

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JULIO DE MESQUITA FILHO”

Léo Vitor Alves Redondo

**CARACTERÍSTICAS E FORMATOS DAS NARRATIVAS DIGITAIS:
AS NARRATIVAS NA SOCIEDADE DA INTERAÇÃO**

BAURU
2010

Léo Vitor Alves Redondo

**CARACTERÍSTICAS E FORMATOS DAS NARRATIVAS DIGITAIS:
AS NARRATIVAS NA SOCIEDADE DA INTERAÇÃO**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-graduação em Comunicação, Área de Concentração em Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura e Artes e Comunicação da Universidade Estadual “Julio de Mesquita Filho”, Campus de Bauru, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação da Prof.^a Dr.^a Ana Sílvia Lopes Davi Médola.

BAURU
2010

**DIVISÃO TÉCNICA DE BIBLIOTECA E DOCUMENTAÇÃO
UNESP - BAURU**

Redondo, Leo Vitor Alves.
Características e Formatos das Narrativas
Digitais: As Narrativas na Sociedade da Interação,
2008.
99 f.

Orientadora: Ana Sílvia Lopes Davi Médola

Dissertação (Mestrado)—Universidade Estadual
Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação, Bauru, 2010

1. Narrativas Digitais. 2. Sociedade da
Interação. 3. Convergência Midiática. I.
Universidade Estadual Paulista. Faculdade de
Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

Léo Vitor Alves Redondo

**CARACTERÍSTICAS E FORMATOS DAS NARRATIVAS DIGITAIS:
AS NARRATIVAS NA SOCIEDADE DA INTERAÇÃO**

Dissertação de Mestrado apresentada por Fabricio Scaff Galvão ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, área de concentração em Comunicação Midiática, linha de pesquisa Produção de Sentido na Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), campus de Bauru, para obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação da Professora Doutora Ana Sílvia Lopes Davi Médola.

BANCA EXAMINADORA

Membros:

Prof^a. Dr. Vicente Gosciola

Prof^a. Ms. Terezinha de Jesus Boteon

Presidente e orientadora:

Prof^a. Dra. Ana Sílvia Lopes Davi Médola (FAAC/UNESP – Bauru)

Bauru, 01 de Dezembro de 2010.

DEDICATÓRIA

À minha família, amigos íntimos e em especial para meus pais, Pedro e Marlene.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha mãe e ao meu pai, pelo acompanhamento constante e a todos os familiares pela união.

Agradeço a dois amigos de infância, Victor Villas Casaca e Rodrigo Augusto, pelo valor da convivência saudável, pelo estímulo aos estudos e muitas loucuras vivenciadas em RPG e na vida “concreta” que perduram até hoje. E como não poderia faltar, às críticas sempre ácidas e sarcásticas do Garbriel “Biel” Ribeiro que sempre foram para o meu crescimento e divertimento quando eu estava muito cansado e ao queridos Denys e Elisângela.

Fico agradecido aos meus companheiros de Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP, com destaque ao Guto Seguin, a incrível Marisoca Romangnolli e ao André Luís Lourenço que há tempos não temos um encontro presencial. Aos membros do GEA - Grupo de Estudos Audiovisuais - por me incluírem na discussão da implantação da TV Digital. Aos meus veteranos comparsas, Ed Souza e Malú Veiga, pelas epopéias e aventuras no mundo audiovisual. E a minha querida Terezinha de Jesus Boteon que me guiou muitas vezes de mãos dadas no meio acadêmico.

Sou grato aos colegas de programação do SESC que colaboram com minha formação cultural, especialmente, ao Bruno Corrente, Lucas Ribeiro de Melo Costa, Maria Célia Valentim e Soraia Iola Galvez.

E de forma muito especial, meu agradecimento à Ana Silvia, que não apenas teve a incumbência de orientar a pesquisa como teve sempre uma relação de companheira nesse trabalho conjunto.

Eu gosto de porcas e parafusos. E você?

- Macabéa -

A hora da estrela

Autora: Clarice Lispector

RESUMO

REDONDO, Léo Vitor A. **Características e Formatos das Narrativas Digitais**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). UNESP - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Bauru (SP), 2010. 91f.

Os novos paradigmas relativos à informação e ao entretenimento no vasto campo delimitado pelas tecnologias digitais conjugam, entre outros aspectos, a criação de novas lógicas de comunicação e socialização, assim como o mercado que as envolve. Tais inovações, pontuadas pelas características da sociedade contemporânea a serem abordadas adiante, geram, portanto, reconfigurações no *status quo* da lógica organizacional de produção, distribuição e consumo de produtos midiáticos ficcionais, tratados no estudo como narrativas digitais. A partir de um levantamento exploratório das formas de narrativas digitais, ou seja, atos de narrar em plataforma digitais existentes em produtos de ficção contemporâneos produzidos pelas grandes redes de televisão e produtoras de audiovisual (vídeo, cinema, publicidade) como também pequenas produtoras e trabalhos “caseiros” e experimentais, procura-se evidenciar como o recurso do reconhecimento das suas características torna-se importante para a compreensão das narrativas digitais no atual estágio dos processos de convergência midiática em que são enfatizados vários aspectos até então não contemplados de forma ampla, como principalmente a interatividade.

Palavras-Chave: Formato Narrativo. Narrativa Digital Interativa. Ficção. Interatividade.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - 1, 2, e 4 - Philips Lumalive; 3 – Swarovski; 5 - Vestido de alta costura

com LEDs de Francesca Rosella e Ryan Genz
.....
26

Figura 2 - 1 – Óculos de Lady Gaga; 2- Óculos de Realidade Virtual;

3- Publicidade em monitores na Times Square em NY;

4- Monitor gigante no estádio Dallas Cowboy
.....
27

Figura 03: Radiohead – House of Cards
.....
84

Figura 04: Arcade Fire – Neon Bible
.....
100

Figura 05: Anyfilms
.....
102

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1.1 A sociedade midiaticizada e suas narrativas.....	16
1.2 Os pés na Terra e a cabeça na Lua (A hibridização da realidade e da ficção nas narrativas).....	33
1.3 Narrar é a metalinguagem da vida (a narrativa como estado social e ferramenta de transformação social).....	41
1.4 A narrativa presente (Os desafios para a narração no séc. XXI).....	45
2 NARRATIVAS INTERATIVAS E NARRATIVAS CONTEMPORÂNEAS.....	50
2.1 Experimentos com Mídias.....	51
2.2 Narratividades Pioneiras Interativas.....	54
2.3 Narrativas Pervasivas.....	60
2.4 Narrativas Transmidiáticas e Narrativas Interativas.....	64
2.5 Experiências Narrativas Interativas.....	68
A film puzzle	80
3 CARACTERÍSTICAS E FORMATOS DAS NARRATIVAS DIGITAIS INTERATIVAS.....	88
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	103
REFERÊNCIAS GERAIS.....	106

INTRODUÇÃO

*Na infância você chora, te colocam em frente da TV
Trocando as suas raízes por um modo artificial de se viver.*

Ditadura da Televisão – Ponto de Equilíbrio
Composição: Lucas Kastrup e Diogo Viana

As narrativas e as relações interativas com aplicativos computacionais e sociais em rede estão permeando o imaginário das pessoas, das entidades e organizações, dos governos, das escolas e de todas as demais instituições humanas no contexto recente. As narrativas estão presentes desde as pinturas rupestres e preservação da memória na cultura escrita (BARTHES, 1966 e SHELDON, 2004), nos teatros gregos, nos jornais, tablóides e folhetins, e na indústria de bens culturais da televisão, cinema e agora Internet. Como define Postman, “a comunicação definitivamente molda a cultura” (POSTMAN apud CASTELLS, 1999, p.328) e as narrativas estão servindo como laboratório para experiências de vanguarda que envolvem aplicações interativas e produzem uma emergente cultura digital emoldurada por novelas e séries na internet, vídeos em sites de distribuição colaborativa como o Youtube, programas pilotos e experimentais para a Tv digital e filmes do chamado cinema interativo.

O presente trabalho tem o objetivo de buscar as características dessas formas narrativas contemporâneas possibilitadas pelas mídias digitais com suas ferramentas interativas. Para isso, optou-se por uma revisão da literatura da temática e a realização de um levantamento de produtos audiovisuais interativos, como também a realização da comparação entre eles, o que permitirá traçar características a partir de recorrências observadas em grupos e sub-grupos de acordo com elementos das estruturas narrativas e de seus processos de produção. O problema dessa pesquisa salienta principalmente o aspecto estrutural da construção da narrativa que tramita de um formato clássico já aprovado e

convencionado pela indústria de consumo de bens culturais para experiências artísticas e estudos pioneiros que apontam novos caminhos para uma futura indústria de bens hipermidiáticos que se desenvolve nos dias atuais.

O ato de narrar contemporâneo será analisado dentro da concepção da cultura digital de Lèvy (1999), Lemos (2002) e Santaella (2003), da inteligência coletiva (LÈVY, 1993) e da construção do pensamento moderno de Donald (1993), assim como do fenômeno da migração digital de Vilches (2003).

Para Castells (1999), a união da comunicação escrita, oral e audiovisual em um mesmo sistema integrado, a hipermídia com pessoas interagindo de múltiplos pontos geográficos e temporais, proporcionada pela rede mundial de computadores, a Internet, inserida nas TVs digitais, tablets, celulares e demais ferramentas computacionais pessoais móveis e portáteis, têm o potencial de mudar a produção e o consumo das narrativas. As narrativas ficcionais que exprimem e externam o subjetivo do *homo medium*, e as documentais que descrevem os fatos históricos e do dia a dia. Além do fenômeno dessas duas formas de narrativa, observa-se também que se hibridizam cada vez mais e se complexificam com ramificações de linhas narrativas, desdobramentos em subprodutos, reapropriações e analogias de outros produtos culturais, possibilidades de interação em rede com outros espectadores, produtores e atores, e atualização constante sem determinação de um final.

Essas novas formas de expressão e produção de conhecimento digitalizado e em rede, que demandam novas formas de catalogação, divulgação, organização, gerenciamento, consumo, legislação e comercialização, desenvolvem e exigem capacidades cognitivas a que pesquisadores atribuem a uma outra forma de se socializar, marcada principalmente por uma revolução na comunicação que causa novas configurações no que se entende como produtor de conteúdo, memória, interatividade e relacionamento.

Entretanto, o tema do estudo foi delimitado nas características das narrativas audiovisuais contemporâneas. O estudo foi centrado na análise das estruturas de narrativas tradicionais descritas nos manuais dirigidos aos produtores de audiovisual (COMPARATO, 2009 e FIELD, 1996 e 2002) e nas novas estruturas e formas de narrar para os pesquisadores Murray (2003), Ranhel (2005) e Gosciola (2003). Os temas de narrativa interativa foram embasados em textos de Barros (2007), Cannito (2010), Cruz (2009), Daniels (s/d) e Gil (2007).

A presente dissertação discute ainda a relação dos espectadores com as mídias nas visões do debate sobre o simulacro de Baudrillard (2001), da liquidez de Bauman (2001 e 2004), da sociedade em rede de Castells (1999 e 2003), do consumo da mídia determinado pela idéia da cauda longa de Anderson (2006).

Assim, a pesquisa permeia o campo da Narratologia e da Semiótica entendendo que a estruturação da narrativa contemporânea e a sua forma de consumo está interligada com a visão que o sujeito-espectador tem do seu espaço e de suas ações. Este sujeito-espectador é agente em um cenário inserido em dispositivos midiáticos diversos e que, de certo modo, seu espaço e suas ações são reinterpretados com suas experiências, agora em ambientes virtuais simulados, em trabalhos interconectados em redes, colaborativos e/ou interativos.

Por isto, será realizado um levantamento exploratório dos produtos narrativos audiovisuais no cenário midiático atual, selecionando-os a fim de selecionados averiguar as modificações e transformações ocorridas nas narrativas consumidas neste momento e para onde apontam essas transformações de produção e de expressão cultural. Esta pesquisa levantará dados através da observação na forma da produção da narrativa descrevendo-as para identificar e salientar características desses modelos, de modo a poder formular um comparativo entre elas e criar grupos e subgrupos que delimitam, descrevam e esclareçam as experiências narrativas praticadas atualmente.

Para discussão dos itens delimitados na dissertação o texto será dividido em 3 partes: 1. As narrativas tecnológicas, 2. Narrativas Interativas e Narrativas Contemporâneas e 3. Características e formatos das narrativas digitais.

Na primeira parte serão constatadas as produções narrativas tecnológicas, ou seja, a transposição do modo das narrativas tradicionais para as mídias tecnológicas e seu papel na sociedade contemporânea. Pretende-se traçar um breve panorama da sociedade midiática e suas narrativas no momento em que as mídias e seus produtos começam a se transformar devido às modificações ocasionadas pelo novo paradigma digital e da interação em rede, à sociedade midiática e a hibridização do ficcional e do documentário, dos gêneros e do surgimento de novos formatos e formas de consumo com os vídeos em *streamming*, para download, VJ e vídeos interativos. Assim como a visão da narrativa além de um produto de consumo, a ferramenta de transformação social.

No capítulo seguinte, será traçado o estado da arte das narrativas interativas pontuando importantes produções que se destacam na seara das produções experimentais e comerciais desde as que iniciaram com pequenos potenciais interativos e serviram de inspiração e referência para as que hoje são realizadas em mídias digitais. Assim, nesse recenseamento inclui experimentos em mídias fora do *mainstream*, reconhecidos mais no âmbito da arte, como os de Nam June Paik, Wolf Vostell e o projeto *Kinoautomatic*, como narratividades inovadoras e de grande importância por terem sido realizados em mídia massiva, como os na TV aberta, os quais se destacam “Garganta e Torcicolo”, “Você Decide”, “*Winky Dink and You*” e “*Mörderische Entscheidung*”. Abrangendo até os jogos para videogame com narrativas bem desenvolvidas e as narrativas produzidas especificamente para hipermídias como a Internet, as narrativas pervasivas (MÉDOLA e REDONDO, 2009; GOSCIOLA, 2003) e as narrativas transmidiáticas (JENKINS, 2008).

E em seguida, na última parte, a partir do levantamento

realizado, será possível comparar estas narrativas e serão apresentadas e nomeadas as descrições reconhecidas, os grupos e subgrupos gerados com a reunião e divisão dos produtos por meio de suas semelhanças e diferenças. Para esta caracterização e compreensão se recorrerá a artistas e pensadores da expressão de vanguarda como Oiticica (1986 e 1989), Primo (2007), Lemos (s/d), Tarkoviski (1998), Godard (1985) e Eisenstein (2003). Com essa formatação, a dissertação se propõe o objetivo de delinear os parâmetros gerais das muitas estruturas e opções estratégicas de narrativa que ampliam suas facetas como ferramenta de comunicação na sociedade midiática contemporânea.

1 AS NARRATIVAS TECNOLÓGICAS

*Deus, por favor
Apareça na televisão
Deus, por favor
Apareça na televisão*

Deus (apareça na televisão) – Kid Abelha
Composição: George Israel,
Sérgio Dias e Paula Toller

Em período de comunicação mediada por meios, os paradigmas da comunicação são abalados com a hibridização das mídias, a migração digital e a discussão em relação à interatividade e/ou interação mediada possibilitadas por novos formatos de produtos audiovisuais das novas e modernas mídias, como a TV Digital Interativa, mas representada principalmente pelo computador.

Os novos paradigmas relativos à informação e ao entretenimento no vasto campo delimitado pelas tecnologias digitais conjugam, entre outros aspectos, a criação de novas lógicas de comunicação e socialização, assim como o mercado que as envolve. Tais inovações, pontuadas pelas características da sociedade contemporânea a serem abordadas adiante, geram, portanto, reconfigurações no *status quo* da lógica organizacional de produção, distribuição e consumo de produtos midiáticos ficcionais e não-ficcionais, tratados no presente estudo como narrativas digitais.

1.1 A sociedade midiaticizada e suas narrativas

*Sua escola não vem não
A sua gente
Está aprendendo humildemente
Um batuque diferente
Que vem lá da televisão...*

A Televisão
Composição: Chico Buarque

Em período de comunicação mediada por meios, os paradigmas da comunicação são abalados com a hibridização das mídias, a migração digital e a discussão em relação à interatividade e/ou interação mediada possibilitadas por novos formatos de produtos audiovisuais das novas e modernas mídias, como a TV Digital Interativa, mas representada principalmente pelo computador.

Com o aparecimento de novas mídias e a modificação das já existentes na esfera das tecnologias digitais, os conhecimentos sobre as relações da mídia com a sociedade se abrem para novas pesquisas. A rede abala com as certezas rígidas e duras de um cenário estável trazendo liquidez e fluidez em uma esfera instável, incerta e efêmera para usar os termos de Zygmunt Bauman (2001).

Nesse panorama existe uma recorrente dicotomia, formada, de um lado, pelos que acreditam neste novo cenário de conceitos e formas revolucionárias como um novo paradigma do desenvolvimento humano e, de outro, por aqueles que não acreditam.

Dicotomia essa que remonta à oposição dos conceitos propostos pela escola de Frankfurt e da Escola Americana que antes mesmo das tecnologias digitais estarem evidentes já discutiam sobre a importância da tecnologia no meio social, as quais o pesquisador italiano Umberto Eco (1977) denominou respectivamente de “apocalípticos” e “integrados”.

A dicotomia existente nesses dois pensamentos se enraizou nos estudos de Ciências Sociais Aplicadas e já não

explicam totalmente as modificações nas áreas científicas ou comportamentais, nem alcançam a abrangência das transformações no tempo e no espaço que estão modificando radicalmente a forma das pessoas perceberem e estarem no mundo. Principalmente no que tange ao tema da dissertação, a crítica que desembocou no principal produto dos estudos marxistas histórico-sociais, a indústria cultural por considerar as narrativas como produtos comerciais com o único objetivo de serem vendáveis e gerarem lucro.

