

Os vídeos interativos e suas modalidades

Sergio Ricardo Santos¹

Orientação: Prof. Vicente Gosciola

Resumo

Este artigo trás um estudo de obras audiovisuais que utilizam a interatividade em sua narrativa, os chamados vídeos interativos, presentes na web e em DVD. Desenvolve uma discussão sobre as diferenças entre interação e interatividade em vídeos interativos. Estabelece uma classificação de modalidades formas interativas em audiovisual.

Palavras-chave: *interatividade, internet, vídeo interativo, novas mídias*

Introdução

Já não nos contentamos com superfícies. Estamos mesmo tentando penetrar o impenetrável, o ecrã do vídeo. (KERCKHOVE, 1997, p. 193).

Hoje, com a implantação do Sistema de Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), a TV começa a incorporar conteúdos interativos. A internet no país tende a ficar mais rápida, o que facilita a distribuição destes conteúdos na rede, porém ainda está em uma fase inicial de expansão. A tendência nesta segunda década do séc. XXI parece ser a de fazer com que o espectador não só receba o conteúdo, mas também que faça parte dele e até mesmo que o altere, levando esta forma de comunicação existente no computador para a TV da sala. Este ainda é um campo novo e necessita de profissionais que experimentem novos formatos de conteúdos, tanto para TV como para web. Vicente Gosciola, em seu “Roteiro para novas mídias” (2003, p. 107), diz que ainda não se pode considerar que estamos atravessando um

¹Aluno do curso de Comunicação Social – Rádio e TV da Universidade Anhembi Morumbi – UAM em São Paulo.

período clássico das mídias interativas, porque a linguagem não está plenamente explorada.

Este artigo traz uma análise dessas obras audiovisuais que utilizam a interatividade em sua narrativa, os chamados “Vídeos Interativos”, presentes nos meios como: web, CD-Rom, DVD e agora em Blu-ray Disc e TV digital. Entende-se aqui por vídeo interativo aquele produzido com a finalidade de proporcionar, ao que chamaremos de *espectador/usuário*, uma certa “participação” em sua narrativa. Este tipo de produção demanda conhecimentos não só do campo audiovisual como também de lógica e programação. Arlindo Machado (2001, p. 46) observa que hoje, muitos artistas se unem a programadores, engenheiros, e até mesmo passam a estudar linguagens de programação, visando ultrapassar os obstáculos encontrados na produção digital, principalmente para web.

Analisamos neste artigo somente os vídeos interativos publicados na internet e DVD. De início procuramos compreender melhor o conceito de interação e interatividade, quais as possibilidades que o *espectador/usuário* tem em uma e outra situação, e em que grau os vídeos se encaixam nessas concepções. Mostramos 5 obras audiovisuais que caracterizam formas distintas de proporcionar interatividade. Sendo um enfoque novo, separamos essas diferenças interativas em modalidades, e procuramos expor de forma organizada nomeando-as.

Interação

Vamos entender melhor os conceitos de interação e interatividade. Para isso vamos abordá-los separadamente buscando fazer uma ligação entre afirmações de diversos autores. De acordo com o dicionário Aurélio, interação é a ação que designa um ato exercido mutuamente entre duas ou mais coisas, ou duas ou mais pessoas; ação recíproca, que gerou o adjetivo interativo, relativo “*àquilo em que há interação*” (AURÉLIO, 2004, versão 5.0). Sendo uma ação recíproca, e existindo mais de uma forma de interação, Loes de Vos (2000, p. 38), separa em: humano-humano (comunicação face a face), humano-meio-humano (comunicação de massa, telecomunicações, comunicação mediada por computador) e humano-meio (homem-máquina ou homem-computador). Mas não se deve pensar interação como uma relação com a máquina, mas sim uma relação que gera o diálogo e a participação, num caminho bidirecional. Essa questão da interação pode ser

muito ampla se estudada em todas as suas formas, aqui vamos tratar a interação apenas na relação homem-máquina, no caso, o computador e DVD.

