

## Não esqueçam de ligar seus celulares no cinema: Panoramas e perspectivas da mobilidade na sétima arte.

Wilson Oliveira da Silva Filho ( [wilsonoliveirafilho@yahoo.com.br](mailto:wilsonoliveirafilho@yahoo.com.br))  
<http://lattes.cnpq.br/3887403771911100>

Márcia Cristina da Silva Sousa ([marciabessa@bol.com.br](mailto:marciabessa@bol.com.br))  
<http://lattes.cnpq.br/6540939615825928>

“Televisão mata telefone em rixa de irmãos.”  
*James Joyce, In Os meios de comunicação como extensões do homem*, p.298

“O telefone é um “entrão” irresistível em qualquer tempo e lugar (...)  
Por sua natureza, o telefone é uma forma intensamente pessoal que ignora todos os reclamos da intimidade visual tão prezada pelo homem letrado.”  
*Marshall McLuhan, Os meios de comunicação como extensões do homem*, p.305

### RESUMO

Esse artigo pretende tentar compreender o *status* da produção e distribuição de filmes *para* e *com* celulares. A idéia é criar um cenário dos projetos advindos com essa nova tecnologia, que representa passo importante para compreender uma nova arte nascedoura na pequena tela dos telefones, usados cada vez menos como veículo da voz e cada vez mais como espaço da escrita fonética ou da escrita da luz e da imagem. Acreditamos que é na posição do cinema frente a esse novo meio que uma linguagem e novas possibilidades sensoriais podem aparecer.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídia digital. Cinema. Celular. Linguagem.

### INTRODUÇÃO

Herbert Marshall McLuhan apresenta a manchete de James Joyce sobre a morte do telefone em seu capítulo sobre o veículo tilintante de *Os meios de comunicação como extensões do homem*. O tema que McLuhan deseja apresentar com o telefone preso a fios diz respeito à “uma batalha da extensão tecnológica dos sentidos” (MCLUHAN, 1964, p.298). Essa era parte, talvez a tônica, da obra de McLuhan e algumas leituras

atentam<sup>1</sup> para o fato de que as sensorialidades ganham novos contornos com as novas tecnologias. McLuhan, mas também Vilém Flusser, Walter Benjamin e Oswald Spengler – em momentos diferentes – ressaltaram esse envolvimento dos sentidos e das técnicas. Na atual fase da sociedade da informação – de extensão máxima dos sentidos – adverte André Lemos, que “a mobilidade social, a relação do espaço urbano e as formas comunicacionais passam por transformações importantes”. (LEMOS, 2008, p.122)

Lemos sintetiza de forma ampla e original a questão envolvendo mobilidade, sensorialidade e novas tecnologias, e embora não seja pretensão aqui refletir questões envolvendo as transformações na configuração da cidade, citá-lo é necessário, pois a produção de filmes em mídias móveis envolve as transformações que Lemos tão bem analisa.

O grande tema que sobressai ao analisarmos essa nova mídia e sua relação com a cidade é o caráter móvel desse meio. Nesse sentido, também Siqueira observa.

Vida é mobilidade. *Life goes mobile*, diz a frase escolhida para algumas campanhas publicitárias da Nokia. O homem é um ser móvel. E gosta de fazê-lo, bem como de levar consigo tudo que proporciona conforto, prazer e segurança. A característica revolucionária do celular é, portanto, a mobilidade. (SIQUEIRA, 2004, p.150)

Uma nova ferramenta ronda a cidade para captar as imagens e sons. Uma nova mídia força outras a se adaptarem. E nesse jogo, o deslocar-se no espaço entra em cena. Uma mídia móvel com imagens móveis. Ainda, e mais uma vez com McLuhan, não custa lembrar que o conteúdo de um meio ou veículo é outro meio ou veículo. Dessa constatação, pensar cinema e celular, pensar o cinema nos aparelhos de telefone celular, ganha outras possibilidades. Se o mundo mecânico estava sempre em processo de preparação para a vida, produzindo “o mais espantoso aparato de habilidades, métodos e recursos” (MCLUHAN, 1964, p.

---

<sup>1</sup> Para mais detalhes sobre uma leitura sensorial dos meios, particularmente pensando a relação de McLuhan com a arte cinematográfica, ver Wilson Oliveira, **McLuhan e o cinema: O homem como possível extensão dos meios**, Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2006.

326), o mundo digital que reconfigura espaço e tempo elevou as potencialidades a uma potência n.

