 50 países.

Até 2007⁸⁸ o Festival do Minuto recebia cerca de mil vídeos por ano, em média, por via postal. Aproximadamente 50 obras eram selecionadas para exibição em salas de cinema tradicionais. Quando passou a receber e exibir os vídeos exclusivamente no portal do concurso na internet, o volume cada vez maior de inscrições impôs aos organizadores a criação de um mecanismo de seleção editorial de conteúdos. Formou-se, assim, uma equipe de curadores, para avaliar, selecionar e organizar os vídeos, sob seus próprios critérios artísticos. Este grupo é liderado pelo criador e diretor do festival, o cineasta Marcelo Masagão. Com um cadastramento prévio e gratuito, o usuário pode enviar o próprio vídeo, além de cadastrar um perfil de usuário no site, votar nos vídeos favoritos, seguir outros usuários, criar seu próprio canal de vídeos e trocar mensagens com outros realizadores cadastrados.

O Festival do Minuto, da forma como está estabelecido atualmente, assumiu a condição do concurso audiovisual mais democrático do Brasil, uma vez que recebe obras realizadas em qualquer tipo de equipamento que produza imagens em movimento. Das câmeras de vídeo às de fotografia digital, passando pelas câmeras de telefones celulares e os produtos criados em animação digital. A explosão das redes sociais permitiu uma aproximação ainda maior com o público realizador e potencializou o compartilhamento de seu conteúdo, do acervo e dos vídeos concorrentes mais bem avaliados.

⁸⁸ Informações disponíveis em <<http://www.festivaldominuto.com.br/>> Acesso em 10 de maio de 2017.

Nos seus primeiros 25 anos de existência, o Festival do Minuto acumulou cerca de 50 mil usuários cadastrados e ultrapassou a marca de 40 mil trabalhos recebidos de diversos países, além do Brasil. Em relação aos patrocínios, o rol de apoiadores do concurso, em 2017, reunia apenas entes públicos, nas esferas federal, estadual e municipal, por meio das leis e mecanismos de incentivo à cultura. A organização também oferece aos usuários a possibilidade de agenciar a autorização para a comercialização e distribuição do conteúdo enviado. A divisão de eventuais receitas entre realizador e organização ocorre na razão de 50% para cada parte.

O Festival do Minuto já foi objeto de estudo de Rocha; Bezerra (2011) ao analisarem a presença de um festival permanente de vídeo digital no ciberespaço, enquanto fenômeno suportado pela convergência de mídias. Os vídeos de curta duração são exemplos de como é importante desenvolver um olhar diferenciado para os novos meios, uma vez que, de acordo com Jenkins (2008), o público atual é capaz de ir a qualquer parte para satisfazer o seu desejo por novas experiências de entretenimento.

Este processo de convergência, defendem Rocha; Bezerra (2011), beneficia os realizadores iniciantes, que contam com uma variedade de equipamentos e ferramentas de realização jamais vista antes, da captação à pós-produção. Mais recentemente, Lisboa (2015) estabeleceu a primeira relação entre o formato de curta duração do Festival do Minuto com a estética dos vídeos realizados por meio de telefones celulares e a sua expressividade, dentro de um universo digital em transformação.

Nesta perspectiva, Lisboa (2015) chama a atenção para a trajetória do Festival do Minuto e sua trajetória para se adaptar a uma nova realidade, ao longo de seus primeiros 25 anos de história. Do ambiente presencial para o ambiente virtual. Dos suportes analógicos para os digitais. Os novos meios, assim, são alinhados à própria lógica do poder de síntese dos vídeos inscritos no concurso, dentro do condicionamento de uma informação curta e sintética, a exemplo do das mensagens que circulam em celulares e redes sociais.

Em 1991, ano em que o festival foi criado, a tecnologia digital ainda não era acessível à maioria dos usuários, nem tampouco os celulares haviam se disseminado na sociedade. Naquela época, a exemplo de hoje, a decisão a respeito do dispositivo de captação das imagens estava subordinada ao

orçamento de produção. Havia ainda o custo e a disponibilidade de materiais de consumo, como a película cinematográfica. Como é sabido, era necessária uma despesa adicional para os processos inerentes à finalização dos produtos com imagens captadas em meios magnéticos. A partir de agora, para evitar problemas de nomenclatura, a pesquisa se referirá às obras do Festival do Minuto em evidência como “vídeos”, independentemente de seus suportes originais de realização.

O primeiro vídeo objeto de análise é “Vovô viu o vão”, realizado em 1993 por Flávio Pescuma. Esta obra ilustra bem a restrita estrutura disponível para os realizadores naquele momento. Até o início da década de 1990, no Brasil, fora a estrutura técnica utilizada no cinema profissional, as câmeras domésticas de formato *VHS* eram predominantes entre os realizadores amadores. Havia outros equipamentos e formatos disponíveis naquele momento, como o *S-VHS*⁸⁹ e o *High-8*⁹⁰, além do *U-Matic*⁹¹, suporte também utilizado por emissoras de televisão, mas que, aos poucos, foi caindo em desuso.

A dificuldade de acesso aos dispositivos, insumos e todo o orçamento necessário para os processos de pós-produção em meados dos anos 1990 pode indicar uma tendência à adaptação dos roteiros. O objetivo era tornar viável a constituição da narrativa, dentro de um contexto limitador da criação. Este cenário contribuía ainda para afastar novos realizadores, uma vez que a disponibilidade de equipamentos só era possível por meio de contratos de locação.

Em “Vovô viu o vão”, a narrativa é desprovida de efeitos visuais e de transição, mas rica na variedade de planos. O vídeo, inclusive, possui muitos planos abertos, o que pode sinalizar a intencionalidade do realizador para que o consumo da obra ocorra em um espaço de exibição ortodoxo como as salas de projeção, conforme apontam Rocha; Bezerra (2011).

No curta, um personagem idoso acima de qualquer suspeita caminha pela cidade de São Paulo, observando as construções, como se estivesse em

⁸⁹ O Formato foi lançado pela JVC em 1987, como o sucessor do VHS, que chegou ao mercado em 1975.

⁹⁰ Formato criado pela Sony e lançado em 1985 para concorrer com o VHS-C, da JVC.

⁹¹ Formato analógico lançado pela Sony em 1971, que substituiu a gravação em película na maioria das emissoras de televisão.

busca de algo. A montagem evidencia o dilema do protagonista. Sua investigação é revelada apenas no fim do vídeo. Ele buscava uma forma de amarrar a rede para descansar. Sua trajetória protagoniza uma lúcida intervenção urbana em uma grande metrópole, no caso, o vão do Museu de Arte de São Paulo. As imagens do curta-metragem “Vovô viu o vão” constroem uma narrativa que, da forma como foi elaborada por seu diretor, não sofreria alteração significativa se o telefone celular tivesse sido usado na captação.

Cabe destacar ainda, conforme registram Rocha; Bezerra (2011), a qualidade dos vídeos e a experiência dos realizadores que assinavam as obras submetidas ao concurso nos primeiros anos de sua existência, o que se tentou evidenciar na pesquisa com a seleção dos curtas-metragens para observação, neste período que antecede a migração do concurso para a internet.

Ao contrário daquele momento, na qual a conjuntura reduzia a pluralidade de discursos, hoje o telefone celular, aos poucos, avança no sentido contrário, assumindo as funções de outros dispositivos geradores de imagens, como as câmeras fotográficas portáteis, e realizando possibilidades que até então eram inimagináveis no campo do audiovisual, pelas suas portabilidade e mobilidade.

No início dos anos 1990, segundo Rocha; Bezerra (2011), o peso dos equipamentos era outro fator que influenciava a captação de imagens na era analógica. O porte das câmeras em película conferia firmeza e mais segurança aos operadores na realização das imagens. A exceção ocorria entre os amadores, uma vez que as câmeras *High-8* eram bem compactas, em relação ao *VHS*, mas ainda maiores, na comparação com um *smartphone* dos dias atuais.

Desta forma, a diferença principal em relação aos dispositivos digitais está na granulação das imagens e em sua proporção de tela⁹². A maioria das câmeras de *smartphones* da contemporaneidade, permite a seleção e o

⁹² *Aspect Ratio*, em inglês. É a relação que existe entre a largura e altura da imagem. É apresentada geralmente no formato x:y, onde x é a largura (horizontal) e y a altura (vertical). Esta relação aparece tanto em proporcionalidade em números inteiros (normalmente para telas de TV), como em resultado numérico da divisão em até duas casas decimais (na indústria cinematográfica).

controle manual, não só da proporção de tela, como do *frame rate*⁹³ e os principais parâmetros de entrada de luz, balanço e exposição da imagem a ser captada.

É possível ainda gravar diretamente em câmera lenta e selecionar a resolução desejada. Estes efeitos artísticos, na era analógica, só eram obtidos na fase de finalização da obra. No entanto, há uma série de aplicativos, gratuitos ou pagos que podem atuar aplicando efeitos estéticos às imagens, como será visto no próximo subcapítulo, na análise das obras completas gravadas com câmeras de telefones celulares.

Em 1996, o hoje consagrado diretor Fernando Meirelles⁹⁴, ao lado de Nando Olival, inscreveu no Festival do Minuto o curta-metragem “Bom Coração” A obra conquistou a Menção Honrosa no concurso, naquele ano. Nesta história de ficção, dois médicos legistas realizam uma autópsia em uma mulher que levou nove tiros.

O roteiro do vídeo abusa do humor, a partir das observações e suposições dos personagens a respeito da vida pregressa da vítima, justificada pela condição de seus órgãos internos, observada durante o procedimento. O olhar sobre esta obra evidencia uma estrutura mais elaborada de realização, a cargo da produtora O2, hoje uma das maiores empresas de audiovisual do mercado, com atuação no Brasil e no exterior.