“Indústria cultural” é um conceito cunhado em 1944 por Theodor W. Adorno no livro escrito com Max Horkheimer – *Dialética do Esclarecimento*, obra central da Teoria Crítica da Sociedade da Escola de Frankfurt, e tratava-se não apenas de explanar sobre os processos de enraizamento da cultura na ordem da mercadoria, mas elucidar tais processos como diagnósticos de um mundo em acelerada transformação sob os auspícios da razão instrumental e na alienação causada pelos produtos culturais.

O conceito de indústria cultural mostra-se importante para a compreensão de vários fenômenos contemporâneos principalmente por ser crítico à industrialização da produção cultural e ao seu consumo pasteurizado, mas não se mostra como a teoria mais adequada na abordagem das novas tecnologias digitais e não oferece parâmetros suficientes de análise para os processos de interatividade, convergência tecnológica, mobilidade, possibilidade de construção de conteúdos digitais e inclusão social que a nova tecnologia permite, pois discorre sobre uma comunicação analógica de massa em uma sociedade recentemente pós-industrial que se transformou radicalmente e obriga-a a rever crenças, posições e determinismos instaurados em um período fortemente preso aos modelos de um panorama que constituiu a Arte Clássica do Ocidente a partir do Renascimento até o Modernismo que é representado pela individualização e a profissionalização do artista, a autonomia da produção artística e a organização do mercado de arte e de bens simbólicos.

Mas a crítica dos apocalípticos apontava já mudanças

vistas como negativas causadas nessa sociedade industrial e midiática no período Pós-Clássico ou Pós-Moderno a partir da década de 70. Caracterizado pela desvalorização de vários aspectos antigos no campo da arte como o caráter artesanal e a habilidade técnica do artista, direito autoral, a originalidade, Walter Benjamin (1983) já preconizava a perda da aura artística e até da identificação do valor da obra de arte no período em que o autor chama de a era da reprodutibilidade.

Conforme esse pensamento, os produtos midiáticos em plena ascensão na época, da televisão, do cinema, do rádio e da gráfica, por estarem inseridos na lógica do mercado de massa com sua ampla abrangência e produção e replicação em série visando venda e lucro (NEGROPONTE, 1995, p.89-91), e seu caráter de reprodutibilidade, eram tidos como produtos inferiores que deturpavam o valor artístico destas obras de arte diferenciando-se por não visar o estético, mas por utilizar o esteticismo para atrair o público com produtos cada vez mais pastiches representados, por exemplo, pelas narrativas folhetinescas. Contudo,

a narrativa (...) [não é] um diferencial definitivo entre uma obra de arte e uma mercadoria cultural (todos os *blockbusters* são narrativos e, muitas vezes, o valor artístico de um filme autoral reside exatamente na implosão da narratividade) diante da tendência contemporânea à hipótese dos meios em detrimento do teor propriamente estético. (DUARTE, 2003, p. 109)

Desse modo, exatamente onde a narrativa de uma obra contemporânea ameaça rebaixá-la à condição de mercadoria cultural, o procedimento alegórico pode atuar de modo decisivo no revigoramento de sua linguagem adotando adequadamente novos recursos expressivos possibilitados pelas mídias do período, no caso presente as digitais como participação e co-produção. Não seria encontrada a narrativa pronta como nos produtos até então.

É por isso que muitos jogos de computador, os quais os programadores de hipertexto experimentam com prazer, têm desde o princípio o gosto insosso do substituto. Em vez de oferecer ao leitor uma história pronta, tal como fazem o romance tradicional ou a revista de história em quadrinhos (o leitor pode aceitá-los ou colocá-los de lado), os jogos de

computador apresentam-lhes um texto do qual ele deve produzir sua própria história: ele mesmo deve salvar a princesa, esclarecer o assassinato, redescobrir a cultura desaparecida, reativar uma memória suprimida e até mesmo escolher as tarefas que deseja solucionar. (TURCKE, 2006, 34)

Todavia, como foi apresentado, acreditava-se que o casamento da cultura com a mídia empobrecia a cultura clássica tradicional arraigada nos ditames iluministas. Paradoxalmente a esta situação do campo acadêmico, no próprio campo artístico, que se demonstra fonte igualmente rica de expressão do saber e da crítica, questionava-se a desmistificação da obra de arte, a sua contemplação como objeto em destaque das demais formas de expressão, os suportes tradicionais para a expressão artística, a recusa de um conteúdo político explícito e a adoção de uma postura desmistificadora da arte, dos museus e das galerias.

Se até os próprios artistas abandonaram os pincéis e as telas de pintura para flertar com os meios eletrônicos, utilizando formas de expressão mais insólitos e perecíveis ou técnicas em si efêmeras e irreprodutíveis como performances e instalações, pinturas em muros de prédios que sofrem as alterações do meio que os rodeiam, muito do *habitué* tradicional foi deixado de lado por esse posicionamento libertário e pós-moderno.

De certo que Duchamp utilizou da reapropriação para criar a célebre “Fonte” (1917) considerada uma das obras mais importantes do século XX feita com um mictório assinado por ele repensando o próprio objeto de arte e as galerias de exposição. Pois o fato de um mictório sair do banheiro e ser exposto em uma galeria o ressignificaria em obra de arte. Para complementar, verifica-se a o movimento de Op-art (optical art ou arte óptica), que representou a arte com apelo mais visual por meio de imagens com cores e formas usadas para a criação de efeitos visuais óticos, e da Pop Art, com a icônica “Marilyn Diptych”, temas do cotidiano, rostos de celebridades reproduzidos em escala, artigos de consumo, como a lata de Campbell’s e a garrafa de Coca-Cola, de Andy Warhol como também Robert Rauschenberg e Roy Lichtenstein que brincaram

com a serigrafia, colagem, uso de materiais descartáveis, da paródia e alterações e possibilidades imagéticas com recursos gráficos industriais.

De fato, instaura-se uma crise na seara cultural nitidamente mercadológica, instável, provisória e descartável que transmite uma sensação de desconforto, não-permanência e de fluidez que perpassa pela vida social, econômica e comportamental como observa Zygmunt Bauman sobre a modernidade líquida. Não é de se espantar que os produtos de expressão humana, reflexos do âmbito social, mas também influências sobre ele, configuram-se de forma a conjugar a situação paradoxal contemporânea por meio de sua complexificação, da linguagem não-linear, da adoção da produção coletiva e da utilização de tecnologias modernas no cenário da sociedade midiática consumista e interconectada por meio da rede que traz novas *práxis* frente às mídias. Corroborar a afirmação de que

A Nova Ordem Tecnológica vai além de transformações no campo da técnica, da política e da economia. Ela implica também mudanças de atitude e comportamento entre os diferentes atores sociais e o uso e a apropriação universalizado das mídias digitais (CASTRO e BARBOSA FILHO, 2008, p. 36)

Prosseguindo com esse panorama sobre a contemporaneidade, a efemeridade e a coexistência do produto cultural com o capitalismo são drasticamente observáveis nas associações feitas à Bienal, pelo sociólogo Marcelo Coelho (2006), e ao museu, pela filósofa Otília Arantes (1993), com shopping centers, tratando exatamente da desmaterialização da obra de arte e destes ambientes destinados hoje também à recreação e consumo, e não apenas à necessária contemplação de uma obra presa naquele determinado espaço físico. A arte hoje é atemporal e desterritorializada, encontra-se nas capas de revistas, na transmissão de TV, em projeções de prédios, atualiza-se em sites na rede como também permanece na escultura original de Rodin. O conceito de arte se expande e o termo “arte tecnológica” faz apenas

referências às técnicas modernas, pois a arte sempre esteve ligada à tecnicidade proporcionada pela época presente, seja na pigmentação de tintas, na fundição de metais, nas ciências matemáticas e de perspectivas.

Após esse período turbulento em que o conhecimento sobre a sociedade midiática com a teoria crítica de Frankfurt, os estudos culturais, de recepção e agenda *setting* se consolidaram, é reconhecido o valor destes pensadores, contudo, se distingue completamente dessas descrições apenas como apocalípticos e integrados.

O mundo dos *bits* (NEGROPONTE, 1995, p.72-88) traz a convergência e a linguagem hipermidiática na ordem da comunicação que ganha também contornos mais otimistas avistando produtos culturais e artísticos mais democráticos e autênticos que rejeitam a idéia pessimista do fim da obra de arte e o seu distanciamento com o produto vendável, pensamento esse mais elitista.

A convergência diz respeito a uma mudança tecnológica profunda que, por exemplo, na economia, deverá transformar a relação do modelo de negócios no campo da comunicação, pois se trata de convergência também de conteúdos, de criação de novos formatos para diferentes plataformas tecnológicas e novas formas de pensar a comunicação referida no pensamento:

Também modificará as relações entre o campo da produção e da recepção e, por conseqüência, vai transformar a relação das audiências com as mídias, pois essas mesmas audiências não apenas poderão desenvolver relação de interatividade com os produtos de programas, como também passar de simples receptores para produtores de conteúdo. (CASTRO e BARBOSA FILHO, 2008, p.32)

Voltando todas essas explanações também para as narrativas midiáticas, determinadas experiências atualmente ganham o *status* de arte ao mesmo tempo em que se tornam produtos e carregam em si muitas características consolidadas pelo período clássico, como a verossimilhança e a projeção da

perspectiva e a dependência de uma nomeação crítica, seja da mídia ou de um conselho de curadores, para ser considerado de qualidade.

A despeito dessa última particularidade, diferentemente das grandes obras de arte que são passadas por um crivo de seleção para serem expostas em galerias e museus e serem nomeadamente classificadas como tal diferenciando-se das demais, os produtos audiovisuais são exibidos na TV, na *internet* e nos cinemas como em prateleiras de supermercados e só posteriormente serão criticados e concorrerão a prêmios que os classificarão como objetos de qualidade estética, técnica e de conteúdo. Essa é a lógica do mercado cultural, o produto “pobre”, ou aquele que tem como objetivo apenas o entretenimento, divide espaço lado a lado com a obra de arte, um filme mais autoral.

Não se pode afirmar que o meio determina a qualidade de seu produto. Uma pintura não é superior a um filme apenas porque o suporte do primeiro é uma tela e do outro a película, ou o audiovisual digital mais recentemente. “O meio é a mensagem” de McLuhan (1966) não deve ser de forma nenhuma entendida *ipsis literis*. O suporte define muitas possibilidades do produto presentes nos recursos expressivos de seu invólucro, como a linguagem, o modo de recepção, mas não a condição referente à sua importância.

Tão pouco se pode falar de massas, tão em voga nas teorias da comunicação, principalmente quando os produtos culturais estão disponíveis em grandes bancos de dados virtuais podendo ser possível a troca desses arquivos digitais e ter contato com narrativas das mais diversas por meio do agenciamento - como a técnica de *mashup* que é a combinação de múltiplas fontes de vídeo em uma obra derivada. E esse agenciamento pode dar destaque para o consumo feito pelos nichos apontados na idéia da cauda longa de Chris Anderson (2006) em que o mercado atual em rede não atende apenas ao senso comum, mas encontra na rede em gostos autênticos um outro campo para o investimento.

Procura-se com teorias apresentadas verificar o paradoxo

causado pelo impacto das mudanças de várias ordens como foi visto. Acredita-se que os vários elementos que compõem a sociedade são interconectados e chocam com as verdades absolutas de tempos passados. E mais uma vez constata-se que as verdades não são absolutas, elas são, sim, afirmações e constatações mais coerentes e adaptadas ao período que se encontram (KUHN, 1989).

Deste modo, pelas intersecções e diferenças de realidades, o conceito indústria cultural fica restrito a um período determinado após a Revolução Industrial e o início da pós-modernidade por volta dos anos 70, por mais que seja recorrente seu uso deliberado. Atualmente seria mais coerente pensar em indústrias de conteúdo digital ou indústrias criativas, porque lidam com conteúdo digital de alta e baixa qualidade dependendo do objetivo a que se comprometem, e não só isso, mas com serviços culturais, artísticos, de educação e entretenimento. Portanto, um bom filme de entretenimento pode ter baixo nível de expressão estético e crítico, mas ser um fenômeno de arrecadação em bilheteria executando muito bem sua função. Ao mesmo tempo em que o número de espectadores não é relativo à qualidade do filme que, sim, podem conviver juntos.

O fim dessa sociedade e de suas características e o nascimento de um re-arranjo paradigmático são apontados por Manuel Castells (1999) na célebre obra “Sociedade em Rede”, na qual se instala a Sociedade da Informação, do Conhecimento e da Aprendizagem caracterizada pela comunicação em rede já era anteriormente discutida por alguns autores.

O estudioso descreve os agentes de comunicação em rede como interatuantes e interatuados. Aqueles capazes de selecionar seus próprios circuitos de comunicação multidirecionais e aqueles a quem se direciona um número limitado de opções pré-programadas. Castro e Barbosa Filho (2008) diferenciam ainda aqueles que nem sabem das possibilidades encontradas nessa revolução digital, ou seja, na possibilidade da conversão — redução

— de textos, sons e imagens a bits, na convergência tecnológica que está dissolvendo as fronteiras entre as telecomunicações, a comunicação de massa e a informática, isto é, entre o telefone, a televisão e o computador ou entre a televisão, a internet e o computador. As diferentes tecnologias que eram necessárias para as várias transmissões analógicas (telégrafo para texto, telefonia para voz, radiodifusão para sons e imagens) convergem numa única tecnologia e estão sendo substituídas por redes digitais integradas de usos múltiplos — via cabo ótico, satélites ou rádios digitais — materializados em aparelhos e dispositivos que muitos não possuem acesso pelo seu custo ou por não saberem suas funções ou até mesmo como utilizá-los.

Essa sociedade midiática contemporânea passa pela migração digital (VILCHES, 2003 e PRENSKY, 2001) em que todos seus suportes começam a ter o sistema binário e algoritmos computacionais em suas engrenagens e tornam-se onipresentes por meio do sistema *wireless*, portátil, móvel e multiplataforma e inicia-se uma segregação entre aqueles que dominam o uso desses suportes daqueles que não dominam.

E ocorre também uma proliferação sem precedentes de telas, tendo como ícones os óculos-tela de Lady Gaga¹ e nas experiências de imersivos óculos para realidade ampliada e realidade virtual 3D, nos vestimentos-tela da Philips Lumalive², da grife de moda interativa do *duo* de figurinistas Francesca Rosella e Ryan Genz que criaram o maior *display* usável do mundo em um vestido de alta costura, e dos designers Hussein Chalayan para a marca Swarovski.

Passeia-se por movimentadas avenidas com painéis de publicidade gigantescos em fachadas de edifícios, sendo o melhor exemplo disso a tela *Toshiba Vision Times Square* no alto do *Times Square One*, em Nova York. Depara-se com a associação de telas com grandes eventos culturais e esportivos, como no caso do

¹ <http://www.youtube.com/watch?v=EIChmpB-5T0>

² <http://www.lumalive.com/>

monitor da *Mitsubishi* de 1.028 metros quadrados no centro do estádio do Dallas Cowboy³, e espetáculos musicais e casas de show que enraízam a projeção ou exibição por meio de pixels de imagens até mesmo em eventos ao vivo.

E essas imagens digitais compostas em tantos aparelhos convencionam uma situação em que o aforismo “ver para crer” é posto em descrédito total. As imagens digitais são fabricadas, manipuladas e distorcidas representando espantosamente a discussão sobre o simulacro de Baudrillard (2001). A sensação de ver já não é mais uma necessidade em um estado em que as pessoas acreditam ter visto de tudo. O desejo agora é participar, vivenciar, imergir. Ou seja, interagir.

³ <http://www.youtube.com/watch?v=IjXXYVLA9Pk&feature=related>



Figura 1 - 1⁴, 2⁵, e 4⁶ - Philips Lumalive; 3⁷ – Swarovski; 5⁸ - Vestido de alta costura com LEDs de Francesca Rosella e Ryan Genz

⁴ <http://duvet-dayz.com/archives/2006/09/21/19/>

⁵ <http://www.notcot.org/post/14007/>

⁶ <http://duvet-dayz.com/archives/2006/09/21/19/>

⁷ <http://www.engadget.com/2007/12/06/engadgets-holiday-gift-guide-for-daughter/>

⁸ <http://g1.globo.com/noticias/tecnologia/0,,mul1378581-6174,00-vestido+luminoso+tem+mil+lampadas +led+bordadas.html>



Figura 2 - 1 – Óculos de Lady Gaga⁹; 2- Óculos de Realidade Virtual¹⁰; 3- Publicidade em monitores na Times Square em NY¹¹; 4- Monitor gigante no estádio Dallas Cowboy¹²

⁹ <http://www.selectspecs.com/blog/wp-content/uploads/2010/01/lady-gaga-video-glasses.jpg>

¹⁰ <http://info.abril.com.br/aberto/infonews/fotos/virtual-reality-20090915143452.jpg>

¹¹ http://www.firemulticom.com.br/blog/wp-content/uploads/2009/07/times_square_at_night.jpg

¹² http://www.revolucaodigital.net/wp-content/uploads/2009/06/cowboys-stadium-dallas_02.jpg

Na Figura 1, vê-se que a imagem criada por pontos luminosos ganhou tanto espaço na cultura ao ponto de servirem de vestuário. O próprio corpo se transforma em uma tela de exibição que se comunica por meio de imagens em movimento. Já na Figura 2, verifica-se cinco momentos de performances da cantora Lady Gaga, a qual usa óculos que não possuem a utilização tradicional de possibilitar uma visão melhor ou proteger de raios solares. Seus óculos são uma analogia do imaginário atual criado a partir da saturação de imagens digitais, que envolvem seus espectadores a partir das telas de TV, computadores, celulares, GPSs, banners eletrônicos e nas avenidas e estádios como os apresentados nas imagens 3 e 4 desta figura. A qual ilustra também um sistema de realidade virtual, imagem 2, que permite ao espectador interagir com as imagens apresentadas a ele enquadrando seu campo de visão ao movimentar os óculos, responsável por lhe apresentar esse conteúdo, e com a luva que veste.