Mark Meadows (2003, p.44-45) define a interação com um relacionamento que mutuamente provoca mudanças. Para ele, em qualquer sistema, a interação é composta por etapas que o leitor (ou *espectador/usuário*) segue. E se o design deste sistema é bem planejado, gera um interesse crescente. As etapas que Meadows apresenta são: a) Observação – o leitor faz uma avaliação; b) Exploração – o leitor faz alguma coisa; c) Modificação – o leitor faz mudanças no sistema interativo; d) Mudança recíproca – o sistema muda as ações do leitor que está envolvido. e) Repetição – o leitor faz outra avaliação. Nesta etapa, o sistema que está rodando volta ao primeiro passo, o processo se aprofunda e aumenta a interação.

Interatividade

Originário do termo interação, interatividade surgiu no início do século XX, mas que só começou a ser difundido em meados dos anos 70 a partir das discussões da semiologia e da semiótica, sendo relacionado mais diretamente às tecnologias eletrônicas (ALVES, 2005, p. 58). Segundo o dicionário, interatividade é o caráter ou condição de interativo, ou ainda a capacidade de interagir ou permitir interação (AURÉLIO, 2004, versão 5.0). Lorenzo Vilches (2001, p. 229) diz que “a interatividade não é um meio de comunicação, mas uma função de um processo de intercâmbio entre duas entidades humanas ou máquinas”. É concebida segundo Lynn Alves, (2005, p. 58) como um processo de permuta contínua das funções de emissão e recepção comunicativa.

Hoje com todo o avanço tecnológico dos meios de comunicação, encontramos o termo sendo usado quase como um slogan por toda parte, nem sempre usado com o cuidado de entregar ao termo aquilo que lhe corresponde. Em 1988 Sheizaf Rafaeli (p.110) já advertia que “interatividade é um termo usado amplamente com um apelo intuitivo, mas é um conceito subdefinido”, sendo possível tirar muitas interpretações. Uma obra interativa pode “trabalhar com aspectos de linguagem e de tecnologia advindo de muitas áreas distintas do conhecimento humano” (GOSCIOLA, 2003, p.145). Portanto, torna-se necessário a escolha de um objeto de estudo definido quando se vai falar de interatividade, para que esta seja bem aplicada. No nosso caso, estamos estudando os vídeos interativos

disponíveis na internet e DVD. Interatividade então para nós é a ação que permite a possibilidade de: ver outros pontos de vista de uma mesma narrativa; alterar rumos da mesma; receber ou enviar conteúdos complementares à obra. Estas escolhas são preestabelecidas pelo diretor, roteirista ou webdesigner na construção da obra. Portanto, identificamos como objeto de estudo esses recursos digitais, que são característicos da chamada “*interação reativa*”, que define a interatividade apresentada.

A *interação reativa* é apresentada por Primo (2007, p.149-154) com características bem definidas: dependem da previsibilidade e da automatização nas trocas; é marcada por disparar potências; os resultados apresentados na tela reagem aos potenciais gravados; as trocas acontecem dentro dos limites previstos; depende das fórmulas previstas e insiste em seguir os trilhos demarcados; a programação prévia governa a relação.

É este sistema de um diálogo gravado que tomamos contado quando executamos obras interativas nas novas mídias (CD-Rom, DVD, web, Blu-Ray), vemos que na verdade elas mostram um estoque de informações previamente definidas (PRIMO, 2007 p.25). As informações são as mesmas para qualquer pessoa que acesse esse conteúdo, o receptor/usuário pode apenas “reagir” as perguntas apresentadas, escolher entre duas ou mais vias. É um sistema interativo, porém não totalmente, pois há limites impostos também pela máquina que os produtores procuram contornar, para passar a sensação de diálogo.

Raymond Willians (*apud* PRIMO, 1990, p.27) alerta a necessidade de se distinguir os sistemas interativos e os reativos. Para ele, um sistema interativo deveria dar total autonomia ao receptor (ou usuário) e viabilizar a resposta *criativa e não prevista* da audiência. Bem antes da internet, no cinema e na televisão houve experiências neste sentido de dar ao espectador “*algum poder*” de escolha. Algumas obras deram a possibilidade de escolhas entre bifurcações na narrativa, outras foram mais longe como no caso do *cinema expandido*, que procurava dar ao espectador a sensação de imersão, numa tentativa de tornar real uma interatividade segundo este conceito de “*criativa e não prevista*”. Na década de 1960 o cinema expandido segundo Jeffrey Shaw (2003, p. 357) procurou “expandir as fronteiras normais de experiência visual” construindo trabalhos interativos imersivos. Um exemplo citado por Shaw foi o *Movie Movie* (1969) criado para o Festival de Cinema Experimental de Knokke-le-Zoute na Bélgica. O experimento visava sair do conceito de moldura da tela do cinema, para isso fizeram uma estrutura inflável em que o filme era projetado na superfície. Esta estrutura possuía uma membrana exterior transparente e uma superfície interior branca.