As condições favoráveis da estrutura de realização deste curta-metragem são evidentes. O vídeo possui captação de som direto e fica evidente o zelo da produção pela caracterização dos personagens, aliado a um modo de narrativa imagética simples, no qual a câmera se mantém estática durante todo o tempo, na perspectiva da atuação dos médicos sobre o cadáver. Se o vídeo tivesse sido produzido nos dias atuais, a partir da câmera de um telefone celular, seu conteúdo imagético não teria sido alterado de forma significativa.

O tipo de enquadramento também favorece a visualização e a compreensão da obra, mesmo em uma tela de dimensões reduzidas como as

⁹³ Indicador da frequência na qual um dispositivo de processamento de imagens produz os quadros (*frames* em inglês) da imagem. O termo se aplica para imagens geradas em câmeras de vídeo e gráficos de computador e demais sistemas de captura de movimentos.

⁹⁴ Um breve perfil do cineasta está disponível em <<https://filmow.com/fernando-meirelles-a65819/>> Acesso em 4 de julho de 2017.

dos modernos *smartphones* da atualidade. Os poucos efeitos de transição ocorrem para comprimir o tempo, com o uso de nove planos curtos e a montagem promovendo um exercício de síntese presente em muitos vídeos do total observado, na etapa de seleção das obras que integrariam a pesquisa.

O curta-metragem “Na Vida de Um Homem Duas Coisas Podem Acontecer”, dirigido por Flávio Meirelles com locução de Flávio Garcia, ganhou o Festival do Minuto no ano 2000, tanto na seleção do júri popular, quanto na votação realizada pela internet. O vídeo de humor, gravado em preto e branco, mescla imagens próprias e material de arquivo.

O roteiro brinca com a dicotomia da vida adulta de um homem, a partir de sua opção pela vida civil ou a carreira militar. A ideia gerou subprodutos nos anos seguintes, como o vídeo “Na Vida de Uma Mulher Duas Coisas Podem Acontecer”⁹⁵ e um até um filme publicitário institucional do canal de variedades *Discovery Channel*⁹⁶.

Sob o aspecto da realização, a narração em off do roteiro provoca uma edição ágil, na qual as imagens são montadas de forma a acompanhar as informações contidas no áudio. Como consequência, o regime de atenção do espectador é estimulado durante todo o tempo. Na comparação com os demais vídeos analisados nesta pesquisa, este curta-metragem indica uma condição heterogênea dos produtos inscritos no Festival do Minuto, considerando a variedade de gêneros e estruturas de realização e montagem de cada produção.

O modo de montagem desta história, apesar de sua condição ficcional, se assemelha à produção de conteúdo editorial e às reportagens de televisão. Neste modelo particular, as informações da imagem são associadas às contidas no áudio. A edição de uma reportagem telejornalística é um processo cujos procedimentos pouco se modificaram com a entrada da era digital.

Como característica principal, este tipo de produto não possui liberdade criativa, restringindo-se a mostrar a visão supostamente imparcial do narrador a respeito do fato que está em evidência. Em um primeiro momento, a narrativa é

⁹⁵ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=oCx3qyUhASs>> Acesso em 10 de julho de 2017.

⁹⁶ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=yM10iDxE0_k> Acesso em 11 de julho de 2017.

consolidada, por meio da associação da locução em *off* com os as entrevistas e a passagem⁹⁷.

Em um segundo momento, as imagens cujas informações correspondem às descritas no áudio são inseridas sobre a narração. As principais diferenças neste processo, entre as eras digital e analógica, se resumem à facilidade para localizar uma imagem específica, o que abrevia o tempo de finalização do produto, e à manutenção da qualidade do material original para uso posterior.

O resgate de imagens de arquivo para o uso em produtos digitais, na atualidade, demanda uma solução estética para além da qualidade intrínseca do material, uma vez que a proporção de tela foi alterada de 4:3 para 16:9. O vídeo em destaque neste momento, “Na Vida de Um Homem Duas Coisas Podem Acontecer”, usa imagens de época para suportar as informações do roteiro, o que exigiria uma solução artística e estética para a reutilização das cenas, caso tivesse sido produzido nos dias atuais. Nas demais cenas, tendo uma câmera de celular como dispositivo de captação, o resultado não seria alterado.

Embora o gênero jornalístico não esteja em evidência nesta dissertação, os dispositivos móveis assumem, a cada dia, uma condição de protagonistas na produção e edição de conteúdo desta natureza, em função de sua mobilidade, portabilidade e facilidade de operação. Um exemplo está no modo de atuação do correspondente do canal público britânico BBC, Joe Lynan, que utiliza um pequeno kit de equipamentos na produção das notícias cujo dispositivo de captação é um *iPhone 6S*⁹⁸.

Estes três primeiros vídeos integram uma amostra heterogênea, tanto em relação às imagens que apresentam, quanto em relação à sua composição imagética. No que se refere à linguagem, é essencial destacar que nenhum deles possui atributos singulares que denotem um dispositivo de captação específico, além das possibilidades técnicas permitida pelos equipamentos da época, refletidas na textura e formato das imagens.

⁹⁷ Momento em que o repórter transmite as informações olhando diretamente para a câmera.

⁹⁸ Informações sobre o modo de produção de conteúdo editorial da BBC, a partir de um *smartphone*, estão disponíveis em <<http://www.bbc.co.uk/blogs/academy/entries/c1b5506f-c627-417e-8958-ca36aaf86f01>> Acesso em 12 de julho de 2017.

Os três vídeos representam a riqueza de gêneros e formatos dos produtos inscritos no Festival do Minuto, desde a sua criação. Mesmo sem a tecnologia digital presente em seus primeiros anos, o concurso recebeu vídeos que se caracterizaram por imagens condicionadas aos recursos tecnológicos disponíveis no momento de sua produção e à imposição dos roteiros, dentro da proposta de cada realizador.

Como foi dito, a partir de 2007 o Festival do Minuto assumiu a condição de permanente, com as inscrições online e as obras disponibilizadas para audiência no portal do concurso na internet. Naquele mesmo ano, a produção lançou uma chamada específica para vídeos feitos com telefones celulares. Os três próximos vídeos a serem observados foram realizados entre os anos 2009 e 2016, a partir de telefones celulares, e apontam a diversificação de possibilidades de composição da imagem em obras audiovisuais.

O curta-metragem de ficção “Bárbara”, dirigido por Maurício Lídio Bezerra⁹⁹ em 2009, foi um dos primeiros produtos feitos com o telefone celular a obter grande reconhecimento, conquistando sete prêmios no Brasil e um no Canadá. O vídeo é uma sátira bem-humorada à boneca *Barbie*, criada em 1959, e questiona a trajetória dos ícones, quando eles envelhecem e perdem o glamour.

No vídeo, Bárbara entra em crise ao completar 50 anos e põe fim à própria existência. O vídeo possui uma boa variedade de planos para construir a narrativa. A proporção e textura das imagens evidenciam as limitações técnicas da câmera do telefone celular utilizado na produção. Os enquadramentos favorecem a audiência em pequenas telas, típicas dos dispositivos móveis portáteis, especialmente nos momentos em que a câmera assume o ponto de vista da personagem.

Tratando-se de um telefone celular, fica evidente a dificuldade adicional de estabilizar o aparelho e captar bem as cenas. Este desafio fica mais rigoroso no vídeo em questão, uma vez que o cenário e a boneca que representa a personagem são brinquedos de verdade, ou seja, de proporção reduzida em relação à escala humana.

⁹⁹ Mais informações sobre a trajetória do realizador estão disponíveis em <<https://www.escavador.com/sobre/3689664/mauricio-lidio-bezerra>> Acesso em 11 de julho de 2017.

No entanto, o curta-metragem evidencia a qualidade do roteiro e a criatividade do realizador, dentro dos recursos limitados impostos pelo equipamento. Suas imagens trêmulas e documentais são recursos característicos da operação das câmeras de *smartphones*, quando o usuário não possui um dispositivo que o estabilize ou assume esta condição dentro da proposta do roteiro.

O documentário “Letreiros”, de Rondinei da Silva, participou do Festival do Minuto em 2015, dentro da chama de produtos com tema livre. O curta-metragem registra o trabalho do letrista Aguinaldo Giba, de São Paulo, alternando trechos de seu depoimento a respeito do ofício e imagens dele trabalhando. A importância deste vídeo no conjunto de obras analisadas está na simplicidade e nas possibilidades que são emanadas a partir das câmeras dos dispositivos móveis portáteis, o que certamente contribui para a democratização do exercício da produção audiovisual, especialmente nos produtos de curta duração.

O vídeo em questão, assim, representa um simples registro da atividade profissional de um personagem, uma espécie de homenagem ao trabalho destes artistas anônimos que colorem as ruas e supermercados com mensagens diversas pintadas à mão, construídas letra a letra, de forma rigorosamente artesanal.

O vídeo não apresenta grande variedade de imagens de ilustração ou efeitos de transição de cenas. Ao mesmo tempo, os ruídos ao fundo durante a entrevista apontam que o áudio do depoimento foi captado diretamente, também pelo celular. Mesmo nos dias atuais, onde as câmeras dos *smartphones* estão a cada dia com maior resolução de imagem, qualquer realizador interessado em obter uma qualidade sonora mínima em seu produto geralmente recorre a um sistema de captação de áudio por meio de um dispositivo independente.

