



RELICI
O ESPECTADOR DOS FILMES FEITOS COM CELULAR

THE SPECTATOR OF POCKET FILMS MADE WITH MOBILE PHONE

Claudia Lambach¹

RESUMO

O estudo sobre cinema de bolso provém de um duplo movimento social e tecnológico e tem como característica um espectador diferenciado. Neste artigo dou seguimento as reflexões sobre cinema de bolso a partir desse espectador de acordo com os princípios do modelo semiopragmático de Roger Odin a fim de enfatizar o duplo movimento citado acima, problematizando: o cinema de bolso conta a sua história por meio de imagens, signos e tecnologia; o espectador é um correalizador de filmes de bolso.

Palavras-chave: cinema de bolso, espectador, tecnologia, semiopragmático, imagem.

ABSTRACT

The study of pocket cinema comes from a double social and technological movement and has the characteristic to have a different spectator. In this article I follow the reflections on pocket cinema from this spectator according to the principles of Roger Odin's semi-pragmatic model in order to emphasize the double movement mentioned above, problematizing: pocket cinema tells its story through images, signs and technology; the spectator is a pocket film co-director.

Keywords: pocket cinema, spectator, technology, semi-pragmatic, image.

¹ Universidade Tuiuti do Paraná. cmql@hotmail.com.



O CINEMA DE BOLSO CONTA A SUA HISTÓRIA POR MEIO DE IMAGENS, SIGNOS E TECNOLOGIA

A análise sobre a utilização do telefone celular para a criação audiovisual, no caso o “cinema de bolso”, nasce do estudo sobre o uso e os desafios da sua tecnologia na cinefilia contemporânea. A relação do cinema com o telefone celular surgiu graças às manifestações visuais, resultado de uma sociedade tecnologicamente equipada por câmeras de uso doméstico. O cinema de bolso é um cinema feito com telefone celular, que é um aparelho de comunicação entre pessoas (sua principal função) e que sempre está próximo para ser utilizado. Essa aproximação do telefone celular com o seu usuário é um dos pontos principais da pesquisa sobre a cultura móvel (culture mobile). Porém, é a partir do olhar do seu espectador que se observa as diferenças e especificidades existentes entre o cinema tradicional e o cinema de bolso.

O cinema de bolso só existe graças ao encontro da sua tecnologia com o usuário e o resultado disso são as manifestações visuais importantes que caracterizam a cultura móvel. Dessa maneira, a abordagem sociológica é muito importante, como também alguns conceitos decorrentes do modelo semiopragmático de Roger Odin relacionando-os com o espectador e com a inovação tecnológica.

Cultura móvel e a sociedade conectada

Uma das principais características ligadas à cultura móvel é a possibilidade de conexão à rede. Se alguém está filmando (ou fotografando) com o celular e ao mesmo tempo está online, essa pessoa consegue muito bem compartilhar suas imagens nas redes sociais. Assim, é muito comum hoje em dia observar a circulação dessas imagens amadoras nas redes sociais e também em reportagens e noticiários. Nesse caso, essas imagens são conhecidas como jornalismo cidadão, ou jornalismo colaborativo, entre outras. Porém, essas intervenções amadoras são ainda motivo de discussão no meio jornalístico.



RELICI

23

De modo geral, os momentos são publicados e transmitidos para que outras pessoas, que também estejam conectadas, possam vê-los. Dessa maneira, existe uma infinidade de situações que são captadas e postadas nas redes como é o caso de eventos e shows, mas também momentos vividos dentro do âmbito privado e familiar.

Todo esse cenário da cultura móvel que envolve a internet, a câmera de celular, as redes sociais, os realizadores de bolso (profissionais e amadores), os espectadores ativos, entre outros, fazem parte do cenário do cinema de bolso.

A pesquisadora francesa Pauline Escande-Gauquié lembra uma reflexão importante da historiadora e fotógrafa Gisèle Freund sobre a arte e a sociedade, “qualquer mudança na estrutura social influencia as modalidades de expressão artística”. Essa afirmação é muito atual e se enquadra perfeitamente no universo da cultura móvel e por consequência do cinema de bolso e do seu realizador. Uma influência importante da cultura móvel para o cinema de bolso diz respeito ao posicionamento da câmera vertical, como acontece com os selfies.