No espaço intermediário entre a membrana transparente e a membrana branca, várias ações materiais eram executadas para materializar as imagens projetadas. Isso incluía inflar balões e tubos brancos e injetar fumaça. Esse trabalho procurava transformar a tela de projeção plana convencional em um espaço de visualização tridimensional, cinético e arquitetônico. ... o espaço de imersão da ficção cinematográfica incluía a imersão literal e interativa dos espectadores, que modulavam as formas em mutação da arquitetura pneumática, que, por sua vez, modulava as deformações das imagens projetadas. (SHAW, 2003, p. 358)

Em 1993, os filmes *Smoking e No smoking* de Alain Resnais apresentaram como explica Arlindo Machado (1997, p. 259), situações que se bifurcam, ações que retrocedem para um recomeço da narrativa. O filme constitui uma narrativa labiríntica que se multiplica em vinte e quatro possibilidades de ocorrência, cuja base é uma situação inicial simples (ALVES, 2005, p. 53). Ao todo são doze finais.

Na TV brasileira, houve um experimento interativo de grande sucesso que foi o programa “Você Decide” da Rede Globo exibido entre os anos 1992 e 2000. O programa exibido semanalmente era constituído de uma narrativa com dois finais diferentes em que era dado ao espectador escolher um. A votação era feita através do telefone e de entrevistas feitas em praça pública ao vivo, cada semana em uma cidade do Brasil. Para televisão este programa apresentou um nível de interatividade inovador.

Concomitantemente a isto, o DVD trouxe mais formas de interatividade inseridas no seu sistema de mídia. Pela primeira vez era oferecido em formato comercial, o acesso não-linear ao filme, e à capacidade de ter outras trilhas de áudio e materiais adicionais como imagem e artigos escritos ligados ao objeto central. (LUNENFELD, 2003, p. 377).

Tanto nestes exemplos que vimos e muitos outros experimentos que existem quanto nos vídeos interativos executados hoje no computador, seja internet, CD, DVD, Software ou Game, fazem parte da *interação reativa*, pois nunca terão uma total participação com público como o termo interação exige. Sempre estarão sob limitações técnicas e/ou impostas pelo produtor roteirista. Podemos afirmar através do que se construiu até hoje que todo produto audiovisual dito como interativo resume-se a “*reação*”, mas que nem por isso deixa de possuir interatividade, ainda que esta seja muito simplificada.

Gosciola (2009) adverte que “a interatividade prometida pelas novas mídias sempre foi alvo de críticas”. Andrew Cameron diz que a narrativa interativa promove no espectador a ilusão do controle da história, quando na verdade, ele teria diante de si uma estrutura de possibilidades restritas:

Como qualquer outra forma de representação, a interatividade é uma ilusão. Expõe-se no lugar de algo que não está lá. Qual é o referencial ausente de interatividade? Se interatividade promete ao espectador liberdade e escolha, é precisamente a falta de tal liberdade e escolha que esconde a interatividade (CAMERON, 1995, p.47).

Essa ilusão de liberdade faz com que a interatividade tenha que ser bem organizada pelo roteirista, é preciso segundo sugere Gosciola (2003, p. 87) “definir conteúdos consistentes, sem os quais não se justificaria a necessidade de abrir uma tela ou mais uma janela”. O espectador/usuário quando assiste a obra apresentada a ele, pode tomar algumas decisões entre opções que lhe são concedidas. (Primo, 2007, p.33). Porém se algo de errado inesperadamente acontece, o processo interativo termina. A troca de informação com o usuário deve ser testada antes pelo programador, e se no momento da execução, algo foge do que era esperado previamente, constitui um erro incontornável. As equipes de programação juntamente com o roteirista devem definir muito bem a estrutura interativa. Lembrando que é o conteúdo que vai fazer da obra mais ou menos interativa.