É possível concluir, portanto, que se trata de um produto que não demanda um grande esforço de realização. Além disso, “Letreiros” é exemplo da facilidade e da democratização na produção audiovisual, a partir da disseminação das câmeras de telefones celulares. Com um processo de finalização simplificado, e roteiro idem, é possível criar um produto, inclusive

desprovido dos rigores da linguagem audiovisual clássica e da mínima preocupação estética.

Em 2016, Giulia Vasquez, de Ribeirão Preto, São Paulo, inscreveu no Festival do Minuto o vídeo “Rotina”, dentro do concurso “Mapas Sonoros da Cidade”. A própria realizadora dirigiu, atuou e editou o curta-metragem experimental. Ao contrário do modelo ortodoxo de tela e suas diferentes relações de aspecto surgidas na história do audiovisual, as imagens do vídeo assumem integralmente o formato vertical, posição característica de quem manuseia qualquer aparelho de telefone celular para chamadas de voz.

Os modernos *smartphones* permitem que o usuário selecione se o conteúdo apresentado na tela deve girar, acompanhando o modo de manuseio do aparelho. Assim, é possível que a natureza original da imagem exibida imponha esta seleção, sob pena da necessidade da adaptação de uma imagem horizontal ou vertical, no modo de visualização oposto, incorrer em um forte desperdício narrativo, considerando as pequenas dimensões da tela.

O vídeo “Rotina” apresenta uma colagem de cenas em preto e branco, sob um filtro que atribui à imagem uma textura típica de filmes antigos, gravados em película. Estas duas características conferem unidade ao todo. O áudio que permeia a obra e foi alvo desta chamada temática foi captado diretamente em cada plano. Em alguns momentos, há diálogos incompreensíveis ao fundo. Este vídeo, a exemplo do anterior, configura a democratização das possibilidades de realização, dentro dos recursos tecnológicos disponíveis nos dias atuais.

“Rotina” representa uma ousada proposta estética de ser composto por uma imagem vertical, apesar de possuir o áudio como atributo principal do concurso no qual foi inscrito: “Mapas Sonoros da Cidade”. No entanto, esta imagem é, de fato, uma novidade possível a partir do manuseio das câmeras de telefones celulares, ao contrário da tradicional imagem horizontal consagrada pelo cinema.

Um olhar abrangente sobre os seis vídeos do Festival do minuto aponta que, antes da disponibilidade das tecnologias digitais, o modo de produção da obra estava vinculado diretamente ao suporte técnico disponível. Em todos os produtos, é possível perceber o desafio de se contar uma história em um tempo de duração tão exíguo, independentemente de seu gênero.

Obras como “Vovô viu o vo” e “Na Vida de Um Homem Duas Coisas Podem Acontecer” têm a sua narrativa composta por planos de curta duração, o que contribui para aumentar a tensão de suas cenas. Em “Vovo viu o vo”, por exemplo, a informação de áudio cria uma curiosidade a respeito da ação do sexagenrio. No vídeo “Na Vida de Um Homem Duas Coisas Podem Acontecer”, é a narração em off que dita o rumo da história. Já em “Bom coração” o roteiro assume a forma motriz do filme, uma vez que sua realização é simplificada, com a câmera fixa durante todo o tempo, apesar de se tratar de uma obra de humor.

Os três últimos vídeos da amostra, “Bárbara”, “Letreiros” e “Rotina”, inscritos no concurso pela internet, comprovam a versatilidade do telefone celular no contexto da produção audiovisual. Os conteúdos gerados por *smartphones*, como foi visto nestes exemplos, têm características definidas. A principal delas é a estética documental das imagens, mesmo em uma obra de ficção, como ocorre em “Bárbara”. Estes atributos também estão presentes em “Letreiros” e “Rotina”, com este último assumindo ainda um formato de imagem vertical.

Sob o ponto de vista do realizador,  possível afirmar que, na contemporaneidade, a tecnologia digital das câmeras de *smartphones* estão disponíveis de forma equivalente aos produtores, profissionais ou amadores, o que também ocorre com as demais facilidades que os diversos aplicativos proporcionam.

Desta forma, é correto considerar a estrutura técnica *mobile* como um recurso padrão, na produção de imagens estticas ou em movimento. Seguindo esta premissa, o verdadeiro desafio da realização, assim, reside na forma como a imagem é elaborada. Este contexto configura uma provocação à qualidade na aplicação da estrutura disponível para a composição das cenas, em um ambiente onde, cada vez mais, o campo do intelecto assume a condição de diferencial, na construção das obras.

3.2 Filmes captados com celular

Como foi visto anteriormente, os telefones celulares da contemporaneidade estão presentes de diferentes formas na realização de conteúdo audiovisual. Os exemplos destacados neste subcapítulo envolvem a variedade de aplicações do aparelho e algumas experimentações inéditas que tem o dispositivo móvel portátil como protagonista.

O celular, da forma como foi mostrado anteriormente, no exemplo da apresentação da banda irlandesa *U2*, pode ser usado em todas as etapas de construção da obra, como dispositivo único para o registro das imagens do filme e até mesmo integrar a sua narrativa, como será visto em um dos vídeos em destaque.

A seguir, serão apresentados nove exemplos de filmes completos captados, comprovadamente, com câmeras de *smartphones*. Os títulos não foram organizados em uma sequência cronológica de realização, uma vez que compõem um grupo heterogêneo, dividido entre produções experimentais, independentes e promocionais, com tempo de duração também bastante variado.

O sul-coreano Chan-wook Park é um dos diretores que usaram a câmera de um telefone celular para captar as imagens de um filme. Em 2011, ele e seu irmão, Chan-kyong Park, manejaram um *iPhone 4* na captação do material do curta-metragem "*Night Fishing*"¹⁰⁰, obra que pode ser relacionada como experimental. Com pouco mais de meia hora de duração, o filme foi premiado com o Urso de Ouro no Festival de Berlim, na Alemanha, no mesmo ano, na categoria melhor curta-metragem.

A produção contou com uma série de lentes e acessórios conectados ao telefone celular e teve um orçamento de cerca de U\$ 130 mil. A maior parte da verba foi investida pela companhia sul-coreana responsável pela distribuição do aparelho da *Apple* naquele país. Para além dos efeitos gerados para a companhia patrocinadora pela ação de marketing, as imagens do filme, independentemente dos acessórios utilizados, apresentam uma estética que mescla as características dos vídeos de registro diários de acontecimentos e as imagens produzidas com equipamentos de cinema profissional.

¹⁰⁰ O curta está em <https://www.youtube.com/watch?time_continue=4&v=2tRlqPQ7dAw> Acesso em 22 de outubro de 2017.

A resolução das imagens sofre as limitações impostas pela possibilidade máxima da câmera do aparelho na versão daquele ano. Durante os primeiros minutos, na sequência de um clipe musical, a câmera é trêmula e a instabilidade de seus movimentos se alinha aos conceitos vistos do primeiro capítulo, na perspectiva que confere autonomia e liberdade ao usuário na gravação. Também está presente neste momento um recurso estético que só é possível graças às dimensões e à portabilidade que o telefone celular proporciona, quando o aparelho é fixado ao instrumento de um dos músicos da banda. Um efeito de edição adiciona sombras às imagens da sequência.

Uma sequência noturna, a partir dos sete minutos e 25 segundos, apresenta imagens em preto e branco, o que indica um tratamento do material na pós-produção. Este recurso, dentro da proposta original do filme, pode representar a demonstração dos recursos da câmera do aparelho, uma vez que se trata de uma obra promocional. Hoje, a captação de imagens em preto e branco já pode ser ativada nas próprias configurações dos aparelhos mais modernos, simplificando o processo de finalização.

No Brasil, dentro desta mesma linha experimental, a potencialização do uso do aparelho de telefone celular na captação de obras audiovisuais está presente em “5#CALLS”¹⁰¹, dirigido pelo italiano radicado no Brasil, Giuliano Chiaradia¹⁰². O filme, produzido em 2011, tem duração de nove minutos e o elenco conta com as atrizes Amanda Richter, Graziella Schmitt, Guta Stresser, Natalia Lage e Julianne Trevisol.

Inspirado no conteúdo de um blog¹⁰³, a obra aborda as relações virtuais. Foi exibido no festival de Cannes, na França, em 2012, e também na Nova Zelândia, Alemanha e Colômbia. O equipamento utilizado em todo o processo de realização foi o telefone do próprio diretor, modelo *Nokia N95*. Do roteiro até a trilha sonora, passando pela inscrição no festival ao *upload* do arquivo, a experiência resultou em um produto 100% *mobile*.

¹⁰¹ Na íntegra, em <<https://www.youtube.com/watch?v=y5CU4jn33xw>> Acesso em 24 de outubro de 2017.

¹⁰² Giuliano Chiaradia dirigiu programas na TV Globo e atou nos departamentos de criação da MTV no Brasil e nos Estados Unidos. Desde 2001, pesquisa arte e tecnologia para a criação de novas experiências sensíveis.

¹⁰³ <<http://colheitadepalavras.wordpress.com>> Acesso em 3 de outubro de 2016.

Logo nos créditos iniciais, as cenas de making of inseridas em mosaico durante a apresentação do elenco mostram as possibilidades de captação de imagens suportada pela portabilidade que caracteriza os modernos dispositivos móveis. Em uma imagem, o telefone celular é fixado no braço esquerdo de uma das atrizes por meio de fita adesiva. Em outra, o recurso é repetido com o aparelho acoplado à testa de outra integrante do elenco.