Os selfies

A cultura contemporânea gira em torno da imagem realizada com aparelhos celulares. Entre as diferentes formas de expressão visual, o selfie é a mais popular. Segundo Pauline Escande-Gauquié, o selfie “nasceu com o surgimento dos telefones inteligentes, dos aplicativos digitais e da democratização da fotografia amadora tirada com um smartphone”. A foto, geralmente digital, de si mesmo acontece por meio de um “gesto” muito simples. Basta pegar o celular, esticar o braço e tirar a foto. Para ajudar no enquadramento, a câmera do celular apresenta a função câmera frontal e traseira, fazendo com que o selfie seja um ato independente e autônomo no qual o próprio braço se torna um tripé ou um bastão de selfie.



Essa foto de si mesmo é um fenômeno da cultura móvel em que a grande maioria das pessoas já tirou ou participou de um selfie pelo menos uma vez na vida. Essa massificação é frequentemente atribuída ao telefone celular, mas também à mimese social. Além do mais, não só a qualidade tecnológica dos aparelhos é eficaz, mas também, a dos aplicativos voltados à edição de imagens. Com os celulares que unem num único aparelho as câmeras, os aplicativos e o acesso à internet, isso facilita o compartilhamento da imagem. Dessa maneira, a pessoa compartilha a sua própria imagem como ele se vê ou como gostaria de ser visto. Este fenômeno ganhou uma grande popularidade graças aos adolescentes.

Toda a manifestação que acontece nas redes sociais, entre os adolescentes por exemplo, são para que eles se sintam pertencentes a alguma “tribo”. Segundo a pesquisadora danah boyd (nome escrito em minúsculo), os selfies não são reflexos de um novo narcisismo, mas sim da possibilidade que os adolescentes têm de compartilhar os momentos vividos por eles.

A arte móvel é uma expressão popular e social que se introduz no meio artístico inclusive permitindo que essa arte entre nos museus. Tal situação nos leva a discussões importantes sobre as fronteiras da arte e da não-arte. Questões sobre a entrada de imagens realizadas por uma sociedade tecnológica no círculo artístico e a desqualificação das ações de exposição, bem como o reconhecimento artístico de alguns fotógrafos móveis (fotógrafos de bolso) e a fixação de uma fronteira entre arte e não-arte por critérios concretos (como o ponto de vista do fotógrafo, o valor estético da foto, etc.), todos esses aspectos são importantes para a discussão.

O selfie tem contribuído muito para esses questionamentos ainda mais que alguns artistas aderiram a Art Mobile. Assim, o que distingue o selfie artístico do selfie social é o desejo do artista de apropriar-se das técnicas do selfie para então construir um “olhar” próprio.



RELICI

25

Da mesma maneira, as manifestações visuais provenientes desses aparelhos do cotidiano estão alinhadas aos filmes feitos com celular. Os selfies, por exemplo, trazem uma característica importante para o cinema de bolso, ou seja, o uso da tela na vertical. Segundo o realizador francês de filmes de bolso, Alexandre Perez, a verticalização dos vídeos está associada ao telefone celular e aos selfies e Perez comenta, “Muda muito pra imagem, se o filme é realizado na vertical”.

As especificidades do cinema de bolso

Numa análise comparativa entre o cinema tradicional e o cinema de bolso, Roger Odin sugere que se encontre as características distintas entre esses dois “cinemas”. Para o pesquisador, não existem fronteiras que separem radicalmente o cinema feito com celular do cinema feito com a câmera profissional, com exceção do enquadramento vertical, ou seja, um formato de projeção no qual a altura supera a largura. Odin considera curioso o fato de o enquadramento vertical ser raramente utilizado nos filmes, mesmo sendo a única característica específica da produção com celular. Dessa maneira seria mais interessante analisar o que o telefone celular trouxe para o cinema tradicional. Com isso existe uma série de pontos a serem analisados, tais como, econômico, artístico e tecnológico.

