

**As tecnologias como extensões multissensoriais: o fascínio exercido pela *Apple*<sup>1</sup>**

Ana Cirne Paes de BARROS<sup>2</sup>  
Andréa POSHAR<sup>3</sup>  
Cândida NOBRE<sup>4</sup>  
Danielle VIEIRA<sup>5</sup>  
Marcos NICOLAU<sup>6</sup>

**Resumo**

A tecnologia nos tempos atuais tem exercido singular importância na vida cotidiana dos indivíduos. Embora desde os primórdios o ser humano já demonstrasse o fascínio pela técnica e a intenção de ampliar seus sentidos a partir de objetos e instrumentos, é apenas com a chegada da eletricidade e das mídias eletrônicas que se configura uma extensão do seu sistema nervoso central. Instaura-se, então, uma comunicação mais participativa e envolvente, que explora os recursos de multissensorialidade das mídias e atrai os seus usuários. A *Apple*, nesse contexto, é um exemplo do fascínio que possuímos pelas tecnologias e pelas facilidades multissensoriais que seus produtos exercem sobre todos nós, a ponto de se tornar uma extensão do nosso corpo. É dessa expressiva reconfiguração midiática que trata o presente artigo.

**Palavras-chave:** *Apple*. Extensões do homem. Fascínio. Multissensorialidade. Tecnologias.

**Introdução**

A cibercultura tem se destacado por revelar humanos cada vez mais relacionados aos suportes e aparatos tecnológicos. Na verdade, a relação homem-máquina não é peculiar ao ciberespaço. É, por sua vez, própria da natureza humana. No entanto, o

<sup>1</sup> Este trabalho é resultado de um artigo apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, Recife/PE, 2011.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Professora das Faculdades Asper, Uniuol e FPB/Unipb e pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas - Gmid/UFPB. Email: anapaesdebarros@gmail.com

<sup>3</sup> Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB e pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas - Gmid/UFPB. Email: andrea.poshar@gmail.com

<sup>4</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Professora da Faculdade Idez e pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas - Gmid/UFPB. Email: candidanobre@gmail.com

<sup>5</sup> Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB e pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas - Gmid/UFPB. Email: dani.daniellevieira@gmail.com

<sup>6</sup> Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGC/UFPB. Coordenador do Projeto Para Ler o Digital - DEMID/UFPB. Email: marcosnicolau.ufpb@gmail.com

fascínio pela técnica estimulou o ser humano a criar extensões de si próprio, de modo que hoje é possível perceber um indivíduo pós-moderno entrelaçado aos dispositivos tecnológicos. A expressão evidenciada por McLuhan (1964) “os meios como extensões do homem” não só demonstra a intensidade da relação entre indivíduos e artefatos tecnológicos, mas, sobretudo, provoca uma reflexão sobre a configuração desta na pós-modernidade, quando os dispositivos passam a ser multissensoriais e cada vez mais integrados às pessoas.

Diante desta inquietação, temos como objeto de estudo a análise da relação homem e técnica nos processos comunicacionais ocorridos na cibercultura. Objetivamos identificar de que modo os homens se unem e se relacionam com a técnica neste ambiente, além de compreender o fascínio exercido por algumas plataformas de mediação, a exemplo dos produtos da *Apple*.

A escolha desta empresa como estudo de caso justifica-se pelo fato de seus produtos e sua marca serem representativos do uso de dispositivos técnicos multissensoriais, especialmente com a integração da tatilidade aos recursos audiovisuais, a ponto de promover fascínio e deslumbramento nos indivíduos, sejam estes consumidores ou não. Os produtos da *Apple* exploram os sentidos humanos e realizam a transmissão de conteúdos de modo tão natural e facilmente incorporados que a mediação e o aparelho tornam-se extensões não apenas de uma parte do nosso corpo, mas do nosso sistema nervoso central.

As condições multissensoriais proporcionadas pelos meios alteram o processo comunicacional. A utilização de um único sentido reduz a experiência sensorial, da mesma forma que o uso de diversos sentidos, como acontece na oralidade, e atualmente nas mídias eletrônicas e digitais, permite uma interação mais intensa com o mundo. Assim, *iPhone*, *iPad*, entre outros produtos da *Apple*, exploram os sentidos da oralidade, visualidade, tatilidade e permitem que o usuário amplie a sua comunicação.