A proporção de tela do filme é 4:3, correspondente à da televisão analógica e condicionada à tecnologia disponível no equipamento de captação. Como o roteiro tem como base cinco ligações telefônicas, logo na primeira delas é possível observar a autonomia típica da produção de imagens pelo próprio usuário, tanto nas imagens estáticas, quanto as captadas com movimento. A atriz filma a si própria em alguns planos, gerando registros trêmulos e repletos de efeitos estéticos na finalização, com repetição de planos e sobreposição de cenas captadas com o celular com imagens de arquivo.

Na segunda ligação, protagonizada pela atriz Guta Stresser, surge o recurso da tela dividida e também é possível acompanhar o telefone celular atuando como uma *webcam*. De um modo geral, a forma estética das imagens se repete nas ligações seguintes, conferindo unidade à proposta temática e experimental do diretor Giuliano Chiaradia, de usar apenas os recursos embarcados no telefone celular para gravar e editar o filme.

Assim como o primeiro filme em evidência, “*Night Fishing*”, o patrocínio de uma empresa produtora de telefones celulares também permitiu, em 2013, a realização de “*Two Scoops*”¹⁰⁴, curta-metragem de pouco mais de 11 minutos de duração, dirigido pelo estadunidense Robert Rodriguez. O modelo de telefone *Blackberry* e a verba de produção subsidiada pela empresa foram aplicados para contar a história de duas irmãs que combatem alienígenas. A obra possui a estética e o estilo de narrativa que caracterizam os trabalhos do cineasta, desde o sucesso comercial *El Mariachi* (1992), rodado com US\$ 7 mil e que arrecadou US\$ 2 milhões de bilheteria.

No filme, as atrizes gêmeas Electra Avellan e Elise Avellan representam agentes secretas disfarçadas de vendedoras de sorvete, que assumem a

¹⁰⁴ Na íntegra, em <<https://www.youtube.com/watch?v=WnGxVPxHkks>> Acesso em 23 de outubro de 2016.

missão de resgatar pessoas desaparecidas e salvar o planeta de um monstro com a ajuda de uma arma secreta. A principal característica dessa obra é o fato de ser um projeto compartilhado com os fãs do diretor. Eles foram convidados a enviar fotos e imagens gravadas que serviram de referência para passagens do filme ou foram usadas nos cartazes das pessoas desaparecidas.

Sob o ponto de vista da análise das imagens, foco desta pesquisa, “*Two Scoops*” não apresenta a estética que caracteriza o diferencial das cenas gravadas com celular pelo próprio usuário, da forma como foi visto anteriormente. Nesta produção, a câmera do aparelho é usada de forma ortodoxa, gerando planos estáticos com enquadramentos clássicos, dentro do estilo de filmar que marca a carreira de seu diretor. Os poucos movimentos de câmera presentes no filme são suaves e definidos.

Outra obra que merece destaque nesta pesquisa, dentro da perspectiva de uso de câmeras de *smartphones* em produções cinematográficas, é o longa-metragem independente “*Olive*”¹⁰⁵, de 2011. Este é considerado o primeiro filme rodado com um celular a chegar às telas de cinema. A produção usou vários acessórios, inclusive uma lente *Carl Zeiss* de 35mm, sobre um telefone celular modelo *Nokia N8*, com câmera de 12 megapixels. O filme dirigido por Patrick Gilles e Hooman Khalili, dois diretores estreantes na época, conta a história de uma criança com poderes mágicos que muda a vida de três pessoas solitárias.

Segundo os realizadores, o resultado estético pode ser comparado aos filmes rodados com câmeras de 16mm nos anos 1970, uma vez que os diretores mantiveram a configuração básica do equipamento e adicionaram luz artificial para que o dispositivo entendesse que a gravação ocorreria à luz do dia. Neste aspecto, houve uma providência adicional, para que o diretor Patrick Gilles conseguisse homologar a fotografia de cada plano antes da gravação: ele usou um capuz preto sobre a cabeça, para eliminar a luz externa, procedimento similar ao adotado no cinema da primeira metade do século XX.

O filme apresenta alguns planos aéreos e em movimento. Em um deles, o telefone celular foi fixado em uma motocicleta. Nas imagens aéreas a

¹⁰⁵ Um curto making of e os primeiros cinco minutos do filme estão disponíveis em <<https://www.youtube.com/watch?v=C6fQThsFSCo>> Acesso em 24 de julho de 2017.

produção usou um helicóptero comandado por controle remoto. O *smartphone* foi fixado na parte inferior do aeromodelo, recurso que nos dias atuais é possibilitado pelo uso de câmeras em *drones*¹⁰⁶.

Pela necessidade de escurecer o ambiente em torno da tela do celular, é possível afirmar que o uso da câmera do aparelho *Nokia N8*, nos 22 dias de gravação, impôs a adoção de procedimentos de produção utilizados no cinema dos anos 1940, com a tecnologia disponível em 2011¹⁰⁷. Em geral, o uso do celular na captação, em geral, invoca um método específico de trabalho para quem atua na direção da obra, uma vez que a tela onde a imagem é homologada e visualizada é acoplada ao próprio dispositivo de captação.

De todo modo, em “Olive”, foi intenção dos diretores criar uma obra que não se destacasse pela natureza da captação das imagens, mas sim pelo seu conteúdo. Os próprios diretores destacaram a surpresa do público, ao fim da exibição, ao descobrir que o filme foi captado integralmente pela câmera de um telefone celular.

Em 2012, mais uma vez, a questão financeira foi decisiva na substituição do equipamento formal de captação por uma câmera de *smartphone*. Mas, neste caso específico, a solução também atendeu uma necessidade estética, a um custo reduzido. A produção do documentário “*Procurando Sugar Man*”¹⁰⁸ adotou o aplicativo *8mm Vintage Camera*¹⁰⁹ instalado em um *iPhone* para a produção das imagens de época. O longa independente dirigido por Malik Bendjelloul ganhou o Oscar em sua categoria, em 2013. A história narra a busca de dois sul-africanos por *Sixto Rodriguez*, um cantor estadunidense dos anos 1970 que, sem saber, havia se tornado um ícone da música pop na África do Sul.

A produção do filme usou muitas imagens gravadas em película, no formato Super 8mm, para ambientar a narrativa aos anos 1970. No entanto, durante a etapa de finalização, quando os realizadores perceberam o fim do

¹⁰⁶ Aeronave não tripulada e comanda à distância, por sinais de rádio, e muito utilizada em novas possibilidades de captação de imagens, nos dias atuais.

¹⁰⁷ Os detalhes deste procedimento estão disponíveis em entrevista dos diretores no link <<https://www.youtube.com/watch?v=W5LRTRbAmvQ>> Acesso em 15 de maio de 2017.

¹⁰⁸ Trailer oficial em <<https://www.youtube.com/watch?v=QL5TffdOQ7g>> Acesso em 15 de dezembro de 2016.

¹⁰⁹ US\$ 1,99 na App Store, da Apple. <<https://www.apple.com/br/ios/app-store/>> Acesso em 15 de março de 2017.

negativo, optaram pelo uso de um aplicativo que gera as imagens na mesma perspectiva histórica. Neste aspecto, é importante registrar a versatilidade do telefone celular como um aliado de documentaristas, tanto nas imagens de registro, como o cinema direto, ou em produções mais elaboradas.

É importante destacar neste momento que o uso de filtros e recursos estéticos proporcionados por aplicativos, em uma obra documental captada por uma câmera de *smartphone*, pode despertar questionamentos e discussões a respeito de interferências e manipulação das imagens, tema que foge ao foco desta dissertação. Por outro lado, a disponibilidade destes mesmo recursos indicam como os telefones celulares surgem no meio audiovisual, de fato, como um suporte fílmico, evocando para si todas as questões, dilemas e desafios históricos que envolvem os métodos tradicionais de construção de imagens.

A questão orçamentária também foi decisiva para o produtor e diretor estadunidense Ricky Foshein. Em 2014, com pouca verba disponível, ele também usou um *iPhone 5* na produção do drama psicológico “*Uneasy Lies The Mind*”¹¹⁰. Apesar de contar com o apoio de uma lente especial em alguns planos, a maioria das imagens foi captada com a câmera do próprio aparelho, sem equipamentos adicionais.

Como foi visto até o momento, algumas obras contam com a facilidade das câmeras dos telefones celulares, mas usam recursos digitais do aparelho e seus aplicativos para simular a estética das imagens captadas em película. Neste caso ocorreu o mesmo, mas com a solução física. Para tentar obter uma textura e um granulado típicos das câmeras de 16mm, o diretor usou um adaptador para uma lente *Nikon*, além do aplicativo *Pro Fílmica 2* para ajustar a exposição e o balanço das cores. O recurso também pode atuar na resolução, no *frame rate* das imagens e em sua compressão.

Em geral, no aspecto da organização da produção, o uso de telefones celulares em obras audiovisuais proporciona mais agilidade na produção, minimizando o risco de atrasos entre as tomadas. A mobilidade do dispositivo, aliada a seu peso e tamanho, fazem com que ele possa ser posicionado em

¹¹⁰ O making of está em <https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=byvaxMFUuww> Acesso em 11 de janeiro de 2017.

qualquer canto do cenário ou evoluir ao redor dos atores, favorecendo a elaboração de planos que seriam difíceis ou impossíveis de serem realizados até mesmo com compactas câmeras DSLR ou equipamentos profissionais de maior porte.

Outra obra que merece ser citada nesta pesquisa em função das condições de sua realização e do destaque que obteve em festivais de cinema e audiovisual nos últimos anos, nos Estados Unidos, é “*I Play with the Phrase Each Other*”¹¹¹, escrito e dirigido por Jay Alvarez, em 2014. Nesta comédia, rodada com um *iPhone* e orçamento de cerca de US\$ 17 mil, o telefone celular, além de ser usado como dispositivo de captação, é protagonista da narrativa, uma vez que toda a história é composta por ligações telefônicas e monólogos dos personagens.