O telefone celular é um aparelho muito diferente do cinema, pois é capaz de realizar, receber e difundir imagens. Essas características, juntamente com o orçamento baixo do cinema de bolso e o deslocamento do telefone celular do espaço de comunicação para o espaço de criação de imagens, são pontos verdadeiramente importantes e que podem ser compartilhados entre os diferentes “cinemas”. Outro aspecto diz respeito a característica do espectador dos filmes de bolso, que pode ser mais participativo em comparação ao espectador de cinema tradicional.



O ESPECTADOR É UM CORREALIZADOR DE FILMES DE BOLSO

Segundo Odin, em sua declaração para o Festival Pocket Film em Paris, em 2009, os espectadores dos filmes com celular constituem um público diferente do público de cinema tradicional. Eles são questionadores, podem criar seus próprios filmes e mudam facilmente sua posição de espectador para a de realizador. Os aspectos técnicos e as interrogações sobre a tecnologia utilizada nos filmes fazem parte do repertório analítico desse espectador.

O que Odin observou no festival foi que o espectador estava assistindo filmes feitos em dispositivos móveis como se estivessem assistindo cinema tradicional. Porém, quando o espectador era informado sobre o tipo de filme que ele estava indo ver, acontecia uma mudança na forma como os filmes eram recebidos. Assim, o espectador abandonava a sua forma usual de assistir um filme para assistir a um filme realizado com a tecnologia de telefone celular. Esse espectador via imagens produzidas para telas pequenas, feitas a partir da câmera de um celular. Essas imagens o remetiam a um contexto de filmes amadores.

Geralmente, para o espectador “comum” pouco importa quais são as técnicas ou qual câmera foi utilizada para a filmagem. Odin acredita que não é “natural” um espectador de cinema assistir a um filme pensando que foi feito por um celular. Pois para se entender os filmes de bolso o espectador precisa analisar: o seu nível técnico, onde se percebe a boa ou má qualidade das imagens; a quantidade de pixels; o pequeno formato do telefone celular em comparação às câmeras de grande porte; a funcionalidade do aparelho, considerando que a telefonia é sua função principal e que o celular é conhecido como um objeto social que faz parte do cotidiano da sociedade contemporânea.

Assim, é possível determinar as diferentes relações entre a obra (imagem) e o espectador a partir do modelo semioprágmató que observa os diferentes contextos existentes na análise.



RELICI

O olhar do espectador

Os filmes, de modo geral, apresentam inúmeros “modos de leitura”. O filme pode ser arte, divertimento, indústria, cultura, linguagem, meio, ideologia, poesia, produção, expressão, objeto, etc. Ele também pode ser classificado como histórico, documentário, comercial, educativo, experimental, entre outros. Ele pode ser inserido em diferentes áreas de conhecimento tais como, a educação, a psicologia, a propaganda, ou em diferentes segmentos como sociais e culturais. Pode também ser analisado como máquina econômica-produtiva, máquina psicológica (psicanalítico e semiótico) do espectador e máquina paratextual (linguística) do discurso do filme, tal como sugere Christian Metz.

Todos esses aspectos são importantes, pois dizem respeito não apenas a simples nomenclaturas ou leituras de filmes, mas também as diferentes perspectivas nos quais a sociedade contemporânea os vê. O que é interessante são os múltiplos "olhares" que surgem com o cinema. São experiências e memórias pessoais que somam a imagem.

Além desses casos, ainda existem alguns indicadores que ajudam na análise da imagem. Esses indicadores geralmente vêm do olhar de outras pessoas, como a de críticos profissionais. Nas diferentes artes, esses críticos criam terminologias e códigos para identificar visualmente um determinado estilo artístico, bem como as características particulares de cada artista.