Diante dessa conjuntura, cabem as seguintes questões: qual o papel das narrativas nessa sociedade cada vez mais midiática que se constrói? Como a narrativa se estrutura nesses novos suportes e linguagens? Que diretrizes possuem todas essas inovações e transformações?

Nesse panorama, do campo da produção de bens culturais com a emergência das novas tecnologias verifica uma adaptação no modo de produção, ainda bastante radicado aos preceitos da Revolução Industrial, ao dialogar com interatividade e produção colaborativa para a criação de novos formatos na esfera audiovisual em bits.

Isto é observado no catálogo ON-OFF de 2009 no qual é apresentada a quinta edição do programa de divulgação e incentivo à experiência de audiovisual contemporâneo, e faz uma retrospectiva dos espetáculos apresentados nos anos anteriores, com textos e seleção de fotos dessas apresentações realizadas na Sala do Itaú Cultural que reuniram a diversidade criativa de artistas que operam em tempo real imagens e sons, tendo a versão de 2010

sido realizada entre os dias 17 e 25 de Julho. Esse é apenas um exemplo da busca em eventos que têm como pauta os novos formatos e possibilidades para o audiovisual contemporâneo, assim como o FILE (Festival Internacional de Linguagem Eletrônica) e tantos festivais de vídeos para celulares. Este específico, do Itaú Cultural, incorpora trabalhos conhecidos como *live image*, grande exemplo da transformação da produção, consumo e conceituação da narrativa audiovisual.

Híbrido de espetáculo e videoperformance, uma apresentação de *live image* é uma espécie de ópera contemporânea, que agrega elementos cênicos, cinemáticos e musicais. Independentemente de sua natureza sonora, ou do fato de serem criados para entreter ou para serem apenas contemplados, esses eventos colocam em evidência os aspectos processuais da criação, convergindo repertórios de informações verbais, sonoras e visuais envolventes. (ON-OFF, 2009, p. 2)

Essa transformação no campo audiovisual traz mudanças na forma com que muitos aspectos são encarados. O responsável pela produção audiovisual visto como o diretor se transforma em VJ (Video Jockey). O espectador é convidado a participar em um mergulho de imagens sinestésicas ou até mesmo interferindo no produto final com seus movimentos captados por sensores de som ou movimento. Essa “performance” radicaliza e sintetiza a produção e o consumo atual do audiovisual, em que muitas vezes tem como estado inacabado ou em *work in progress* (trabalho em progresso), em que o processo de produção faz parte da própria narrativa, e a interferência da audiência que já se dá no audiovisual desde a possibilidade em que o espectador começa a “zappear” pelos canais de TV, gravar e fazer suas próprias edições.

As novas formas de uso do audiovisual ainda fazem um resgate do princípio do cinema em que as projeções, realizadas manualmente com manivela, eram apenas um dos elementos que compunham a ambientação de espaços como cafés, *boulevards* e salões de festas em apresentações mistas de música, imagens em movimento e *pocket shows* de representação e mágica. Não havia

contemplação e foco nos ecrãs, mas o “cinema” que surgia era apenas um recurso de ambientação que se reinventa com a cenografia multimídia atual muito usados em espetáculos de música e teatros e nas telas e projeções de clubes noturnos já comandados pelas “picapes” de DJs que representam os músicos de vanguarda.

Eles [os DJs] começaram a se destacar quando tocaram sons que suplantaram os homens com guitarras para uma geração dos anos 1980, viciada em dança e “louca” de *ecstasy*. Eles eram líderes de torcida xamanista da era pós-rock, mergulhada naquela droga. Fizeram a trilha sonora de um longo sonho químico que para muitos, ainda continua. (CRUZ In ON-OFF, 2009, p. 71)

Os DJs fazem remixagens e criam músicas a partir do *sampler*, técnica de usar arquivos de áudios gravados. A música contemporânea, a de âmbito mais experimental quanto às muitas comerciais, possuem por trás a figura do DJ que abrem espaço hoje também para os VJs.

Mas de onde vêm os VJs? Os primeiros Vjs apresentavam videoclipes na MTV, mas à medida que a televisão musical se tornou uma parte indistinguível do caldeirão eletrônico da mídia comercial, os VJs tornaram-se “apresentadores”, e os cliques que mostravam tornaram-se menos interessantes. O VJ de hoje pode ter alguma lembrança remota dos apresentadores de videoclipes bem vestidos, de fala astuta, da então nascente MTV, mas a conexão para por aí. Hoje em dia os VJs vêm a si mesmos como cineastas, ou talvez como alquimistas da imagem em movimento, mixando recursos visuais ao vivo diante de pessoas reais; misturando os sinais, símbolos e imagens do mundo, e os reimaginando para uma cultura pós-moderna hipersaturada que alega ter visto de tudo. (ON-OFF, 2009, p. 71-72).

Pode-se dizer, então, que o VJ é o DJ das imagens em movimento e trabalha como um diretor e editor de imagens mas em tempo real, tendo como matéria prima cenas extraídas de filmes e vídeos gravados previamente armazenados em HDs (hard disks ou discos rígidos) ou captadas ao vivo por *webcams*, com o objetivo de criar vídeos de ambientação tanto para contemplação em mostras de cinema, festivais, salas de exibição de filmes e novas mídias

dedicados à cultura digital, galerias de arte, saindo da também tradicional ambientação em *lightshows* e boates.

Assim como ocorreu no cenário musical - inicialmente com os trabalhos de Erik Satie ao compor de forma que envolvesse o ouvinte sem chamar atenção para si e para a música, de modo que não seja o centro da atenção, mas que sirva de ambiente sonoro enquanto pessoas conversam ou jantam - o audiovisual contempla a função de ser um elemento alegórico de um espaço. Esses trabalhos musicais negaram a habitual apresentação e concertos em teatros, o que a fez ter sido bastante criticada por estar ligada ao consumo e ao que popularmente é chamado de “*easy listening*”, assim como as televisões e telas preenchem espaços vazios, servem de outdoors eletrônicos e compõem a chamada “arquitetura viva” com projeção de vídeos ou da apropriação e exibição deles em paredes, teto e colunas.

A composição de cenografia por meio de imagens em movimento é antiga. Inicia-se com as apresentações “lúmia” datadas a partir do séc. XVIII com a incidência de placas de vidro pintado e caleidoscópio ao som de composições de música clássica e passa pelas lanternas mágicas e o Teatro Óptico de Émile Reynaud em 1888. Até se consolidar com os *lightshows* em meados dos anos 60, os produziam imagens que refletiam a visão interior causada pela ingestão de LSD com retroprojetores e fluidos corporais, como feitos por Mark Boyle, nos clubes londrinhos revolucionados pelo psicodelismo, e nos americanos de contracultura.

Com o aprimoramento da tecnologia, o audiovisual é, agora, elemento significativo nos grandes espetáculos musicais firmado pela turnê ZooTV do U2 (1991) e com a inclusão de telões de LEDs nas turnês *Vertigo* também do U2 (2005) e *The Blond Ambition Tour* da Madonna (2006). O audiovisual rompe com o ecrã das salas de cinema, as telas deixam o ambiente caseiro e vai para os *megashows*, projeções em edifícios, anúncio publicitários e tornam-se móveis em versão interativa.

Por esse motivo também, outro aspecto que se mostra presente é a aproximação da arte com a tecnologia e ciência - que remonta as primeiras exposições do cinetoscópio e do cinematógrafo que aconteceram em ambientes rigorosamente científicos e acadêmicos. O audiovisual se torna mais complexo com a interatividade e a aproximação com a informática, com os dispositivos móveis, 3D e a holografia. Novas formas de comunicar, de estar e sentir, divulgar, produzir e perceber o mundo que colaboram para modificar as noções de tempo, espaço, fronteiras, sociabilidades e linguagens são trazidas por essas novas mídias que alteraram a forma de narrar contemporâneo. Esse é o cenário midiático tratado nesta dissertação em que se propõe discutir a relação das narrativas com este ambiente.

1.2 Os pés na Terra e a cabeça na Lua (A hibridização da realidade e da ficção nas narrativas)

*"No hay banda. Il n'y a pas d'orchestre.
There is no band. It is all a recording"*

Mulholland Drive, direção e roteiro David Lynch

“Não há banda. É tudo uma gravação”, disse o maitre do *Club Silencio*, um teatro onde há música, sons de clarinete, trombone em surdina, trovões e a canção “*La Chorona de Los Angeles*” que emociona. No entanto, ele afirmou: “é apenas uma fita”, “é uma ilusão”. Nota-se que a canção não é cantada, mas interpretada pela personagem Rebekah del Rio que cai no meio de sua apresentação causando estranhamento com o prosseguir da música sem sua presença em palco.

O que seria da experiência do ser humano se todas suas sensações (o que vê, o que ouve, o que toca...), na verdade, a vida, forem todas ilusões, em que tudo está pré-determinado em um roteiro como da gravação de uma fita? É esta questão que David Lynch levanta com padrões de narrativas distorcidas, as quais enganam o espectador acostumado com a linearidade e a racionalidade no enigma de “*Mulholland Drive*” (Cidade dos Sonhos), assim como Andrew Niccol realizou em “*Truman’s Show*” (Show de Truman) e os irmãos Wachowski na produção “*Matrix*”.

Em uma sociedade midiaticizada - em que a maior parte das relações se dá por meio de símbolos e ícones, ou seja, representações - ocorre casualmente o questionamento do que é “real” e do que é “cópia/falso/criado/imaginado”. Representações estas que se tornam, com os avanços tecnológicos e com as possibilidades de imersão, alta definição e interatividade, criando cada vez mais a ilusão de estarem próximas do objeto de representação.

O uso da narrativa audiovisual, destacando a dramaturgia, utilizada como ferramenta de comunicação, para diversos fins, da

educação ao entretenimento, como foi já apresentado no primeiro ítem, ao longo do tempo já problematiza a dicotomia de «ficção/documentário» no campo das narrativas digitais e da dicotomia «enunciado verdadeiro, portanto histórico/enunciado falso, ficcional». Essa conjectura já fora articulada por pensadores (PLATÃO, 1995, BAUDRILLARD, 1997 e FIGUEIREDO, 2009) para a televisão e cinema, na pintura de Magritte e pode ser estendido por toda produção narrativa hipermidiática, pois mantém o caráter audiovisual de representação debatido naquelas mídias.

Retomando a verificação anterior de que com a influência dos ditames da Revolução Industrial sobre os bens culturais, juntamente o objetivo de buscar mais clareza, expressão clara e agradável, a narrativa foi incorporada nos bens culturais, da ficção ao jornalismo investigativo, de canções à produtos pedagógicos.

Sabido isto, Figueiredo (2009, p. 131) afirma “a idéia de que todos vivemos na ficção e no narrativo” e que se acentua uma “inquietação, despertada pelo avanço tecnológico, com a “ficcionalização de tudo”. De fato, observa-se mais uma vez que a estrutura narrativa dramatizada atualmente contribui tanto para a construção da narrativa documental e a narrativa ficcional. E essa prática encontra-se de diversas formas como destaca a estudiosa ao analisar a encenação da realidade.

A narrativa ficcional nos filmes de época pode retratar episódios históricos (guerras, tratados), costumes e um tempo datado por meio da imaginação, muitas vezes utilizada como material didático e referência para o grande público, como os filmes “Guerra do Fogo” (*La Guerre du Feu*, França, 1981, direção de Jean-Jacques Annaud) como retrato da pré-história, “Joana D’arc de Luc Besson”, “O Patriota”, “O Nome da Rosa”, da Idade Média; “A Rainha”, da Era Vitoriana, e “Fim de Caso” e “A Lista de Schindler”, o período da II Guerra Mundial, “Forrest Gump”, da década de 70 e 80. E são consideradas, elas próprias [as narrativas ficcionais], registros da época em que foram realizados por meio das técnicas utilizadas, da visão apresentada e dos palimpsestos, materiais de

divulgação e repercussões na imprensa em geral, como “Nosferatu”, da Alemanha de década de 20, “Laranja Mecânica”, do Reino Unido dos anos 70, e “Matrix”, de 2000.

Como é identificado também muito de “ficção” em filmes documentários e registros históricos, pois os documentos e os filmes são representações/ interpretações da realidade. Qualquer forma de registro audiovisual de um fato será um recorte e interpretação da realidade seja por meio do enquadramento feito para captura da cena, na edição do material bruto, ou simplesmente por valorizar depoimentos, que já são narrações de experiências passadas que podem sofrer diversas interpretações e distorções causadas por diversos fatores (esquecimento, interesse, confusão, distração e exposição na mídia).

Figueiredo (2009) corrobora ainda com essa reflexão em seu artigo ao enfatizar o documentário brasileiro “Juízo” (2007), de Maria Augusta Ramos, o qual registra o julgamento de menores infratores por meio de duas câmeras instaladas em uma sala de audiência sem que os participantes olhem para as lentes, uma focada nos juízes e a outra nas crianças. No entanto, “para preservar a imagem dos menores infratores, estes foram substituídos por jovens recrutados [atores amadores], de idade aproximada e com condições socioeconômicas semelhantes às dos personagens reais” (FIGUEIREDO, 2009, p.140) em uma reconstrução dos fatos com textos semelhantes às falas registradas na audiência. Estas cenas dramatizadas substituíram na montagem as cenas com os reais infratores na produção de “um filme em que o campo é documental e o contracampo, ficcional” (FIGUEIREDO, 2009, p.141). Outros exemplos que podem ser citados também são os filmes: Jogos de Cena (2007), de Eduardo Coutinho, em que 83 mulheres contaram suas histórias de vida em um estúdio atendendo anúncio de jornal, sendo 23 delas selecionadas e filmadas no teatro Glauce Rocha e posteriormente atrizes interpretaram as narrações dessas mulheres. O filme intercala essas cenas borrando a diferenciação entre um depoimento verdadeiro e uma interpretação

do depoimento. A distinção é clara quando se trata de atrizes que o telespectador conhece, mas a edição constrói uma relação entre o verídico e o ficcional.

Outro filme que intercala as interpretações e registros reais é o “Filme-fobia”, de Kiko Goifman, em que um diretor considera que a única imagem verdadeira é aquela do fóbico diante de sua fobia e resolve fazer um documentário sobre os medos mais profundos de cada um. Assim o filme se constrói com cenas de fóbicos reais diante do objeto que teme e de atores que interpretam fóbicos. Esse filme discute a questão da imagem criada como representação do real e questiona se mesmo encenada, uma imagem pode ser tomada por real. Jean-Claude Bernardet, que interpreta o diretor, responde: “Claro que sim. Porque o que interessa é o que ela [a imagem] passa”. Comprova-se, aqui, que a narrativa ficcional dramatúrgica contribui para o registro de fatos.

Estes fatos, no paradigma analógico eram registrados ao longo do tempo em suportes como a película e a fita magnética – o tempo era preso nesses suportes. Com o armazenamento desses dados digitalmente e a proliferação das mídias e da transmissão instantânea, o presente e o passado, o mundo ficcional e mundo fenomenológico se misturam e dialogam. É observado que

O cinema problematiza intencionalmente a questão do tempo desde os seus inícios, e acabou por desenvolver gêneros distintos que lidam com aspectos específicos da História como experiência (o filme «histórico» para representar o «passado», o de «ficção científica» para o «futuro», o filme «baseado em fatos reais» para o «presente»...) e codificando os inúmeros efeitos de sentido destinados à representação social da passagem do tempo e da História. (CAPPELER, 2009, p.217-218)

Este posicionamento, também compartilhado por Tarkovski (1998), pressupõe uma delimitação muito bem realizada entre os diversos produtos narrativos e seus objetivos específicos, mas necessariamente não aborda o uso e a interpretação as quais terão seus observadores, quem dirá em uma plataforma em que há um imenso acervo de vídeos, ficcionais e não-ficcionais, como a

digital. Assim, devemos considerar “não só aquilo que há de ficcional nos filmes que se pretendem «documentários» como também aquilo que há de documental em qualquer filme de ficção” (CAPPELER, 2009, p.217), como também afirma GODARD (1985), “todos os grandes filmes de ficção tendem ao documentário, assim como todos os grandes filmes de documentário tendem à ficção”.

O abstrato, o imaginário, o mágico mundo do logos é desenho por meio dos elementos que temos contato com a percepção do mundo fenomenal (o som, o cheiro, a visão). E o ficcional e imagético re-significa por seus conceitos e experimentações livres o mundo não-ficcional fenomenológico, o que se chama de concreto. E o que Duccini (2009, p.253) afirma para o audiovisual pode-se assimilar para a hipermídia:

Por sua natureza, o audiovisual conjuga o potencial realista e possibilidades fantásticas. O caráter realista é causado pela ampliação de um efeito de objetividade, de captação imediata do mundo. E o ficcional/fantástico são causados pelas possibilidades de compactar ou distender o tempo e o espaço que condensam significados e reformulam o vínculo entre realidade material e o onírico. (DUCCINI, 2009, p.253)

Essa constante reordenação de significados por meio do olhar audiovisual hipermidiático é ainda ampliada, pois além da capacidade de narrar ao manipular o tempo-espaço, como o percurso da transformação e ações, e a memória, como registro, é possível manipular as associações cognitivas fazendo links que ligam e juntam conhecimentos por meio de tags, intersecções, comparações, semelhanças e contrastes até então desorganizados. Se a montagem cinematográfica direcionava a uma série de planos e seqüências em pensamento linear, a hipermídia colaborativa pode ampliar e manter constante a recombinação e criação de novos sentidos e olhares como defendem Pierre Lèvy (1993) ao abordar a gestão pessoal dos conhecimentos, Lucia Santaella (2001) sobre a semiótica cognitiva, e Merlin Donald (1993) em “Origens do Pensamento Moderno”.