As imagens deste longa-metragem evidenciam a estética própria que surge da operação do aparelho pelo próprio usuário, sem o uso de dispositivos adicionais para estabilizá-la. Ao mesmo tempo, a face documental do filme, em alguns planos, assume incerteza do foco automático, o que acentua seu caráter informal. No entanto, no processo de finalização, houve o uso de um filtro para a conversão das imagens para preto e branco.

Mais recentemente, o longa-metragem “*Tangerina*”¹¹², exibido em 2015 no *Sundance Film Festival*, nos Estados Unidos, ganhou o prêmio Félix de melhor ficção, no Festival do Rio do mesmo ano. A comédia dramática sobre traição apresenta a história de duas prostitutas transexuais de Los Angeles, protagonizadas por atrizes amadoras, e contou com um orçamento de cerca de US\$ 100 mil. Na véspera de Natal, as personagens buscam um casal de namorados para tirar satisfações.

A equipe de produção foi reduzida. Uma das integrantes se revezou entre as funções de atriz, figurinista e continuísta. Durante a gravação de uma cena que envolvia uma briga entre as atrizes, em um ônibus coletivo, o motorista acreditou em um desentendimento real e acionou a polícia, apesar

¹¹¹ O trailer está disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=hmnbgYGLiWE>> Acesso em 2 de fevereiro de 2017.

¹¹² O trailer está disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=ALSwwTb88Z>> Acesso em 3 de maio de 2017.

das presenças do diretor do filme e do diretor de fotografia, registrando as imagens com os telefones celulares.

O longa-metragem usou como dispositivo de captação as câmeras de três aparelhos *iPhone 5S*, da *Apple*. Os demais equipamentos foram: adaptadores anamórficos (US\$ 160 cada), para permitir a filmagem em *widescreen* (2,35:1) e a correção do formato para as telas de cinema na pós-produção; além do aplicativo *FiLMiC Pro* e um *steadicam*. A tecnologia do aplicativo foi responsável pelas cores quentes assumidas em todo o filme, a principal delas usada para batizar a obra. “*Tangerina*”, dentro do contexto desta pesquisa, indica que é possível realizar uma obra íntegra, em um contexto de restrição orçamentária. A escassez de recursos, neste caso, não significa que o realizador, obrigatoriamente, precise abrir mão de sua ambição artística.

Em 2017, o cineasta francês Michel Gondry dirigiu o curta *Détour*¹¹³, como parceiro da *Apple* do Reino Unido, utilizando um aparelho *iPhone 7 Plus* nas etapas de captação e edição. O filme nasceu de uma ação promocional da empresa, alternativa aos anúncios e propagandas ortodoxas para evidenciar o potencial de seus aparelhos. Gondry construiu uma fábula, inspirada em contos de Jaques Tati e Albert Lamorisse, para narrar a história na qual um triciclo busca reencontrar seu dono durante uma viagem de férias.

Diretor de filmes como “*Brilho Eterno de Uma Mente Sem Lembranças* (2004)” e “*Rebobine por favor* (2007)”, Michel Gondry e a empresa ainda disponibilizaram uma série de videoaulas¹¹⁴, para mostrar como qualquer pessoa pode usar as mesmas técnicas empregadas por ele na realização deste filme, usando a câmera do telefone celular.

Os exemplos citados anteriormente, suas características e modos de produção são utilizados nesta dissertação para ampliar o debate sobre modos de fazer e variações estéticas possíveis, a partir do uso dos *smartphones* como dispositivo de captação. Assim, neste capítulo, as obras em evidência tentarão apontar como as câmeras de telefones celulares, aos poucos, conquistam seu espaço na produção e realização de conteúdo audiovisual. No entanto, para

¹¹³ O filme, na íntegra, está disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=KrN1ytnQ-Tg>> Acesso em 2 de julho de 2017.

¹¹⁴ A série foi batizada de “*Through the eye of Michel Gondry*” (Através do olhar de Michel Gondry). Os vídeos estão disponíveis em <<https://www.apple.com/uk/detour/>> Acesso em 2 de julho de 2017.

filmes de média e longa-metragem, a circulação e a exibição destes vídeos, como foi visto, ainda encontram obstáculo na disponibilidade do sinal de internet móvel, além dos valores praticados pelas operadoras e a velocidade das redes de comunicação de dados.

Além desta perspectiva, não seria ousado afirmar que o uso do celular em filmes de curta duração representa, na prática, uma espécie de retorno ao primeiro cinema, com seus registros de acontecimentos, rascunhos, obras dotadas de narrativa própria e, eventualmente, de uma estética diferenciada. Assim, é possível perceber que, na contemporaneidade, mudaram as formas de espectadorialidade – em ambientes públicos e privados, graças à mobilidade, além da possibilidade de o sujeito ver o filme integralmente no formato vertical.

Um aspecto importante, derivado da seleção do tema e da análise das obras, diz respeito à câmera do aparelho de telefone celular representar um novo modelo da imagem audiovisual na contemporaneidade. O impasse sobre esta questão abre espaço para mais uma investigação: seria possível, neste contexto, que as obras captadas por dispositivos como *smartphones* assumissem uma nova linguagem?

O conjunto de filmes observados no presente capítulo, selecionados em pesquisas aleatórias a partir de informações de sites especializados em conteúdo audiovisual, composto por obras de diversos gêneros, abre uma possibilidade de resposta. Algumas têm caráter experimental, outras são produzidas de forma independente e, como foi visto, há filmes patrocinados pelos fabricantes dos dispositivos. Questões estéticas à parte, as observações dos filmes em evidência indicam que a linguagem audiovisual empregada nestas obras permanece inalterada, em relação à consagrada historicamente pelo cinema.

Isto significa que a presença de um dispositivo móvel portátil, pelo menos no conteúdo desta pequena amostra, neste momento não induz o surgimento de uma linguagem específica, nos filmes em evidência. Alguns, de caráter mais experimental, se valem de uma estética peculiar das imagens geradas por qualquer outro telefone celular, especialmente nos vídeos de registros diários de acontecimentos.

Algumas características dos filmes desta natureza, como foi dito, envolvem enquadramentos sem harmonia e movimentos imprecisos. É importante ressaltar ainda que os filmes passam por um processo de finalização que, nos dispositivos mais modernos, coloca à disposição do usuário uma série de recursos de interferências e texturas nas imagens gravadas.

Ao mesmo tempo, o olhar sobre os seis vídeos do Festival do Minuto aponta para uma liberdade criativa restrita de seus realizadores, ao contrário dos filmes de longa duração apresentados anteriormente, onde na maioria dos casos o telefone celular recebe aplicativos, adaptações e equipamentos sobressalentes. Nestes casos, no entanto, o realizador usa o telefone celular da mesma forma que usaria um equipamento profissional. As exceções são “5Calls”, uma experiência integralmente *mobile*, como foi mostrado, e “*I Play With the Phrase Each Other*”, no qual o telefone celular assume também o papel de protagonista da história.

A seleção e a análise dos filmes da amostra buscaram evidenciar a heterogeneidade das formas de realização, exibição e distribuição de produtos audiovisuais, agora suportados pelas tecnologias de comunicação de dados e os modernos *smartphones*. A visão temporal sobre todos os produtos audiovisuais em evidência neste capítulo aponta que, antes da disseminação das câmeras de telefones celulares, a qualidade do produto final estava objetivamente restrita às condições de produção.

Experimentações à parte, é notório que cada gênero de filme impõe a necessidade de orçamentos robustos ou mais modestos. Esta conjuntura, independentemente de ser aplicada a um filme de curtíssima duração, impõe consequências ao repertório técnico e ao conteúdo artístico, seja para audiência na tela do cinema ou do telefone celular.

Conclusão

Os processos de realização audiovisual estão em plena transformação. Com o avanço tecnológico, os modos de organizar e construir novos conteúdos são repensados e ressignificados. Ao mesmo tempo, a circulação dos produtos é impulsionada pela disponibilidade de dispositivos móveis portáteis e a ampliação do acesso à rede mundial de computadores. Este contexto também influencia a forma de consumo do acervo disponível na internet, desde obras completas, como filmes e séries, até rascunhos e registros diversos de acontecimentos do cotidiano.

Os *smartphones* e suas telas de dimensões reduzidas se encontram no centro de todo este cenário, despertando questionamentos a respeito de seus usos e práticas, além da relação dos próprios sujeitos com o equipamento. Na visão da filosofia, por exemplo, o telefone celular da contemporaneidade possui o atributo de nivelar e pasteurizar um homem que recusa a distinção de seus semelhantes, em uma evidente substituição de poderes.

Este contexto adquire, aos poucos, um novo significado. A presença dos aparelhos conectados às modernas redes de comunicação de dados móveis e a capilarização de suas funcionalidades no cotidiano são responsáveis pelo embaralhamento de uma série de conceitos teóricos, como as noções de dessubjetivação dos sujeitos ou as definições de lugares e não-lugares.

Dentro da gama de funções dos telefones celulares e seus usos no cotidiano, interessou a este estudo evidenciar o potencial destes equipamentos no processo de realização de conteúdo audiovisual. Particularmente, sua atuação na produção, circulação e exibição de vídeos. Como foi visto, os telefones celulares da contemporaneidade incorporaram as funções do cinematógrafo, com o diferencial de atuar de forma plena em todas as fases da construção de um produto, seja experimental, comercial ou independente. Os dois equipamentos são semelhantes, respeitando as limitações técnicas e sociais de cada época. Produzem e exibem imagens em movimento, com a ressalva da maciça cultura audiovisual global dos dias atuais.

