

Dispositivos Móveis e Audiovisual: Discussões sobre a experiência móvel¹

Allisson Mendes²
Taciana Burgos³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Resumo

Os dispositivos móveis se desenvolveram e incorporaram papéis diversos na construção do panorama contemporâneo. Dentro de todo o fluxo de informações que paira sobre tais ferramentas e o universo de seus usuários, o audiovisual se apresenta como uma importante faceta, ao dinamizar o processo comunicativo dentro de uma lógica participativa. Assim, este artigo é uma reunião de conceitos e reflexões a respeito dos dispositivos móveis enquanto plataformas audiovisuais, compreendendo suas especificidades técnicas, funcionais e criativas.

Palavras-chave: dispositivos móveis; audiovisual; mobilidade; convergência.

Contextualização

O ritmo da vida urbana, que simboliza bastante o mundo contemporâneo, a dinâmica das relações pessoais, e até mesmo os encaminhamentos que a vida proporciona às pessoas demandam novos modos de interação, de abastecimento de informação e de compartilhamento de experiência. Desse modo, a internet pode tornar possível um grande passo para o desenvolvimento de uma experiência social mais dinâmica, participativa, mais democrática, plural, no sentido de possibilitar o discurso de todos, e mais interativa.

Com o desenvolvimento e a popularização da internet e de novos tipos de processadores computacionais cada vez menores e destinados a usos distintos (telefonia, informação, entretenimento, localização geográfica, etc), formas distintas e sob uma perspectiva comercial atrelada de públicos distintos, chega-se ao que se pode definir como “Dispositivos Móveis”. Esse conjunto de tecnologias e utilidades vem ganhando cada vez mais espaço na vida das pessoas, atuando sobre o cenário social, transformando comportamentos e hábitos de consumo.

O que se define por Dispositivos Móveis são aparelhos de tecnologia digital que são capazes de armazenar e processar dados e de serem levados para qualquer lugar por possuir um tamanho pequeno, de fácil locomoção. Tais dispositivos “de bolso”, que funcionam

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, email: mendes.allisson@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, email: tacionaburgos@hotmail.com

como computadores móveis, são constituídos por um pequeno ecrã (output) e um teclado em miniatura (input). Na maioria dos aparelhos atuais, esses dois complementos se combinam formando um ecrã táctil (touchscreen). O conceito para desenvolvimento destes dispositivos está diretamente relacionado ao ritmo intenso das novas relações sociais - marcadas pela interatividade e pela variedade de conteúdos multimidiáticos que comumente circulam na sociedade - que vieram junto com as tecnologias digitais. Entre os mais comuns, estão os PDAs (Personal Digital Assistant), o celular, o smartphone, os consoles e televisores portáteis, os aparelhos de GPS e os computadores móveis (notebooks e tablets).

De acordo com Jones e Marsden (2006), os dispositivos móveis podem ser reconhecidos através de características que levam em conta as suas funções comunicativas, como por exemplo, a troca de mensagens multimídia. Também consideram como determinante para classificação as características físicas dos aparelhos, como o tamanho, o design e disposições técnicas, como tela, teclado, etc.

Alguns pontos foram fundamentais para a popularização desses aparelhos. A portabilidade que eles oferecem é um desses fatores, a mobilidade é talvez o fator mais importante, já que é o grande diferencial em relação a outros aparelhos convencionais (TV, computador). Dessa forma, o usuário é capaz de deslocar-se para qualquer local transportando e utilizando o seu dispositivo. O espaço e o tempo adquirem novas propriedades, o uso de um dispositivo móvel num tempo-espaço é cercado de informação e interação.

O recurso da mobilidade, somado a todas as demais facilidades e conveniências que se obtêm com o uso dos aparelhos de comunicação sem fio, colocou as tecnologias móveis, em especial o celular, no centro da existência humana. O fato é corroborado pelo crescimento explosivo da telefonia móvel nas últimas décadas (como mencionado, em 2002, o celular superou, em número de linhas, a telefonia fixa convencional no mundo), o que ocorre em todas as regiões do globo, com altos índices de adoção nos mais diferentes países e camadas sociais, independentemente de sexo ou idade (SRIVASTAVA, 2004 apud MOURA FÉ, 2008, p. 63).