Existem também os indicadores sociais e psicológicos no qual os aspectos comportamentais contribuem para a forma como olhamos e damos significado a uma imagem. O espectador é levado pelo olhar e pelo pensamento a perceber a partir de conceitos preestabelecidos. Para olhar uma imagem, é necessário contar com informações pessoais, armazenadas por meio de filtros de influências culturais e sociais, que atribuem significados a cada situação vivida. O contexto sociocultural



influencia não apenas o olhar do espectador, mas também as perspectivas técnicas, ideológicas, estéticas e narrativas do cinema.

De um modo geral, a compreensão do público é regida pelas determinações externas ao filme, ou seja, aquilo que vem do espaço social. No cinema, existem imposições a partir do momento em que se aprende sobre o gênero em que o filme se categoriza: filme de ficção, filme documentário, filme educacional, filme de família, filme experimental, filme de arte, entre outros. Quando se assiste a um filme que foi previamente classificado como ficção, ou qualquer outra classificação, o espectador associa imediatamente esse filme a sua bagagem sentimental e afetiva. A divisão do cinema em diferentes gêneros ativa os repertórios emocionais, culturais e sociais de cada espectador que é na verdade o “receptor” de uma série de informações e determinações.

Quando surgiu o cinema, ele se definia a partir de outras artes, como a pintura, a música e a poesia. Com o estudo da semiótica, o cinema passou a ser discutido examinando a forma como os filmes são compreendidos.

A teoria semiopragmática de Roger Odin mostra os mecanismos de significação dos filmes, considerando o contexto sociocultural do espectador. Esta reflexão reúne a análise dos signos, do autor, do espectador, e também de todo o contexto que envolve a recepção. Devemos, portanto, levar em conta, não só a existência de públicos distintos, mas também o fato de que o mesmo filme pode ser visto sob muitos "olhares", dependendo de como são assistidos, dos contextos e dos grupos a que pertencem esses públicos.

Espaço de recepção

Para cada espaço existe um contexto característico que deve ser levado em consideração e que orienta a recepção dos filmes. O filme de bolso pode participar de um festival de cinema de bolso e os espectadores saberão que os filmes foram



RELICI

29

realizados com câmeras de telefone celular. Assim como foi mencionado anteriormente, o espectador é levado a refletir sobre a tecnologia da câmera, as lentes, o tripé, a bateria, os aplicativos, o som, etc. Porém, se estes mesmos filmes são vistos num clube de cinema amador, o espectador terá outro olhar sobre o filme, ou seja, eles serão mais críticos no que diz respeito a qualidade das imagens e a técnica utilizada. As discussões girarão em torno desses pontos.

Com relação ao cinema amador, Odin observa que o seu espectador funciona no “modo estético” usando uma visão técnica do profissional. Cabe observar que o amador tem obsessão em filmar como um profissional.

Mas se esses mesmos filmes são vistos e revistos pela internet, se são armazenados nos computadores, se são guardados para serem vistos depois, se são pausados durante a exibição e retomados logo em seguida, etc., esses filmes são então percebidos de outra maneira pelo espectador. Além do mais, os filmes vistos por meio de plataformas de vídeo, como por exemplo, o YouTube, ainda podem ser marcados pelo espectador (“gostei” ou “não gostei”) ou até mesmo comentados.

Dentre muitas significações, o cinema se define também como uma produção que normalmente é vista em salas de projeção coletivas com grandes telas. Assim, se descartam inúmeras outras produções cinematográficas que não se encaixam nesse perfil, como os filmes pedagógicos, os filmes de família, os filmes para televisão, entre outros, e também os filmes feitos para serem vistos no telefone celular. Entretanto é bom lembrar que os filmes de bolso podem ser vistos em diferentes telas, desde a tela do celular como a tela de grandes salas de projeção.

Conforme citado anteriormente, o olhar do espectador de filmes de bolso é diferenciado por se tratar de um espectador mais reflexivo e analítico. Dessa maneira, esse espectador pode ver o filme “tradicional” com o mesmo olhar que ele vê os filmes de bolso, ou seja, se perguntando sobre como foram feitos e qual foi a técnica usada.