A imbricação entre os meios não é de hoje. Na história da mídia, como observou Burke e Briggs, os iconotextos – “imagens cuja interpretação depende de textos a elas incorporados” ( BRIGGS & BURKE, 2005, p.53) –, no século XVI, já faziam a ponte entre imagem e escrita. Os meios de há muito são multimeios. Circula pelo Youtube – e não há como negar que esse grande arquivo de imagens em movimento é importante para a distribuição dos filmes em celular – um vídeo, do genial cineasta David Lynch, sobre a experiência de assistir filmes em telefones celulares. Com toda seriedade, Lynch manda-nos cair na real, se achamos que a experiência de assistir filmes em telefones celulares é a mesma de assistir um filme na tela grande. O curioso é que no final desse vídeo descobrimos que há uma relação entre as provocações de Lynch e o Iphone2. O cineasta faz uma propaganda às avessas, que coloca cada meio no seu lugar e relata a inevitável fusão dos meios.

O telefone – extensão do ouvido e da voz –, com a morte anunciada pela televisão – extensão audiotátil, ou da imbricação dos sentidos –, renasce nos dias de hoje no ambiente digital. McLuhan não presenciou, infelizmente, a revolução pela qual a mídia fria dilatadora da voz e do ouvido passa nos dias de hoje, agora livre dos fios, do interior dos espaços e da primazia do aparelho fonador.

O caráter multimidiático dos aparelhos de telefones celulares recoloca no cerne da discussão sobre os meios uma série de propostas mcluhanianas. Com a entrada em cena das imagens nas pequenas telas dos celulares, um convite se faz presente. Refletir as nunaces, possibilidades e um pouco do que vem sendo produzido e se relaciona com esse novo meio. Esse trabalho nasce com a tentativa de endereçar esse convite aos produtores, consumidores, ou “produtos e produtores”, como observou Edgar Morin, sobre imagens em movimento em telefones celulares. Nasce com esse convite e desdobra-se em tentativas. A primeira diz respeito à necessidade de mapear o universo das produções com ou para essas mídias móveis, apresentando um breve panorama. Como o cinema lê

o telefone? Para, em seguida, refletir a questão central desse artigo: o cenário das produções relacionadas a essa nova mídia. A segunda tentativa pretende pensar a linguagem e as possibilidades que os celulares oferecem e podem oferecer aos usuários.

Voltamos, com tais tentativas, nossos olhos para o cinema, sem esquecer o que vem fazendo a televisão com as imagens produzidas nos celulares. Mas acreditamos que é do cinema, da práxis cinematográfica, que podemos discutir o presente e futuro da produção audiovisual relacionada aos pequenos aparelhos de telefone.

Ainda para encerrar esse intróito, uma observação de Ivana Bentes de alguns anos atrás é fundamental, pois a questão ainda permanece nas mesmas bases.

Depois da revolução da internet, outra febre que já se espalhou pelo mundo vai chegar ao Brasil: a possibilidade das operadoras de telefonia transmitirem conteúdo: vídeos, jogos de futebol, clipes, textos, games, concorrendo com a televisão e com outros produtores de conteúdo nacionais. (BENTES, 2004)

A discussão diz respeito a uma luta das megacorporações da indústria das telecomunicações e do infoentretenimento. A mídia de massa já percebeu isso e elevou o *status* da produção com celular. Fica a questão inevitável entre arte e indústria, entre o território da informação e os “afectos e perceptos”<sup>3</sup> que um novo meio, que uma nova mídia desperta. Nesse cenário, a melhor solução que nos aparece é a de um mapa. Uma cartografia do que tem sido feito com a mídia da mobilidade. Antes, porém, pensamos um panorama de como cinema e realidade lidam com o telefone. Já há muito que ele é parte integrante de nossas vidas cotidianas. E antes de ser ferramenta de produção de conteúdo, o telefone foi conteúdo do cinema. Hoje com a terceira geração do telefones celulares, funções como a vídeochamada mostram que falar ao telefone também é fazer parte do filme.

---

<sup>2</sup> O Iphone é um *smart phone* (telefone inteligente) desenvolvido pela *Apple* com características multimídia.

<sup>3</sup> Acreditamos que se trata de uma questão que pode ter na arte algumas respostas. Tomamos aqui emprestado os termos de Deleuze e Guattari.