Outro fator importante para o desenvolvimento de tais dispositivos é a capacidade de acoplar num só aparelho funções que antes eram atribuídas a diversos equipamentos. A quantidade de coisas que se pode fazer com um smartphone, por exemplo, é imensa, já chega a ser difícil definir uma só ideal função. Calculadora, alarme, GPS, câmera, telefone, player de música e aplicativos de internet e mídias sociais é apenas uma pequena parcela da

quantidade de funções disponíveis em um smartphone. Fica difícil assim imaginar uma lista com todas as possibilidades de uso de um aparelho como esse.

A participação social, a interação entre as pessoas e instituições, e a forma como a sociedade vem se tornando cada vez mais midiaticizada também representa um importante fator na constituição dos dispositivos móveis. Tais ferramentas possibilitam ao usuário uma experiência comunicacional diferente do que até então se consolidou como mídia. O fluxo de informações no ambiente digital permite a imersão do público na obra apresentada, rompendo a ideia de um espectador passivo. De acordo com Murray (2003), quem consome os conteúdos digitais de forma ativa, podendo realizar ações significativas no contexto diegético da obra, é o “interator”. Este, segundo Gosciola (2003) é capaz de improvisar os caminhos que a obra e o autor determinam, produzir conteúdos relacionados ao universo de fãs, realizando desdobramentos em outras plataformas. Esse fenômeno, que dialoga diretamente com o conceito de transmídia. De acordo com Jenkins (2009), transmídia constitui uma nova forma de narrar, com adequações pontuais às demandas dos públicos atuais. Pautada na locomoção dos conteúdos entre mídias diferentes e na integração com as novas mídias digitais, a transmídia oferece conteúdos e plataformas capazes de tornar o seu público-alvo também protagonista de uma narrativa.

O cenário apresentado na atualidade, com conteúdos transmidiáticos ganhando cada vez mais atenção do público e a popularização das tecnologias digitais apresenta uma aproximação com o que Jenkins (2009) denomina “cultura participativa”.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros (JENKINS, 2009, p. 30).

Outro importante fator para o desenvolvimento dos dispositivos móveis e de novas práticas sociais é o entretenimento. Principalmente sob a visão comercial, o entretenimento representa uma importante fatia do universo midiático, abastecendo mercados de tecnologia e de serviços. O uso dos dispositivos móveis está muito relacionado a esse fator, vários

mercados de entretenimento utilizam essas ferramentas como negócio, seja no desenvolvimento de games, produtos para crianças, lazer ou show business.

Os dispositivos móveis e seus impactos socioinformacionais

A utilização dos novos dispositivos de tecnologia móvel propõe desdobramentos sociais bastante profundos, como a mobilidade e a ideia de conexão em qualquer lugar com outros usuários e com informações, pontos importantes para a configuração dos padrões de vida na atualidade. O uso dos dispositivos não apenas constitui uma cadeia de comunicação interpessoal, mas consegue também formar sistemas de informação com possibilidade de receber, produzir e emitir conteúdos de diversos tipos e fontes, transformando para adiante o cenário midiático global.

Uma das novas premissas oriundas dessa nova configuração midiática na sociedade é o que Lemos (2008) caracterizou como “liberação do polo de emissão”. Tal conceito se refere à combinação entre mobilidade e conectividade evidente nos dias de hoje, e ao fato de existirem cada vez mais discursos e protagonistas nas redes de informação. Desse modo, as informações não precisam mais passar por nenhum tipo de edição, como de costume nos grandes veículos de comunicação, sendo criadas e compartilhadas por qualquer usuário de uma dessas novas ferramentas móveis.

As diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que o que está em jogo como o excesso de informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos *mass media*. A liberação do pólo da emissão está presente nas novas formas de relacionamento social, de disponibilização da informação e na opinião e movimentação social da rede. Assim chats, weblogs, sites, listas, novas modalidades midiáticas, e-mails, comunidades virtuais, entre outras formas sociais podem ser compreendidas por essa segunda lei (LEMOS, 2008, p. 20).