Nossa proposta, portanto, é discutir de que maneira as contribuições de McLuhan podem nos fazer compreender o relacionamento que temos desenvolvido com os aparatos tecnológicos digitais. Para tanto, abordamos alguns conceitos trabalhados pelo autor canadense, dentre eles o fascínio pela técnica, a ideia da união do homem com os meios de comunicação alterando seu sistema nervoso central, a reconfiguração

do indivíduo e a multissensorialidade, bem como sua metáfora mais conhecida, a Aldeia Global.

## **1 Para pensar o fascínio pela técnica**

O imaginário da cibercultura transborda das páginas da ficção científica e, antes dela, dos mitos constituintes da própria história da humanidade (FELINTO, 2005)<sup>7</sup>. Cabos de fibra ótica nos conectam a outro mundo através de dispositivos que confundem as extensões humano-máquinas, a partir das quais deixamos de ser indivíduos para nos tornarmos fluxos de informações.

Da tentativa de desencantamento do mundo<sup>8</sup> destacada por Adorno e Horkheimer na *Dialética do Esclarecimento* às conexões sem fio dos novos dispositivos midiáticos, o fascínio pela técnica não é característico apenas da sociedade contemporânea, mas da natureza humana em si. No ciberespaço, há entre os internautas uma permanente necessidade de estar inserido em uma nova estrutura social permeada por dispositivos que fascinam pelas possibilidades que apresentam. Nesse cenário, parece-nos claro a presença do híbrido humano-deus – em que o segundo é permeado pela tecnologia – compreendido por McLuhan (1964) como um “amante de *gadgets*”.

O autor recorre ao mito de Narciso para demonstrar de que maneira o homem é entorpecido pelos aparelhos capazes de, por um lado ampliar as possibilidades do corpo e, por outro, “amputar” funções deste mesmo corpo. Para o autor, “o que importa neste mito é o fato de que os homens logo se tornam fascinados por qualquer extensão de si mesmos em qualquer material que não seja o deles próprios” (op. cit. p. 59). Dessa maneira, é comum sermos anestesiados, não percebendo assim que as inovações tecnológicas são expansões do nosso organismo físico.

O título da quarta parte do livro traz uma expressão muito em voga em tempos de produtos e conteúdos digitais: *gadgets*. Estes acessórios, que possibilitam novos recursos e usos dos sentidos dos indivíduos, fascinam os usuários, gerando uma

---

<sup>7</sup> As citações referentes a Erick Felinto (2005) foram todas retiradas do livro *A religião das máquinas* (ver referência completa no final do texto). Apesar de se tratar de uma obra com artigos distintos, optamos por não diferenciá-los no decorrer das citações para não tornar as referências confusas.

<sup>8</sup> A tentativa de desencantamento do mundo, segundo Adorno e Horkheimer (2011), foi realizada a partir do “esclarecimento”. Este, por sua vez, pretendia “dissolver os mitos e substituir a imaginação pelo saber”, o que é fortemente criticado pelos frankfurtianos na medida em que “esclarecimento eliminou com seu cautério o último resto de sua própria autoconsciência”.

demanda que as empresas de tecnologia procuram cobrir a partir da oferta de novos produtos, investindo, assim, no desenvolvimento de equipamentos cada vez mais atraentes. Nesta corrida, a *Apple* parece ter conquistado a dianteira, com aparelhos de *design* inovador e provocativo ao reconhecimento do que tínhamos das próprias máquinas (FELINTO, 2005).

Se, como destaca o autor, são as bobinas, engrenagens e botões que nos fazem reconhecer o maquinário, os atuais dispositivos da *Apple* são disponibilizados com superfícies cristalinas e apropriados ao uso dos movimentos das mãos por meio da tecnologia *touchscreen*. Não há, portanto, qualquer indício de máquina, o que torna ainda mais forte a sensação de hibridação entre nós e estes objetos.