## PANORAMAS

- **O telefone no cinema**

Já vem de longe a importância do telefone no mundo cinematográfico. Utilizado para acentuar o drama, o veículo já passou por diversas produções. Aqui é importante lembrar a visão de McLuhan – oposta ao que muitos teóricos do cinema acreditam – sobre o telefone em uma cena de cinema. “Por que um toque de telefone num palco cria uma tensão imediata? Por que essa tensão é bem menor para um telefone que não se atende numa cena cinematográfica?” (MCLUHAN, 1964, p.301). Em termos comparativos, McLuhan acredita que o meio cinema coloca um meio que não pode ser instrumento de fundo – o telefone – ao fundo, daí esse choque.

Não é o intuito aqui aprofundar a ideia do telefone como personagem de cinema, mas permitam-nos uma pausa. É uma licença a McLuhan. Os antigos aparelhos com fio já foram retratados por diversas formas pela sétima arte. Isso se deve pois os objetos povoam a narrativa e a linguagem e cinematográfica. A esteira do que preconizou os vanguardistas Fernand Léger e Jean Epstein, celebrando na visão de Léger, o “advento do objeto” (XAVIER, 1984, p.90) ou, como observa Epstein, que “descobrir é aprender sempre que os objetos não são o que acreditávamos que fossem” (EPSTEIN, *In* Xavier (Org.), 1983, p.287) o aparelho de Graham Bell<sup>4</sup> passeia como personagem decisivo por filmes como “Disque M para matar” (*Dial M for murder*, 1954) de Alfred Hitchcock, “O telefone” (*The telephone*, 1986), onde uma atriz desempregada deposita suas últimas esperanças com relação ao futuro de sua carreira nesse aparelho; é responsável pelo anúncio das mortes em um filme que critica os meios de comunicação, a exemplo de “O chamado”<sup>5</sup> (*The Ring*, 1999); e é elo de ligação entre o real e o virtual em “Matrix” (*The Matrix*, 1999). Nesse último há uma questão interessante

<sup>4</sup> No mundo das invenções técnicas, a patente do telefone é de Graham Bell, embora muitos apontem Antonio Meducci como inventor do telefone.

<sup>5</sup> Refilmagem do filme Japonês *Ringu* (1998).

envolvendo os antigos telefones e os celulares. Os celulares não fazem esse transporte: para entrar ou sair da *Matrix* fios são necessários. Já em “Por um fio” (*Phone Booth*, 2002) uma cabine telefônica<sup>6</sup> e um aparelho de celular permeiam toda a trama dirigida por Joel Schumacher. Uma história sobre exposição, vigilância e moralismo que tem como fio condutor uma ligação telefônica. E, finalmente, “Celular – Um grito de socorro”<sup>7</sup> (*Cellular*, 2004), onde um aparelho de telefone móvel conduz a história de um seqüestro, encerra nossa breve história do telefone no cinema.

Se o cinema, como advertia Gilles Deleuze, é “produtor da realidade” (DELEUZE, 1998, p.76), um brevíssimo panorama como esse somente nos auxilia a entender a relação entre os meios e nos permite perceber que filmes *com* ou *para* celular são possibilidades.

- **O telefone celular fazendo Cinema**

O precursor do telefone celular, que pesava aproximadamente 2 kg, veio ao mundo em 3 de abril de 1973, graças a Martin Cooper, então funcionário da *Motorola*. Os primeiros com câmera fotográfica datam de 2002. Modelos, como o *v770* da *Samsung*, possuem câmera fotográfica de 7.0 *megapixels*<sup>8</sup> e chegam a permitir que outras lentes sejam acopladas ao aparelho. Quanto à evolução das câmeras de vídeo, o progresso é evidente. E muitas vezes difícil de acompanhar dada a sua velocidade. Das câmeras VGA<sup>9</sup> às lentes Carl Zeiss<sup>10</sup>, nos novos

---

<sup>6</sup> Uma cabine telefônica tradicional de uma movimentada rua de Nova York, praticamente uma relíquia numa cidade com quase 10 milhões de linhas telefônicas e mais de 3 milhões de usuários de celular (informação que o próprio filme nos dá). [www.zetafilmes.com.br/criticas/porumfio](http://www.zetafilmes.com.br/criticas/porumfio). Último acesso em 11/04/2008.

<sup>7</sup> “Celular” é também o nome de um filme feito com a mídia móvel para o festival do minuto. O filme é de Bill Labonia.

<sup>8</sup> Termo que se refere à resolução da imagem digital. Um *megapixel* (MP) equivale a um milhão de *pixels*. E um *pixel* é cada pontinho que compõe a imagem digital.