Em relação ao tipo de informação que é compartilhada pelas redes móveis, há a existência de um fenômeno decorrente da cibercultura. O usuário dos dispositivos é estimulado a participar do processo informacional, promovendo a disseminação de conteúdos próprios ou reciclando conteúdos veiculados em outros suportes digitais. As informações distribuídas podem ter motivações do âmbito pessoal (relacionamentos amorosos, viagens, religiosidade), como também podem ter relação com a esfera em que o indivíduo está inserido ou não (problemas urbanos, guerras, doenças, e informações retransmitidas de instituições oficiais e veículos de comunicação de massa).

Os dispositivos móveis, enquanto ferramentas multimídia de produção e disseminação de conteúdos possuem uma característica marcante no que se refere aos fluxos informacionais da atualidade, são ferramentas de uso pessoal com a capacidade de interagir de modo global com outros usuários e instituições. Ao mesmo tempo em que se tornam uma ferramenta de produção e difusão de conteúdos próprios dos usuários (mídiação das experiências cotidianas), constituem também base para a comercialização de produtos de informação padronizados. Esse fato revela para os usuários a experiência do que se considera a cultura participativa, onde estão diluídas novas formas de pensamento, criação, produção e compartilhamento de conteúdos alinhados às suas tecnologias.

A integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no mesmo tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e preço acessível – muda de forma fundamental o caráter da comunicação. E a comunicação, decididamente, molda a cultura porque, como afirma Postman “nós não vemos ... a realidade ... como ‘ela’ é, mas como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossos meios de comunicação. Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo de nossa cultura” (CASTELLS, 1999, p. 414).

A partir da evolução de interfaces e a popularização dos principais dispositivos móveis na sociedade, o uso informacional destes recursos passou por alguns avanços importantes. As mídias sociais passam a fazer parte do cotidiano dos usuários e constituir a entrada na cultura participativa, onde há uma zona de informações, expressões artísticas e engajamento social que reforça a criatividade e o poder democrático que envolve os participantes.

A momentaneidade também se torna uma marca intrínseca deste movimento. A mobilidade deixou de ser um recurso tecnológico presente nos aparelhos e se tornou um estilo de vida dos seus usuários. A disseminação de ideias e informações através das redes sociais é cada vez mais forte, ininterrupta e viral. As interações podem partir de qualquer hora e qualquer lugar.

O capitalismo informacional busca incontinentemente por informação e conhecimento via sistema com imensa capacidade de processar informação, reunindo todas as informações em um sistema comum (único) de informação, com alta velocidade através de uma rede de distribuição e recuperação da informação “*potencialmente ubíqua*” (CASTELLS, 2007, p. 69).

Apesar de todos esses pontos que potencialmente favorecem a formação de uma sociedade com mais informação e maior participação social, é importante destacar também pontos que de acordo com Jenkins comprometem o desenvolvimento desse novo conceito de sociedade midiática. O primeiro é o fato da participação ainda ser desigual, nem todos

tem acesso a esse conceito e nem todos possuem os dispositivos necessários. É preciso tornar fácil e rápido o acesso a esses recursos e ao entendimento dos processos que envolvem a cultura participativa. O segundo ponto de importância para esse desenvolvimento é a transparência, a capacidade de entender como se dá o processo midiático e como isso influencia a visão de mundo dos usuários. Jenkins (2009) ainda destaca o desafio ético que faz parte do processo de formação dos usuários, produtores de conteúdo e profissionais inseridos na área. É preciso um forte e interminável engajamento ético por parte dos participantes da cultura da participação para manter democráticas, justas e respeitadas as interações entre usuários e instituições.

Em meio a grande popularização dos diversos tipos de dispositivos móveis já desenvolvidos e suas possibilidades funcionais, a criação de conteúdos para essas ferramentas aparece como um novo mercado ou mesmo como um novo mecanismo social de interação entre pessoas, já que não só as empresas e instituições detém o controle da produção midiática, e cada vez mais os usuários tomam para si essa responsabilidade.

Para André Lemos (2005), essa nova configuração midiática é marcada pela ampliação das formas de conexão entre homem e homem, máquina e homem e máquina e máquina. Esta conexão sem freios e com cada vez mais formas variadas de se estabelecer se faz através do “nomadismo tecnológico da cultura contemporânea e pelo desenvolvimento da computação ubíqua (3G, Wi-Fi), da computação senciente (RFID, Bluetooth) e da computação pervasiva, além da continuação natural de processos de emissão generalizada e de trabalhos cooperativos da primeira fase dos CC (blogs, fóruns, chats, softwares livres, peer to peer, etc)”.

