



澳門大學  
UNIVERSIDADE DE MACAU  
UNIVERSITY OF MACAU



澳門理工學院  
Instituto Politécnico de Macau  
Macao Polytechnic Institute



旅遊學院  
INSTITUTO DE FORMAÇÃO TURÍSTICA  
Institute for Tourism Studies



澳門科技大學  
UNIVERSIDADE DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MACAU  
MACAU UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY

## **Exame Unificado de Acesso (Línguas e Matemática) às Quatro Instituições do Ensino Superior de Macau**

**Exames e Resposta do Ano 2018**

**Português A**

## Entrevista a Gilles Lipovestky

**Desde que começou a refletir sobre a hipermodernidade, que temas considera terem adquirido ou perdido relevo?**

Não me é difícil responder a esta questão porque aquilo a que chamei de «hipermodernidade» é um modelo teórico para compreender o mundo contemporâneo. Este modelo baseia-se em três lógicas fundamentais: 1) o mercado; 2) a tecnociência; 3) e a cultura individualista democrática. Penso que o universo hipermoderno é aquele que dedicou toda a sua extensão aos três conceitos referidos e que causou a queda dos antigos limites a este universo mercante, técnico e democrático.

No último livro, *La Culture Monde*, voltei a usar aquela terminologia, mas juntei-lhe outras duas lógicas que estão relacionadas (*media* e consumo), para poder transmitir com mais precisão os três conceitos. São essas as questões fundamentais que, de momento, estão a reestruturar em profundidade todo o planeta; e, com base nessa reestruturação, penso que o futuro vai caminhar para a unificação do mundo. A unificação planetária não implica necessariamente o desaparecimento das diferenças. Os problemas que se irão levantar estarão forçosamente ligados à questão das sociedades que se desenvolvem e crescem de forma cada vez mais competitiva e técnica. Haverá mais competição e individualismo (é importante reparar que, hoje em dia, a taxa de natalidade do Irão é muito semelhante à da França). O individualismo também está presente nos países fundamentalistas. No entanto, este universo que se estabelece em estruturas semelhantes depende da existência da diferença e do conflito. Desta forma, temos um planeta que está a tornar-se mais unificado e uniformizado pelos mesmos princípios e modos de vida. Por exemplo, os telemóveis: não há nenhum canto do planeta em que as pessoas não os utilizem; a Internet, os filmes que vemos na televisão, a massificação da pílula, tudo isto se disseminou pelo planeta. E, no entanto, os conflitos mantêm-se. Muito provavelmente, surgirão cada vez mais disputas económicas, porque a China, a Índia, o Brasil e a Indonésia são potências em crescimento e vêm destabilizar ainda mais o Ocidente. Teremos ainda de enfrentar esse desafio.

**Falemos então de ecrãs. No seu livro não fala do telemóvel. Porquê? Não o considera um elemento importante?**

Considero-o um elemento extremamente importante. O telemóvel tornou-se uma espécie de *medium* universal. É o caso do fenómeno iPhone, por exemplo, um telemóvel

que permite aceder à Internet, ouvir música, jogar, tirar fotografias e fazer filmes. Toda esta rede com um só instrumento, um ecrã global. Os telemóveis de hoje já rivalizam com os computadores portáteis, pois os telemóveis são verdadeiramente portáteis e permitem aceder ao *e-mail* enquanto se caminha pelas ruas. As pessoas comunicam através do ecrã. Este é precisamente uma das faces da cultura-mundo.

Na verdade, o primeiro protótipo da cultura-mundo foi o ecrã. O primeiro ecrã foi o cinema. Em 1895 deu-se o aperfeiçoamento do cinema pelos irmãos Lumière, em Paris, e pouco tempo depois surgiu a indústria do cinema. Esta, e em particular a indústria do cinema americano, criou filmes que foram exportados para o mundo inteiro. As imagens de Hollywood rapidamente se tornaram conhecidas por todo o planeta. As massas começaram a sonhar com as *stars* e com todo o universo que as envolvia. O cinema tornou-se, assim, um *medium* a nível planetário.