As câmeras dos *smartphones* entregam aos usuários uma condição de autonomia na realização de conteúdo, gerando imagens fluidas e documentais, características de movimentos fundamentais na história do cinema, como a

Nouvelle Vague e o *caméra-stylo*. O usuário que escreve com a câmera é, ao mesmo tempo, roteirista e diretor, seja em rascunhos ou obras completas.

No que concerne à exibição de conteúdos, foi essencial também investigar a relação do sujeito com as telas, sobretudo as de dimensões reduzidas, típicas dos dispositivos móveis portáteis. A história da evolução das telas acompanha o avanço e a transformação de todos os meios de comunicação e está relacionada diretamente aos estudos sobre o comportamento contemplativo do espectador.

O conteúdo audiovisual em telefones celulares, além das salas de cinema e televisão, cria um mundo perceptivo completamente novo, resignificando as conexões entre o cinema e o sonho. Agora, além dos *drive-ins*, as telas voltaram às ruas, induzindo novas dinâmicas aos usuários e, talvez, condenando para sempre qualquer imagem a sofrer interrupções, provocada por fatores externos ou a conectividade do próprio aparelho.

No Brasil, a circulação e o consumo de vídeos e outros produtos audiovisuais só não ocorre de forma mais ampla em função do gargalo econômico e tecnológico de acesso às redes de comunicação de dados sem fio. Os aparelhos mais modernos e com maior poder de processamento de dados ainda são inacessíveis à maioria dos usuários, embora a regularidade da indústria de lançamento de aparelhos com recursos mais avançados contribua, aos poucos, para a disseminação dos telefones celulares conectados entre as camadas mais baixas da população.

A relação entre o indivíduo e seu *smartphone*, sob a perspectiva do consumo também foi objeto de análise. Na cultura de massa, possuir um telefone celular com recursos avançados pode significar uma porta para a felicidade, representar os males da sociedade ou, ainda, atender determinadas necessidades físicas ou psicológicas. O sujeito pode também expressar seus princípios culturais e sociais por meio da personalização dos aparelhos, enquadrando-se como um “consumidor artesão”.

O avanço da tecnologia que passa pela necessidade da inserção do usuário em um contexto social e cultural também foi abordado. Nesta perspectiva, a forma de uso dos *smartphones* seria determinada pelas características do ecossistema estabelecido em torno do indivíduo. Ao adquirir um determinado aparelho, o sujeito assume alguns significados que se

relacionam ao seu pertencimento a um sistema social. Esta inclusão simbólica ocorre especialmente entre os jovens, dependentes de fatores como o acesso à internet e a características dos telefones celulares como a instantaneidade e a mobilidade.

A prática do consumo de vídeos em *smartphones* se reflete também na circulação de produtos audiovisuais gerados nos próprios telefones celulares dos indivíduos. O usuário é associado ao mesmo tempo aos conceitos de produtor e consumidor de conteúdo. A circulação destas imagens, autorizada ou não, produz uma superexposição de seus protagonistas, muitas vezes desejosos de reconhecimento de outros usuários.

A audiência de produtos audiovisuais nas telas dos dispositivos móveis portáteis também mereceu atenção neste estudo. O fenômeno despertou uma dúvida a respeito da criação ou adaptação dos conteúdos para exibição em um espaço tão exíguo como as telas dos *smartphones* da contemporaneidade. Até o momento, é sabido que as mais vigorosas indústrias audiovisuais do mundo dominam a extração de receitas complementares de todas as possibilidades de exibição disponíveis.

Em geral, a criação se apresenta condicionada às amarras da grande tela ou das tradicionais telas domésticas. Isso ocorreu com todos os filmes analisados na dissertação, o que induziu a percepção de que a concepção de conteúdos para a audiência em telas pequenas, pelo menos até este momento, não configura uma nova ordem ou tendência no mercado audiovisual.

No que tange às escalas de planos das imagens pesquisadas, as câmeras de telefones celulares não possibilitam muitos planos gerais, nos quais os detalhes da imagem são necessários para a correta leitura de suas informações. Na análise dos filmes nos quais o aparelho assumidamente foi o dispositivo de captação, é possível perceber que a câmera está, a maior parte do tempo, posicionada bem próximo do personagem focalizado. De fato, o espaço reduzido da tela e o enquadramento da imagem podem inibir a observação de todas as informações de um determinado plano.

A circulação e o compartilhamento de imagens e vídeos entre *smartphones* conectados ocorre predominantemente por *download* e via redes sociais. Esta realidade configura um claro processo de transformação dos meios, das formas de cópiagem e do próprio teor da obra, como foi previsto na

teoria de Walter Benjamin a respeito da reprodutibilidade técnica das obras de arte. A diferença, desta forma, reside no fato de que os telefones celulares abriram um espaço de consumo rigorosamente próximo de um conceito democrático do uso de meios técnicos, a serviço da criação e difusão de informações. Aqui, tratamos de imagens em movimento e, predominantemente, de produtos audiovisuais. Mas, de todo modo, este fenômeno se reflete ainda em conteúdos diversos, especialmente em textos e informações sonoras.

As investigações sobre a espetatorialidade que envolvem o consumo de imagens e vídeos em dispositivos móveis devem definir os fatores determinantes de percepção e raciocínio periféricos a este comportamento. Em vez de ser oferecido a um indivíduo sentado confortavelmente no cinema ou na sala de estar de sua casa, o conteúdo está agora disponível em qualquer ambiente, para audiência coletiva ou individual.

Nesta condição, o olho, muitas vezes, fica a poucos centímetros da tela do aparelho. Os elementos visuais da imagem concorrem com o que está ao seu entorno. Parado ou em movimento, o sujeito ainda está percebendo os acontecimentos ao seu redor. A mesma condição frágil é verificada caso o indivíduo receba uma chamada ou uma mensagem, no próprio telefone. Seria necessário, assim, outras habilidades e um perfil cognitivo específico, para que a leitura do vídeo na tela do aparelho ocorresse de forma plena, sem interferências.

É essencial também destacar a força dos vídeos amadores de flagrantes e outras situações que, tradicionalmente, a programação da televisão não contempla. Realizados pelas possibilidades das câmeras dos aparelhos de telefonia celular e de temática e conteúdos diversificados, eles podem ou não despertar o engajamento dos usuários, um espectador pulverizado e não-linear, nos dias atuais.

Independentemente deste contexto, é possível concluir que os *smartphones* estão entre as possibilidades disponíveis aos realizadores para a elaboração de suas obras como dispositivo de captação de imagem e, eventualmente, como recurso para situações de contingência orçamentária. Os exemplos de obras completas com durações variadas apresentados no terceiro capítulo, entre filmes experimentais, autorais e promocionais, foram realizados entre 2011 e 2017, ainda configuram experiências incipientes.

O uso do *smartphone* como ferramenta de captação nestes exemplos, do ponto de vista da análise da imagem das obras em evidência, apontou três caminhos principais: o primeiro deles é o mercadológico, no qual o aparelho é usado na promoção desta capacidade intrínseca de gravar vídeos. Nestes casos o financiamento para a realização da obra foi disponibilizado pela empresa fabricante ou distribuidora do telefone celular e essa condição é abertamente assumida pelos realizadores.

No uso ideológico, o *smartphone* integra diretamente o conteúdo da obra, seja suportando todos os processos experimentais de realização ou no papel de destaque como protagonista do filme, por meio da possibilidade de realizar chamadas de voz. Por fim, mas não menos importante, está o uso independente. Neste caso o dispositivo se posiciona no centro de uma série de equipamentos acessórios que vão deixá-lo bem próximo de uma câmera de cinema profissional ou são ponte para o atingimento de uma estética específica, por sua mobilidade ou necessidade de captura de imagens temáticas.

Ações de *merchandising* à parte, é possível concluir que os exemplos desta amostra ainda apontam uma condição de ensaio, na qual gravar um filme com um telefone celular é justificado por uma necessidade específica. Os realizadores, amadores ou profissionais, ainda parecem buscar no aparelho uma poética singular. Por ora, a unanimidade que caracteriza as imagens de telefones celulares vem à tona apenas nos vídeos amadores de acontecimentos ou registros testemunhais.

Desta forma, as imagens de filmes geradas por *smartphones*, foco central desta dissertação, assumem características que variam de acordo com a finalidade e a filosofia de cada obra. A variedade de gêneros dos filmes observados e os diferentes valores de recursos utilizados em cada produção apontam para uma diversidade de modos de constituição das imagens e construção da obra. De todo modo, foi possível perceber que as câmeras de telefones celulares, nos exemplos em destaque, não impõem uma nova linguagem audiovisual, na comparação com o que o cinema apresentou desde o início do século XX.

No exemplo apresentado no qual as imagens são construídas na vertical, esta concepção estética, por si só, já configura um caminho para a

quebra de paradigma de uma imagem em movimento historicamente horizontal. Assim, neste momento, é possível afirmar que esta é a característica das imagens geradas por câmeras de telefones celulares que mais se opõe ao audiovisual tradicional.

É importante destacar a estética documental das imagens amadoras e dos registros de eventos diversos, surgidos a partir da disseminação das câmeras de telefones celulares, com a popularização dos aparelhos. Estes produtos, cuja circulação é ampliada por redes sociais e sites de armazenamento e reprodução de vídeos, podem vir a caracterizar um contexto estético particular das imagens na contemporaneidade, em relação a sua flexibilidade de formato, horizontal ou vertical, além de seu caráter documental e fluido.