Contrariando em partes a tradição racionalista, da qual Descartes se destaca, e a crítica à cultura da mídia na década de 70 por Baudrillard, que juntos desmerecem filosoficamente a “imagem sem objeto” como fonte de ilusão e engano, esses pensadores advertem que são os signos que formam as linguagens e que por meio das mídias se preservam no tempo para serem analisadas, criticadas e trabalhadas de forma sistêmica, racional e lógica quando externadas muito melhor do que apenas mentalmente. Sendo já o pensamento formado por signos. Considerando a evolução da inteligência da mídia ou inteligência coletiva, a mídia é a extensão da memória, da fala e da visão humana ampliando as capacidades, que diferencia o homem dos demais animais, de comunicação por meio de signos e sua manipulação, a comunicação midiática.

A cognição e a percepção humanas sofrem transformações com o desenvolvimento das novas linguagens criadas e relações estabelecidas com as mídias, que os aproximam das tecnologias digitais e da virtualidade e dão novas possibilidades de trabalhar com os signos sem desvincular do real, sendo meio de acesso ao concreto permitindo ao homem a refletir sobre o mundo, o outro, sobre si mesmo e sobre a sua própria capacidade de comunicar.

E de acordo com a linha teórica específica de Lèvy (1996), o virtual é a potencialidade da atualização de algo, um estado de devir, de readaptação e ressignificação constante no presente que já pode ser verificada nas produções pós-modernas que reciclam, “sampleiam” e reinventam produções do passado. Estados estes simplesmente presentes em uma simples semente que guarda potencialmente em si uma árvore e uma planta arquitetônica que é o estado virtual de uma construção civil, segundo o filósofo, que nessa situação pode ser alterada e reconfigurada de acordo com as condições e variáveis em torno dela. Sejam as variáveis ao objeto virtual a água, boas condições de solo e a luz solar – no caso da semente; o tamanho e características do terreno, as condições de iluminação e ventilação – no caso da planta

arquitetônica; ou da interação, interpretação, manipulação e curiosidade humana em produções interativas, desde objetos de arte à narrativas ficcionais para a web.

Portanto, ao pensar na possibilidade de grande manipulação de signos digitais nas novas mídias em rede pode-se refletir sobre as experimentações e as considerações que simulações no virtual, por meio de narrativas e discussões fictícias ou não, podem agregar aos seus espectadores.

De fato, considerações devem ser feitas com relação a fontes de dados nem sempre confiáveis, a checagem de informações deve se tornar um hábito e a correlação do apresentado pelas mídias com senso crítico cada vez mais aprimorado. No entanto, o saber lidar com o fluxo dessa propagação extensa de informações, filtrar o que é de relevância ou não, comparar e estabelecer as diversas relações com tudo aquilo que se tem de bagagem cultural e conhecimento e armazenar de forma organizada, processo chamado de gestão pessoal do conhecimento (LÉVY, 1993) torna os “*homo sapiens medium*” mais inteligente e social, ou seja mais humano, segundo também o pensador sobre a cultura das mídias, interface e a relação do homem com as novas linguagens – games e narrativas interativas - Steve Johnson (2003).

Johnson (2005) ratifica como as novas tecnologias, como a televisão e os jogos eletrônicos, desenvolvem capacidades cognitivas. Conduzido pela neurociência e teoria da comunicação, demonstra que a cultura midiática torna as pessoas mais inteligentes. *Games* como o “*Tetris*” e “*The Sims*” aprimoram níveis de inteligência e desenvolver habilidades cognitivas que não podem ser aprendidas nos livros de acordo com Johnson (2005). E as narrativas midiáticas, como *Os Simpsons* e *24 horas*, quando examinadas revelam sofisticação narrativa que exigem esforço intelectual para sua compreensão impondo novos desafios cognitivos que moldam nossa maneira de pensar que prova que a cultura não está declinando.

A cultura midiática, chamada *pop*, se elabora dentro do

processo comunicativo, de linguagem e referência em uma crescente evolução e converte-se em uma ferramenta de poder social, político e cultural como será vista no item a seguir.

1.3 Narrar é a metalinguagem da vida (a narrativa como estado social e ferramenta de transformação social)

Para entender a incorporação das narrativas midiáticas no cotidiano verifica-se a apropriação dessas ferramentas já na plataforma analógica. Lopes (2009) defende que a narrativa midiática, neste caso específico a telenovela, é incorporada à cultura do Brasil podendo ser caracterizada como narrativa de nação tornando-se um espaço público de debates de temas recorrentes do cotidiano.

O próprio campo da comunicação humana se define como Comunicação Social, devido às mídias possuírem impacto no ambiente social identificado com o surgimento da linguagem escrita como suporte que permitiu a elaboração e desenvolvimento das ciências, direitos, legislação e filosofia contemporânea. A diferença que as mídias digitais incorporam nesse cenário é que são interligadas em rede possibilitando a comunicação instantânea e a interação entre os espectadores que podem alterá-la.

Isto significa que os atores sociais embora não estejam reunidos massivamente em sindicatos, clubes ou associações, como nas décadas de 80 e 90, encontram-se na rede mundial outra esfera pública, no sentido dado por Junger Habermas (1984: 46-60), para a manifestação e construção coletiva de saberes, do exercício da cidadania e discutir e debater as narrativas ajudam a desenvolver o senso crítico e as habilidades cognitivas.

Esta esfera pública virtual, chamada também de “ágora eletrônica”, pode não abranger encontros que possibilitem o diálogo, mas permite a comunicação instantânea em larga escala, deslocando as noções de tempo e espaço de forma até pouco tempo impensável. Um depoimento contra uma ação de um personagem que reflete uma prática concreta repercute imensamente na rede. O espectador ganha poder de produtor e crítico do conteúdo narrativo midiático, não havendo mais condição de considerar aquele que tem contato com a narrativa estruturada pelas novas mídias de

espectador/leitor. Comumente, ele é chamado de usuário (GOSCIOLA, 2003, p. 17), interator ou interagente.

As narrativas não continuarão a apresentar uma única perspectiva dos fatos representando as ideologias de grandes grupos corporativos, o que os estudos de Comunicação Social sempre defenderam. Elas agora sob o formato de bits e algoritmos computacionais são sementes virtuais, referenciando Lèvy (1999), que potencializam e problematizam o ato de narrar. Não se trata mais da apresentação da narrativa atualizada, mas a abertura do estado de criação, dos conflitos gerados por seus temas e ideologias debatidos em fóruns e das co-relações com outras visões já estabelecidas em produtos midiáticos diversos. As narrativas não são mais umas, mas possuem a possibilidade de serem várias dependendo da variável determinada pelos usuários para interpretar, interferir e usá-la.

Todos poderão interferir e discutir clara e abertamente sobre todas as temáticas retratadas. Prevendo isso, as narrações podem até criar variações polêmicas diferentes aumentando seu destaque.

Portanto, a narrativa midiática não é mais meramente um passatempo de entretenimento frívolo, ganha o estatuto social de ferramenta de debate e transformação social. O espectador livre de seu papel passivo compreende por meio da transformação que faz no mundo virtual o poder de transformação concreto que suas decisões individuais possuem coletivamente desde um *flashmob*¹³ organizado em redes sociais; na comparação de situações paradoxais apresentadas no roteiro de narrativas e associadas ao seu cotidiano; na manipulação do rumo dos conflitos que representam o poder das escolhas e decisões; do acesso a informações facilitado e a produção e disponibilidade de conhecimento em rede direcionado narrativamente.

Na concepção de que a rede se torna uma ferramenta de

¹³ Reuniões instantâneas em locais públicos que reúnem grande número de participantes para uma ação inusitada e que se dispensam tão rapidamente quanto ao seu início. Geralmente são organizadas em redes sociais.

produção de conteúdo, a narrativa mostra-se como uma grande facilitadora para conduzir adaptação às novas linguagens e recursos disponíveis. O conhecimento célebre ultrapassa fortemente as fronteiras das universidades e perde o academicismo elitista se misturando com o conhecimento popular como um retorno à cultura em que a arte é aproximada da ciência das sociedades organizadas em conclave democráticos reforçando a inteligência coletiva.

As narrativas têm uma função social importante no acesso e apropriação das novas tecnologias preparando e conduzindo jovens atores sociais organizados em comunidades de relacionamento como Orkut e Facebook. Eles desenvolvem habilidades diferenciadas e atenção múltipla. Não apenas dominam a lógica dos computadores e seus diferentes programas e games, eles conseguem realizar várias atividades ao mesmo tempo desenvolvendo inteligência múltipla e a gestão do conhecimento.

Extingue-se mais nitidamente o monopólio do conhecimento pelos professores e pelos livros, que deixam de serem as únicas fontes de sabedoria, de acordo com Lucía Castellón e Oscar Jaramillo (FILHO e COSETE, 2008), sendo necessária uma adaptação nos sistemas de educação e comunicação nas gerações seguintes:

Enquanto as gerações entre trinta e quarenta anos em diante aprenderam a desenvolver suas habilidades em tecnologia analógica, prestando atenção em uma coisa de cada vez – as gerações que hoje se encontram entre os dez e os vinte anos nasceram sob o signo das tecnologias digitais. E isso representa uma forma de pensar e estar no mundo radicalmente diferente das gerações mais antigas. (FILHO e COSETTE, 2008, p.36)

O crescente conceito de jornalismo participativo ou *open source journalism* (jornalismo de código aberto ou colaborativo) já abrem novas possibilidades no *modus operandi* de produção com o trabalho colaborativo. Leitores não apenas sugerem pautas e enviam notas, mas podem acrescentar dados às matérias antes da edição final ou manter a matéria em constante estado de atualização em uma experiência dialógica que colabora para a construção, além de

notícias, do conhecimento.

Essa mesma prática pode servir por intermédio de serviços em narrativas audiovisuais digitais de forma a contribuir com a educação informal por ser atrativa e conquistadora exigindo certo grau de envolvimento e fidelidade causada pela estrutura de serialidade que é a apresentação descontínua e fragmentada do sistema televisual e se expande para as mídias digitais. Informações de impacto com potencial para causar reflexão e discussão são mais fáceis de serem disseminadas e repercutidas dentro de uma trama narrativa do que no jornalismo televisivo, basta verificar o conhecimento adquirido pelos telespectadores a respeito dos acontecimentos políticos atuais e do enredo da novela para ter-se essa opinião.

Assim, verificado que “Montesquieu assinalou, a propósito, que os costumes de um povo não se mudam por meio de leis, mas por outros costumes e exemplos: ou seja, pela educação popular” (NOVAES, 1991, p.303), a narrativa audiovisual constitui ligação entre democracia moderna e comunicação digital.

Corroborando para a consideração da ligação entre comunicação popular e cidadania, a compreensão de Thompson para quem a mudança na forma de se comunicar altera as relações sociais e de que já o jornal – como ampliador da difusão da informação e por isso produtor da opinião pública – construiu a cidadania e a nação. E Lopes (2009), afirma, ainda que a telenovela brasileira, narrativa midiática analógica, tornou-se uma narrativa de nação e um espaço público de debates de temas representativos da modernidade sendo, assim, um recurso comunicativo.

Além disso, há várias experiências de saber compartilhado nas mídias digitais, como a enciclopédia eletrônica Wikipédia, onde o conhecimento é construído coletivamente em diferentes línguas de forma autônoma nos processos de entretenimento, de construção do saber ou participação social sem necessitar de grandes grupos por trás. Algo que poderá acontecer também nas narrativas das mídias digitais de forma bastante

ampliada a partir dos usos dos processos de interatividades abordados no próximo capítulo.

Assim, verifica-se que existe uma relação direta entre comunicação e cidadania e se ampliado o poder comunicacional amplia-se o potencial da cidadania. A comunicação é vital para a cidadania e uma forma de entretenimento contemporâneo como a narrativa digital interativa prepara os espectadores a lidarem melhor com ferramentas as quais Pierre Lèvy (1993) acredita que os reúne em rede com o surgimento da maior experimentação da inteligência coletiva, a que trabalha em conjunto de ações individuais para a produção de conhecimento de uso coletivo.

Essa comunicação seria, portanto, capaz por intermédio da hipermídia cruzar informações, checar dados, expor idéias, compartilhar interpretações, criar listas de discussões que permitem a reorganização de conceitos que levam a outros pontos de vista, conclusões e considerações. Tudo isso armazenado em um grande banco de dados, que é o ciberespaço, que pode ser acessado quando e onde for necessário.

1.4 A narrativa presente (Os desafios para a narração no séc. XXI)

Todo presente é composto por decorrências do passado.

Após levantar todo o referencial teórico até aqui é possível constatar brevemente as origens da narrativa e sua evolução ao longo do tempo e sua profunda fixação na cultura geral, com suas diferentes mídias e formas de expressão, transpassando e perpetuando conhecimentos e diferenciando o ser humano dos outros animais no plano comunicativo. Todos os animais se comunicam, mas apenas o homem manipula signos e contam narrações mediadas por ferramentas comunicativas que são criadas e aperfeiçoadas conjunta e paralelamente com a forma do homem viver e suas técnicas. E essa comunicação mediada aumenta sua capacidade cognitiva e o torna capaz de evolucionar tornando-se cada vez mais humano como pensa Lèvy (1993), para quem a técnica humaniza o homem potencializando suas habilidades ímpares permitindo que comunique e se socialize cada vez mais ao contrário da idéia que o torna mais frio e isolado em mundo de sombras como na caverna de Platão.

Perante o recorrido, a narrativa esteve presente servindo como ferramenta em todo esse processo evolutivo. O homem primitivo, coletor, nômade e de cultura oral contava seus causos por meio de relatos, mitos, lendas e ritos bárdicos e familiares bastante dependentes de expressões corporais e símbolos figurados. O conhecimento era passado para as gerações seguintes ainda de forma muito incipiente e restrita. A sedimentação em vilas e o depósito de sementes para o cultivo de subsistência permitiram com que fosse criada uma linguagem escrita pictórica muito limitada a escribas e sacerdotes detentores da habilidade da linguagem bastante articulada com templos e a teologia. Aí já é possível notar a vantagem e o poder dos com desenvoltura na linguagem daqueles que não a compreendem.

A linguagem escrita tornou-se apenas mais difundida quando se libertou dos muitos pictogramas (um signo concebido para cada significado) com a construção do alfabeto que representava sons ao invés de idéias e objetos ganhando também maior objetividade e consciência reflexiva. É clara a observação da

superioridade de civilizações com um código de linguagem aprimorado sobre uma ainda sem desenvolvê-lo. A escrita representa a narrativa externada e o registro da memória de forma mais organizada. O saber se torna sistêmico e lógico. Entretanto, a linguagem escrita verbal ainda era bastante restrita para a maior parte da população analfabeta.

Foi apenas com o modelo industrial representado pela prensa e a perpetuação da mídia de massa, a forma com que a narrativa pôde ser difundida em milhares de cópias e ser transportada para diversos ambientes que é iniciada a democratização do conhecimento com bibliotecas não mais trancafiadas em torres e com o barateamento dos livros e dos impressos.

Por conseguir lembrar como se deu essa construção das narrativas passadas é possível liberar-se do preconceito criado em torno das mídias. Pois em seguida, o audiovisual como suporte difusor massivo da narrativa representa com a digitalização e o sistema em rede, hoje, a ampliação de seus contornos sociais.

Se os conhecimentos eram transmitidos em rodas em volta de fogueiras e em cantigas; se os clássicos filósofos traçaram suas conjecturas em discursos orais ao pé de árvores e em banquetes analisando lógica e criticamente as mitologias e falsas crenças; pesquisadores eram conhecidos como “ratos de biblioteca” consultando pilhas de livros e documentos; e o vídeo pôde registrar e transmitir ao vivo bombardeios ao Iraque, não é de se espantar que nosso conhecimento se dê ao considerar e inferir sobre narrativas midiáticas e conversas em redes sociais, muitas vezes vistas como banais e simplistas.

Não é por menos que muito da metodologia, dos insights e das coletas de dados desta pesquisa se deu na esfera da rede em diversas conversas intermediadas pelo *Facebook*, *MSN* e *Orkut*, seguindo estudiosos no *Twitter*, utilizando as ferramentas de busca *on line* por meio de *tags* e com a contribuição do trabalho coletivo e colaborativo de disponibilizar diversas fontes de consulta no grande

banco de dados do ciberespaço. Essa é a maneira contemporânea que amplia nosso saber! A forma com que dissertamos e pesquisamos hoje é um ótimo exemplo da construção da narrativa no hipertexto multimídia. Selecionar, organizar, catalogar e sintetizar as informações e conseguir criar uma relação dialética com outros dados torna-se necessário percorrer a narrativa por completo.

É dessa mesma maneira que as narrativas contemporâneas são assistidas em um fluxo gigantesco de conteúdo disponibilizado em vários suportes exigindo mais de nossa organização, associação, acompanhamento da serialidade, filtro e senso crítico já que

elas [as narrativas] são contadas de maneira complexa, isto é, graças aos recursos das novas mídias, podem ser apresentadas por diversos pontos de vista, com histórias paralelas, com possibilidades de interferência na narrativa, com opções de continuidade ou descontinuidade de narrativa e muito mais. (GOSCIOLA, 2003, p.17)

Usando a definição de Janet Murray (2003) que identifica o autor da narrativa digital como um coreógrafo que estabelece o ritmo, o contexto e os passos da *performance*, pode-se dizer que o dançarino é o espectador, que para isso precisa compreender a narrativa assim como o dançarino compreende a música e se preparar, fisicamente e cognitivamente para decodificá-la e principalmente, utilizá-la.

Há tempos que o espectador é usuário da narrativa, desde que ela transmite conhecimento ao homem como foi descrito. Mas principalmente agora ela é vista como uma ferramenta a qual podem estar a serviço de objetivos como ensinar e treinar pessoas (MILLER, 2004). A narrativa interativa é capaz de traçar paralelos, trazer novidades e se atualizar com o uso de seus espectadores sendo um espaço de debate e produção de conhecimento.