Ainda segundo Lemos, a contemporaneidade atravessa a fase que concebeu os CCm (Computadores Coletivos Móveis). Nesta etapa a rede se transforma em um “ambiente” de conexão plural e de plena mobilidade. Para Patrick Lichty (2006), o indivíduo móvel, usuário destes dispositivos, é um nômade, já que se move para qualquer lugar sem perder contato com o coletivo da aldeia eletrônica.

A ferramenta no bolso, em mãos

Os dispositivos móveis de fato já tomaram conta do cenário tecnológico contemporâneo, não se limitando apenas a introduzir cada vez mais funções em suas aplicações, mas, sobretudo pela sua capacidade e potencialidade midiática. Nesse sentido, o audiovisual ganha cada vez mais espaço dentro das plataformas digitais móveis e já

constituem uma experiência positiva e diversas possibilidades mercadológicas, como plataformas de vídeo (youtube, vimeo), aplicativos voltados para TV no celular e aplicações interativas (envolvendo conteúdo multimídia e games).

De acordo com pesquisa publicada no site Telesíntese (2015) e realizada pela Ericsson, 52% dos usuários de smartphones assiste a vídeos curtos no aparelho semanalmente, 35% assiste filmes completos semanalmente. O tempo médio gasto vendo vídeos nos smartphones em 2012 era de 4 horas, em 2014 passou para mais de 6 horas por semana, apresentando aumento de 51% no intervalo de tempo. Segundo matéria da Filme B (2016), nos Estados Unidos, mercado audiovisual poderoso, a consultoria Nielsen constatou que o tempo gasto com vídeos no celular por um adulto saltou de 62 para 99 minutos do primeiro para o segundo trimestre de 2016. São dados que confirmam o poder e o potencial audiovisual que acompanham os dispositivos, introduzindo novas tendências e práticas de consumo.

Observando a introdução dos dispositivos móveis no mundo midiático, pode-se perceber que esta surge socialmente ligada a grande retórica de acesso a eventos, lugares inacessíveis ou posicionamentos não comungados pelos meios tradicionais. Assim, não é só um fenômeno tecnológico ou estético, estes dispositivos carregam em seu uso muito de um movimento político de participação ativa na sociedade e interação entre os usuários, de uma forma muito mais plural do que os antigos meios são acostumados a realizar.

Denúncias, imagens surpreendentes de lugares ainda não exibidos, ou mesmo visões multilaterais sobre os fatos sociais são apenas alguns exemplos de como o uso de uma câmera num celular de um usuário pode representar tamanha mudança no foco em comparação com os grandes veículos responsáveis por alimentar a sociedade de informação e entretenimento.

A mídia para os dispositivos móveis é e se dá da forma que o usuário deseja que seja. Há barreiras técnicas que a maioria dos usuários não domina, há limitações no que diz a interferência humana sobre a programação e a manipulação de aplicativos, mas há acima de tudo isso a criatividade do usuário para escolher o que deseja produzir, como produzir, e a liberdade que lhe permite conceber um conteúdo midiático dominando a ferramenta em suas mãos.

O fato apontado acima, que representa a contínua expansão do universo de produção midiática, decorre, sobretudo, do processo de convergência digital, responsável pela multiplicação da quantidade de usuários e de suas potencialidades de produção, cada vez

mais intensificadas pelas facilidades técnicas desenvolvidas para recepção e compartilhamento de mídia (Bluetooth, streaming, etc).

Os dispositivos móveis com as especificidades técnicas, tamanho reduzido da tela, e o modo como é utilizado pelos seus usuários, já aparecem na sociedade como um novo meio capaz de produzir e receber conteúdo, proporcionando a fruição do audiovisual numa sociedade largamente marcada pela mobilidade e pelo deslocamento constante de pessoas e informações.