Seguiu-se o segundo grande ecrã: a televisão. A televisão era uma espécie de cinema em casa. A informação, a imagem, o mundo, tudo passou a estar em permanência na nossa habitação. Agora, encontramos-nos num terceiro patamar, num terceiro grau: o ecrã digital, a Internet. A Internet altera de forma fundamental esta lógica de ecrã porque, com o cinema e com a televisão, o espectador tem um lugar passivo: vê e ouve, mas não pode fazer mais nada. Hoje em dia, o ecrã digital apresenta-nos bastante mais oferta, possibilidades de canais variados; podemos gravar as emissões e ser ativos: escrever em blogs, enviar *e-mails*, participar em redes sociais. Posto de outra forma, de hoje em diante, o universo do ecrã global é um universo de interatividade, que não é de todo como o universo do cinema, de passividade total. A dinâmica alterou-se radicalmente. Por um lado, este fenómeno acelera a individualização; por outro, reduz as distâncias. Através deste ecrã global, podemos aceder às informações de imediato. Temos, portanto, um universo do ecrã que contribui para a individualização e para a conquista de uma consciência planetária.

Este era um primeiro ponto. O segundo, que procurei desenvolver no livro, fala do seguinte paradoxo: durante muito tempo, o cinema foi o ecrã absoluto (primeiro ecrã moderno) e dominou a cultura; era o lazer número um das massas. Nos anos de 1930, 1940 e 1950, ir ao cinema era formidável, era um ritual. Hoje em dia, tem diversos concorrentes (outros lazeres, como o desporto, a música e a Internet), que em muito afetaram os níveis de audiência. Os europeus vão entre duas e três vezes por ano ao cinema, em média, mas vêem imensos filmes em casa. O cinema perdeu o seu lugar e o seu estatuto. Era o centro da cultura de massas, não da cultura universitária, por exemplo, mas para a cultura de massas era o mais importante. Isso já não acontece.

É interessante verificar que, apesar de o cinema já não ser o coração, o centro

dessa cultura de massas, é aí que ele triunfa. E triunfa porque se soube exportar, bem como à lógica do hiperespectáculo, do divertimento e das *stars*, para os outros ecrãs. Se olharmos para esta lógica tripartida, verificamos que se encontra presente nos outros ecrãs. Por exemplo, a publicidade transformou-se em função do cinema, importou o modelo deste: existem anúncios cada vez mais criativos, ricos e espetaculares. Tal como o cinema. Antes, existiam anúncios simples e repetitivos. Hoje, são verdadeiras curtas-metragens, filmes de 20 ou 25 segundos. Também assistimos às transmissões de grandes acontecimentos desportivos como assistimos a um filme, com os grandes planos, com as diferentes perspetivas e com todas estas animações permanentes que alteram o universo da televisão.

Os jogos de vídeo integraram, em grande medida, os aspetos de criação de cenários dos filmes. O mesmo sucedeu com os videoclipes, vídeos que acompanham as músicas. Se formos ao Youtube procurar qualquer canção, aparece-nos de imediato um pequeno filme com toda uma *mise-en-scène* que corresponde aos modelos do cinema. E poderíamos continuar com esta análise para o mundo da política, da televisão pública... Em todas as áreas, a lógica do espetáculo conquistou os universos dos ecrãs e a cultura em geral. Podemos concluir, portanto, e esta é a principal tese do livro, que o cinema mudou a nossa forma de olhar o mundo. O cinema tem uma função antropológica e social, e é isso que o livro procura analisar. O cinema não é só uma fábrica de sonhos: mudou efetivamente o nosso modo de olhar o mundo e de o apreender. De tal forma que, agora, quando andamos pelas cidades ou apanhamos um avião, temos connosco as ideias e as imagens que o cinema nos forneceu. E, acima de tudo, nós desejamos viver como num filme. Hoje em dia, os centros das cidades são «decorados» como se fossem cenários cinematográficos; não é possível irmos a um restaurante sem ouvirmos música; temos música por todo o lado, porque nos filmes há música por todo o lado. O cinema levou a que se criasse a vida como se fosse um filme. Nós queremos viver como nos filmes.

**E com a divulgação de dispositivos como o iPad da Apple, pensa que o livro irá perder a sua importância?**

Não, o livro não. O livro em papel, talvez. Os livros digitais são livros. Portanto, penso que isso não será um problema... Sê-lo-á para as editoras, que têm de encontrar um modelo económico que funcione face a esta nova realidade. Mas não considero que o livro esteja ameaçado, até porque nunca se publicaram tantos como atualmente. Em Portugal, são editados dez mil livros por ano; em França, entre cinquenta mil e sessenta mil; nos EUA, publicam-se cerca de cem mil livros por ano. Estamos numa fase de











2. “Será que o ecrã irá fazer surgir uma nova relação com o livro?” (8%)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**B2. Transforme as seguintes frases (sublinhadas no texto). (15%)**

1. Reescreva a frase com “**É possível**” “Os jogos de vídeo integraram, em grande medida, os aspetos de criação de cenários dos filmes”. (7%)

É possível \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

2. Reescreva a frase com “**Para que**” “para poder transmitir com mais precisão os três conceitos”. (8%)

Para que \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---



Resposta :

A.