Torpedos de celulares e MSN, por exemplo, estão colaborando para o desenvolvimento de outras formas de comunicação multimídia e apontam mudanças nas linguagens tradicionais como é definido a seguir:

Além do “miguxês”, o caso mais sintomático pode ser observado desde 2005 no Brasil através do canal 61, o Telecine 1, da TV por assinatura a cabo NET, onde, semanalmente a partir das 23h, é exibido um filme com legendas em linguagem MSG, muito similar ao “internetês”. Ou seja, ao invés de ler a palavra “você”, o público vai ler na legenda a abreviatura “vc”; ou no caso da palavra “quando”, ela aparece abreviada como “qdo”, e assim por diante, modificando - e reduzindo – radicalmente a língua portuguesa. (FILHO e CASTRO e BARBOSA FILHO, 2009, p. 84)

A criação de uma nova linguagem hipermidiática redefine também o uso das outras linguagens haja vista a transformação ocorrida na pintura com o surgimento da fotografia, passando a não apenas retratar somente a realidade figurada, mas externar as sensações, sentimentos e sonhos por meio do abstracionismo, surrealismo e expressionismo assim como já ocorre com a televisão.

Assim, voltando o foco à evolução da narrativa, a ferramenta mais poderosa e inovadora atual reside na interatividade; capaz de modificar não apenas a maneira como as narrativas são contadas, mas também, como são vivenciadas pela sua audiência (SHELDON, 2004; MILLER 2004).

Nos últimos anos, o interesse por sistemas nos quais as ações dos usuários tenham um impacto significativo no rumo da história tem crescido, produzindo, de forma consistente, experiências memoráveis e diversificadas (BARROS, 2004). As pesquisas em narrativas interativas, ou *interactive storytelling*, termo que se popularizou no ambiente de desenvolvimento de jogos, aparecem justamente estruturar essas formas de expressão.

Um bom exemplo de mudanças nas narrativas é com o produto de reality show “*Big Brother Brasil*” da empresa holandesa Endemol produzido no Brasil pela Rede Globo. O formato televisivo *realityshow* já em seu cerne trabalha com os aspectos de ficção e realidade. Em sua décima edição, o programa mostrou uma experiência bastante significativa tanto na televisão quanto na internet com o uso do Twitter pelo apresentador Pedro Bial, o diretor do programa Boninho e os participantes jogadores-personagens da narrativa-jogo, com destaque para Tessália Serigheli, popular na

rede social, onde é conhecida como Twitess, antes mesmo de entrar no programa.

Com essa primeira parte da dissertação tem-se circunscrita a procedência da narrativa, para a apreensão e resposta ao “de onde a narrativa vem?”. A partir do próximo capítulo isolar-se-ão as experiências narrativas recentes descritas com abrangência na hipermídia digital sucintamente para ser possível posteriormente averiguar sobre suas possibilidades como estruturas ferramentais de expressão na comunicação e artes e contribuir para o desafio que é compreender o uso e expressão das narrativas digitais.

2 NARRATIVAS INTERATIVAS E NARRATIVAS CONTEMPORÂNEAS

*Santa clara, padroeira da televisão
Que a televisão não seja o inferno, interno, ermo
Um ver no excesso o eterno quase nada (quase nada)
Que a televisão não seja sempre vista*

*Como a monstra condenada, a fenestra sinistra
Mas tomada pelo que ela é
De poesia*

Santa clara, padroeira da televisão
Caetano Veloso

Há um fluxo constante de debates sobre os prós e contras das narrativas midiáticas, desde suas produções no cinema e televisão até nas novas mídias, e que certamente continuarão a existir. O que se observa, no entanto, é uma grande concentração do foco de análise sobre as mídias após comprovadamente ser verificado seu poder em diversos eixos temáticos.

As mídias, primeiramente, devem ser vistas como suportes tecnológicos nas mãos de produtores de conteúdo. Portanto, como uma tela de pintura branca, as novas mídias aguardam o desenho que será traçado para seu futuro por meio de produções, tais como as de narrativas.

O que nota-se atualmente é uma profusão de comentários e idéias a respeito das narrativas digitais, mas pouco se delimita com o termo “narrativas digitais”. Já que se trata de um fenômeno recente, as inúmeras características e variáveis das narrativas digitais não foram devidamente delineadas de forma a permitir defini-las e diferenciá-las dentre suas individualidades. Tanto que suas possibilidades estão sendo ainda experimentadas e não há um amplo acesso a referências sobre narrativas digitais reunidas e devidamente classificadas.

A seguir, serão apresentadas experiências narrativas midiáticas analógicas e digitais que contribuirão para traçar parâmetros gerais e características das estruturas e opções de estratégias para as narrativas interativas.

2.1 Experimentos com Mídias

*Sentado no sofá, não consigo nem pensar
Estou acostumado com a tv me controlar
A mesma rotina, um conteúdo não tem não
Briga pela audiência é o que faz a televisão*

Televisão – Ketamina
Composição

Mesmo tendo como foco da pesquisa as narrativas digitais, o narrar contemporâneo é nas mídias digitais bastante influenciado pelas práticas em mídias analógicas e em ações praticadas em mais de uma mídia. Isto porque a linguagem dos meios em algumas produções rompe com a estrutura do suporte de seus conteúdos e recursos expressivos dialogam com conceitos e ousam experimentar qualidades só possibilitadas de uma forma mais concreta agora com os recursos digitais.

Essas experimentações remontam desde o período quando Nam June Paik, Wolf Vostell e outros artistas testaram a aptidão prática da televisão sem a tecnologia do vídeo e apoio das estações de radiodifusão. O aparelho de televisão foi usado por esses artistas como material de arte.

O envolvimento dos meios de comunicação de massa (suportes do *mainstream*) com as obras ditas de arte tiveram um estreitamento na década de 60 em que já se discutia o telespectador como um consumidor de um conteúdo pronto, pois a relação dos próprias artistas, como Richard Hamilton, com o recurso do moderno aparelho tecnológico da época, no âmbito de fazer arte com a televisão, era apenas o de manipular sua programação, mas não produzi-la como é constatado a seguir:

So artists are just <exemplary viewers,> working with the tube as a symbol of the mass medium as a whole, using the normal television schedule rather than making program themselves. So here it is no longer a matter of making television into an art instrument; its institutional status as a media system remains unassailable, artists can only change it as a model at the point of reception. (DANIELS, s/d)¹⁴

¹⁴ Os artistas são apenas <telespectadores exemplares,> ao trabalhar com o tubo como símbolo da

Isto porque, segundo Dieter Daniels, os artistas começaram a trabalhar com a TV antes do surgimento da tecnologia de vídeo, que só viria a ser comercializada pela Sony em 65. Assim, a matéria-prima eram os próprios programas normais transmitidos pela TV modificados, como na *Exposition of Music – Eletronic Television* em 1963 que foi apresentada, durante duas horas em dez noites, jogos interativos pela TV na Alemanha.

A mostra foi apresentada entre as 19h30 e 21h30 para utilizar a programação do único canal de televisão alemão da época. As composições de imagens exibidas eram derivadas de possibilidades pré-definidas de manipulação eletrônica de modo que influências externas determinavam a formação das imagens exibidas. Dentre essas primeiras experiências estavam TVs conectadas em pedais, microfones e botões de volume de rádio. Conforme as pessoas pisavam em pedais, se falava no microfone, ou se aumentava ou diminuía o volume do rádio eram provocadas interferências nas imagens exibidas. Paik demonstrou várias abordagens possíveis aos telespectadores possíveis para o mais novo item eletrônico doméstico da época, como um objeto de contemplação e consumo passivo em “Zen for TV” e formas de manipulação do meio por interferência de seus objetos interativos, uma antecipação da discussão atual sobre a interatividade.

Daniels lembra que a única forma de interação do espectador alemão com a imagem da TV era o botão liga-desliga e que, apenas pouco depois, em 1 de Abril de 1963, estréia a segunda televisão alemã, a ZDF, permitindo a escolha de programas para o telespectador que havia ocupado seu televisor com o conjunto apropriado *set box*.

O trabalho de Voltell com a televisão está mais ligado com o seu trabalho pictórico e não realizou intervenções sofisticadas para

mídia de massa como um todo, utilizando a programação normal da televisão ao invés produzir programas. Então aqui já não é uma questão do fazer televisão um instrumento de arte, o seu estatuto institucional, pois sistema de mídia permanece intocável, podendo os artistas apenas alterá-la em seu ponto de recepção. Disponível em: < http://www.medienkunstnetz.de/themes/overview_of_media_art/massmedia/5/>.

os “jogos eletrônicos”, mas com as possibilidades do que mais tarde iria chamar de edição em suas obras “*Sun in your head*”, “*TV Decoll*” e da “*television decollage*”. Similar a esses trabalhos de manipulação da imagem há os trabalhos de Karl Gerstner como o “*Auto-Vision*”.

2.2 Narratividades Pioneiras Interativas

O fato é que a interatividade e o esquema bilateral fazem parte de todo processo de comunicação, mesmo ele sendo no sistema *broadcast* de massa. Pois se compreende que é um que fala e outro que reage seja simplesmente com a atenção direcionada ou

não para a compreensão da mensagem.

No entanto, é da interação mediada tecnológica que é o cerne da problemática da narrativa digital que abrange a comunicação no esquema “todos-para-todos” da rede digital com a colaboração, participação e manipulação dos signos, e não do esquema “um-para-todos” da difusão de informações.

É interessante notar, que mesmo sem os recursos da tecnologia digital que permite essa interação, muitos produtos midiáticos e culturais buscaram tangenciar essa interação discutida e que se pode pontuar como as primeiras tentativas pré-interativas que as narrativas digitais possibilitarão.

As primeiras narrativas interativas a que podemos fazer referência remontam o tempo em que eram contadas ou cantadas oralmente e alteradas e modificadas de acordo com as reações do público. As peças cênicas também utilizam desse artifício sendo uma forma de expressão que permite uma aproximação muito mais próxima do ator e do espectador, assim como os repentistas que improvisam com os temas sugeridos pela platéia.

Criado por Nicolas Schöffer com Pierre Henry e Alwin Nikolais, a peça de “teatro interativa “Kyldex”¹⁵ apresentada no Hamburg State Opera em 1973. Antes de começar, cada espectador recebeu discos de várias cores com as quais poderia influenciar o que estava acontecendo no palco. E esse mesmo sistema, em 1994, possibilitou Loren Carpenter a criar jogos interativos para um grande público em um telão no “Festival Ars Electronica” em Linz. Esses jogos atualmente dispensam os discos coloridos com a tecnologia da computação e do reconhecimento de movimentos por meio de câmeras.

Caso recente que contempla isso no teatro é a peça brasileira “Jogando no Quintal”, com criação em 2001 por César Gouvêa e Marcio Ballas. No espetáculo-jogo, palhaços divididos em dois times improvisam cenas com temas sugeridos pelo público durante o tempo determinado por um juiz. Cada apresentação, ou

¹⁵ <http://vimeo.com/10222826>.

rodada como sugerem, é diferente e tem um desafio novo com base no estímulo de alguém da platéia, assim são compostas músicas, inventam cenas e publicidade. Ao final da rodada, o próprio público/torcida decide qual dos dois times fez a melhor jogada e vota, levantando cartões com a cor da camisa de sua equipe predileta. Cada vitória vale um gol e, assim, o placar é construído.

A idéia da votação está presente também nas mídias em busca do interesse dos consumidores como na votação por telefone para determinar o desfecho em histórias em quadrinhos e narrativas televisivas, sendo ultimamente sendo feitas também via *internet*.

E também o lúdico está presente tanto em jogos eletrônicos como na televisão. Os games evoluíram dos jogos frenéticos de batalhas e “matar, pilhar e destruir” passando a ter também uma abordagem estética e narrativa influenciada pelo cinema – vide “*Metal Gear Solid*”, “*X-Files*” e “*Phantasmagoria*”, sendo que o mesmo foi influenciado também pelos games – “*Run Lola Run*”, “*Elephant*” e “*Matrix*”.

E inúmeros são os exemplos de jogos mediados pela TV e o telefone desde os apresentados por Silvio Santos e seus sucessores no SBT, até os que o telespectador controla o personagem pelo controle do aparelho telefônico como “HugoGame” da Rede Bandeirantes e “Gargante e Torcicola” da MTV.

Há tempo jogos não são mais associados somente à diversão e passatempo infantis, ganham produtos para adultos pela sua temática e custo elevado com o objetivo de entreter, mas também estimulam o contato com outras culturas e línguas, pois a maioria dos jogos é em inglês e alguns possuem temáticas históricas e culturais, desenvolvem o raciocínio lógico, estratégico e controle motor, e incitar às práticas de exercícios físicos como o console Wii que capta movimentos, e o projeto Natal.

Dando continuidade às votações feitas em produções pata TV, o programa “Intercine” e o “Você Dedide”, ambos da Rede Globo. Nesse último, estas determinavam o rumo das narrativas da série. O cinema também já contribuiu bastante para a compreensão

da interatividade em narrativas. Como, por exemplo, o projeto “*Kinoautomatic*” e o filme *One Man and his Jury* (“Um Homem e Seu Júri”) apresentado na Expo de 1967 em Montreal que funcionava como o televisivo “Você Decide”, mas em uma sala de exibição de película e mediado pelos próprios atores junto à platéia em pausas determinadas na projeção. No assento do teatro do filme, os espectadores encontraram dois botões necessários para fazer a seleção. A escolha da platéia sobre as ações que os personagens deveriam tomar determinava, portanto, qual o rolo de película deveria ser exibido na seqüência.

O programa infantil “*Winky Dink and You*” transmitido entre 1953 e 1957 no canal americano CBS, é citado por diversos autores (GAWLINSKI, 2003; SCHWALD, 2004; GOSCIOLA, 2003; RANHEL, 2005) como a primeira experiência interativa em um produto de televisão, que incitava, com sua narrativa e linguagem, as crianças que o assistiam a desenhar em telas transparentes coladas nos monitores para ajudar o personagem protagonista. Desenhavam, por exemplo, uma ponte para que Winky Dink atravessasse um desfiladeiro. Neste programa “a interação era criada através do uso de uma folha de plástico que era colocada na frente da tela da TV, e que colava na tela devido à força estática” (SCHWALD, 2004, p.4 *apud* RANHEL, 2005, p.12).

Muitos programas surgiram em seguida com esse apelo que representa a própria linguagem estimulante da televisão como se chamasse o telespectador conversando com ele, mas na verdade a reação do espectador em um programa que ensine às crianças a produzir brinquedos, de culinária, de ginásticas ou filmes pornô, que de fato fazem sentido se forem acompanhados em resposta aos apresentadores, não faz sentido se não o fizerem.

Questiona-se isto, pois

Na prática não havia feedback das crianças para a fonte da informação. Considerar que aqueles telespectadores participavam de um programa interativo não seria o mesmo que dizer que um programa de ginástica na TV, quando acompanhado por um telespectador em casa, é um programa

interativo? Fazia diferença se as crianças desenhavam ou não estimuladas pelo programa? Faz diferença se uma telespectadora copia ou não uma receita de culinária que está sendo apresentada na TV? Existem programas nos quais os telespectadores participam pelo telefone, no rádio ou TV, seja falando ao vivo com um apresentador ou votando. Votação pela internet, aliás, tem sido uma prática recorrente dos programas “reality-shows” na televisão atualmente. Nestes últimos exemplos, os usuários interferem no conteúdo ou no ambiente do espetáculo. Quais desses programas são interativos e quais não são? (RANHEL, 2005, p.12).

Buscando responder a essas perguntas, encontra-se o conceito de interatividade de Alex Primo (2007) a qual aplicada nas narrativas entende-se que a narrativa interativa permite a interferência em seu conteúdo ou em sua apresentação, como uma interface sobre o conteúdo narrativo que faz parte dela. Buscando como referência o pensamento de André Lemos (s/d) a respeito da interatividade na Televisão, ela pode ser verificada em diversos níveis de acordo com o percurso tecnológico do aparelho. Adiciona-se a essa idéia a estrutura da narrativa e a plataforma na forma de permitir ser mais ou menos interativa. Segundo Lemos¹⁶:

Num primeiro momento, que vou chamar de interação “nível 0”, a TV é em preto e branco, com apenas um ou dois canais. A interatividade aqui, se limita à ação de ligar ou de desligar o aparelho, regular volume, brilho ou contraste. Com dois canais, nós podemos acrescentar a possibilidade de mudar para outra emissora.

Depois aparece a TV em cores e outras opções de emissoras. O controle remoto vai permitir que o telespectador possa “zappear”, isto é, navegar por emissões e cadeias de TV as mais diversas, instituindo uma certa autonomia da “telespectação” (“nível 1”). O “zapping” é assim um antecessor da navegação contemporânea na “World Wide Web” (WWW ou Web).

No “nível 2”, alguns equipamentos invadem a televisão como o vídeo, as câmaras portáteis ou as consoles de jogos eletrônicos, fazendo com que o telespectador se aproprie do objeto TV (para outros fins, como ver vídeos ou jogar) e das emissões (gravar e assistir o programa na hora que quiser), instituindo uma temporalidade própria e independente do fluxo das mesmas.

É no “nível 3” que aparecem sinais de uma interatividade de cunho digital, onde o usuário pode interferir no conteúdo das emissões a partir de telefones, fax ou e-mail.