As interfaces gráficas de um dispositivo móvel muito se aproximam das já estabelecidas em um computador, facilitando muito a vida da vida da grande maioria dos usuários. No que diz respeito à câmera, um ou dois botões se apresentam como necessários para uma boa filmagem além de um bom posicionamento da câmera, que tem como monitor a própria tela do aparelho.

Tomando como parâmetro o smartphone, dispositivo mais popular e convergente, o fato de possuir na mesma caixa uma câmera de vídeo e uma tela para monitoramento da filmagem permite ao usuário acompanhar todo o processo em tempo real, tendo controle sobre as imagens que está gerando, podendo posteriormente até editá-las no próprio aparelho, apagá-las caso não estejam como o desejado ou compartilhá-las numa rede social, num canal de vídeos online. Todo esse processo se dá cada vez mais de forma simples e didática, tornando qualquer usuário capaz de produzir conteúdo e exprimir seu ponto de vista sobre alguma realidade.

A manipulação de uma câmera de celular é um processo bastante intuitivo, podendo ser feito por uma criança ou qualquer pessoa sem uma intimidade muito grande com tais tecnologias. Assim, as formas de registro audiovisual tendem a aumentar e acontecer das mais variadas formas, lugares, contextos. Basta apenas o usuário ter a disposição de tirar do bolso o aparelho e registrar sua mensagem audiovisual.

Este empoderamento por parte dos usuários de dispositivos móveis sobre o universo midiático vem transformando aos poucos o modo como as pessoas recebem informação. Qualquer usuário dessas tecnologias consegue perceber a infinidade de vídeos que diariamente são compartilhados no facebook, ou no whatsapp, por exemplo. Outro ponto importante é a grande possibilidade que estes dispositivos possuem de transgredir situações adversas como sigilo e controle. Há inúmeros vídeos na rede mostrando situações de denúncia de suborno, corrupção nos poderes, vídeos íntimos, e cenas que normalmente são omitidas pelos meios tradicionais de mídia por relações de interesse econômico ou político.

Para Tasajärvi (2004), “atores híbridos” são os usuários amadores das tecnologias de vídeo no celular que não se contentam com o único papel de receptor, e atuam como consumidor, artista, usuário e criador de conteúdos. Nesse sentido, a produção de vídeos a partir de dispositivos móveis está diretamente ligada à portabilidade e à convergência que estas ferramentas são carregadas, e à rede de dados que permite o compartilhamento dessas informações cada vez mais numa escala global.

Grande parte das produções realizadas a partir de dispositivos móveis e dos seus realizadores ainda se encontra fora do eixo mercadológico da arte e da produção cultural. Trata-se de uma produção pequena e muito presa à ideia de experimentação ou à lógica de replicação de produtos oriundos de outras plataformas (TV, cinema). Porém, gradualmente cresce o número de fóruns, produções acadêmicas e espaços para discussão e desenvolvimento deste modelo de produção. Já existem festivais nacionais e internacionais evidenciando produções que passam por esse tipo de prática, como por exemplo, o “Festival do Minuto”, criado em 1991. Este festival recebe vídeos de 30 a 60 segundos de duração, e apesar de não ser fundamentalmente voltado para filmes feitos através de celular, boa parte das produções que o integra são realizadas por ou para celulares. Também já se faz presentes iniciativas de TV para celular (Oi TV Móvel, por exemplo), que incorpora em sua programação conteúdos voltados para a fruição móvel.

A experiência móvel

O processo de convergência, a popularização dos dispositivos móveis e a crescente investimento em tecnologias de rede permitem cada vez mais que novas práticas de experimentação e exibição de imagens surjam normalmente ligadas ao deslocamento urbano em situações de trânsito. A produção para celular deve atender fundamentalmente ao fato de que o espectador possivelmente estará em trânsito e verá o conteúdo numa tela pequena e móvel.

A experiência de produzir e assistir audiovisual num aparelho celular é e deve ser um processo totalmente diferente da televisão e do cinema. Machado (1988) comenta que uma tela pequena é “uma tela em que se pode colocar pouca quantidade de informação, já que há sempre o perigo de que uma imagem demasiado abundante se dissolva na chuva de linhas de varredura” (MACHADO, 1988). Desse modo, é preciso toda uma nova abordagem audiovisual que deve permear toda a produção, especificando sempre o local apropriado para fruição.