Não vamos tratar da eliminação do corpo ou da morte do sujeito, como propõem alguns teóricos. Pretendemos compreender apenas de que maneira este corpo une-se aos novos suportes, relaciona-se com tais equipamentos e, conseqüentemente, com o espaço virtual de uma nova maneira. Destacamos ainda que a mediação é cada vez mais intuitiva e traz respostas através de movimentos do corpo que vão além de levar o cursor, por meio do *mouse*, a um determinado ícone com um clique em um botão.

A pós-modernidade tem se consolidado como uma época em que os aparatos tecnológicos têm exercido singular importância na vida cotidiana. Do surgimento do ciberespaço à imersão neste a partir das mídias locativas, há um consenso de que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) não são apenas parte de uma realidade, mas instrumentos capazes de alterá-la. McLuhan (2002) enfatiza ainda que há uma relação de moldagem entre as ferramentas e o homem, na qual as tecnologias dão forma ao indivíduo, e este dá forma às tecnologias.

Para compreendermos essa relação, partimos do pensamento de McLuhan (2005, p. 335) ao explicar que “todos os artefatos humanos – língua, leis, ideias, hipóteses, ferramentas, vestuário, computadores – são extensões de nosso corpo físico”. Assim, da mesma maneira que a cadeira é uma extensão do quadril e da coluna, percebemos que qualquer meio de comunicação ou tecnologia é uma expansão dos nossos sentidos. E ela surge a partir da nossa necessidade de amplificar as capacidades humanas para lidar com vários ambientes (McLUHAN, 2005).

Na verdade, as tecnologias criam ambientes, alteram o corpo e as relações pessoais. Elas recriam ambientes e, por conseqüência, modificam a sociedade como um

todo. Novos usos e novas práticas reconfiguram o indivíduo e o seu envolvimento com as tecnologias e com outros seres sociais. Há uma mudança cultural, gerando uma “mudança total na percepção, na perspectiva e na organização social” (McLUHAN, 2005, p. 79). Com o envolvimento entre as pessoas e o fascínio pela técnica, observamos uma alteração da própria natureza da identidade.

Mesmo sendo o resultado de um esforço dos indivíduos, estes ainda mantêm uma relação complexa com a técnica na medida em que também se tornam fascinados por ela. Como explica Heidegger (2007, p.376) “o querer-dominar se torna tão mais iminente quanto mais a técnica ameaça escapar do domínio dos homens”. O ciberespaço parece, efetivamente, ter escapado de nosso domínio.

Heidegger (2007) reflete sobre as diferenças entre o âmbito essencial da técnica que serve o pensar artístico, os trabalhos manuais e a técnica das máquinas de força. Ora, se “a técnica” serve para a técnica manual e há outra forma de tratá-la para compreender a “moderna técnica das máquinas de força”, é essencial que se pense em uma maneira distinta de entender a técnica que compõe e dá vida ao ciberespaço. Corroborando com este raciocínio, Lemos (2007) a partir da evolução dos objetos técnicos proposta por Simondon (tendo a ferramenta como elemento, a máquina como indivíduo e a indústria como conjunto) reafirma a necessidade de se pensar em um nível seguinte das transformações de tais objetos em que estaria inserida a cibercultura.

Destacamos que as mídias de função massiva (LEMOS, 2007) trouxeram um apelo crescente à noção de audiovisual, em especial a televisão e o cinema, ampliando estes sentidos (visão e audição), contudo, “amputando” alguns outros. A tatilidade, por exemplo, tem papel secundário na gramática das mídias eletrônicas tradicionais. É ela, pois, a responsável por modificar a relação entre o usuário e os conteúdos disponibilizados no ciberespaço, desenvolvendo o que Pereira (2008) chama de “mídias propioceptivas”.

Em seu artigo, o autor supracitado questiona de que maneira essas novas competências sensoriais podem ser úteis na cultura contemporânea. Em seguida, Pereira (2008, p.12) aponta alguns caminhos:

Em primeiro lugar, nos usos das próprias tecnologias que são geradas e aperfeiçoadas continuamente, especialmente aquelas que se utilizam de telas sensíveis ao toque (touchscreen), como o celular iPhone, players como o

novo iPod, palms diversos etc. Ou seja, neste sentido, parece que a cultura estaria treinando, através dos diferentes aparatos midiáticos, corpos e mentes para a manutenção de sensorialidades que sustentem toda esta mesma cultura altamente sensorial.