No “Nível 4”, a chamada “Televisão Interativa” surge, possibilitando a participação, via telemática, ao conteúdo informativo das emissões em tempo real (escolher ângulos e

¹⁶ http://inforum.insite.com.br/arquivos/6197/anhos_interativos_e_retribualizacao_do_mundo%5b1%5d.doc.

câmeras, por exemplo) como a experiência do Videoway no Canadá. (LEMOS, s/d)

Essas interações descritas por André Lemos (s/d) são particularmente tecnológicas, ou seja, a forma com que o aparelho televisivo permite com a tecnologia existente modos de interagir com o sistema televisivo. A contribuição da interatividade seria, portanto, o acoplamento dessas tecnologias com estruturas narrativas com uma linguagem propícia para criar experiências novas – que como visto já se iniciaram antes mesmo da tecnologia estar disponível, o que é chamado de experiências em proto-hipermídias (GOSCIOLA, 2003, p.35). Para ter ciência dessas experiências, cito a seguir dois exemplos na televisão.

Dirigido por Oliver Hirschbiegel a narrativa de suspense policial “*Mörderische Entscheidung*” (“Decisões Homicidas”), em 1991, transmitida simultaneamente em duas redes de televisão alemãs, ARD e ZDF. Este telefilme foi filmado em duas versões - uma era a partir da perspectiva de uma mulher, Christine, o outro seguiu um personagem masculino, Stefan. Ambos os filmes começaram de forma idêntica e foram separados pela perspectiva de cada personagem, transmitidos respectivamente um em cada canal de TV, e se reuniram no final. A perspectiva ao longo da narrativa era trocada por meio do “zappear” nos canais dessas duas emissoras. Cabia ao telespectador mudar de canal para conhecer o outro ponto de vista de uma determinada ação (GOSCIOLA, 2003, p.64; DANIELS, p.183). Roteirizado por Tony Grisoni baseado na história em quadrinho de Jeoachim Friedmann, esse *thriller erótico* teve lançamento em 15 de Dezembro 1991.

Tem-se a experiência da “*Van Gogh TV - Piazza Virtuale*” na Alemanha de 100 dias, com 750 horas de transmissões na Europa e no Japão de uma televisão interativa, tendo como ênfase o lado comunicativo. Foi ao ar pela ZDF, durante o “*Documenta IX Art Fair*” em Kassel, no verão de 1993. Nessa experiência, 20 pessoas podiam se ligar ao mesmo tempo para comentar os acontecimentos, fazer música com uma orquestra virtual, desenhar ou simplesmente

conversar por intermédio do telefone, TV, controle remoto, computadores, *modem* e fax.

2.3 Narrativas Pervasivas

*Meus amores da televisão
Fantasias do meu coração
Minha mente sai da realidade eu posso ter
Em cada meia hora um sonho a cores pra viver*

Meus Amores de Televisão
Composição: Roberto Carlos

Como bem foram observadas, as experiências interativas não aguardaram as tecnologias de interação por computador estarem disponíveis – caso mais específico do segmento da arte (experimental), mas que esteve presente também nos bens culturais de massa analógicos.

A questão principal reside no impacto causado pela interatividade no modelo tradicional das narrativas. Médola e Redondo (2009) já evidenciam o recurso de pervasividade incorporado à comunicação interativa no atual estágio dos processos de convergência midiática. O que ocorre, é que antes dessa convergência total, os meios de comunicação e telecomunicações (televisão, revistas, rádio, telefone, celular e internet) se inter-relacionam e produzem produtos narrativos pervasivos, ou seja, produtos que não suportados mais por uma única mídia.

A narrativa pervasiva é citada também por Vicent Gosciola (2003) ao explicar sobre o desenvolvimento do diálogo entre narrativa textual e a narrativa audiovisual por roteiristas e designers em jogos eletrônicos – aqui a pervasividade se dá na assimilação de uma linguagem formulada em uma mídia ultrapassar para outra – como a do *game* ser utilizada no cinema e vice-versa, mas também no “transbordar” da narrativa do suporte cinematográfico para ser desenvolvida também por meio do *game*. Segundo o autor, fazendo referência à Ingram e Reisenleitner, a aplicação dos recursos audiovisuais desenvolvidos especificamente para os games no cinema e a apropriação da linguagem de um para o outro promove a aplicação de narrativas interativas e complementa:

A pervasividade entre narrativas se dá quando uma narrativa aparece em outra que não tem, necessariamente, alguma relação com ela, como, por exemplo, uma construída no ciberespaço passa a fazer parte da vida real de algum personagem ou vice-versa. São inúmeros os exemplos, Ingram e Reisenleitner citam especificamente *Avalon*, de Mamoru Oshii, enquanto Henry Jenkins descreve o fenômeno como uma crescente influência do game no cinema contemporâneo, exemplificando com uma longa lista de filmes, tais como: *Lola rennt*, *Being John Malkovich*, *The Matrix*, *Memento*, entre outros. E já é audível a reclamação geral sobre o “desrespeito”

aos games quando adaptados aos filmes e vice-versa, mas *The Godfather: The Game* escapa da queixa e faz por merecer um estudo mais detalhado do ponto de vista da narrativa audiovisual, porque recebe, desde seu lançamento, em março de 2006, elogios em especial por sua relação com a saga cinematográfica. (GOSCIOLA, 2003, 201)

O conceito de pervasividade nas narrativas vem do termo “*pervasive computing*” ligado aos conceitos de computação ubíqua e de interoperabilidade e alude à idéia dos conteúdos que podem ser acessados de qualquer lugar por meio de dispositivos móveis e *wireless* (sem-fio) que se comunicam entre si, desta forma está ligada à disseminação e expansão. Exatamente o que a partir do levantamento exploratório das formas de interatividade existentes nos programas de ficção nacionais de 2006 e 2007, Médola e Redondo (2009) examinaram o processo de expansão das narrativas por parte das emissoras com a adaptação de novas linguagens e uso de outras mídias, como sites da internet – que disponibilizam dados sobre as narrativas e seus personagens, entrevistas, receitas, *blogs* dos personagens, espaços colaborativos, de votações e jogos; *quizz* e sinopses por meio de telefone e celular.

Estas ações das emissoras descritas no artigo “Interatividade e pervasividade na produção da ficção televisiva brasileira no mercado digital” vislumbram a inquietação frente à readequação das formas tradicionais de produção de bens culturais em um novo sistema de mercado pautado por paradigmas estabelecidos pelas tecnologias de informação e comunicação. “Sinopses de alguns programas da Rede Globo e da TV Bandeirantes e jogos de futebol on-line já estão sendo disponíveis ao público” (CASTRO e BARBOSA FILHO, 2008, p.33).

Isto se reflete de um modo geral nas tentativas de construção de narrativas hipermidiáticas ainda sem a consolidação de um meio digital único – talvez o computador já possa significar isso, mas ainda não possui de forma geral nos lares brasileiros um sistema de transmissão de dados (banda larga) e um status de reprodução de narrativas audiovisuais dentro das residências – de modo bastante tradicional a idéia e a cultura de consumo de

audiovisual em todo espaço por meio do wireless ainda vem sendo desenvolvido.

Jornais e revistas disponibilizam conteúdos exclusivos online para serem acessados por computadores e celulares, a indústria fonográfica faz contrato com músicos que fazem sucesso no *Youtube* e no *MySpace* e até mesmo a conservadora indústria literária sede às experimentações multi e hipermidiáticas.

“Grau 26” convida o leitor a ir além das páginas e experimentar a narrativa, criada por Anthony E. Zuiker com Duane Swierczynski, por meio de recursos digitais interativos que a torna mais atraente. O assim chamado digilivro é vendido em sua versão impressa com o slogan: “Leia. Assista. Conecte-se”. A idéia é exatamente essa da divulgada mesmo, a narrativa estende-se além das páginas impressas e derrama em outras mídias que servem também de suporte expressivo de fragmentos narrativos complementares - elementos cinematográficos e interatividade digital, conteúdos exclusivos em vídeo, áudio e participação.

Provavelmente se já existisse uma mídia e cultura organizada, como, por exemplo, a TV Digital que se quer implementar, “Grau 26”, novelas e séries televisivas e os filmes não teriam elementos complementares interativos em suportes diferentes permitindo uma experiência simultânea de assistir e interagir ao invés da experiência seqüencial de assistir para depois interagir (Murray, 2003, p.237). E ainda sendo possível que esse conteúdo multimídia interativo não se reduza a apenas uma mídia, mas que possa ser multiplataforma possibilitado pela interoperabilidade da tecnologia digital para ser acessado em qualquer lugar onde for possível estar com um aparelho digital em rede – seja ele em celular portátil, em um *notebook*, uma TV HDTV 3D móvel no interior de um táxi ou em um aparelho de realidade virtual.

Para isso será necessária criação de interfaces, que tenham qualidade no que se refere à usabilidade - ou seja, uma boa operabilidade, o que em games é chamado de “jogabilidade” – muito bem desenvolvida por Lauro Henrique Teixeira (2008) em sua

dissertação de mestrado; como também na sua estrutura narrativa. A estrutura narrativa na hipermídia é responsável pela forma com que o conteúdo é apresentado sequencialmente para o espectador que estabelece relação com a máquina por meio da interface. E a interface faz a intermediação entre as possibilidades interativas tecnológicas disponíveis, como as descritas por Lemos apresentadas anteriormente.

Para se traçar essas estruturas narrativas será feito um levantamento adiante de experiências interativas que conjugam esses três elementos com sucesso. Após o conhecimento levantado com esse exame poderá se chegar às formas estruturais básicas para as produções narrativas digitais interativas posteriormente.

É reconhecida a importância que as experiências introdutórias de interatividade, as apreciadas experiências proto-hipermidiáticas, assim como as narrativas pervasivas contribuíram muito para o sucesso das narrativas que aqui seguem. Seja com o ineditismo e a originalidade conquistada em experimentos artísticos fora do circuito *mainstream* do que pode inovar para aí sim mais tarde ser introduzido timidamente no mercado, na preparação de uma parcela de usuários de celulares e computadores para o consumo de experiências interativas e com diversas linguagens e formatos ou até mesmo por vislumbrar uma condição pós-massiva que esses recursos e tecnologia trazem a tona desembocando em novas experiências narrativas interativas, pois ainda se desenha um longo processo de transformação da forma de comunicar.

2.4 Narrativas Transmidiáticas e Narrativas Interativas

Como tem-se apresentado até então, a cultura em torno das novas tecnologias muda a forma de consumo estimulando o surgimento de uma forma mais participativa como sugere Henry Jenkins (2008) que expõe *Harry Potter*, *Lost* e *Matrix* como exemplos da Cultura de Convergência. Nesse tipo de cultura, o autor defende que não apenas os criadores e produtores, mas o

consumidor/espectador participa da produção e difusão do conteúdo. A série *Lost* – mais famosa série da década de 2010 – já nasceu transmidiática, sendo simultaneamente game, livro e episódio de celular. Os `espectadores` de *Lost* antecipam episódios na Internet, participam de fóruns e os chamados *fan-fictions* mudam desfechos, escrevem e produzem seus próprios episódios, obrigando a indústria do entretenimento a repensar a questão autoral. Jenkins (2008) ainda descreve os fãs de *Harry Potter*, que estão escrevendo suas próprias histórias e descreve a franquia *Matrix* que criou um universo que junta partes da história entre filmes, quadrinhos, games, websites e animações.

Seguindo essa estratégia de aliar narrativas com ferramentas interativas digitais, a campanha presidencial de Barack Obama (SALMON, 2007; JENKINS, 2008) trabalhou com o marketing de convergência, também conhecido como marketing viral ou de guerrilha, ao colocar o candidato em *games*, no *Twitter* e no *Second Life*. O site oficial convocou os eleitores a enviar propostas através de fóruns utilizando narrativas digitais. E mesmo depois de eleito, a relação de Obama com as narrativas não terminou. A Edição do “Homem-Aranha” com Barack Obama na capa é a mais vendida do século 21, com vendas que ultrapassam a marca de 330 mil unidades.

Analisando criticamente essa transformação cultural percebe-se um interesse dos emissores neste processo cultural, o de criar e fortalecer uma economia afetiva que orienta consumidores de bens simbólicos e criadores midiáticos que tange para a expansão de formas narrativas transmidiáticas como descreve Jenkins (2008), ou simplesmente as narrativas interativas, assim como foi percebido no artigo “*Interatividade e pervasividade na produção da ficção brasileira no mercado digital*” (MÉDOLA e REDONDO, 2009) existe um interesse das redes de televisão nacionais de fortalecer uma estratégia de fidelização com seus telespectadores através de processos interativos conjugados com seus tradicionais modelos narrativos de telenovela e séries podendo

se estender ao mercado de entretenimento, publicitário e de propaganda mundial.

Deste modo, os hábitos de consumo cultural são também afetados pelo fenômeno das franquias de produtos midiáticos. O estúdio que lança o nome filme já projeta sua sequência, e com isso coloca no mercado outros produtos vinculados ao filme, como CDs de trilha sonora, versões do roteiro no formato de livros, adaptações do enredo para quadrinhos, videogames de console e para computadores, e outros produtos licenciados, como camisetas, figuras de ação dos personagens, bonés, etc. Os consumidores mais fanáticos vão atrevessar os diversos suportes de mídia para ter acesso àqueles conteúdos e produtos. Podem não conseguir alcançar todos os elos dessa cadeia, mas vão por si só reescrevendo uma nova narrativa que trata não apenas do filme original, mas contempla também a sua experiência de consumo dos conteúdos a que teve acesso. As narrativas deixam de serem apenas um produto de consumo isolado para proporcionar experiências e promover encontros em redes sociais digitais.

Jenkins analisa o fluxo de conteúdo que perpassam múltiplos suportes e mercados midiáticos considerando o comportamento migratório percebido no público, que oscila entre diversos canais em busca de novas experiências de entretenimento. O autor fundamenta seu argumento em um tripé de conceitos básicos: convergência midiática, inteligência coletiva e cultura participativa correlacionando seu pensamento com as teorias de Pierre Lèvy (1993). Inteligência coletiva, nesta aplicação, refere-se à nova forma de consumo, que tornou-se um processo conjunto e pode ser considerada uma fonte de poder. A expressão cultura participativa, por sua vez, serve para caracterizar o comportamento do consumidor midiático contemporâneo, cada vez mais distante da condição de receptor passivo. São pessoas que interagem com um sistema complexo de regras, criado para ser dominado de forma coletiva. Por fim, a ideia de convergência proposta pelo autor não é pautada pelo determinismo tecnológico, mas fundamentada em uma

perspectiva culturalista. Neste sentido, Jenkins articula três noções fundamentais de seu argumento: a convergência midiática como processo cultural e não tecnológico; o modelo da narrativa transmidiática como referencial da noção de convergência; o conceito de economia afetiva, que serve para pensar o comportamento de consumidores e produtores na contemporaneidade.

Esses elementos permitem, *en passant*, indagar e refletir brevemente sobre o papel do jornalismo e da educação formal em meio à convergência e suas estratégias para atingir o receptor. Os emissores de conteúdo, informação e conhecimento estão se movimentando para dialogar mais com seus públicos, permitindo que participem mais e que se associem em algumas etapas da produção. A proliferação dos canais informativos, de educação e entretenimento estimulam a produção de conteúdos diferenciados e em várias camadas de aprofundamento de forma a satisfazerem públicos heterogêneos. Com isso, os agentes da informação tentam encontrar formas para fidelizar seus públicos, preocupação até então restrita aos publicitários e aos criadores da indústria midiática surgindo novas idéias de jornalismo de imersão, de associação de *games* a noticiários e do cada vez mais influente jornalismo participativo. Por isso, a observação dos movimentos do público é bastante oportuno para buscar compreender os novos modelos de mercado e consumo da convergência dos meios, que se configura também como um processo cultural além de tecnológico, em que os conteúdos de novas e velhas mídias se tornam híbridos, reconfigurando a relação entre as tecnologias, indústria, mercados, gêneros e públicos, um cruzamento entre mídias alternativas e de massa que é assistido por múltiplos suportes.

O estudo dos tipos de narrativas interativas se mostra associado ao estudo de Jenkins relacionando a narrativa dos bens simbólicos com consumo e marketing, de operações conjugadas para venda de conteúdo e de grandes planos midiáticos. Mas além desse viés mercadológico, o aparato das ferramentas narrativas

interativas servem também para colaborar com a gestão e difusão de conhecimento em ações educativas e culturais. Os produtos de jornalismo, educação e entretenimento são produtos semelhantes na sua natureza de conteúdos simbólicos. São substratos midiáticos resultantes da produção cultural, mas as diferenças se acentuam a partir daí, tanto na forma como na essência. Jornalismo, educação e entretenimento não são consumidos segundo as mesmas regras, mas não se pode ignorar que – em algumas situações – a distância entre ambos fique bem pequena, e que as fronteiras entre um e outro se tornem porosas e muitas vezes isto os fazem aproximar mais ou menos de seus consumidores. Os formatos das narrativas, portanto, são ferramentas de comunicação dentro do cenário midiático atual.

2.5 Experiências Narrativas Interativas

*Eu adoro minha televisão
Ela é: meus olhos, meu coração
Estando triste ou contente
O que eu sinto, ela sente
Eu prefiro ficar
Deitado no sofá
Olhando a maravilhosa vida dos outros passar*

Eu adoro minha televisão – Capital Inicial
Composição: Dinho Ouro Preto

As diferentes mídias apresentam atualmente boas experiências de produções narrativas. Esta seção da pesquisa traz uma reunião de narrativas que obtiveram sucesso e reconhecimento em suas execuções agrupadas de acordo com suas semelhanças. A reunião e a organização da apresentação, portanto, não respeitou a cronologia das produções, mas as contribuições no plano do discurso.

As mídias digitais, como observadas no capítulo anterior, não são apenas veículos de difusão, mas também se configuram como arquivos de armazenamento de conteúdos. Assim, foram contempladas produções para mídias como Cds, DVDs e sistemas

em rede para acesso, transporte e obtenção de informações.

Dessa forma, a primeira apresentação da configuração das narrativas atuais será em torno de seu consumo por meio de dispositivos que as armazenam como grandes bancos de dados de narrativas. Sobre essa forma de consumo, Murray (1999) já comentou sobre isso se referindo a esse fenômeno como *agenciamento*.