Tendo definido que os objetos de estudo são os vídeos, não cabe afirmar que a interatividade deveria ser “democrática”, ou seja, totalmente uma via de mão dupla, onde o usuário é um co-autor da obra, como alguns teóricos defendem. Vimos que na realidade o espectador/usuário sempre se está sob uma ilusão de liberdade de escolhas e fórmulas pré-organizadas que governam sua interação, sabemos que a máquina tem limites e não pode reagir a imprevistos, e o usuário é sempre imprevisível. A obra terá mais ou menos sucesso dependendo da precisão e coerência da narrativa, e das ligações entre os elementos que constituem a interação. Veremos a seguir exemplos de vídeos produzidos com diferentes experimentos interativos, e que exemplificam bem as definições apresentadas.

Avatar Interactive Trailer

“Avatar interactive trailer” é o trailer do filme Avatar dirigido por James Cameron, lançado em dezembro de 2009. Pode ser feito o download através do site oficial (www.avatarmovie.com/air/) e executado no computador pessoal. A interface apresenta o trailer da forma tradicional, porém dá ao usuário a opção de assistir outros 11 vídeos adicionais no decorrer do trailer. Também há a opção de ler os posts mais recentes do Twitter relacionados ao filme. Na linha do tempo são mostrados 11 pontos, e quando o tempo do trailer alcança um deles há uma pausa, um link luminoso aparece sobre o personagem que, se acionado, mostra mais detalhes através do vídeo adicional. Por

exemplo: quando o personagem Jake é apresentado, um link aparece indicando que há um vídeo adicional relacionado a ele, o usuário tem 10 segundos para clicar. Caso escolha ver este vídeo adicional, a interface se altera, a tela do trailer oficial diminui ficando no canto direito da tela enquanto vídeo é apresentado.

Quanto termina, automaticamente a interface volta ao seu estado original e o trailer continua do mesmo ponto onde parou. Assim sucessivamente acontece nos outros pontos. Caso o usuário não queria receber o conteúdo adicional, pode rejeitar e o trailer continua. Ainda há a opção “hotspot on” ou “off”, onde pode escolher desligar a interatividade, neste caso não há interrupções do trailer para os vídeos adicionais. O trailer que originalmente tem 3’32” pode ficar com 18’45” se contado com todos os vídeos adicionais. Neste caso a interatividade esta na possibilidade de o espectador/usuário escolher se quer ou não receber conteúdos adicionais ao filme principal.

Filme “Verd4des”

“Verd4des” é um DVD com uma narrativa interativa baseada no ponto de vista dos personagens realizado pelos alunos de Rádio e TV da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), para o trabalho de conclusão de curso (TCC) no ano de 2004. O nome faz uma junção do que seria “4 verdades” em uma única palavra. A narrativa apresenta 4 personagens, cada um representando uma vertente: Juliana (Daniela Récco) representa o sentimento, cor azul; Felipe (Fernando Gonzalez) representa o pensamento, cor verde; Daniel (Leandro Luna) representa a intuição, cor vermelha; João (Lucas Satti) representa a sensação, cor amarela.

Sinopse: Juliana esta sozinha em um bar e conhece os três amigos Daniel, Felipe e João que a convidam para beber com eles. Começam uma amizade e Daniel se apaixona por Juliana. João e Felipe não concordam, pois temem que isso pode estragar a amizade deles com ela. Juliana é convidada para um jantar no apartamento dos três amigos, onde conta que ganhou uma bolsa de estudos em Milão – Itália, Daniel não gosta. Após outro encontro Juliana e Daniel se beijam. Quando João está levando Juliana para o Aeroporto, ela desiste de viajar para ficar com Daniel e pede para voltar, porém quando chega no apartamento, encontra Daniel na cama com outra garota.

“Verd4des” é um exercício de olhar sob o ponto de vista do outro. Neste DVD a história é única, não há uma interferência do espectador na narrativa. São 15 pontos da

narrativa em que é dada a possibilidade de trocar de personagem. Não há uma troca em tempo real através de recursos do DVD, só é possível trocar quando solicitado, podendo assistir somente o ponto de vista de um personagem por vez, e trocar quando solicitado. O diferencial deste tipo de interatividade é a capacidade de conhecer a história de cada personagem para assim conhecer a história no seu todo. Por exemplo: É possível saber o que os amigos comentam de Juliana quando ela não está com eles, e porque Daniel procurou outra garota.