Assistir um filme numa tela de celular é algo completamente diferente de assistir numa tela de cinema ou de televisão. No cinema o espaço de fruição permite ao espectador uma imersão na imagem que está sendo exibida. Isto em decorrência de a sala de cinema ser um espaço formado por diversos elementos que possibilitam este tipo de experiência (poltrona, tela grande, sala escura e condição de imobilidade). Há todo um cenário preparado para que o espectador apenas fixe os olhos no que está sendo exibido e não desvie a atenção para nenhum outro elemento que possa surgir.

Na televisão, a experiência já adquire outra dimensão, mas também passando por um espaço próprio para a fruição (normalmente num sofá), e geralmente preparado para a interação entre os espectadores. Este fato contribui muito no modo como é desenvolvida toda a produção para TV. “Na imersão, espaço circundante visível, livramento de toda situação da sala escura. Ver televisão é um comportamento muito mais distraído e dispersivo do que o cinema” (MACHADO, 1998, p. 49).

No que diz respeito aos celulares, a plataforma midiática está agora na palma da mão do espectador, que transita num cotidiano cada vez mais repleto de informações, constituindo uma experiência individual única para o usuário. Como se fossem pequenas janelas da vida corrida cotidiana, os celulares se tornam para os usuários, de acordo com Beiguelman (2005), mecanismos adequação do usuário à contextos urbanos de intensos fluxos de informação “onde o leito/interator está sempre envolvido em mais de uma atividade, relacionando-se com mais de um dispositivo e desempenhando tarefas múltiplas e não correlatas” (BEIGUELMAN, 2005, p.158).

A nova abordagem que o audiovisual ganha com a experiência de vídeos nas telas de celulares constitui um novo olhar para uma nova “moldura”. De acordo com Aumont (2005), a moldura dá forma à imagem. Ou seja, por estar emoldurada de um determinado modo, uma imagem desse ser assistida e assimilada de tal modo correspondente a sua moldura.

De fato, a moldura aparece mais ou menos como uma abertura que dá acesso ao mundo imaginário, à diegese figurada pela imagem reconhece-se a célebre metáfora da moldura como 'janela aberta para o mundo. (AUMONT, 2005, p. 157).

A noção apresentada por Aumont é o que guia não só o audiovisual, como também todo o princípio da arte. Uma peça de teatro não pode ser experimentada do mesmo modo que um concerto de música. Uma pintura clássica não deve ser contemplada do mesmo modo que uma xilogravura. Seguindo esta lógica, um programa de TV não deve ser

assistido do mesmo modo que um filme para celular. O espaço de contemplação próprio de cada uma das obras, a “moldura”, determina o tipo de obra apresentada e a maneira como deve ser contemplada, criando convenções para a fruição.

As potencialidades do celular enquanto ferramenta audiovisual apontam para uma plataforma capaz de registrar conteúdos e interagir em qualquer lugar e momento. Bem diferente do cinema e da televisão, para uma boa possibilidade de experiência audiovisual a partir desses aparelhos é preciso considerar a mobilidade em que os celulares podem encontrar, os contextos urbanos quase sempre cercados por informação em excesso e a possibilidade de interrupção da atividade devido a um barulho, a uma chamada de voz, etc.

Sobretudo no momento atual, de desenvolvimento das possibilidades audiovisuais que os celulares oferecem, é preciso ficar atento que não há padrões estritos a serem seguidos. Vive-se um momento de experimentação em que diferentes possibilidades são testadas. Não há um modelo de produção ideal para celular, não existe um modelo de roteiro, de edição. Há um espaço aberto para experimentação e criatividade, ainda na perspectiva de pensar sobre a plataforma e desenvolver produtos que contribuam para um avanço na área. Nesse sentido, as produções podem e devem brincar com a interatividade do usuário, com a convergência que o aparelho oferece (interação entre aplicações, mecanismos), com os sentidos humanos que convergem para o dispositivo (audição, visão e tato) e com a possibilidade de construir novos modos de dinamizar a narrativa audiovisual.