<sup>9</sup> *Video Graphics Adapter*. Padrão de vídeo. O VGA foi uma grande revolução sobre os padrões de vídeo mais antigos, suportando a resolução de 640 x 480, com a exibição de 256 cores simultaneamente, que podem ser escolhidas em uma palheta de 262.000 cores. Um pouco mais tarde, o padrão VGA foi aperfeiçoado para trabalhar também com resolução de 800 x 600, com 16 cores simultâneas. <http://www.quiadohardware.net/termos/vga>. Último acesso em 11/04/2008.

aparelhos a definição é cada vez maior para captar as imagens. Dificuldades como o número de quadros por segundo que as câmeras captam as imagens são rapidamente “corrigidas” na evolução natural desses dispositivos para os aparelhos. Nesse trabalho, acreditamos que as contribuições de quem produz imagens *para* ou *com* a mídia móvel sejam mais importantes que as inovações técnicas. Inclusive a questão da produção de conteúdo *para* ou *com* celulares dará conta de parte significativa desse trabalho.

Desde 2006, o Festival de Cinema do Rio tem um programa de exibição de curtas-metragens feitos com celular chamado *Pocket Films*<sup>11</sup>. Ora, uma ousadia dessas só passa a ser viável a partir do momento em que o número e a qualidade das produções para esse meio justifique uma programação exclusiva. Na edição de 2007 foram três programas com filmes de diversos países (nenhum brasileiro). Dessas produções destacamos duas, que apontam interessantes questões de linguagem. O primeiro é “*Composition de trains*” (2006) de Elizabeth Bruno, onde um celular flagra uma estação de trem formando um caleidoscópio de tirar o fôlego dos irmãos Lumière. O trem, que segundo Consuelo Lins “é inspiração”<sup>12</sup> de um festival temático também na França é tema de “Leituras” (*Lecutres*, 2005), da própria Consuelo. O belo filme experimental de Consuelo, captado com celular, apresenta o que os franceses andam lendo no movimento dos vagões. O filme não foi exibido na mostra carioca, mas se encontra no *Youtube*. O segundo filme a ser destacado do *Pocket films 2007* chama-se “*Like antennas to heaven*” (2006) de Mathieu Saura. Seis telas dentro da tela tentam se harmonizar em um ritmo vertoviano. Como uma verdadeira “antena da raça” no dizer de Pound, o artista celebra as pequenas telas desenvolvendo uma narrativa entre elas. Nesse mesmo sentido, o filme da brasileira Malu Teodoro, “360x4” (2007) nos parece exemplar. A velocidade e a possibilidade da máquina pensada

---

<sup>10</sup> As aclamadas objetivas *Carl Zeiss* (ou apenas *Zeiss*) são líderes mundiais em óptica de precisão. Inclusive é fabricante consagrado de lentes e jogos de lentes para câmeras cinematográficas (película).

<sup>11</sup> Assim são chamados os curtas feitos com celulares. Na França, desde 2005, um festival com mesmo nome movimenta a cena da produção francesa com o pequeno meio. É dessa idéia que nasce a sessão *Pocket films* no festival do Rio. No site do festival original <http://www.festivalpocketfilms.fr/> encontramos uma produção brasileira “Dentista”, de Igor Amin e Rodrigo Pazzini de 2006.

por Dziga Vertov traduzem uma busca de linguagem dos filmes até então mencionados. Talvez a profecia de Vertov esteja em via de se confirmar.

*Pela poesia da máquina, iremos do cidadão lerdo ao homem elétrico perfeito. Ao revelar a alma da máquina (...), nós introduzimos a alegria criadora em cada trabalho mecânico, nós aproximamos o homem das máquinas, nós educamos os novos homens. O novo homem, libertado da canhestrice e da falta de jeito, dotado dos movimentos precisos e suaves da máquina, será o tema nobre dos filmes. (VERTOV, In XAVIER (org.), 1983, p. 249).*

A linguagem, ao observamos os filmes citados, ao contrário do que apresenta a recente reportagem de *O Globo* sobre a produção com telefone celular, não se reduz a “uma imagem tosca” (SLER, 2008.). A linguagem da nova mídia também reconfigura e revigora os conceitos de plano e montagem cinematográfica. Por aí as diversas produções são importantes e contribuem para uma nova linguagem audiovisual. Do ponto de vista de quem está produzindo conteúdo tanto *para* como *com* celular, o produtor Cavi Borges observa:

