



Comunicação, consumo e entretenimento: a construção diegética da marca *Apple* no filme *Jobs*¹

Communication, consumption and entertainment: the diegetic construction of the Apple brand in the movie Jobs



Beatriz Braga Bezerra²

¹Uma primeira versão desse trabalho foi apresentada na Divisão Temática Ibercom DT17 – Discursos e Estéticas da Comunicação do XIV Congresso Internacional IBERCOM, na Universidade de São Paulo, São Paulo, de 29 de março a 02 de abril de 2015. O presente texto dá continuidade ao artigo apresentado no Grupo de Trabalho 06 – Comunicação, Consumo e Subjetividade do 4º Encontro de GTs – Comunicon, realizado nos dias 08, 09 e 10 de outubro de 2014.

²Doutoranda em Comunicação e Práticas de Consumo na Escola Superior de Propaganda e Marketing (Bolsista Capes – PROSUP) e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: beatriz.braga@hotmail.com.

Diante do exposto ao longo do trabalho, analisaremos adiante uma obra fílmica visando localizar os aspectos trabalhados pela marca com o objetivo de construir sua identidade dentro da trama cinematográfica.

A marca *Apple* no filme *Jobs* (*Jobs*, 2013) de Joshua Michael Stern

Dentre as estreias de 2013, a obra de Stern se destaca como um “filme de marca” por narrar a história do co-fundador da empresa *Apple* e, portanto, conter de forma intensa menções e argumentos em defesa da marca. Também é possível localizá-la nos materiais de divulgação do filme: cartazes, anúncios, o próprio trailer e, posteriormente, a capa do DVD. A logomarca da empresa, a maçã, é utilizada para compor o título do filme no cartaz de divulgação que também exibe um computador ao fundo. Em um trecho do trailer, o *Ipod* é apresentado; e na capa do DVD, as cores escolhidas podem ser associadas à antiga logomarca da empresa, “*the rainbow Apple*”⁹.

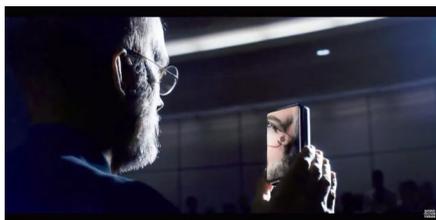


Figura 1. Cartaz do filme. Figura 2. Trecho do trailer. Figura 3. Capa do DVD.

O filme descreve as nuances da personalidade forte e inconstante de Steve Jobs em sua carreira na *Apple*. Desde a fundação da empresa na garagem dos pais ao sucesso e crescimento da companhia com a evolução das vendas do computador pessoal. Ao longo desse percurso são evidenciados momentos de fúria e intolerância junto aos funcionários (cena em que demite um funcionário gritando na frente da equipe) e, em contrapartida, discursos inspiradores sobre criatividade e inovação (várias cenas motivacionais junto aos colaboradores). Segue uma breve sinopse do filme:

De hippie sem foco nos estudos a líder de uma das maiores empresas de tecnologia do mundo. Este é Steve Jobs (Ashton Kutcher), um sujeito de personalidade forte e dedicado, que não se incomoda de passar por cima dos outros para atingir suas metas, o que faz com que tenha dificuldades em manter relações amorosas e de amizade¹⁰.

⁹A evolução da logomarca da *Apple*: <http://www.edibleapple.com/2009/04/20/the-evolution-and-history-of-the-apple-logo/>. Acesso em: 02/03/15.

¹⁰Texto da contracapa do DVD.

Partindo de uma cena inicial em que Jobs apresenta o Ipod em 2001, o filme regressa no tempo ao retratar a juventude de Steve, ainda na faculdade. Usando drogas e avesso aos moldes convencionais da educação superior, Jobs dá seu primeiro passo em direção ao empreendedorismo quando se sente desafiado a criar um jogo em cores na Atari, empresa em que trabalhava com a promessa de U\$ 5 mil dólares.