A interface da interatividade se apresenta nos contornos coloridos, que aparecem em volta dos personagens no momento definido em que narrativa pausa para permitir escolha. O contorno sempre aparece com a cor característica de cada personagem, em outras opções, a tela se divide em janelas que permitem a troca de personagem também. A interatividade neste caso está na possibilidade de escolha do personagem pelo qual se quer acompanhar a narrativa, ou seja, ver outros pontos de vista da mesma história.

Campanha Instantânea

Campanha Instantânea é um hotsite idealizado pela agencia de publicidade digital Gringo em São Paulo (www.gringo.nu). Trata-se de uma campanha que tem o objetivo de fazer com que os usuários de internet conheçam a agencia de uma maneira mais descontraída, passando por uma consulta ao guru Pai-Popup que joga búzios e faz previsões das campanhas digitais que o usuário pretendia realizar, mas na verdade só está interessado no dinheiro. É uma maneira de conhecer a agencia pelo que ela não é.

A interface apresenta um vídeo interativo que mostra o guru em sua tenda, em um segundo momento pede que o usuário digite o valor que pode investir em campanhas na internet. Dependendo do valor, o guru pode ter três tipos de reações diferentes: não gosta do valor; admite como valor razoável; ou exalta de alegria. Para cada reação, o guru também pode fazer três jogos diferentes dos búzios. Isso transmite a ilusão de que há muitas reações, quando na verdade são apenas nove, que são mostradas aleatoriamente.

Ao receber um valor, o guru tem uma reação determinada e para cada reação tem três jogos diferentes de búzios. Se por exemplo for digitado um valor igual ou maior que R\$ 1.000.000,00, o guru faz reação 3 e jogo 1, ao receber o mesmo ou outro valor, o guru faz a mesma reação e o jogo 2, e assim por adiante. No primeiro momento o usuário tem a sensação de espontaneidade e não de um sistema repetitivo. Ainda na interface, há botões

para voltar e mudar o valor, pedir o orçamento – nesta opção o usuário é convidado a fazer download de uma planilha – e também para rejeitar tudo. A interatividade neste sistema esta na possibilidade de enviar valores ao sistema que reage aos mesmos, e também receber conteúdos através de download.

Vídeo Interactive Piano

Hoje no site do Youtube é possível encontrar facilmente muitos vídeos interativos produzidos tanto por empresas de mídia quanto por amadores. Embora não seja uma produtora de conteúdo, o Youtube é uma plataforma e um agregador de conteúdo (BURGESS, 2009, p.21). A plataforma do site permite que qualquer um que tenha vídeos postados, possa acrescentar objetos dentro da interface do player chamados de “*anotações*”, são caixas de diálogo, links e áreas sensíveis. A *anotações* permitem navegar para outros vídeos ou dentro da linha do tempo do mesmo, possibilitando a interação.

Com mais de 1.739.490 visualizações, Interactive piano (título: Make Me Play a Song!) foi produzido por Joe Penna, conhecido como Mystery Guitarman, sucesso na internet por sua criatividade em criar pequenos vídeos em geral musicais, sempre contendo uma interação convidando o espectador/usuário a assistir outro de seus vídeos, fazendo com que as visualizações cresçam rapidamente. É o talento puro e simples, combinado à distribuição digital que se converte em sucesso legítimo e fama na mídia (BURGESS, 2009, p.43).

O vídeo começa com uma introdução de Mystery Guitarman explicando como funciona, segue então uma sequência de 17 cortes secos cada um com cerca de 2 segundos. Em cada um deles Guitarman toca uma nota na escala musical em seu violão. A tela é dividida ao meio, de um lado mostra o teclado do piano e do outro o personagem de Penna.

