

# iPhone e a visão de conjunto

---

Por Eduardo Jaime Joselevich

**A convergência de conteúdos em mini-aparelhos como o iPhone irá requerer do design um trabalho pelo reequilíbrio entre as esferas ambientais e corporais.**

A concentração ilimitada de conteúdos em mini-aparelhos eletrônicos abre caminho para duas esferas de experiências para o usuário. Uma delas é óbvia: a esfera corporal, que se refere aos conteúdos audiovisuais que são reproduzidos em mini-telas e fones de ouvido para aquela determinada pessoa. Neste momento, é nessa esfera que o marketing está concentrado seus esforços.

Em meu livro, «Design Pós-industrial»<sup>1</sup>, procurei descrever a paisagem tecnológica que se estende entre o micro extremo e o macro extremo. Apenas dos anos depois, o impacto do iPhone nos permite perceber como está se desenvolvendo essa polaridade.

Do lado micro, o paradigma está, sem dúvida, nas miniaturas policromadas das jóias de Steve Jobs. Na outra ponta, outros luxos que a tecnologia põe e nosso alcance e ao design gráfico de ambientes.

Um exemplo é o edifício da Inter ActiveCorp (IAC), em Nova York<sup>2</sup>, que foi projetado por Frank Gehry e terminado em 2007. Nele, o arquiteto usou duas paredes eletrônicas, de 40 x 3,40 m cada uma. A parede oeste mostra vídeos das marcas ligadas à IAC, que, como eles mesmos definem «apaga as fronteiras entre vídeo arte e comunicação comercial». Já a parede leste permite que os visitantes aprendam sobre a IAC com recursos interativos na gigantesca tela *touch screen*.

O recurso que passamos a valorizar não é mais tecnologia, e sim a imaginação. Os recursos de retro-projeção a que Gehry recorre não têm futuro, pois as telas são planas apenas na aparência. Por trás há um espaço morto de 1,80 m de largura que esconde uma multidão de refletores e sistemas de espelhos. Logo teremos disponíveis telas com essas mesmas medidas que serão realmente planas, feitas em substratos de plasma, cristal líquido ou de qualquer outro tipo que ainda está em fase experimental. Contudo, o caso da IAC é um importante exemplo da macro-gráfica corporativa.

As tecnologias têm um vigência limitada, mas há um tema que segue perseverando faz anos: o design de ambientes com a criação de novos recursos para construção de peças gráficas de grandes formatos, que se percebe no espaço, a distâncias mutáveis, e que já não se lêem de modo linear. Isso não é exatamente um conceito novo, e ilustres antecedentes já abordavam o tema, como Moholy-Nagy, que havia escrito sobre a «visão em movimento» e Charles Eames,

que propunha em seus projetos organizar «o espaço hiper-informativo».

Atualizando essas visões, hoje podemos vislumbrar um âmbito da arquitetura em que nossos corpos conservam sua volumetria original enquanto os demais artefatos se tornam bidimensionais ou até mesmo perdem toda sua dimensão notável.

É nessa direção que temos incursionado programas escolares, domésticos e de qual participei chamado «@ula 200». Parte do catálogo oficial do Bicentenário da Revolução de Maio de 1810<sup>3</sup>, trata-se de um protótipo centrado na configuração de lousa eletrônicas de 1,80 m cada uma. São utilizados diversos tipos de acessórios portáteis que são distribuídos entre os participantes e permitem que o grupo interaja. Nas telas também há uma série de substratos em lâmina que aplicadas nas macrotelas as deixam sensíveis ao tato.

Na aula eletrônica, as pessoas que estão no mesmo espaço real interagem entre si, com o professor, e com os conteúdos apresentados nas telas sensíveis ao tato. O interesse cultural da experiência é diferente quando essas mesmas pessoas engatadas autisticamente cada uma em seu mini-aparelho, se conectam com as demais somente através de rede.

Outra oportunidade de tentar inovações nessa área surgiu de nossa atuação profissional em uma dinâmica cooperativa de comunicações de província de Buenos Aires. Aqui nos aproximamos do tema da convergência de conteúdos, já que hoje é tecnicamente possível que um único provedor de serviços de comunicação ocupe o papel para a qual ainda há pouco necessitávamos de três: telefonia, TV e internet de banda larga. Existem, por agora, questões regulatórias a serem resolvidas, mas essa convergência total já está à vista. Ao redor de uma ou mais telas se poderá organizar um ambiente físico onde serão acessadas todas as funções de trabalho, de ócio e a todas os conteúdos audiovisuais que interessam ao usuário.

A história do entretenimento audiovisual doméstico começa com o primeiro rádio e o primeiro televisor a válvulas. Não faz muito tempo que a cadeia de Hi-Fi alta fidelidade deu lugar aos *home-theaters* nas estantes das lojas de eletrônicos. Logo assistiremos a uma grande concorrência de ofertas de *medias centers* e centrais de informática que permitirão administrar todos os conteúdos, incluindo os que usuários armazenam em seus mini-aparelhos como, neste momento, seus iPhones. Algumas marcas unirão essas ofertas para o que se chama «casa inteligente», num futuro não muito distante.

Os designers precisarão de conceitos claros para desdobrar e desenvolver esses novos engenhos para irem além dos investimentos e das expectativas de casa fabricante. As tecnologias possibilitam mudanças que, definitivamente, vão acabar acontecendo de alguma maneira. Mas conhecendo de antemão essas possibilidades, os designers poderão fazer com que seus produtos adquiram forma e sentido em vez de caírem ao bel prazer do marketing.

Publicado em 02/05/2012

---

1. Eduardo Joselevich, «Diseño Posindustrial», Ediciones Infinito, Buenos Aires, 2005.

2. Para mais informações, visitar [www.iachq.com](http://www.iachq.com)
3. Projeto «@ula 200» de Silvio Grichener e Eduardo Joselevich.

**FOROALFA**

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/pt/artigos/iphone-e-a-visao-de-conjunto>