A multissensorialidade é, portanto, uma via pela qual os equipamentos tecnológicos não apenas exercem fascínio, mas apontam para novas maneiras de pensar e interagir com o próprio mundo. McLuhan (2005), ao tratar da multissensorialidade, deixa claro que é ela quem nos permite ter uma visão mais completa do mundo. Enquanto a visão, sozinha, fragmenta a nossa percepção, a inserção de outros sentidos nos possibilita um envolvimento mais profundo. Além disso, o estímulo à integração dos sentidos altera as atitudes e sensações diante das tecnologias, não apenas na forma como o indivíduo toca o meio, mas também como ele é tocado.

## **2 A extensão do sistema nervoso central**

A transição das mídias mecânicas para as mídias eletrônicas, com a chegada da televisão e do rádio, fez com que mudássemos de um “mundo da roda, para o mundo do circuito” (McLUHAN, 2005, p. 78). A metáfora do circuito significa que saímos de uma experiência unicamente linear e passamos para um padrão de retroalimentação e de envolvimento.

Desde os tempos do homem neolítico e da origem da escrita até o momento que nos relacionávamos com a mídia mecânica, estivemos destinados a criar extensões do nosso corpo: o lápis é extensão da mão; o livro, extensão dos olhos, e assim por diante. As mídias eletrônicas instauram um novo processo por estenderem o nosso cérebro, um processo que apesar de não ter sido mencionado por McLuhan, é claramente potencializado nas mídias digitais.

Enquanto os instrumentos e tecnologias como os manuscritos, livros, óculos simulavam, ampliavam e, ao mesmo tempo, fragmentavam partes determinadas do nosso corpo (olhos, mãos, pernas), a eletricidade tornou possível a extensão do sistema nervoso central. O eletromagnetismo se tornou uma extensão dos nervos e, portanto, configurou-se em um sistema de informação baseado nos processos de circuito e de retroalimentação. Neste sistema, não mais uma parte do corpo estará sendo ampliada enquanto as demais são entorpecidas, mas o todo está envolvido. O sistema nervoso

central, bem como as tecnologias da comunicação – que no caso abordado são extensões, comandam todos os sentidos do nosso corpo.

A transformação do processo baseado nas mídias mecânicas para o circuito promove efeitos que diferem daqueles provocados pelas velhas tecnologias, conforme reforça McLuhan (2005, p. 83): “A extensão do sistema nervoso na tecnologia eletrônica é uma revolução cuja magnitude é muitas vezes maior que a dessas insignificantes extensões da espada, da pena e da roda. E suas consequências serão proporcionalmente maiores”.

Um destes efeitos que se destaca é o enorme aumento no montante de informação. Outro ponto considerado como resultante dos meios eletrônicos é a participação do público. O circuito não é organizado de modo que as coisas sejam impelidas para fora dele. Ao contrário, ele as convida para dentro do sistema, envolvendo as pessoas de tal modo que elas colaborem com a comunicação.

O início do processo de criação de extensões, seja do corpo ou do sistema nervoso central, remete há mais de meio milhão de anos. Segundo Simeons (*apud* MCLUHAN, 2005), quando o homem começou a traçar seu caminho rumo ao progresso cultural, ele se deparou com a necessidade de uso de implementos e de controle sobre o fogo para lhe garantir a vida. Acontece que estes elementos não estavam relacionados ao corpo natural do homem e, por isto, não eram considerados pelo diencéfalo, grande centro regulador do corpo.

No entanto, é neste órgão que são gerados os estímulos do corpo. A criação de estímulos artificiais pelo homem, no caso os implementos e o fogo, fez com que alguns dos reflexos animais se tornassem obsoletos, enquanto outros passaram a ser considerados. Assim, a criação e o uso dos artefatos determinaram os estímulos e reflexos do homem de modo a serem considerados extensões do próprio corpo, como se fossem naturais ao homem.