Acho que quando filmamos pelo celular temos que abandonar nossos vícios e pensamentos adotados com a câmera tradicional. Ajudei a produzir e realizar o curta “O Filme do filme roubado do roubo da loja de filme”, que foi filmado em poucas horas (...). Além disso, dirigi e produzi 20 episódios para a série *humanóides*, que faz parte do primeiro canal de TV para celular do Brasil (OI TV MOVE).<sup>13</sup>

O projeto ao qual Cavi faz referência por último será tratado no próximo item de nosso artigo. Ficamos aqui ainda com a experiência dos filmes produzidos para celular pensando o desafio de ao mesmo tempo abandonar e reter os vícios que a câmera tradicional trouxe consigo ao longo dos tempos. “O filme do filme roubado do roubo da loja de filme”, de Marcelo Yuka, Julio Pecky e Paulo Silva inaugura as produções da Companhia Brasileira de Cinema Barato, que tem nas câmeras dos celulares um importante aliado.

<sup>12</sup> Informação obtida em conversa, via e-mail, com Consuelo Lins, em 25 de março de 2008.

<sup>13</sup> Entrevista realizada, via e-mail, em 8 de abril de 2008.



A televisão parece ter encontrado em algumas séries como Retrato celular<sup>14</sup>, veiculada no Multishow, uma curiosa característica, que une reality show e telefones móveis. Na MTV, o programa Gordo Viaja, apresentado por João Gordo apostava na mídia para mostra as peculiaridades de alguns países<sup>15</sup>. Em ambos, a tônica era um diálogo com o celular.

Uma série de possibilidades parece aberta para o audiovisual como um todo. O que tentamos aqui, de forma ainda tímida, é passear por uma esfera em criação constante. Cineastas, como Silvio Tendler, começam a pensar documentários populares, grande possibilidade para as lentes do celular. No Youtube a cada dia são depositadas imagens de um novo homem produtor de imagens. Iniciar uma taxionomia dessa nova mídia é uma necessidade. E se, como advertiu Mcluhan, tecnologia significa “constante revolução social” (MCLUHAN, 1967, p.40), o novo ambiente é lugar de um novo pensamento sobre o audiovisual.

Pensando nisso um festival como o Arte.Mov parece-nos fundamental. Criado com o intuito de “profissionalizar a produção artística e a pesquisa através da realização de oficinas de formação, do simpósio e dos estudos de caso”<sup>16</sup>, o festival se encaminha para a sua terceira edição. Da revista digital sobre o festival retiramos um pequeno trecho sobre sua proposta mais atual:

A segunda edição do Telemig Celular Arte.Mov cresceu em complexidade e consolidou o formato que combina audiovisual para mídias portáteis, trabalhos de artistas que investigam novos rumos na área e debates sobre temas pertinentes ao universo da produção com aparelhos como telefones celulares, palms e GPS, entre outros.<sup>17</sup>

Nesse festival não só a produção de filmes com celular, mas toda uma arte que combina as possibilidades audiovisuais, de interatividade de imersão é

<sup>14</sup> Série temática, com direção geral de Andruxa Waddington, exibida no canal da Globosat em outubro de 2007. Os personagens reais eram a síntese do programa.

<sup>15</sup> **MTV estréia programa gravado com câmera de celular.** Folha *on line*. Último acesso em 21/03/2008.

<sup>16</sup> <http://www.artemov.net/>. Último acesso em 21/ 03/2008.

<sup>17</sup> **Um panorama da produção de audiovisual e arte para mídias móveis no Brasil e no mundo.** In: <http://www.artemov.net/>. Último acesso em 21/ 03/2008.

apresentada. Por intermédio de festivais como esses, que pensam não só o veículo celular, mas uma nova arte movente pela cidade, o horizonte dos filmes com celular se torna cada vez mais aberto.

- **Produzindo conteúdo para celular**

Do outro lado o celular como uma pequena televisão. Telas reduzidas. O conteúdo para exibição celular nem sempre é feito com o celular. A grande maioria não é. Há filmes realizados com os equipamentos de vídeo tradicionais e apenas formatados para exibição no aparelho móvel. Não que isso os desvalorize de alguma forma para as novas possibilidades do meio. Pelo contrário. É que se torna necessária a distinção entre as obras audiovisuais produzidas *para* veiculação em celulares e filmes realizados *com* os telefones móveis – que fazem uso da câmera, gravador de som e recursos dos próprios aparelhos para sua captação. É uma distinção fundamental para uma análise mais apurada de tais produtos audiovisuais.