A partir do momento em que os conteúdos narrativos estão disponibilizados na rede, seja pelo acesso em portais via internet como Youtube, Vevo, Google Videos ou até mesmo para ser feito o download, é possível visualizar um avanço do serviço de *payperview*, já existente nas TVs por assinatura, na TV aberta digital.

No entanto, esse recurso modifica a forma com que o espectador entra em contato com o produto, mas em muitas vezes, essa narrativa mantém sua formatação tradicional. De fato, “a ferramenta mais poderosa e inovadora reside na interatividade; capaz de modificar não apenas as maneiras de como as histórias são contadas, mas também, como são vivenciadas pela sua audiência” (SHELDON, 2004; MILLER 2004). De certo modo, o *agenciamento* é uma forma de interação com o conteúdo, mas de forma bastante simples, assim como é aumentar e diminuir o volume ou trocar de canais.

A mudança estrutural que ocorre com esse recurso está relacionada com a programação de conteúdos tradicionais televisivos. A chamada programação horizontal e vertical, por organizar e agendar o conteúdo exibido nas emissoras de TV pelo dia da semana e horários. Com o estabelecimento de horários fixos pela TV Excelsior, baseada no know-how e formato de broadcast e network norte-americano, que definiu faixas de programação baseada nos horários e dias de exibição (AMORIM, 2004).

Os conteúdos audiovisuais, portanto, estarão disponibilizados em um fluxo de programação contínua, mas também disponíveis para serem consumidos em outros horários.

Assim, aos poucos se perde o referencial de tempo que a TV provoca ao se reconhecer que ela funciona como determinador de horários para compromissos e encontros “após o jornal, ou antes, da novela”, por exemplo. Até mesmo a referência de novelas por horários, como a “novela das 6”, “das 7” e “das 8” (costumeiramente chamada assim, mas sendo às 21h) tem fim.

As faixas indicativas e de público por horários também sofrem alterações pensando neste aspecto. As faixas de horários do início da manhã destinado a programas voltados para agricultores e empresários, seguindo posteriormente para uma programação infantil e para donas-de-casa com desenhos, receitas e entrevistas com assuntos cotidianos e artesanato. E o horário da noite, chamado de “horário nobre” com conteúdos de temática adulta e crises sociais. Tudo se torna conteúdo de acesso para qualquer hora do dia e da noite.

Para inaugurar o lançamento dos aparelhos LED’s Vizio HDTV¹⁷ que permite o uso de ferramentas *on line*, aplicativos da *internet* e vídeo em *streaming*, como *Flickr*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Pandora Radio*, *Yahoo Vídeos*, *Net Flix*, de forma interativa, produziu um vídeo publicitário interativo para estréia no *Super Bowl* 2010, o evento mais caro e esperado dos EUA. O conceito do vídeo¹⁸ consiste na demonstração das possibilidades de assistir vários vídeos “postados” na internet. Assim, “braços robóticos” colocam tudo dentro do televisor, filmes hollywoodianos e vídeos amadores, que quando clicados direcionam ao original. Assim, diversos vídeos desconexos são ligados formando uma grande estrutura interativa de vídeos.

Agora, não pensando mais na programação da televisão como um todo, mas nos capítulos de uma novela fragmentados. A grade de programação horizontal e vertical servirá para se ter um sistema consolidado como referência, mas os programas estarão disponíveis em rede gerando um consumo não seqüencial como é

¹⁷ <http://www.vizio.com/>

¹⁸ http://www.youtube.com/profile?user=VizioVia&annotation_id=annotation_979297&feature=iv#p/f/1/0VSDmO7odpo

apresentado diariamente.

Um grande exemplo disso é o consumo atual de séries como “Lost” que conviveu com exibições programadas e oficiais no canal fechado AXN, na exibição de temporadas passadas em canal aberto pela Rede Globo por iniciar sua exibição posteriormente, vendido e locado em DVDs como também tendo todos os episódios disponibilizados na internet para *download* os para serem assistidos em *streamming*, até mesmo de forma síncrona com a exibição feita nos Estados Unidos muito mais adiantada que a brasileira devido processos de tradução e contratados e direitos de exibição. Isto gera um consumo que não segue uma forma uniforme e seqüencial que até mesmo a narrativa utilizou-se disso, pois seu desenvolvimento não se passa de modo cronológico, mas utilizando *flashbacks* e *flashforwards* – inserts de cenas do passado e de um futuro ou, no caso dessa narrativa específica, possíveis futuros.

Outra forma de organização dessas narrativas em banco de dados é a conexão estabelecida entre uma narrativa principal e subprodutos, de forma que a principal é a linha condutora do tema central que origina vários conteúdos derivados como os metalinguísticos (*making off*, entrevistas) ou explicativos (documentários a cerca do tema).

De certa maneira essa produção já ocorre se verificarmos produtos da televisão como “VideoShow”, “TV Fama”, quadros do “Fantástico”, “Faustão” e “Mais Você” nos quais o tema são as narrativas ficcionais televisivas, e que geram uma prática de autoreferência da televisão como citado por Médola e Redondo (2009). O que ocorre nos meios digitais hipermidiáticos é que todos esses fenômenos são reunidos e conectados por meio de *links* como se criassem juntos um produto que expandisse o original.

E como foi dito no capítulo anterior, as narrativas digitais buscam recursos de interação com o espectador e diversas experiências estão sendo realizadas nesse sentido. Para uma maior compreensão de como se dão estas formas recorro, para destacar

suas diferenças, à objetos de arte e seus conceitos já estabelecidos. A arte neoconcretista do brasileiro Hélio Oiticica propõe a interatividade para o seu observador. Faz-se um recorte de seus trabalhos salientando a anti-obra parangolé:

Parangolé são capas, estandartes, bandeiras para serem vestidas ou carregadas pelo participante de um *happening*. As capas são feitas com panos coloridos (que podem levar reproduções de palavras e fotos) interligados, revelados apenas quando a pessoa se movimenta. A cor ganha um dinamismo no espaço através da associação com a dança e a música. A obra só existe plenamente, portanto, quando da participação corporal: a estrutura depende da ação. A cor assume, desse modo, um caráter literal de vivência, reunindo sensação visual, tátil e rítmica. O participante envolve-se na obra ao vesti-lo, ultrapassando a distância entre eles, superando o próprio conceito de arte. (OITICICA, 1989 p.13)

O conceito do parangolé corrobora para a análise da proposta de narrativas em que o espectador se envolve e é parte integrante da obra, como as narrativas “*Interactive Storybooks*” e “*The Little Animals Activity Center*”. Desse modo, assim como é um contrasenso dizer, em relação ao conceito da peça, que o parangolé está sendo exposto, é contrasenso ter-se a idéia de «assistir» a uma narrativa interativa que tem como foco a ação do espectador, pois “a ação é a pura manifestação expressiva da obra” (OITICICA, 1989, p.15) e “a estrutura depende da ação”. A existência da «experiência» da narrativa depende da manipulação dela pelo usuário.

O objeto de arte questiona a contemplação meramente da cor, atraindo o observador para vestir-se nela. Assim, a interatividade é um convite para a ação e decreta a morte do espectador passivo e o nascimento de um consumidor atuante, que irá modificar toda a lógica de mercado e consumo a partir dos novos paradigmas digitais.

Um exemplo simples para se observar isso se dá na experiência narrativa de sites. O site da internet em si é estanque, estático. É com o clique em links que se chega a analogias e entra-se em outros conteúdos. Verifica-se que na estória de “*Interactive Storybooks*” e “*The Little Animals Activity Center*” a narrativa espera

a ação do “espectador” para avançar.

É averiguada que a narrativa incorpora elementos de jogos e prossegue apenas se determinada ação for cumprida, muito utilizada na forma de testes ou desafios. Seja a resposta de uma pergunta, a resolução de um problema ou a ajuda concedida a um dos personagens da trama que se encontra com dificuldade. Exemplos de aplicações audiovisuais dessa narrativa são os produtos “Bichinhos em: A Cadeia Alimentar”, “*The Outbraeck*” e “*Love at First Site*”.

“Bichinhos” é um projeto desenvolvido em DVD na Graduação em Comunicação Social: Rádio e TV da FAAC/UNESP-Bauru orientada pelo Prof. Dr. Marcos “Tuca” Américo em 2007. É uma animação experimental de edu-entretenimento sobre a Cadeia Alimentar, em que a narrativa se desenvolve se a criança acertar no menu o animal que se alimenta pelo elemento apresentado destacando o aspecto dos carnívoros e herbívoros e das classes nesta cadeia. A narrativa descreve um filhote de lobo-guará perdido em busca de alimento, o qual ao encontrar um tatu acredita ter achado seu alimento. Mas o esperto tatu tenta convencê-lo a comer outra coisa, apresentando-lhe formigas, algas e frutas. A cada alimento apresentado ao lobo-guará o espectador deve ajudá-lo a lembrar, através do controle-remoto, quem se alimenta na verdade daquilo. Se o animal escolhido não for o correto, a narrativa não prossegue e volta em *loop* até a resposta certa ser escolhida. Se a opção “sapo” for escolhida, por exemplo, para a mosca, veremos o mico se alimentando dela.

Já “*The Outbreack*” é uma narrativa exibida na *web* sobre um ataque de mortos-vivos em que em determinados momentos o fluxo é interrompido e escolhas são propostas ao “espectador” como se tomassem as decisões dos personagens. E as escolhas erradas, como em qualquer filme de terror, levam ao fim antecipado da estória com a morte.

E por fim, a narrativa grega “*Love Story Site*”, dividida em 10 capítulos, também hospedada na *internet*, mas que possui como

tema uma história de amor apresentada pela marca de chocolates Lacta. O estímulo desta narrativa diferencia-se da forma apresentada das duas anteriores e se assemelha mais a interatividade dos *games*. Ao invés da narrativa ser interrompida como em um *start* e oferecer na tela um *menu* de opções com ícones, na própria imagem da narrativa são fornecidos os comandos a serem acessados com o *mouse*, como em uma curva para a esquerda que o carro dirigido pelo protagonista deve fazer para seguir um ônibus, ou para se pegar uma echarpe que voa com o vento. É preciso, em ambos, clicar ao longo do desenvolvimento do vídeo, sem interrupção para pensar no que fazer.

Deve-se entender que nestas três narrativas o estímulo é necessário para o desenvolvimento da narrativa que ou é paralizada ou encerrada. Uma forma muito semelhante de narrar a estas últimas expostas, é do modo em que a escolha do “espectador” determina rumos diferentes para a história. Assim a narrativa possui ramificações diversas que serão desenvolvidas dependendo das escolhas apontadas por aquele que a experimenta.

Deste modo, tem-se uma narrativa ramificada em que sua estrutura não é uma linha no tempo com início, desenvolvimento e conclusão, pois apresenta várias bifurcações com sua estrutura lembrando uma árvore que é uma forma de expressão que proporcionará inúmeras experiências já que “una historia multiforme no és una historia, sino varias” (GIL, 2004, p.20). Esta interação ramificada gera uma espécie de diálogo entre o narrador e o público proporcionando experiências mais profundas que a narrativa seqüencial e dos testes e desafios das narrativas anteriores, pois “mais do que chegar a um fim ou ganhar o jogo, o prazer destes trabalhos está na investigação infinita das suas possibilidades de desdobramento” (MACHADO, 2001a, p. 150).

A ramificação da narrativa refere-se a caminhos que o usuário terá que escolher para seguir/experimentar. “Assistir” a uma narrativa desta é como entrar em um labirinto em que se deve escolher quais caminhos adotar. É possível traçar várias linhas

narrativas com este produto e alguns desses caminhos podem ser liberados só se determinadas condições pré-estabelecidas forem satisfeitas, assemelhando-se ainda mais com desafios em alguns casos. (MACHADO, 1997, p.152). Como senhas para portas, dissolução de charadas e códigos ou simplesmente uma resposta certa para uma pergunta. Lembrando que aqui não é seguido o bordão “decifra-me ou te devoro”, pois cada ação terá um desdobramento diferente. Sendo que em alguns casos não é possível dizer que há ações certas e erradas, mas sim, possibilidades.

Na perspectiva comercial, há a vantagem de sua variedade e reutilização para a experimentação de situações derivadas ao “e se eu tivesse feito outra opção”. O público sente-se mais conectado dedicando mais tempo a explorar todas as variantes do produto. Diferencia-se de outros suportes tradicionais, como o cinema e a literatura, que são produzidos para serem experimentados uma única vez (GIL, 2004, p. 24) como é comprovada adiante:

Os seus objectivos [das narrativas ramificadas] definem-se normalmente por uma busca de respostas, através de um personagem, que de algum modo fechem a história e com isso proporcionem a gratificação final por ter assistido/realizado a história/jogo até ao fim ao invés da observação e experimentação de procedimentos repetitivos que proporcionem maior velocidade de execução e maior eficácia. (ZAGALO, 2004).

Esta narrativa ramificada pode apresentar bifurcação em seu desfecho ao apresentar duas conclusões para a história. Como também pode se dividir em outro ponto de giro do roteiro e seguir duas linhas narrativas divergentes. A bifurcação pode ocorrer em um ou diversos pontos da narrativa podendo provocar ações que ocasionam a mesma conclusão da história ou não. Assim, o autor permite a interação ao espectador, mas ainda controla se deixa o personagem fugir de seu destino ou se o espectador poderá decidir a conclusão da história.

Ainda não há experiências concretas e bem-sucedidas

dessas narrativas em TV Digital, mas é possível encontrar exemplos na Literatura - as chamadas Aventuras-Solo – que serão ponto-chave para a sua compreensão. Nessas narrativas os parágrafos são enumerados sequencialmente e inicia-se a leitura do Parágrafo 1. Ao termino de sua leitura uma escolha deve ser feita dentre as alternativas apresentadas e enumeradas no fim deste parágrafo. O número da alternativa escolhida é o número correspondente do capítulo a ser lido em seguida e assim sucessivamente.

Versões em hipertexto de Aventuras-Solo são encontradas na Internet, com a diferença de não ser mais preciso procurar o capítulo com o número correspondente da alternativa escolhida. Basta apenas clicar na escolha que o link abre uma outra página da Internet com a continuação da história percorrida.

Outras experiências desse tipo de narrativa são realizadas na Internet com vídeos. Assiste-se uma narrativa audiovisual e em determinado momento ela pára aguardando o internauta escolher uma das opções de um *menu* que conecta a última cena à cena de sua continuação correspondente a escolha feita. Escolhida a alternativa e clicando no link, este carrega o próximo vídeo que dá continuidade àquele, como a narrativa “Eu Mereço Mais de Mim”, disponibilizada no endereço eletrônico www.maisdemim.com.br. Outros exemplos audiovisuais para exemplificar essa forma de expressão são as narrativas “Virtualidade Real” e o projeto “Anyfilms Samsung”

Essa forma de narrativa, em que o espectador interfere na linha narrativa, foi também aplicada nos longas brasileiros “Escolha Única”¹⁹ com dois finais e “A Gruta”. O primeiro é do diretor paranaense Erico Alessandro que determinou em um momento da exibição do filme uma pausa para os espectadores poderem escolher entre dois finais – se Ruan, o protagonista, é absolvido ou culpado – por meio de votos enviados por SMS os quais são computados instantaneamente por um sistema que reinicia a

¹⁹ http://www.new.divirta-se.uai.com.br/html/sessao_8/2009/11/19/ficha_cinema/id_sessao=8&id_noticia=17961/ficha_cinema.shtml

exibição do filme seguindo a escolha do público.

O personagem a ser julgado pelo público é Ruan, um detetive da polícia civil baleado na cabeça pela polícia militar quando comandava um carregamento de drogas. Internado em coma na UTI por sete dias, Ruan começa a ter contato com um mundo paralelo, onde as pessoas interagem com os humanos do mundo “real” enquanto eles dormem, e têm a capacidade de influenciar suas decisões, tanto para o bem quanto para o mal. Ao sair do coma, Ruan continua mantendo contato com essa civilização paralela, e vai para a cadeia esperar seu julgamento.

O outro, o filme-jogo “Gruta”²⁰, como é apresentado, disponibiliza trinta momentos de interatividade resultando em onze finais diferentes, sendo que a experiência de assisti-lo pode ter duração diferenciada, entre 5 a 40 minutos, dependendo das escolhas realizadas pelo espectador ao final de cada linha narrativa. Esse longa, de Filipi Gontijo, foi exibido no Festival do Rio, Brasília, Belo Horizonte de Cinema e no Cine Fantasy de São Paulo em 2009 – sessões em que cada espectador recebeu uma espécie de controle-remoto, da tecnologia *powervote*, com 10 botões numerados usada em palestras. O filme está também disponível em alta definição *on line* usando os recursos interativos do Youtube.

Essa forma de narrativa já é bastante familiar de jogadores de games que conhecem os chamados “filmes interativos” principalmente em CD-ROM para PC e para o console SEGA CD, dentre os mais conhecidos o “*Dragon’s Lair*” e “*Phantasmagoria*”²¹. A primeira publicidade interativa, realizada dentro do Youtube para a rede de lojas Centauro²² em 2008, também possui essa estrutura. Nela, ao se clicar em um esporte dentre os vários que aparecem em um clipe, apresenta-se uma promoção referente ao esporte escolhido.

Uma quarta forma de narrar possível com o advento das mídias digitais é a qual se constrói com estímulos em

²⁰ <http://www.filmejogo.com.br>

²¹ <http://www.baudejogos.net/categorias.php?id=30>

²² <http://www.youtube.com/watch?v=G2mXkaKCbf0>

seu início por meio de respostas que se dá a um pequeno ou grande questionário, objetos escolhidos ou uma simples disposição e escolha de símbolos como nos três seguintes casos análogos ao trabalho de Alexander Calder:

A experiência da campanha publicitária “Novo Fiat Idea”, disponibilizado no site www.ideaadventure.com.br, apresenta-se com o slogan “Clique e faça um filme com suas escolhas”. Quatro questões são apresentadas como esta: “Se você escolhesse ter um cachorro, qual escolheria? Pitbull ou Vira-Lata dócil e inofensivo?”. As respostas definirão as atitudes do protagonista da narrativa, pois cada resposta está relacionada a um clip de vídeo. Portanto, após responder as quatro perguntas, cada uma com duas opções, assiste-se uma narrativa dentre as oito possíveis montadas com quatro vídeos.