McLuhan (2005) via nesta evolução dos meios como extensões do corpo humano, e depois do sistema nervoso central, como uma evolução do homem, que Darwin nunca poderia ter previsto. A eletricidade e as mídias criadas a partir desta tecnologia alteraram a comunicação e as relações humanas.

Percebemos no discurso de McLuhan uma ênfase do papel da energia elétrica na condução de uma perspectiva social completamente distinta da sociedade mecânica que

o antecedeu. E se o autor afirma que é na busca de analisar o presente que se compreende o futuro, é bem verdade que o canadense previu diversas alterações na estruturação dos meios de comunicação. Atualmente reconhecido com alguém que anteviu a internet, seus conceitos tem sido transpostos para a realidade atual sem grandes reflexões. O mais comum deles talvez seja exatamente a metáfora da Aldeia Global.

Entendida geralmente como a ampliação do fluxo de informações trocadas de forma contínua em um ambiente que desconsideraria as fronteiras geográficas, tornando, assim, um acontecimento a princípio localizado em algo comum a todo o globo, a Aldeia Global pensada a partir da televisão pode, segundo Pereira (2008), dar vez à metáfora de uma Teia Global. Esta última traria os princípios da conexão em rede, o aprimoramento dos sistemas comunicacionais, sendo compreendida como o efeito das inquietações do homem eletrônico (PEREIRA, 2008).

Destacamos que, para McLuhan, a eletricidade ocupa papel central em suas análises. Se Pereira observou que a internet é o aprimoramento deste indivíduo eletrônico, é possível afirmarmos que estamos vivenciando um processo de naturalização de uma técnica (a energia elétrica). Neste ponto, recorreremos a Flusser (2007, p. 90) que afirma que “após aprendermos um código, tendemos a esquecer a sua artificialidade”. O autor alemão estava tratando de linguagem e cita como exemplo a incorporação de gestos, que sequer pensamos mais a respeito de seus significados.

Não é difícil, assim, supormos que os gestos que nos auxiliam a navegabilidade de plataformas multissensoriais como os dispositivos desenvolvidos pela Apple, apesar de ainda serem novidades, não demorarão muito para, em uma próxima fase, estarem naturalizados. Trata-se da nova linguagem midiática, cujos movimentos dos dedos e do próprio corpo são a nova forma de relação entre os agentes dessa Teia Global de seres humanos e artefatos tecnológicos.

Flusser (2007) explica ainda que o homem é um ser que busca permanentemente acumular informações e vai passando este montante informacional para as gerações seguintes, ou seja, partilhando aquilo que armazenou. No atual estágio em que vivemos com os meios de comunicação digitais, apesar do crescente uso da palavra “revolução” para distinguir o que temos presenciado, percebemos que estamos apenas seguindo a



marcha natural do ser humano em sua busca pelo aprimoramento de truques que o auxiliem a acumular informações.

A disposição em teia (ou rede) é, portanto, uma maneira extremamente eficaz de compartilhamento e armazenamento dos conteúdos e, seu processo de naturalização, já nos distancia de um corpo artificial. Nesta perspectiva, há uma consolidação não mais de aparelhos multissensoriais que são extensões de nosso corpo, como um apêndice deste, mas um corpo que só é possível na presença destes artefatos. Flusser (2007, p. 89) compreende que “o homem é um animal não natural”, mas que esquece a artificialidade de alguns de seus próprios elementos. Sendo assim, provavelmente incorporaremos os novos dispositivos, como já o fizemos com a linguagem e a eletricidade e reorganizemos o nosso corpo e, principalmente, o funcionamento do nosso sistema nervoso central.

### **3 A Apple e o fascínio pela multissensorialidade**

Para compreender o fascínio causado pelos produtos que conquistaram o público por sua praticidade, qualidade e multissensorialidade, é fundamental traçarmos um breve levantamento acerca da trajetória da *Apple* e das suas inovações. Fundada em 1976, pelos sócios Steven Jobs e Stephen Wozniak, a empresa teve início com a criação do *Apple I*. Já em 77, Jobs e Wozniak lançaram o *Apple II*, no qual introduziram acessórios até então inusitados: um teclado e um monitor colorido (CARVALHO, 2009). Porém, foi em 1984, com o lançamento do *Macintosh* e a inclusão do *mouse*, que a marca trouxe significativas inovações.