Neste aspecto, há espaço inclusive para narrativas e histórias experimentais ou que se aproximam da estética das produções jornalísticas. Ao mesmo tempo, a variedade de telas para a audiência do conteúdo proporciona uma nova relação do indivíduo com as imagens técnicas e abre caminho para novas investigações nesta área de conhecimento.

Os seis filmes selecionados no acervo do Festival do Minuto e evidenciados nesta pesquisa comprovaram ainda a variedade de técnicas de realização e as diversas narrativas que um produto de curta duração pode assumir. Até mesmo nas obras produzidas antes da entrada da tecnologia digital, e observadas aqui, reina a variedade de estilos, considerando-se o esforço de produção e orçamento para a finalização de um filme captado em película e a dificuldade de acesso a equipamentos de gravação e finalização, no início dos anos 1990.

A ampliação das possibilidades criativas de captação de imagens pelos *smartphones* está justamente na principal característica destes aparelhos, na comparação com outros dispositivos móveis: a portabilidade. Alguns exemplos desta natureza apontam que o telefone celular leva vantagem sobre os equipamentos ortodoxos usados no cinema profissional.

Na análise dos filmes da amostra, foi verificado em algumas obras que as dimensões reduzidas do aparelho, em seu tamanho e peso, permitiram que ele fosse acoplado a aerodelos e motocicletas, a exemplo de outros equipamentos de dimensões reduzidas que já permitem esta facilidade. Novas

possibilidades de imagem ainda surgem quando o *smartphone* é fixado em instrumentos musicais ou manuseado em torno e bem próximo a um ator, por exemplo, o que caracterizaria um esforço do realizador para a criação de uma imagem particular do dispositivo móvel portátil.

No entanto, a maioria das perspectivas artísticas dos realizadores de obras abordadas nesta pesquisa indica que o uso da câmera de um telefone celular em produções cinematográficas, eventualmente, pode não estar diretamente vinculado à geração de uma imagem com estética especial e atributos próprios.

Pelo contrário: um espectador pode perfeitamente assistir uma obra e, mais tarde, se surpreender ao ser informado que todo o filme ou parte dele tenha sido construído pela câmera de um telefone celular. Até mesmo o próprio realizador pode usar o dispositivo móvel portátil exatamente como usaria com um equipamento profissional.

Torna-se necessário considerar as questões inerentes ao processo de finalização. Qualquer imagem gerada atualmente se transforma em um arquivo de dados. Os recursos digitais de edição e finalização disponíveis no mercado disponibilizam aos usuários possibilidades ilimitadas de interferência nas imagens que estejam sendo trabalhadas, independentemente da forma como foram captadas. A exceção, como foi dito, são os vídeos amadores, cuja circulação ocorre sem que o seu conteúdo receba qualquer tipo de tratamento estético.

Hoje, a produção de vídeos de curta duração encaminhada de forma online para o Festival do Minuto se apresenta de forma ainda mais diversificada, pela facilidade de realização proporcionada pelas tecnologias digitais e as câmeras de telefone celular. Desde 2007, quando o concurso migrou para a internet e abriu a sua primeira chamada específica, as produções realizadas em telefones celulares responderam por boa parte das inscrições, o que comprova a força e a ampliação da presença da ferramenta para a democratização do processo de realização audiovisual, especialmente nestes filmes de curtíssima duração.

Para além do concurso, no cenário atual, os produtos audiovisuais de qualquer natureza escoam no ciberespaço e são compartilhados por meios técnicos, como *smartphones*, câmeras fotográficas e *tablets*. Os modernos

telefones celulares, assim, estão cada vez mais presentes nos rascunhos e obras audiovisuais completas, ainda de forma desalinhada. Expandem suas presenças, conectam mais pessoas, tornam as rotinas mais ágeis e executam uma infinidade de tarefas, mas ainda não conseguiram estabelecer um padrão estético nem impor aos realizadores uma linguagem específica para que a narrativa das obras seja compreensível de forma integral em suas telas.

Como foi visto no início desta conclusão, a característica da mobilidade fez o aparelho ter status prioritário no bolso de cada sujeito e contribuiu para reconfigurar seus hábitos e comportamentos. Os especialistas são unânimes ao afirmar que estes equipamentos deverão assumir um status ainda mais essencial na vida pessoal e profissional do indivíduo da pós-modernidade.

Resta saber se o impacto deste fenômeno no campo de conhecimento abordado nesta pesquisa, ou seja, se a produção, circulação e exibição de imagens audiovisuais, gerará imagens com características próprias e particulares desses dispositivos. E, ainda, se a solidificação do telefone celular como ferramenta de captação terá força para assumir uma linguagem específica, que caracterize este meio.

Uma pista pode ser revelada a partir do olhar sobre a autoria de todos os filmes em evidência no terceiro capítulo. Segmentando as obras entre as realizadas por profissionais do mercado e por usuários de telefones celulares sem experiência, é possível perceber que a maioria dos diretores não imprimem grandes experimentalismos na imagem, ou seja, o celular enquanto dispositivo de captação é usado de forma empírica, mas a linguagem gerada pelas imagens destas obras é a mesma consagrada pelo cinema.

Este pensamento conduz a outra questão: seria concebível observar algo novo nas imagens geradas nos dispositivos manuseados por autores amadores e desconhecidos, sem experiência, exatamente por este grupo não possuir o domínio na linguagem estabelecida no seu fazer? Trata-se de uma interrogação importante e também passível de uma investigação posterior.

De todo modo, a disseminação dos telefones celulares e a dependência dos sujeitos destes pequenos aparelhos ocorre em função de três fatores principais: em primeiro lugar, o *smartphone* faz o mesmo que um computador, portátil ou não, com a vantagem de ter dimensões muito reduzidas. O segundo aspecto é o fato de que o dispositivo está se tornando cada vez mais acessível,

com os preços praticados ao usuário em queda, pela condição de produção em larga escala. Por fim, é necessário destacar a facilidade do uso das telas sensíveis ao toque.

Se, um dia, estes telefones celulares eram vistos como meros equipamentos que executavam e recebiam chamadas de voz, agora são aparelhos dotados de tantas funções que, provavelmente, qualquer usuário nunca conseguirá esgotar a sua funcionalidade. O *smartphone*, enquanto canivete suíço da pós-modernidade, tornou-se uma espécie de amigo íntimo do usuário.

Nesta condição de proximidade, se o aparelho é como uma pessoa com quem o sujeito sempre poderá contar a qualquer tempo, abrem-se as portas para uma nova relação entre homem e máquina, inclusive de caráter emocional e cultural. Um exemplo interessante e singular já é notório: a *nomofobia*. Esta doença é caracterizada pelo medo que as pessoas têm de ficar sem o seu celular, e se manifesta nas situações em que o usuário se vê impossibilitado de usar o aparelho, por falta de sinal, redes sem fio ou carga na bateria¹¹⁵.

Os *smartphones*, como extensões dos corpos de seus usuários, estão ainda no centro dos processos de convergência tecnológica. Seu avanço representou, por exemplo, a descontinuidade de aparelhos como o rádio relógio, a câmera digital, a agenda eletrônica e o tocador de música em formato MP3. Em breve, deverá deixar de lado ainda a calculadora, o relógio de pulso e os aparelhos de localização por satélite, chamados de *Global Position System* (GPS).

No status de controle remoto da vida digital do indivíduo moderno, impulsionado pela onipresença da internet, o telefone celular amplia sua supremacia, ao envolver funções de comando de itens igualmente conectados que integram a categoria da *internet das coisas*¹¹⁶, como televisores, equipamentos de iluminação e climatização de ambientes, por exemplo.

Ao que tudo indica, a verdadeira evolução do *smartphone*, que traz consigo a interrogação a respeito das imagens que gera, pode não estar

¹¹⁵ A pesquisa é da Universidade de Iowa, nos Estados Unidos, e está disponível na íntegra em <<https://www.sciencedaily.com/releases/2015/01/150121083646.htm>> Acesso em 15 de julho de 2017.

¹¹⁶ Em inglês, Internet Of Things (IOT).

concentrada apenas em seu poder de armazenamento de dados ou processamento de informações. Como foi mostrado, fabricantes estão investindo em baterias de longa duração, telas curvas e dobráveis, além de superfícies que não quebram, apenas para citar alguns exemplos. Mas a verdadeira mudança pode ser determinada pelo conteúdo que está dentro do aparelho, ou seja, o *software*, materializado na forma de aplicativos.

Os programas criados para os *smartphones* avançam no entendimento e atendimento das necessidades dos usuários. As chamadas mídias locativas, conceito referido no capítulo inicial, identificam a localização do sujeito e são capazes de propor alternativas de consumo e lazer personalizadas, a partir das informações de hábitos e preferências do usuário, uma funcionalidade que, nos dias atuais, é realidade nos países desenvolvidos.

Um breve exercício de projeção do futuro para os *smartphones* passa pela ampliação das funcionalidades dos aparelhos dos dias atuais em recursos como comandos de voz eficazes e até o uso de inteligência artificial¹¹⁷. Na contemporaneidade, o telefone do usuário sabe onde ele está e para onde vai, além do que deseja fazer, comer ou assistir. Em particular, no campo do audiovisual, é possível prever a implementação de soluções de toda natureza, que adotem recursos de realidade virtual e realidade aumentada¹¹⁸.

Como foi possível perceber, as possibilidades destes pequenos aparelhos ainda não se esgotaram. Na esfera do audiovisual, campo de conhecimento em evidência nessa investigação, a multiplicidade de funções pode levar o *smartphone* a desempenhar um papel de destaque dentro da estrutura de realização de uma obra, nos aspectos técnicos e artísticos. Este contexto intriga realizadores e pesquisadores e abre espaço para novas investigações e questionamentos, além de conduzir o audiovisual a um patamar jamais visto em sua história.