Auxiliado por seu colega Steve Wozniak, Jobs entrega o jogo ao chefe e sua questionável postura já se revela ao repassar para esse colega somente U\$350 dólares. Por outro lado, Jobs se depara com o novo trabalho de Wozniak e enxerga uma perspectiva ali: um computador atrelado ao visor da televisão. Era o protótipo do computador pessoal. A partir de uma feira de inventores, Jobs consegue um negócio com um comerciante do ramo de informática para a produção de placas de computador. Dessa forma surgiu a Apple, com uma equipe convocada para trabalhar em uma oficina improvisada na garagem da casa dos pais de Jobs.



Figura 4. Cena da garagem da casa de Jobs. Figura 5. Cena de Jobs buscando financiadores. Figura 6. Cena da vista aérea da sede da Apple.

Por ter como cenário, em boa parte do filme, as salas e os funcionários da empresa, a Apple compõe o espaço diegético do filme: a garagem apertada, mas organizada em sua primeira linha de produção; a diversidade inclusiva dos funcionários; a grandiosidade da sede da empresa; e a personalidade de Jobs ao andar descalço, se empenhar para conseguir financiadores e trabalhar exaustivamente para solucionar crises.

Exigente e perfeccionista, Jobs travou verdadeiras batalhas com o conselho de acionistas da empresa ao liderar projetos excessivamente custosos, sendo afastado da companhia por votação unânime, mas recontratado anos depois para realinhar a Apple e resgatar seus valores originais.

No decorrer da trama, outros aspectos subjetivos e produtos são apresentados orquestrando, assim, a criação de uma identidade da marca Apple na obra audiovisual¹¹.

¹¹Resenha disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI341011-17770,00.html>. Acesso em: 02/03/15.



Figura 7. Computador Apple II exposto no filme. Figura 8. Layout do Macintosh mostrado no filme.

Essa identidade é mais bem compreendida e defendida pelo próprio Jobs no discurso da campanha publicitária “*Think Different*”¹² também reproduzido no filme.

Isso é para os loucos, os desajustados, os rebeldes, os desordeiros, para os peixes fora d’água, para aqueles que veem as coisas de forma diferente. Eles não gostam de regras e não nutrem o menor respeito pelo status quo. Você pode excitá-los, discordar deles, glorificá-los ou difamá-los. A única coisa que você não pode fazer é ignorá-los. Porque eles transformam as coisas, eles impulsionam a raça humana pra frente. E enquanto alguns podem vê-los como loucos. Nós vemos o gênio. Porque as pessoas que são loucas o suficiente para achar que podem mudar o mundo são aquelas que o fazem.

A partir desse texto, fica evidente a forma que o ex-CEO da Apple entendia a empresa e a sua relevância para o mundo, seu papel agregador, inclusivo e transformador. É válido ressaltar que diversas críticas¹³ foram proferidas ao filme alegando seu caráter demasiadamente exaltador à figura de Jobs e pouco realista, entretanto, aqui, não se considera relevante questionar a veracidade da obra que, embora biográfica, é ficcional e não documental.

Considerações finais

Podemos afirmar, após a análise do filme, que diversos elementos perpassam a narrativa e contribuem para a construção identitária da marca Apple. Aspectos diegéticos relacionados à composição do cenário pontuam características da empresa, do ambiente de trabalho e do paradoxo clima ali vivido. Aspectos mais subjetivos como as falas dos funcionários e a própria postura de Jobs atestam as habilidades necessárias para pertencer à empresa: dedicação, persistência e, sobretudo, paixão pela inovação.

¹²Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tU5vsbs3vtA>. Acesso em: 20/03/2015.

¹³Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/09/1338290-critica-jobs-o-filme-falha-aomitir-lado-ordinario-de-criador-da-apple.shtml>. Acesso em: 20/03/2015.