O lançamento do *Macintosh* não representou apenas o começo das inovações tecnológicas da *Apple*, mas mostrou ao mercado uma tendência que passou a seguir essas modificações na medida em que a empresa se solidificava, fazendo com que seus produtos não se tornassem apenas objetos de desejo, mas também o reflexo do indivíduo, bem como a extensão do seu corpo a partir, especificamente, da utilização de suas mãos.

De acordo com Santaella (2010, p. 197) ao utilizar a mão e as pontas dos dedos para movimentar o *mouse*, “um complexo processo mental e visomotor é acionado”. A autora defende que “grande parte da nossa inteligência tátil se concentra na ponta dos

nossos dedos, de modo que estes se constituem no recurso biológico mais simples, dinâmico, intuitivo e sensorialmente eficaz para a manipulação da interface de imagem na tela” (SANTAELLA, 2010, p. 190).

Tal fenômeno se deve ao sistema háptico, que é constituído por inúmeros subsistemas e receptores nos tecidos capazes de sensibilizar o corpo humano por inteiro. De fato, explica Santaella (2010, p. 196), “é tal a concentração da sensibilidade tátil nas pontas dos dedos, especialmente do indicador, que, na realidade, é a sensibilidade do corpo inteiro que se desloca para essa extremidade”. Ou seja, é nas mãos que encontramos faculdades interativas e integradas para utilizar e explorar não só um produto, mas todo seu universo.

A partir de Baudrillard, Santaella (2010) nos explica que este fascínio pela marca faz parte da lógica formal da mercadoria, a qual integra, dentro de um único produto, muitas das necessidades, sentimentos, cultura e saber do indivíduo: “os objetos nunca se esgotam naquilo para que servem, e é neste excesso de presença que assumem sua significação de prestígio, que designam não mais o mundo, mas o ser e a posição social do seu detentor” (BAUDRILLARD *apud* SANTAELLA, 2010, p. 331). A aquisição do equipamento da *Apple* se torna, então, a saciedade de uma necessidade a ser suprida.

Estes juízos de valores tornaram-se evidentes quando a *Apple* decidiu fazer uso da inicial “i” em seus produtos. “Originalmente representava a ‘internet’ mas, passado algum tempo, adquiriu a conotação de pessoal, uma vez que ‘I’, em inglês, significa ‘eu’” (RASMUSSEN, 2009, p.1). O primeiro deles foi o *iMac* e logo em seguida, surgiram vários outros, dentre eles: o *iBook* (1999), o *iPod* (2001), o *iTunes* (2001), o *iMac LCD* (2002), *iTunes Store* (2003), *iPod Mini* (2004), o *iPod Shuffle* (2004), o *MacBook* (2006), a *Apple TV* (2007) e o *iPhone* (2007).

Em 2010, foi lançado o *iPad* que, no primeiro dia, vendeu 300 mil unidades no mundo (GUIZZO, 2010). Já em março de 2011, o lançamento do *iPad 2* gerou tamanha expectativa entre seus usuários que estes chegaram a ficar por até 9 horas<sup>9</sup> em uma fila para adquirir o produto.

---

<sup>9</sup> Dados disponíveis em < <http://macworldbrasil.uol.com.br/noticias/2011/05/27/ipad-2-e-lancado-no-brasil-e-brasileiros-enfrentam-filas/>>. Acesso em 29 set. 2011.

A comoção pela *Apple* tornou-se tamanha que Felinto (2008), a partir de Campbell, afirma que os usuários, jornalistas e acadêmicos da área de tecnologia, têm frequentemente apelidado o aparelho como “Jesus *Phone*” – não só por possuir milhares de seguidores, mas também pela capacidade multitarefa que este tem.