1. Dê um título alternativo ao texto e justifique-o a partir da temática central que nele é tratada.

**Tecnologias de informação e comunicação e unificação planetária. Na perspectiva do autor, o mundo está cada vez mais unificado e uniformizado, uma vez que as novas tecnologias, nomeadamente os telemóveis, a Internet e o cinema fazem parte dos modos de vida do planeta.**

2. Como é que Gilles Lipovestky se refere ao conceito de ‘hipermodernidade’? Justifique a sua resposta indicando duas frases do texto.

**Concebendo-a como uma forma que nos permite compreender o mundo actual – “hipermodernidade” é um modelo teórico para compreender o mundo contemporâneo”. Para a constituição e caracterização deste modelo entram os aspectos sociais do mundo moderno, o funcionamento do mercado, o desenvolvimento da ciência aliada à tecnologia, a cultura democrática, o modo de consumo e a utilização das novas tecnologias – “Este modelo baseia-se em três lógicas fundamentais: 1) o mercado; 2) a tecnociência; 3) e a cultura individualista democrática. [...] juntei-lhe outras duas lógicas que estão relacionadas (consumo media)”.**

3. O que é que o autor pensa sobre a uniformização e a unificação das diferentes culturas do mundo?

**O autor acha que o futuro da humanidade vai no sentido da uniformização e da unificação, uma vez que os modos de vida, como a utilização dos telemóveis, a internet são universais. Nas sociedades modernas há cada vez mais competição e individualismo, acentuando ainda o autor que esta uniformização não eliminará as diferenças.**

4. Qual é a posição do autor relativamente à importância das novas tecnologias de informação e de comunicação (TIC)?

**O autor acha que as novas tecnologias contribuem decisivamente para a uniformização planetária, com modos de vida semelhantes, com a disseminação dos telemóveis e da internet, tornando-se o centro da cultura de massas e criando uma maior e forte proximidade.**

5. Indique os momentos marcantes que o autor refere a propósito da importância dos ecrãs na vida quotidiana.

**O primeiro ecrã foi o cinema que mudou a nossa forma de olhar o mundo, criando uma indústria que universalizou as imagens e as stars, originando hábitos sociais como o ritual das sessões de cinema. Um segundo momento foi o surgimento da televisão que trouxe a imagem e a informação para o espaço doméstico. Um terceiro momento foi o**

**aparecimento e utilização da internet ou ecrã digital, com mais ofertas, possibilitando ao utilizador maior interactividade e um papel mais ativo ao participar nas redes sociais, escrevendo blogues, ao mesmo tempo que encurta distâncias.**

6. Qual é a opinião do autor em relação ao futuro dos livros e do mercado editorial?

**Considera que o livro não está ameaçado pelas novas tecnologias, pois o número de publicações tem aumentado sensivelmente em muitos países. A aproximação às novas tecnologias, surgindo mesmo os livros digitais, poderá criar uma nova relação com o livro e obrigará as editoras a adaptarem-se a esta nova realidade e às diferentes formas de difusão do livro.**

### **B1.**

1. “Apesar de o cinema já não ser o coração, o centro dessa cultura de massas, é aí que ele triunfa.”

**Embora o cinema já não seja o coração, o centro dessa cultura de massas, é aí que ele triunfa.**

2. “Será que o ecrã irá fazer surgir uma nova relação com o livro?”

**O ecrã irá fazer surgir uma nova relação com o livro?**

### **B2.**

1. Reescreva a frase com “**É possível**” “Os jogos de vídeo integraram, em grande medida, os aspetos de criação de cenários dos filmes”

**É possível os jogos de vídeo terem integrado, em grande medida, os aspetos de criação de cenários dos filmes**

2. Reescreva a frase com “**Para que**” “para poder transmitir com mais precisão os três conceitos”.

**Para que se possa transmitir com mais precisão os três conceitos.**