Sobreposta a essa interface, no player há áreas sensíveis em cada tecla do piano, contendo links que se acionados, levam a um determinado ponto na linha do tempo do mesmo vídeo que corresponde ao corte com a nota musical. Há também um link representado por um círculo vermelho, no canto superior esquerdo do vídeo que permite o usuário vá diretamente aos comentários finais. Linearmente o vídeo tem apenas 2’09’’ mas quem faz o tempo é o usuário, que pode ficar quanto quiser interagindo com o piano. Neste caso podemos dizer que a interatividade esta em controlar a narrativa, podendo pular de

um ponto a outro da linha do tempo diretamente o quanto quiser. Criando a ilusão de domínio sobre a obra.

Filme “A Gruta”

Um experimento bastante complexo produzido no Brasil, foi o filme interativo de Felipe Contijo, "A Gruta" (2008), chamado também pelos produtores de "filme jogo". O filme foi inspirado no livro "O Jogo da Amarelinha" (1963) de Júlio Cortazar, em que o leitor pode ler os capítulos na ordem que quiser, também nos jogos RPG e na capacidade de autorização do DVD, que possibilita a inserção de botões nos menus.

Sinopse: O casal Luiza (Poliana Pieratti) e Tomás (Carlos Henrique) vão passar uns dias na fazenda da família dela. Pedem ao caseiro Tião (André Deca) que os leve para conhecer uma gruta perto da propriedade. Tomás acha um porquinho e o leva para fazenda. A partir daí o casal entra em discórdias. O caseiro Tião tenta matá-los.

A história pode seguir esse curso ou não dependendo das escolhas do espectador. Pode ser que termine sem que aconteça nada, ou os dois podem morrer nas mãos de Tião, ou até mesmo se matarem. O filme inicialmente foi pensado para DVD, mas teve sua estreia no Festival de Brasília em 2008. Para viabilizar a interatividade nas salas de cinema, foi montado um sistema por controle remoto que era distribuído entre os espectadores. No trecho da narrativa em que aparecem os menus com as opções, o público votava e o destino do personagem dependia da soma dos votos. As opções de escolha são em momentos chaves da história. Ao todo o espectador é chamado a intervir na narrativa 24 vezes e são 13 finais possíveis que podem acontecer de acordo com as escolhas. Contijo preferiu também deixar algumas opções “erradas” que são estratégias usadas nos jogos RPG. Há menus em que o espectador tem que jogar com a sorte, optando entre 5 cartas de jogo em que somente uma é a correta e faz o personagem se sair bem. Para Contijo, o filme interativo quando tem uma participação coletiva é muito mais divertido do que individual, pois torna a história mais cheia de incógnitas, porque cada espectador escolhe, mas não sabe o que os outros querem ver. A Gruta também foi adaptada para o formato do Youtube, usando o mecanismo de “anotações” na tela do player que dão continuidade à narrativa escolhida. Também em 2010 foi lançado em aplicativo para o iPhone.

Filmes interativos como este, em que se escolhe os caminhos dos personagens são os mais comuns de encontrar, a maioria são produzidos para cinema e internet. Porém esse

híbrido de narrativa nunca deu certo como uma nova linguagem cinematográfica, pois ainda é ignorado pela indústria blockbuster. Lunenfeld (2003, p. 380) observa bem quando diz que “as poucas tentativas de cinema interativo computadorizado não conseguiram provar que eram capazes de oferecer uma forma narrativa não-linear viável para competir com os modelos-padrão”. Gosciola (2008) também compartilha dessa opinião ao dizer que:

Apesar dos inúmeros estudos a respeito, ainda não há uma proposta viável economicamente e estruturalmente que esteja de acordo com as expectativas do espectador/usuário e ao mesmo tempo dentro das limitações tecnológicas presentes nos dias atuais.

Mesmo assim essa falta de sucesso (se comparado aos filmes comerciais) ocasionalmente inspira um fervor ainda maior de “endireita-la” (LUNENFELD, 2003, P. 369). Cinema interativo pode ser considerado uma nova mídia, um híbrido de cinema + game. Lynn Alves levanta essa questão.

Não seria a síntese dos games com as narrativas cinematográficas a via que conduziria à concretização de uma nova mídia, articuladora de níveis elevados de interatividade com tramas complexas? No entanto, percebe-se que as análises existentes que tentam articular essas duas linguagens ainda encontram muito embrionárias, necessitando de trabalhos (teóricos e de aplicação) mais aprofundados (ALVES, 2005, p. 55).