Devemos entender, então, que o deslumbramento criado pela *Apple* não se deve apenas às funcionalidades do produto e à sua linguagem multissensorial, mas também “ao esquecimento dos protocolos de funcionamento das mídias, das normas e padrões que a governam” (FELINTO, 2008, p. 2). Estes são oferecidos devido à presença de alguns aplicativos, que fazem com que o aparelho esteja presente durante várias atividades do indivíduo ao longo do dia, e muitas vezes já faça parte da sua rotina, a tal ponto que este não se imagine mais sem o equipamento, que de certa forma faz parte do seu corpo: “ao tocar na tela, em certo sentido, penetro nesse outro mundo de possibilidades tecnológicas, no qual me sinto um explorador não mais do espaço sideral, mas de uma nova fronteira imaterial engendrada pelas tecnologias digitais” (FELINTO, 2008, p. 4).

O fascínio pelos produtos e pela marca *Apple* é tão grande e comove o público consumidor, de tal maneira que a busca em possuí-los chega a gerar um descontrole por parte de alguns usuários. Como ilustração, podemos citar o caso de um adolescente que em junho deste ano vendeu um rim para poder adquirir um *iPad 2*. O chinês Zheng, de 17 anos, negociou um de seus rins no mercado negro de órgãos para conseguir o equivalente a três mil dólares e assim adquirir a segunda versão do *tablet* da *Apple* (ARRUDA, 2011).

### **Considerações finais**

O entendimento de McLuhan de que a comunicação elétrica forma um circuito que implica a participação e o envolvimento daqueles que fazem parte do processo parece ser adequado aos estudos da comunicação digital, conforme verificamos no caso da *Apple*.

As tecnologias desenvolvidas pela multinacional incluem o consumidor no circuito e o considera parte fundamental para que a comunicação se efetive. Embora os indivíduos tenham

consciência do fascínio que possuem pelos produtos da *Apple*, tal como Narciso, eles ficam entorpecidos em sua narcose.

Estamos cercados de mídias eletrônicas e digitais que acentuam todos os nossos sentidos, mesmo sem termos sido educados para lidar com elas e nem mesmo preparados fisicamente. Parece-nos que a incorporação da tecnologia como extensões do nosso corpo ou do nosso sistema nervoso central passa por um processo de estranhamento à naturalização, até o ponto que não sabemos mais distinguí-las do nosso corpo humano (FLUSSER, 2007).

É interessante considerar que mesmo que haja a naturalização e incorporação das extensões tecnológicas ao nosso corpo, alguns produtos ou marcas parecem ser mais facilmente integrados. É o caso da *Apple*, que concorre com produtos semelhantes, mas destaca-se como prolongamento e ampliação dos nossos sentidos por possuir os consumidores mais ativos e mais propensos à interação online (PRIMEIRA..., 2011).

McLuhan foi criticado e questionado diversas vezes sobre a sua posição frente às tecnologias e aos meios de comunicação. Encarado como determinista tecnológico, o autor chegou a afirmar que era contra quase todas as suas teorias, mas acreditava que apenas buscando a compreensão destes fenômenos, conseguiria se opor a elas.

O pesquisador canadense ainda afirmou que é preciso dar um pouco de ordem a todas estas extensões do corpo e do sistema nervoso central. Talvez seja a partir de pesquisas que proporcionem o conhecimento destas questões que consigamos alcançar esta ordem. Afinal de contas, o cenário da comunicação e suas tecnologias podem nos levar para dois caminhos: subterfúgio ou destruição (McLUHAN, 2005).

Esta postura do autor nos motivou a buscar estudos que nos permitissem maior conhecimento a respeito do fascínio sobre a técnica, da instintividade provocada pelos aparelhos multissensoriais, bem como dos meios de comunicação digitais como extensões do sistema nervoso central. A partir da compreensão destes pontos, acreditamos chegar mais próximos de uma explicação para a atuação da empresa *Apple* no mercado contemporâneo e desta forma entendermos como lidar com o domínio da multinacional sobre nossos corpos e processos comunicacionais.

Isto porque se entendermos a *Apple*, sua tecnologia e marca, como uma extensão do nosso sistema nervoso central, assim como as demais mídias eletrônicas e digitais, estaremos colocando esta empresa no lugar de comando dos nossos sentidos. Daí a

necessidade de entendermos os processos de comunicação e envolvimento com as tecnologias e seus papéis como extensões de nós mesmos.