Maciel (2009) traz a tona o conceito de “transcinema”, que de acordo com o pensamento da autora é o cinema como um suporte que possibilita ir a algum pensamento ou mensagem, tomando como exemplo filmes que possibilitam uma interação entre a obra e o usuário sensorialmente, como *Lembranças do Rio (Desayuno)*. A narrativa, que aborda o mar como experiência sensorial, se desenvolve com interações do usuário a partir de indicações estabelecidas na história, por exemplo, há barulhos do mar para serem ouvidos com o ouvido colado no celular. Neste caso, o usuário não se limita a assistir o vídeo, mas participa ativamente da narrativa, sendo um sujeito interativo, disposto a experimentar suas habilidades de acordo com o que for indicado pelo filme.

A principal marca deste conceito é o fato de ele estar envolvido diretamente com a experiência sensorial do usuário como um participante do filme. Este produz sua montagem, altera a velocidade de como deseja participar, manipula o modo como absorve o conteúdo apresentado e estimula em si experimentos de fruição próprios e dinâmicos.

Considerações

A tela do celular se constitui, então, numa plataforma midiática capaz de oferecer relações com o audiovisual e a mobilidade, além de se tornar um campo de criatividade a ser explorados pelos produtores de conteúdos e usuários. Partindo de uma relação cada vez mais pessoal com a plataforma de mídia, os dispositivos móveis conseguem transmitir ao usuário a possibilidade de alteração na moldura da obra e, conseqüentemente, na forma como a imagem é apresentada. O audiovisual nessas plataformas se opõe à contemplação passiva e tem na mobilidade o seu maior trunfo.

As diretrizes para a consolidação do audiovisual próprio para dispositivos móveis passam pelo entendimento dos processos de linguagem das mídias digitais e da interatividade como base para o desenvolvimento de produções mais maturadas, já que esses dois processos operam como propriedades dessas plataformas. A partir de então, é necessário o olhar sobre o dispositivos e suas especificidades, considerando todas as etapas de produção do audiovisual, desde o processo criativo até o consumo e seus desdobramentos.

REFERÊNCIAS

- AUMONT, J. **A imagem**. 10.ed. Campinas: Papyrus, 2005.
- BEIGUELMAN, Giselle. **Link-se: arte, mídia, política, cibercultura**. São Paulo: Peirópolis, 2005.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. **Communication, Power and Counter-power in the Network society**. International Journal of Communication, 2007.
- FILME B. **Hábito de ver vídeos no celular cresce 60% nos EUA**, 2016. Disponível em: <<http://www.filmeb.com.br/noticias/digital-mundo/habito-de-ver-videos-no-celular-cresce-60-nos-eua>>. Acesso em: 10 jul. 2016.
- GOSCIOLA, V. **Roteiro para as novas mídias: do cinema as mídias interativas**. São Paulo: SENAC, 2003.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- JONES, Matt e MARSDEN, Gary. 2006. **Mobile interaction design**. John Wiley & Sons: Inglaterra.
- LEMOS, André. **Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- _____. **Cibercidade II Ciberurbe: a cidade na sociedade da informação**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Instituto Piaget, 1997.

LICHTY, Patrick. **Pensando a cultura nômade: artes móveis e sociedade**. Disponível em: <http://www.artemov.net/page/revista04_p3.php - edição.04 » 04.10.2006 - Acesso em: 20 dez. 2014.

MACIEL, K. **Transcinemas**. Rio de Janeiro: Contracapa, 2009.

MACHADO, Arlindo. **A Arte do Vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. **Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

_____. **Arte e Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge: MIT Press, 2001.

MOURA FÉ, Ana Lucia Damasceno. **Tecnologias móveis e vida pessoal. Uma pesquisa sobre o impacto da comunicação sem fio no tempo de trabalho e nas demais esferas da vida social**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. PUC-SP, São Paulo, 2008.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

TASAJÄRVI, Lassi. **Classificação dos filmes de micro cinema para mídias móveis**, 2004. Disponível em: <http://www.artemov.net/page/imgs_revista/02/artigo_lassi.pdf>. Acesso em: 25 de dez. 2014.

TELESÍNTESE. **Mais de 50% dos usuários brasileiros assistem a vídeo curto no smartphone**, 2015. Disponível em: < <http://www.telesintese.com.br/mais-de-50-dos-usuarios-brasileiros-assistem-video-curto-smartphone>>. Acesso em: 20 set. 2015.