No Brasil, a lista ainda é muito pequena. Mas começamos a ver surgir aqui e ali projetos de realização audiovisual direcionados à veiculação em telefones celulares. O novo conteúdo até agora produzido já parece apontar para a utilização das possibilidades proporcionadas pelas características intrínsecas ao novo veículo emissor.

O *Humanóides*<sup>18</sup> é o primeiro canal exclusivo de conteúdo audiovisual formatado especialmente para o telefone celular pela Oi TV Móvel<sup>19</sup>. São personagens urbanos aleatórios apresentados em pequenas “pílulas” de aproximadamente 3 minutos, como nas piadas – inspiradas nas *gags* do início do cinema e nas tiras em quadrinhos. O espectador tem ainda a possibilidade dele mesmo criar um personagem, que se for escolhido pela emissora pode ser veiculado e pago. A iniciativa do serviço de TV móvel abre espaço para a

---

<sup>18</sup> A Raccord Produções, de Rosane Svartman e Clélia Bessa, criou o seriado *Humanóides* exclusivamente para a Oi TV Móvel. <http://www.humanoides.com.br/>

<sup>19</sup> TV móvel, inicialmente dotada de nove canais, veiculada nos aparelhos de celular para os clientes *Oi*.

distribuição de conteúdos produzidos especificamente para os aparelhos celulares e pode vir a criar oportunidades para produtores independentes. Lançado no final de 2007, o Oi TV Móvel conta ainda com a exibição de canais já conhecidos do grande público, como MTV, ESPN Brasil, TV Sexy Club, Play TV e Woohoo, além dos canais Discovery Móvel, Cartoon Network e Band Internacional (um mix com os canais BandNews, BandSports e BandTV). Os investimentos despendidos por essas grandes empresas no intuito de oferecer tais serviços só vem corroborar as potencialidades do novo meio.

A companhia aposta na praticidade e conveniência do serviço de TV móvel, e na sua utilização em momentos de espera, intervalos de trabalho, durante o transporte e até mesmo em casa para assistir com privacidade. (...) diz o diretor de Novos Negócios da Oi, José Luis Volpini. “Dentro deste contexto, a Oi TV Móvel é mais uma opção de entretenimento ligado à conveniência, além de representar uma oportunidade de distribuição de conteúdo para produções locais”, completa. A Oi TV Móvel oferece uma extensão da experiência de TV aliada à interatividade do telefone móvel. O serviço oferece conteúdo audiovisual para assistir, para baixar e para compartilhar. Na opção “Assistir” os usuários poderão conferir o conteúdo dos nove canais disponíveis. Na opção “Baixar”, os clientes Oi podem fazer o download de vídeos curtos de diversos temas e, seguindo uma tendência mundial, os clientes podem ainda, na opção “Compartilhar”, publicar seus vídeos caseiros e serem remunerados por cada download realizado<sup>20</sup>.

Estender a experiência da TV nos soa bastante McLuhaniano. O projeto, segundo Rosane Svartman, “parte da idéia de que o dispositivo pede uma linguagem específica. Ou seja, o celular não precisa ser mero repetidor de conteúdo. Os filmes que compõem o canal giram em torno de personagens”<sup>21</sup>. Em termos de linguagem, talvez essa especificidade não precise nem mais de personagens. Se lembrarmos, com Deleuze, que “a própria tela (...) não parece mais remeter à postura humana, como uma janela ou ainda um quadro, mas constitui antes uma mesa de informação, superfície opaca sobre a qual se

<sup>20</sup> <http://www.novaoi.com.br/portal/site/NovaOi>. Último acesso em 11/04/2008.

<sup>21</sup> Entrevista concedida, via e-mail, em 24 de março de 2008.

inscrevem “dados” (DELEUZE, 1985, p.315), veremos que a imagem nos celulares precisa ser realmente traduzida para e por uma nova linguagem.

As empresas já produzem conteúdo para celular com suas peças publicitárias. Atualmente a empresa Vivo, que realiza uma premiação para o cinema brasileiro, lança uma categoria aberta a todos de filmes produzidos *para* celular. No *Grande Prêmio Vivo do Cinema Brasileiro* essa novidade demonstra o interesse das empresas de veicular conteúdo para a tela pequena, como observamos ao final de nossa introdução. Não consideramos, de forma alguma, ações como essas inválidas, mas devemos crer que a potencialidade de um novo meio vai para além desse quadro.