Por fim, o símbolo da *Apple*, uma maçã mordida, remete ao fruto proibido, que instaura desejos nos indivíduos, mas no caso em questão, tem relação também com a vontade de adquirir um determinado conhecimento que a princípio não estaria ao alcance de todos. Além disso, a mordida na maçã nos lembra do sentido que degusta a fruta, e associa à visão, que se deslumbra com a sua beleza e atratividade. Vemos, portanto, que a marca da empresa já revela o apelo da multisensorialidade como estratégia para alcançar o fascínio de seus consumidores a ponto de se tornar uma extensão do nosso sistema nervoso central.

## Referências

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Disponível em: <[http://adorno.planetaclix.pt/d\\_e\\_conceito.htm](http://adorno.planetaclix.pt/d_e_conceito.htm)>. Acesso em: 10 jul. 2011.

ARRUDA, Felipe. **Adolescente vende um rim para comprar iPad 2**. 2011. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/10465-adolescente-vende-um-rim-para-comprar-ipad-2.htm>>. Acesso em: 05 jul. 2011.

CARVALHO, Frederico Mendes. **O caso Apple: inovação como diferencial competitivo**. 2009. Disponível em: <[http://revista.newtonpaiva.br/seer\\_3/index.php/RevistaPos/article/viewFile/47/55](http://revista.newtonpaiva.br/seer_3/index.php/RevistaPos/article/viewFile/47/55)>. Acesso em: 12 jul. 2011.

FELINTO, Erick. **A religião das máquinas: ensaios sobre o imaginário da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

\_\_\_\_\_. **Think different: estilos de vida digitais e a cibercultura como expressão cultural**. 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4794/3598>>. Acesso em 29 set. 2011.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GUIZZO, Erico. **Os segredos do iPad**. 2010. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI132427-15201,00.html>>. Acesso em: 09 jul. 2011.

HEIDEGGER, Martin. A questão da técnica. **Scientiae Studia**. São Paulo, v.5, n.3, p.375-98, 2007.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 3 ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

McLUHAN, Marshall. **McLuhan por McLuhan: entrevistas e conferências inéditas do profeta da globalização**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

\_\_\_\_\_. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.

MCLUHAN'S wake (documentário). Canadá, 2002. Disponível em: <<http://www.vimeo.com/23890132>>. Acesso em: 19 mai. 2011.

PEREIRA, Vinícius Andrade. Vinícius Andrade. **A teia Global: McLuhan e Hiper mídias**, 2008. Disponível em <<http://www.leatrice.files.wordpress.com/2008/05/aldeia-global.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2011.

\_\_\_\_\_. G.A.M.E.S.2.0: Gêneros e gramáticas de arranjos e ambientes midiáticos mediadores de experiências de entretenimento, sociabilidade e sensorialidades. **Compós**, 2008. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/pagina.php?menu=8&mmenu=0&fcodigo=294>>. Acesso em: 30 jun. 2011.

\_\_\_\_\_. Tendências da comunicação de comunicação: da escrita às mídias digitais. Intercom, 2002. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <[http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18848/1/2002\\_NP8pereira.pdf](http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18848/1/2002_NP8pereira.pdf)>. Acesso em: 30 jun. 2011.

\_\_\_\_\_. Marshall McLuhan, o conceito de determinismo tecnológico e os estudos dos meios de comunicação contemporâneos. **Revista UNirevista**. São Leopoldo, v. 1, n. 3, p 1-10, jul. 2006.

PRIMEIRA pesquisa #mobile consumidor móvel 2011. Disponível em: <<http://www.coxacreme.com.br/2011/07/29/estudo-consumidor-movel-2011-2/>>. Acesso em: 26 set. 2011.

RASMUSSEN, Bruna. **A história da Apple, a marca da maçã**. 2009. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/2114-a-historia-da-apple-a-marca-da-maca.htm>>. Acesso em: 10 jul. 2011.

SANTAELLA, Lucia. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.