30

Assim, dentro dos muitos modos de leituras que o filme de bolso apresenta e entre os modos de produção de sentido existente, Odin acredita que o cinema de bolso estaria inserido no “modo digital” e poderia ser classificado como “cinema-feito-com-um-telefone-celular”.

CONCLUSÃO

O cinema de bolso não é apenas a imagem produzida, mas também a tecnologia e a técnica empregadas em sua produção. Na maioria das vezes o cinema de bolso remete à ferramenta que o produziu, o telefone celular. Este aparelho é muito popular nos dias de hoje e a sua tecnologia é de fácil acesso. Isso favorece o surgimento de realizadores de bolso e de espectadores ativos.

De modo geral, esse espectador faz mais perguntas sobre a tecnologia dos celulares, participa de discussões técnicas sobre os filmes, se coloca no lugar do realizador e, mais frequentemente, também se torna um cineasta, o que o faz um espectador muito diferente do espectador de cinema tradicional. Assim, o cinema de bolso se opõe ao cinema tradicional nos aspectos que dizem respeito à participação do espectador.

Sobre a autora: Claudia Lambach é Doutora em Ciências da Informação e da Comunicação pela Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (bolsa CAPES), França. Pesquisadora e membro do laboratório de excelência Labex ICCA, do laboratório IRCAV (Paris 3) e do Grupo de Pesquisa CIC-CNPq (Universidade Tuiuti do Paraná). Mestre em Teoria da Cultura Visual pelo IADE (bolsa AIBan), Portugal. Especialista em história da arte moderna e contemporânea pela Escola de Música e Belas Artes do Paraná – EMBAP. Desenhista industrial pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

REFERÊNCIAS

ESCANDE-GAUQUIÉ, Pauline. **Tous selfie! pourquoi tous accro?** Paris: Editions



RELICI

31

François Bourin, 2015.

FANTIN, Monica. Cinema e imaginário infantil: a mediação entre o visível e o invisível. **Educação e Realidade**, v. 34, n. 2, p. 205–233, 2009.

HOUAISS, Antônio; DE SALLES VILLAR, Mauro; DE MELLO FRANCO, Francisco Manoel. **Minidicionário Houaiss da língua portuguesa**. São Paulo: Editora Moderna LTDA., 2019.

KORFF-SAUSSE, Simone. Selfies: narcissisme ou autoportrait? **Adolescence**, v. T.343, n. 3, p. 623, 2016.

LAMBACH, Claudia. **Le cinéma de poche : les enjeux et les usages (2005/2015)**. Thèse de doctorat, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, Paris, 2018.

ODIN, Roger. La question du public. Approche sémio-pragmatique. **Réseaux. Communication - Technologie - Société**, v. 18, n. 99, p. 49–72, 2000.

ODIN, Roger. Quand le téléphone portable rencontre le cinéma. *In*: ALLARD, Laurence; CRETON, Laurent; ODIN, Roger (Orgs.). **Téléphone mobile et création**. Paris: Armand Colin, 2014, p. 37–53.

SITES

COUVE, Philippe. **Quand le réalisateur Damien Chazelle réinvente le cinéma en mode vertical avec un iPhone**. Samsa.fr. Disponível em: <<https://www.samsa.fr/2020/08/12/quand-le-realisateur-damien-chazelle-reinvente-le-cinema-en-mode-vertical-avec-un-iphone/>>. Acesso em: 27 de agosto de 2020.

Le « Pocket Film Spectateur » par Roger Odin - Festival Pocket Films. Disponível em: <<http://www.festivalpocketfilms.fr/spip.php?article1114>>. Acesso em: 24 de agosto de 2015.

LECHENET, Alexandre ; SZADKOWSKI, Michaël. « **6 clés pour comprendre comment vivent les ados sur les réseaux sociaux** », Le Monde, 1 de março 2014 Disponível em: <http://www.lemonde.fr/technologies/article/2014/03/10/6-cles-pour-comprendre-comment-vivent-les-ados-sur-les-reseaux-sociaux_4380123_651865.html>. Acesso em: 09 de dezembro de 2015.