Em 2011 essa realidade ainda parece ser a mesma para o cinema, poucas histórias interativas foram produzidas, sendo divulgadas apenas nos festivais de cinema e não em salas comerciais, sendo pouco conhecidas pelo grande público. Mas foi na internet que essas narrativas encontraram seu espaço de exibição e divulgação. A cada dia crescem o número de produções audiovisuais interativas, na sua grande maioria para fins publicitários, muitas produzidas por semiamadores, e pode-se encontrar agora produções experimentais para trabalhos acadêmicos, muito importantes para solidificação da linguagem.

Conclusão

No início desta pesquisa acompanhamos as discussões de diversos autores na tentativa de definir o que é interação e interatividade. Por se tratar de um termo muito amplo, pois atinge desde relações humanas até máquinas, sugerimos então que o termo seja estudado de acordo com o tipo de obra interativa a ser analisada. Por exemplo, a interatividade nas redes sociais, chats, celulares e teatro pode ser vista de maneira diferente

da aplicação feita neste trabalho. A partir das amostras de vídeo que vimos, podemos perceber que mesmo dentro da produção audiovisual é possível criar a interatividade de maneiras diferentes mas relacionadas. Podemos afirmar que o “interativo” – além das características de relação humano-humano, humano-maquina – é também um novo formato de produção de vídeo que surgiu nas novas mídias. E foi partindo desta realidade que veio a ideia deste trabalho, mostrar que além disso já se pode falar em modalidades para este formato. Estas podem ser separadas, estudadas e exploradas, consolidando ainda mais essa linguagem, que a partir de experimentos (principalmente publicitários) surgiram desde o momento que a internet possibilitou a transferência de dados em alta velocidade, e softwares de autoriação como o Flash, permitiram a criação de interfaces às obras.

No entanto, não se pode deixar de considerar que as obras interativas são híbridas, portanto, os tipos podem mesclar-se entre si e desmembrar em novas linguagens. Também podem fazer parte de outros gêneros que não só da ficção, como o informativo e educacional, há experiências muito bem sucedidas neste sentido. Pode ser também que existam outros modos de se criar a interatividade no vídeo, pois como todas as linguagens, sempre há uma atualização e a mistura dessas podem gerar outras. Mas nas análises que fizemos em 39 vídeos interativos na internet e DVD, as características deste formato resumem-se a 5 modalidades.

Para fins de estudo e com a intenção de conhecer para produzir melhor, pretendemos tornar conhecido o formato e suas modalidades que surgiram talvez de forma espontânea e ainda não nomeadas. A tabela abaixo mostra uma separação e sugere nomes para essas modalidades.

Nomes	Função interativa	Exemplos	Produção (maior ou menor)
Narrativa bifurcada	Alterar rumos da narrativa, destino dos personagens. Possibilidade de escolher outras ações. Mais próximo do game.	A gruta; La Linea interactive; Game Coca-Cola Zero-Prove que é possível; Essa eu Banco – Itaú;	Maior produção
Ponto de vista	Visualizar outros pontos de vista do mesmo ou de outro personagem.	Verdades; Outros ângulos; HiperRealidade.	Menor produção
Recebe conteúdo	Receber conteúdos adicionais ao filme principal.	Avatar interactive trailer; Informação Interativa; Família Oliveira e a Revista Arautos.	Menor produção
Envia conteúdo	Enviar conteúdos à obra como fotos, nomes, números, acesso a rede social.	Nextel Dr. Saulo; Campanha instantânea; The Hero; VC no Clip.	Maior produção
Controle	Controlar o tempo, pular de um ponto a outro	Interactive piano; Doritos Late	Menor produção

	diretamente. Controlar ângulo 360°. Trocar de câmara.	Night; 360 Video Nimmo Bay Helicopter Resort.	
--	---	---	--

Tabela 1.1 – Modalidades dos vídeos interativos - Sergio Ricardo Santos

Pode-se observar na tabela que cada modalidade tem uma função específica, todas podem ou não serem mescladas. Em Sufferrosa (<http://www.sufferrosa.com/>) a narrativa segue por bifurcações, mas durante a história aparecem ícones na interface do vídeo que se acionados mostram informações sobre os personagens e dos lugares. Neste caso são duas modalidades na mesma obra. O nível de complexidade também pode variar de acordo com o tipo de produção, por exemplo na “narrativa bifurcada” quanto mais escolhas o espectador/usuário tiver para alterar os rumos da história, mais complexo se torna a obra, demandando maiores cuidados em todas as etapas de construção. A modalidade “envia conteúdo” também pode se tornar mais complexa quando exige interação com redes sociais ou quando a imagem do usuário faz parte da narrativa, isto demanda conhecimentos específicos de linguagem de programação.