## PERSPECTIVAS

Se a imprensa, como bem pensou McLuhan, criou a idéia de público (MCLUHAN, 1967), a revolução da sociedade da informação cria algo a mais. Cria a possibilidade de todos levarem informação a todos. Um novo público demandou novas questões, uma nova ferramenta necessita de novas atitudes. Em um interessante artigo, Ana Enne explora parte da produção feita por comunidades da Baixada Fluminense para propor um outro jornalismo.

Podemos destacar, por exemplo, grupos como o Na mira, o Laboratório cítrico, o Cineclube Guandu, o Mate com angu, o Cinema com batuque que fazem produções de vídeos, incluindo celular, e promovem exposições e debates em espaços públicos da região. (ENNE, 2007, p.89)

Tais manifestações, devemos lembrar, beiram uma das realidades do cinema. Uma relacionada a um novo jornalismo, a um novo documentar... Mais próximo da realidade também, as imagens do celular ganharam os noticiários. Nas mais recentes tragédias, na prestação de serviços, o espectador agora é um homem com uma câmera. No que diz respeito à vocação artística dessas imagens, olhar para a evolução do cinema é necessário. É fundamental pensar aqui, de um ponto de vista mais prático, em como se organizaria a produção para esse novo veículo. Estariam ocorrendo significativas mudanças na maneira de se

“construir” os novos filmes para celular? As constantes inovações tecnológicas, a democratização dos meios de produção e o barateamento dos equipamentos possibilitaram, sem dúvida, uma maior acessibilidade ao mundo da realização audiovisual. Um grande número de interessados tem agora acesso a tecnologias para obter seus produtos audiovisuais. Parece-nos, assim, poder notar reflexos de simplificação também nas formas de se produzir essas obras. É incontestável notar que poder ligar a camereta acoplada ao celular a qualquer hora, em qualquer lugar e para captar qualquer coisa é uma simplificação e tanto. Mas seria essa simplificação produtiva? Essa nova forma de produção ainda nos parece necessitar de um olhar técnico, de um olhar do cinema para suscitar uma nova forma de audiovisual, que não é nem filme, nem produto do filme. O que seriam esses quase filmes? Ou além-filmes, sem decretamos a morte de ninguém. Parecemos compartilhar e muito com a visão de Aída Marques:

Quero ainda chamar atenção para a multiplicidade de opções técnicas à disposição dos profissionais de hoje. Com o uso da informática em todas as etapas da produção, diminuindo os custos e acelerando o processo de realização cinematográfica, abriu-se um mundo novo e acessível a um maior número de pessoas. Os recursos atuais viabilizam idéias e sonhos antes impossíveis, experimentações com o som e a imagem (...). Essa nova realidade, entretanto, está apenas começando, e o universo audiovisual, em constante e veloz transformação de paradigmas tecnológicos, necessita de profissionais que compreendam o funcionamento do processo de produção como um todo. (MARQUES, 2007, p.20)

Uma nova realidade que, se levar em conta instâncias como as da produção e da realização advindas da arte cinematográfica, pode – para além do formato e do gênero – consolidar uma nova experiência do cinema e para além do cinema. De posse de premissas estruturais do universo da produção fílmica, quaisquer variações audiovisuais podem emergir. Quem sabe se os novos realizadores de imagens e sons com celular aliarem à experimentação os preceitos de organização da produção cinematográfica um novo produto audiovisual possa nascer de fato?

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

É muito difícil concluir um trabalho acerca de um assunto potencialmente novo e em constante mutação. Ficamos aqui com a máxima de não explicar, mas sim explorar, de nosso principal referencial teórico, Marshall McLuhan. Também nesse sentido, em um belo trabalho sobre o veículo televisivo, Arlindo Machado observa que

A televisão é e será aquilo que nós fizermos dela. Nem ela, nem qualquer outro meio, estão predestinados a ser qualquer coisa fixa. (...). O que esse meio é ou deixa de ser não é, portanto, uma questão indiferente às nossas atitudes com relação a ele. (MACHADO, 2002, p.12)