¹¹⁷ Capacidade de as máquinas simularem o raciocínio humano, usando como base uma quantidade praticamente infinita de dados.

¹¹⁸ Tecnologia que sobrepõe imagens digitais à vida real, exatamente como ocorre com o jogo *Pokemon Go!*, citado no capítulo dois desta dissertação.

Anexos

Tabela 1 – Em ordem cronológica, os seis curtas-metragens do Festival do Minuto.

Título	Direção	Realização
Vovô viu o vão	Flávio Pescuma	1993
Bom Coração	Fernando Meirelles e Nando Olival	1996
Na Vida de Um Homem Duas Coisas Podem Acontecer	Flávio Meirelles	2000
Bárbara	Maurício Lídio Bezerra	2009
Letreiros	Rondinei da Silva	2015
Rotina	Giulia Vasquez	2016

Tabela 2 - Relação de filmes cujas imagens foram captadas com telefones celulares.

Título	Direção	Realização
<i>Night Fishing</i>	Chan-wook Park	2011
<i>5#CALLS</i>	Giuliano Chiaradia	2011
<i>Two Scoops</i>	Robert Rodriguez	2013
<i>Olive</i>	Patrick Gilles e Hooman Khalili	2011
<i>Looking for Sugar Man</i>	Malik Bendjelloul	2012
<i>Uneasy Lies The Mind</i>	Ricky Foshein	2014
<i>I Play with the Phrase Each Other</i>	Jay Alvarez	2014
<i>Tangerine</i>	Sean Baker	2015
<i>Détour</i>	Michel Gondry	2017

Referências

AGAMBEN, Giorgio. O que é o contemporâneo? e outros ensaios. São Paulo: Editora Argos, 2009.

ANATEL. Em agosto, Brasil soma 280,02 milhões de acessos móveis. Disponível em <<http://ftp.anatel.gov.br/dados/Acessos/Movel_Pessoal/>> Acesso em 23 de outubro de 2015.

AUGÉ, Marc. Não-lugares. Rio de Janeiro: Papyrus Editora, 2010.

AUMONT, Jacques; A imagem. Campinas, SP: Papyrus, 2012.

BAUMAN, Zygmunt. Globalização: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BAR, François; PISANI, Francis; WEBER, Matthew. Mobile technology appropriation in a distant mirror: baroque infiltration, creolization and cannibalism. In: Seminário sobre Desarrollo Económico, Desarrollo Social y Comunicaciones Móviles en América Latina. Buenos Aires: Fundación Telefónica, 2007.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs.). Cultura, consumo e identidade. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 21 – 36.

BARBOSA, Livia. Sociedade de Consumo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2004.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. Porto Alegre: Ed. Zouk, 2012.

BLANCHOT, Maurice. A conversa infinita-2: a experiência limite. São Paulo: Escuta, 2007.

BORGES, Gabriela; PUCCI JR., Renato Luiz; SOBRINHO, Gilberto Alexandre (orgs.). Televisão: Formas Audiovisuais de Ficção e de Documentário. Vol. 2. Campinas, São Paulo e Faro (Portugal): CIAC, 2002.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014.

CALDWELL, John Thornton. Televisuality: style, crisis, and authority in American Television. New Jersey, Rutgers, 1995.

CAMPANELLA, Bruno. Novos desafios teóricos para os estudos do consumo televisivo. Revista ECO-Pós, v. 13, n. 1, 2010.

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. Barbosa, Livia; Campbell, Colin (orgs). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2006.

_____, Colin. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. São Paulo: Rocco, 2001.

CANNITO, Newton. A televisão na era digital. São Paulo: Summus, 2010.

CASSETTI, Francesco; ODIN, Roger. De la paléo-à la néo-télévision. In: *Communications: Télévision mutations*. Nº 51, 1990. p. 9-26.

CASTELLS, Manuel. Communication, power and counter-power in the network society. *International journal of communication*, v. 1, n. 1, p. 29, 2007.

CERTEAU, Michel de. A invenção do cotidiano-vol.1. Petrópolis: Vozes, 2000.

CHARTIER, Roger. Os desafios da escrita. São Paulo: Unesp, 2002.

COUTINHO, Mário Alves. Escrever com a câmera: cinema e literatura na obra de Jean Luc Godard. Tese de doutoramento. UFMG, 2007.

CRARY, Jonathan. Técnicas do observador. Visão e modernidade no século XIX. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

DAHLGREN, P. (2005). 'The Internet, public spheres, and political communication: dispersion and deliberation', *Political Communication* 22: 147-162.

DU GAY, Paul et al. Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman. Sage, 2013.

EINSENSTEIN, Sergei. A forma do filme. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2002.

EPSTEIN, Jean. La inteligencia de una máquina. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Cactus, 2015.

FISKE, John. Television Culture. London: Routledge, 1987.

FLUSSER, Vilém. O mundo codificado. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOUCAULT, Michel. Microfísica do poder. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FREIRE FILHO, J. e LEMOS, J. Imperativos de conduta juvenil no século XXI: a "Geração Digital" na mídia impressa brasileira. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*. São Paulo: vol. 5, n. 13, p. 11-25, jul. 2008.

_____, Dits et écrits: 1970-1975. Editions Gallimard, 2014.

GERBASE, Carlos. Cinco discursos da digitalidade audiovisual. Sessões do Imaginário. Nº7, dezembro, 2001.

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

GUNNING, Tom. Uma estética do espanto: O cinema das origens e o espectador (in) crédulo. Revista Imagens, São Paulo: Editora da Unicamp, n. 5, p. 31-45, 1995.

HABERMAS, Jurgen. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere, Cambridge: MIT.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). Comunicação, mídia e consumo, v. 4, n. 10, p. 23-40, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LISBOA, Aline. Formas expressivas da contemporaneidade: a estética do processo em filmes realizados via celular. Temática, v. 11, n. 3, 2015.

LÓPEZ, Maximiliano Valerio. O conceito de experiência em Michel Foucault. Reflexão e Ação, v. 19, n. 2, p. 42-55, 2011.

MACHADO, Arlindo. Pré-cinemas e pós-cinemas. Campinas: Papirus, 1997.

_____, O diálogo entre cinema e vídeo. Revista USP, n. 19, p. 123-135, 1993.

MACHADO, A. e VÉLEZ, M. L. Questões Metodológicas Relacionadas com a análise da televisão. Revista E-Compós, vol.8, 2007.

MANOVICH, Lev. Novas Mídias como tecnologia e ideia: 10 definições, in O chip e o Caleidoscópio, org por Lúcia Leão, São Paulo: Editora Senac, 2005.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Teorias das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

_____. Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos. Petrópolis: Vozes, 2014.

MASCARELLO, Fernando. História do cinema mundial. São Paulo: Papirus, 2006.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação: como extensões do homem.

São Paulo: Editora Cultrix, 1974.

MUANIS, Felipe. Carga Pesada e a tradição literária na televisão brasileira. *Revista de Letras (Vila Real)*, v. 8, p. 315-329, 2009.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul/10. 2007.

MORLEY, David. What's 'home' got to do with it: contradictory dynamics in the domestication of technology and the dislocation of domesticity. *European Journal of Cultural Studies*, vol. 6(4), p. 435-458, 2003.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Jovens e celulares: a cultura do atalho e da sociabilidade instantânea. In: ROCHA, Everardo; ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda (orgs.). *Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens*. Rio de Janeiro: PUC-Rio: Mauad Ed., 2006, p. 53 – 70.

PEREIRA, Vinícius, and Beatriz Polivanov. "Entretenimento como Linguagem e Materialidades dos Meios nas Relações de Jovens e Tecnologias Contemporâneas." *Juventudes e Gerações no Brasil Contemporâneo*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

POLYDORO, Felipe da Silva. Vídeos amadores de acontecimentos: realismo, evidência e política na cultura visual contemporânea. Tese de doutorado. São Paulo, USP, 2016.

ROCHA, Patrício; BEZERRA, Ed Porto. Do presencial ao virtual: a convergência de mídias a partir do exemplo do site Festival do Minuto e seus reflexos na linguagem audiovisual. *Culturas Midiáticas*, v. 4, n. 1, 2011.

ROSSINI, Miriam de Souza. Possibilidades de ubiquidade no audiovisual contemporâneo. In: SERRA, Paulo; SÁ, Sônia; ----- [Orgs.]. *A televisão ubíqua*. Covilhã: Labcom, 2015. 312 p. 235-252.

SANTAELLA, Lucia. A estética política das mídias locativas. *Nômadias*, v. 28, p. 128, 2008.

_____. Mídias locativas a internet móvel de lugares e coisas. *Revista FAMECOS mídia, cultura e tecnologia*, v. 1, n. 35, 2008.

SAWAYA, Marcia Regina. *Dicionário de Informática e Internet*. São Paulo: Nobel, 1999.

SCOLARI, Carlos Alberto. Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la television contemporánea. In: SQUIRRA, Sebastião; FECHINE, Yvana (Org.). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. 2009. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SILVA, Sandra Rubia da. *Estar no Tempo, Estar no Mundo: A Vida Social dos Telefones Celulares em um Grupo Popular*. Tese de doutorado (Antropologia).

Florianópolis, UFSC, 2010.

SPIGEL, Lynn. Welcome to the dreamhouse: Popular media and postwar suburbs. Duke University Press, 2001.

STEYERL, Hito. Em defesa da imagem ruim. In Serrote, v. 19, p.186-199, 2010.

WILLIAMS, Raymond. Televisão: tecnologia e forma cultural. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, MG: PUCMinas, 2016.

_____, Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo, 2007.