Todas essas modalidades exigem dos produtores habilidades específicas ao trabalho de interação somadas às tarefas do audiovisual. O roteiro da interatividade deve estar incorporado ao da história, é a parte mais importante do trabalho. Gosciola em seu livro “Roteiro para Novas Mídias” (2003, p. 206) ao descrever o roteiro para as obras interativas diz que “o trabalho de roteirização da hipermídia² é definir todas as possibilidades de relacionamento entre os conteúdos da obra e o usuário, e estabelecer as diretrizes da narrativa audiovisual”. O autor ainda afirma que quanto mais elaborado e detalhista for o roteiro, e mais adequadamente forem utilizados os recursos de software de autoria, mais coerente será o produto final.

Tentamos mostrar neste estudo uma compreensão do termo interação quando aplicado ao produto audiovisual. Através das análises vimos que há pelo menos 5 modalidades para os vídeos interativos publicados na internet e DVD. Esperamos que as conclusões apresentadas sejam úteis para a solidificação da linguagem e ao mesmo tempo um guia para quem deseja ingressar neste tipo de produção.

² Hipermídia é o conjunto de meios que permite acesso simultâneo a textos, imagens e sons de modo interativo e não-linear, possibilitando fazer links entre elementos de mídia e controlar a própria navegação. (GOSCIOLA, 2003, p.34).

Referências Bibliográficas

- ALVES, Lynn Rosalina Gama. Game over: jogos eletrônicos e violência. São Paulo: Futura, 2005.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.
- GOSCIOLA, Vicente. Roteiro Para Novas Mídias: do Game À TV Interativa. São Paulo: Senac, 2003.
- KERCKHOVE, Derrick de. A pele da cultura: uma investigação sobre a nova realidade eletrônica. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.
- LAUREL, Brenda. Computers as Theatre. Massachusetts: Addison-Wesley. Co, 1991.
- LEMO, André. Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 4º ed., 2002.
- LUNENFELD, Peter. Os mitos do cinema interativo (The Miths of interactive Cinema). São Paulo: Senac, 2003.
- MANOVICH, Lev. The Language of New Media. The MIT Press, 2001. Disponível em: <http://andreknorig.de/portfolio/03/bin/resources/manovich-langofnewmedia.pdf> . Acesso em: 20/04/2010.
- MATUCK, Artur. O Potencial Dialógico da Televisão: Comunicação e Arte na perspectiva do receptor. São Paulo: Annablume, 1995.
- MEADOWS, Mark Stephen. Pause & Effect: the art of interactive narrative. Indianapolis: New Riders, 2003, pp. 44-45. Disponível em: <http://www.peachpit.com/articles/article.aspx?p=29598&seqNum=5>. Acesso em 10/01/2011.
- PRIMO, Alex. Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. Porto alegre: Sulina, 2007.
- PRIMO, Alex. Interação mediada por computador. Porto alegre, 2003. 1CD. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/livroimc/cdrom.htm>. Acesso em 11/03/2010.
- SANTAELLA, Lucia. Culturas das mídias. São Paulo: Experimento, 1996.
- SANTAELLA, Lucia. Culturas e Artes do Pós-humano, da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.
- SHAW, Jeffrey. O cinema digitalmente expandido: o cinema depois do filme. São Paulo: Senac, 2003.

VILCHES, Lorenzo. A migração digital (La migración digital). São Paulo: Edições Loyola, 2003.

VOS, Loes de. Searching for the holy grail: images of interactive television. University of Utrecht, 2000. Disponível em: <http://www.globalxs.nl/home/l/ldevos/itvresearch/total.pdf>. Acesso em 21/11/2010.