Esse aviso deve permear a discussão do cenário que nosso artigo se propôs criar. O leque de possibilidades é tão vasto quanto às próprias possibilidades de um veículo que nasce dentro de outro meio. O “entrão” telefone renasce para interferir na história do cinema e da televisão. Não com o objetivo de contribuir para suas mortes, mas para talvez oferecer um novo sopro de vida. Que as imagens e sons em movimento tanto precisam... Os meios se relacionam mais do que podemos conceber e com eles novas sensorialidades para enxergar, ouvir, tocar, enfim, sentir uma época surgem. Como observou Hollis, “a soma de todos os filmes, de todos os projetores e de todas as câmeras do mundo constituiu uma máquina que é de longe o maior objeto, e o mais ambicioso jamais concebido e fabricado pelo homem com exceção da espécie humana” (FRAMPTON, *apud* FLORES, 2007, p.30). O resultado de todos os produtos que nascem nas telas, nas lentes dos celulares não sabemos medir ainda. Desse novo meio que analisamos brevemente aqui, o Japão faz surgir uma nova espécie de romance. Em meio à vídeochamadas, outros vídeos nascem. Em sites como o *Youtube*, o celular é a mensagem. Não por telefone, mas por *e-mail*, Rosane Svartman, uma das principais vozes do uso do celular para assistir imagens observa,

Da mesma forma que a câmera leve, o negativo sensível e o *Nagra* possibilitaram os Cinemas Novos, creio piamente que as novas tecnologias abrem

caminho para realizadores que não produziram normalmente. Mais do que a lente, o que importa é o acesso<sup>22</sup>.

Resta saber que tipo de acesso é esse: a explosão generalizada dos arquivos ou a possibilidade de se extrair daí uma nova forma de arte. Um objeto do tamanho do próprio homem que faça as vestes de uma geração de artistas em potencial, mas que além dos recursos e do acesso compreendam a urgência de uma outra arte das imagens em movimento.

---

<sup>22</sup> Entrevista concedida via e-mail, em 23 de março de 2008.

## REFERÊNCIAS

BENTES, Ivana. **O estado novo da cultura**. Caderno Mais. Folha de São Paulo, 19 de setembro de 2004.

BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**. Rio de Janeiro: JZE, 2002.

DELEUZE, Gilles. **A imagem-tempo**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

\_\_\_\_\_. **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 1992.

DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Felix. **O que é a filosofia?** São Paulo: Editora 34, 1997.

ENNE, Ana Lúcia, **O jornalismo está morto! Viva o jornalismo**, *In* Contracampo, Vol. 16, Niterói: UFF, 2007.

FLORES, Livia. **Como fazer cinema sem filme**, *In* Arte e ensaios, Revista do Programa de pós-graduação em artes visuais, Rio de Janeiro: EBA, UFRJ, nº. 15, 2007.

FERREIRA, Paulo Henrique. **Notícias no Celular: Uma introdução ao tema**. Dissertação de mestrado. São Paulo: USP, 2005.

LEMONS, André. Cidade e mobilidade. **Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais**, *In* Matizes. USP: São Paulo, 2008.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2ªed. 2000.

MARQUES, Aída. **Idéias em movimento**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**: São Paulo, Cultrix, 1964.

\_\_\_\_\_. **A galáxia de Gutenberg**. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1967

\_\_\_\_\_. **The mechanical bride**. New York: Beacon Press, 1967.

OLIVEIRA, Wilson Filho, **McLuhan e o cinema: O homem como possível extensão dos meios**. Dissertação de mestrado, Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

SIQUEIRA, Ethevaldo. **2015: como viveremos**. São Paulo: Saraiva, 2004.

SLER, Alessandro. **Filmes na palma da mão**, Caderno Megazine. O globo, 08 de abril 2008.



XAVIER, Ismail (org.). **A experiência do cinema**. Rio de Janeiro: Graal, 1983

\_\_\_\_\_. **O discurso cinematográfico**. Rio de Janeiro: Paz e terra, 2ªed., 1984.

#### SITES

<http://www.guiadohardware.net/termos/vga>

<http://www.novaoi.com.br/portal/site/NovaOi>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u325705.shtml>

<http://www.artemov.net/>

#### SOBRE OS AUTORES

Wilson Oliveira da Silva Filho é graduado em Comunicação Social – habilitação Jornalismo. Especialista em Filosofia Contemporânea PUC - Rio. Mestre em Comunicação e Cultura ECO/UFRJ. Organizador do Livro Copas do Mundo de 1930 a 2002, Editora Rio, 2002. Aprovado para o Doutorado em Comunicação e Cultura ECO UFRJ 2007. Professor dos Cursos de Graduação em Comunicação Social e Cinema e da Pós-Graduação em Jornalismo cultural e Telejornalismo da UNESA.

Márcia Cristina da Silva Sousa é graduada em comunicação Social - habilitação Cinema. Mestre em Ciência da Arte pela Universidade Federal Fluminense. Doutoranda em Memória Social pela UNIRIO. Atualmente é professora do curso de Multimídia das Faculdades CCAA. Tem vasta experiência como produtora e montadora de filmes.