Esta forma de apresentação da narrativa é também identificada em “*Interactive Film Smnsung*” disponibilizada no site www.anyfilms.net. O espectador deve arrastar com o *mouse* símbolos até um quadro. A disposição dos símbolos colocados no quadro determina a edição do material audiovisual de forma instintiva.

Esta narrativa é similar à terceira forma verificada anteriormente, com a diferença que a linha narrativa é traçada antes dela se iniciar. As respostas feitas a um questionário, por exemplo, determinarão já os caminhos que serão seguidos. Após responder o questionário basta o usuário assistir à narrativa montada. A narrativa também é originada de partes fragmentadas, mas não permite ao “espectador” montá-la no mesmo instante em que a “assiste”.

Estas narrativas remetem às esculturas do estadunidense Alexander Calder por se reinventarem com possibilidades permutatórias assim como os móveis do artista com suas “articulações”. Unidos por fios, placas e círculos metálicos formam os móveis calderianos que experimentam o movimento em esculturas assumindo formas imprevistas manipulados pelo homem ou vento, como as obras “*The Star*” (1960), “*Cone d'ebene*”,

“Enseign de Lunettes” e *“Vertical Constellation with Bomb”* (1943), e *Carroi*.

A próxima estratégia narrativa refere-se àquelas as quais permitem que em alguns momentos o espectador passeie por ambientes digitais, sejam eles modelados em 3D, manipulando interfaces de estruturas em que se apresenta o vídeo narrado ou visualizados em caminhos determinados por câmeras 3D.

Ambientes modelados em terceira dimensão também possibilitam desenvolverem menus ou simples ambientes digitais da trama, O escritório de algum personagem da trama em que é permitido ler bilhetes no mural, ouvir recados da secretária eletrônica, abrir gavetas da escrivaninha, ler partes de sua agenda de compromissos e telefones e fuçar no lixo. Uma narrativa de suspense, mistério ou investigação, poderia utilizar desses recursos para disponibilizar informações e amarrar ações desenvolvidas durante o produto audiovisual.

No caso de uma narrativa para o público jovem, esse recurso permitiria conhecer o quarto ou outro aposento da casa de algum personagem. Olhar os livros, os discos e DVDs que ele possui na estante – e até mesmo ler, ouvir e assistir partes ou integralmente -, ver seu álbum de fotografias e roupas.

Usado dessa forma, além de ambientar o espectador nos cenários da narrativa e disponibilizar informações de ações que ocorrerão nos próximos capítulos e pistas de uma trama que ainda não foi escancarada, essa experiência possui grande potencial para a realização de publicidade e merchandising.

Mas essa manipulação do espaço digital possibilita ainda um grande recurso no âmbito narrativo empregado no videoclipe da música *“House of Cards”* da banda Radiohead, em *“Lost Cause”* e no projeto dinamarquês *“Switching”* que pode ser bem compreendido com a obra *“O Grande Núcleo”* (1960) de Hélio Oiticica em que o observador explora a instalação modificando seu foco, assim como altera as narrativas apresentadas adiante.

“Switching” foi desenvolvido para DVD e sua narrativa

pode ser alterada a qualquer momento e não possui em seu fluxo uma *interface* visível, um exemplo em que o filme em si é o objeto “clicável”. Este, narra o relacionamento entre Frida e Simon em um momento em que ambos desejam mudanças e o “espectador” por meio de suas escolhas, apertando os botões “OK” ou “ENTER” do controle-remoto, determina a sua experiência cinematográfica própria re-editando o material. A estrutura da narrativa é circular, em que os fatos se repetem não tendo um fim determinado. A seguir o manual do filme disponível no site oficial do mesmo <http://www.switching.dk/>:

A film puzzle

Switching is a film you can change whilst viewing it - a puzzle that can be arranged in many ways.

It's easy to use

The only thing you need to do is press ENTER or OK on your remote control when you wish to change the film. Focus on the actors expressions - they frequently give clues for possibilities to change the film. When you click, you change scenes or experience small variations of the story.

The film never ends

Switching is built from loops, which means that the scenes repeat in multiple places. In principle this means that there is never an ending. By clicking the TOP MENU or TITLE button on your remote control, you choose when the film finishes. (SWITCHING)²³

O clipe "*The Neverending Why*"²⁴ da banda Placebo divulgado na web utiliza essa narrativa de experimentação espacial de forma não muito distante dos jogos de videogame de corrida em que se deve movimentar o carro com botões direcionais do controle, no clipe com uma relação mais abstrata mas simples nesse sentido.

²³ Tradução do autor:

Um filme enigma.

Switching é um filme que pode mudar ao mesmo tempo em que é assistido - um quebra-cabeça que podem ser organizadas de diversas formas.

É fácil de usar.

A única coisa que você precisa fazer é pressionar ENTER ou OK em seu controle remoto quando você quiser mudar o filme. Concentre-se nas expressões dos atores - eles freqüentemente dão pistas para as possibilidades de alteração do filme.

Quando você clica, você muda cenas ou experiência pequenas variações da história. O filme nunca acaba.

Mudar é construído a partir de loops, o que significa que há repetição de cenas. Em princípio, isso significa que nunca há um fim. Ao clicar no menu superior ou TÍTULO do botão no controle remoto, você escolhe quando termina o filme.

²⁴ <http://theneverendingwhy.placeboworld.co.uk/>

Ou o site com interação no videoclipe de “*I am Trying to Break Your Heart*” da banda Cold War Kids dirigido por Sam Jones permite também que uma edição seja feita pelo interagente durante a execução da música clicando em espaços diferentes na interface, mas que nesse caso a sonoridade é também manipulada ativando e desativando os instrumentos assim que se fazem os “cortes” da edição simultânea ao assistir.

Essa sensação de manipulação espacial apontada nesses exemplos é mais evidente no videoclipe de “*House of Cards*”. Dirigido por James Frost, o *clip* do *Radiohead* aposta na interatividade e na programação. Para sua produção não foram utilizadas câmeras, mas 64 *lasers* em rotação, que captaram imagens do vocalista Thom York 900 vezes por minuto mapeando seu rosto²⁵. Esta sequência de imagens “fotografadas” e partículas adicionadas digitalmente foram programadas para dar forma e volume na imagem representada no videoclipe, o qual pode ser acessado em sua versão completa *on line* na URL <http://code.google.com/creative/radiohead/viewer.html> e manipulado pelo internauta – alterando ângulo, *zoom* e movimentos como se controlasse uma câmera virtual com o *mouse*. Há também mais 2 modos de visualização em 360° em forma de paisagens.



Figura 03: Radiohead – House of Cards

²⁵ Para mais detalhes sobre a forma de produção do videoclipe “House of Cards” conferir o Making-Of disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=cyQoTGdQywY>

Fonte: videoartilusion.blogspot.com

Os criadores do projeto também disponibilizaram os modelos em 3D para usuários manipularem e criarem novas versões do videoclipe, que assim demonstram outro potencial de narrativa digital que está crescendo com a idéia *do it yourself* (faça você mesmo).

Tendo como idéia o conceito de colaboração disseminado de uma forma maior pela *Web 2.0*, os produtores de conteúdo focam não apenas o «consumo» no mercado audiovisual, mas a relação do produto com o espectador, suas expectativas, a sua recepção e o uso feito do conteúdo, percebendo que isso é uma forma de obter uma pesquisa de mercado, conhecimento e fidelidade por meio de marketing de relacionamento de um nicho e a divulgação do produto, tudo isso a baixo custo por meio das tecnologias de comunicação digitais.

A possibilidade de o usuário produzir e divulgar seu próprio material (seja ele um texto, uma imagem, uma música ou até mesmo um vídeo) cria um segmento novo de conteúdos. E as grandes produtoras de broadcast atentam a este fenômeno e apropriam-se disto para aumentarem sua visibilidade como também para ousarem na linguagem ou na forma de produção.

O *OnLine Script Project* foi uma ação promovida, em 2007, pela linha de *notebook* SonyVaio a qual permitiu aos internautas criarem um roteiro pela internet junto com o ator John Malkovitch para um curta em animação produzido posteriormente com o título “*Snow Angel*” que levou nos créditos quatro roteiristas – o próprio Malkovitch e mais três selecionados dentre os participantes do bate-papo na rede.

A produção do roteiro foi da seguinte forma: o ator Jonh Malkovich escreveu a primeira cena do projeto e a sua continuação dependeu da participação dos usuários do site²⁶ enviando seus roteiros e palpites, da análise dos *scripts* e do *feedback* aos

²⁶ <http://content.vaio.eu/showcase/vaio-john/index.html>

usuários.

Seguindo essa tendência de trabalho colaborativo, o longa “A Bruxa Experimental”, foi editado pela empresa *Final Cut* a partir de 14 vídeos selecionados dentre os 6000 produzidos, em 2008 inspirados em capítulos do livro “A Bruxa de Portobello” de Paulo Coelho, e enviados por internautas através da ferramenta de relacionamento *MySpace*, noticiado principalmente no blog do livro e do autor²⁷. Apesar de muito questionada a qualidade de suas obras, Paulo Coelho é um dos autores com mais vendagem na indústria literária atual e disponibiliza suas obras para *download* no seu *blog* em diversas traduções.

Os leitores mostraram por meio de músicas e vídeos produzidos por eles mesmos suas diferentes concepções da obra do escritor brasileiro sobre uma mulher misteriosa nascida na Transilvânia, que quando criança é adotada por um rico casal de libaneses. Cada vídeo era referente a um capítulo construído por depoimentos do livro adaptado e 14 foram selecionados pela produtora e editora italiana Elisabetta Sgarbi marcando com pluralidade a produção que reuniu diferentes trabalhos de nacionalidades como do Brasil, Hong Kong, África do Sul, Austrália e Estados Unidos.

O videoclipe colaborativo “*More is Less*” do C-Mon & Kypse é feito de imagens dos internautas que fazem *uploads* no site “*One Frame of Fame*”²⁸ (Uma Quadro de Fama). O site automaticamente insere a foto enviada na edição a ser exibida alterando a edição do audiovisual constantemente de uma em uma hora. Essa ferramenta interativa demonstra muito mais o conceito de colaboração do que os clipes “*The Fear*”²⁹ de Lily Allen e “Hibi no neiro”³⁰ de Sour – que esteticamente propõem um conceito colaborativo conseguindo uma plasticidade muito boa, mas que de fato não executam o proposto. Estes dois últimos exemplos só

²⁷ <http://paulocoelhoblog.com/experimental-witch/>

²⁸ <http://oneframeoffame.com/>

²⁹ http://www.youtube.com/watch?v=S4TQcq_CHt0

³⁰ http://www.youtube.com/watch?v=WfBIUQguvyw&feature=player_embedded

comprovam a adesão da ação colaborativa pela grande indústria de bens de consumo, pois a própria Lily Allen entrou no mercado como consequência do sucesso que seu perfil faz no *MySpace*, grande parte dos videoclipes são lançados e consumidos principalmente no Youtube que serve também como hospedagem para paródias e vídeos de amadores que acabam despertando o interesse e se tornando celebridades espontâneas, como os convidados para participarem de vídeos de várias bandas. Por exemplo, a banda Weezer que possui no videoclipe da música "*Pork and beans*"³¹ protagonistas que fizeram sucesso em vídeos do Youtube.

"Desenrola" da diretora Rosane Svartman em que qualquer pessoa pôde enviar uma gravação caseira e concorrer a uma participação na equipe, seja como ator, figurante, assistente de direção, compositor da trilha sonora, entre outras funções. O portal também tem games e quadros interativos, como "O maior diálogo do mundo?", em que os internautas adicionam frases a um diálogo original do roteiro, que podem entrar nos créditos finais, e "Tô na direção?", em que um candidato a assistente de direção ajuda em uma cena a ser rodada no filme.

No entanto, essa interatividade mais permissiva, em que o usuário tem uma liberdade maior de ação, já que se torna de fato um agente dentro do processo de produção, é claro, ainda não está inserida de forma integral dentro da indústria – que ficará restrito a produções mais experimentais. Mas a indústria já percebeu também maneiras de usufruir desses recursos. Essas formas variam muito, aceitando desde a colaboração com a criação de fóruns, *chats* de bate-papo, *blogs* e espaços para comentários e criação paralela às narrativas audiovisuais, como séries e novelas, para citar exemplos mais comerciais brasileiros ³², até na adoção de uma estética mais "caseira".

Mas há estratégias de narrativas digitais interativas melhor elaboradas que podem ser adequadas a lógica de mercado

³¹ <http://www.youtube.com/watch?v=PQHPYelqr0E>

³² Para mais detalhes sobre o uso da interatividade pervasiva em conteúdos televisivos brasileiros verificar MÉDOLA e REDONDO, 2009.

audiovisual tradicional de fluxo de conteúdo contínuo. As interatividades apresentadas até o momento rompem com a lógica da transmissão de conteúdo como é feito pelas redes de televisão analógica com uma programação fixa. A interatividade que se adequa bem com essa transmissão de conteúdo é a conhecida como *Enhanced TV* (TV Expandida) que se referem à interação de dados em uma interface, nos melhores casos semi-transparentes, sobreposta ao audiovisual que deve ser em breve espaço de tempo ser o modelo mais usado na TV interativa brasileira.

A *interface* disponibiliza conteúdo complementar com a narrativa exibida em vídeo podendo ser ativado ou não ao gosto do espectador. Caso haja interesse do espectador em interagir ele a ativa com um botão do controle remoto. Isto permite com que o conteúdo audiovisual se desenvolva tanto de forma fechada (com fluxo contínuo) quanto com interativamente aberta (com *delays* e possibilidades ramificadas já comentadas). Desta forma a utilização da interatividade com a interface incrementa a trama audiovisual dando a sensação de participação sem alterar a trama.

A experiência narrativa que demonstra essa aplicação pode ser observada no drama policial da BBC, “*MurderGame*”, que permite ao espectador investigar os casos policiais apresentados nos menus do *Enhanced TV*, se assim desejar. O complemento desta narrativa é um jogo, similar ao de tabuleiro “Detetive”. A sensação de experimentar “*MurderGame*”, a grosso modo, é a de jogar “Detetive” assistindo “*CSI*”, sendo que ambos teriam a mesma narrativa, portanto o jogo é para descobrir o assassino na série que será confirmado com o término dela.

A complementação pode também ter um âmbito metalingüístico. Boxes gráficos com imagens e textos podem explicar a inspiração da criação de determinado cenário ou cena. As referências podem ser apresentadas sobre diversos aspectos, desde moda, artistas referenciados, desenhos, movimentos da literatura, pintura e literatura, obras, músicas e até outros programas que contribuíram para a criação do produto narrativo televisivo

complementado. As interfaces também podem trazer conteúdos informativos complementares às notícias quando são apresentadas melhor de forma visual por serem densos demais. Por isso, essa pode ser vista como a melhor estratégia de narrativas digitais interativas para a TV Digital.

Experiência similar a essa é desenvolvida também na Internet e serve como exemplo para a narrativa com interatividade complementar. Entre o “*MurderGame*” e o “*CrimeFace*” a diferença de apresentação narrativa, sem contar é claro a de suporte em que são trabalhados, é que o primeiro utiliza uma única tela de vídeo com o *layer* de *Enhanced TV* sobre ela devidamente posicionado sem atrapalhar; e sua narrativa audiovisual é contínua. No “*CrimeFace*” são apresentadas duas janelas, a da esquerda para as informações complementares (fotos dos crimes, cartões de créditos, identidade e perfil dos suspeitos) e a da direita para o vídeo. E o *menu* fica no meio. Disposições da interface que se ajustam as necessidades da narrativa.

Mesmo sendo realizadas para suportes diferentes, estas narrativas demonstram bem as possibilidades do *Enhanced TV* para a contribuição da estrutura narrativa. Deve se ater também que as contribuições dessas informações podem ter importância para a narrativa em níveis variados. As funções de metalinguagem, por exemplo, pouco interfere na compreensão do produto audiovisual. Assistir “*MurderGame*” e “*CrimeFace*” sem querer interagir com a investigação pode ou não prejudicar o entendimento da narrativa. A princípio, não deveria. Sendo a interatividade muito mais um complemento do que uma necessidade para se compreender a narrativa. Isto é claro, dependerá do público-alvo a que a narrativa se destina.

Pensando nisso, na narrativa usando os recursos permitidos pelo meio, uma estrutura possível apenas com a internet sendo seu suporte, é justamente aquela que permite uma amplidão maior de recursos interativos de forma que dá a impressão ao espectador de vivenciar a cena e poder se sentir a vontade dentro

do cenário interagindo com os personagens e outros espectadores (interatores). Como o próprio nome diz, o “SecondLife” é uma das mídias que permitem narrativas dessa forma, assim como os MMORPGs (Jogo de Interpretação de Personagens On Line e em Massa para Múltiplos Jogadores - *Massively* ou *Multi massive online Role-Playing Game*). MMORPG são jogos de computador ou videogame que permitem jogadores criarem personagens em um mundo virtual dinâmico em rede. Os personagens desses jogadores são representados nesses mundos virtuais pelo que se chama de avatares.

Por meio desses avatares os jogadores podem desenvolver aventuras propostas em games, interagir com outros como também desenvolverem suas próprias narrativas e outras formas imprevistas de utilizar a mídia como a produção de vídeos usando o game como cenário e os avatares como dançarinos.

Os MMORPGs datam desde a década de 70 com os jogos “*Adventure*” e “*Zork*” baseados ainda apenas em texto (*Multi-user Dungeon – MUD*), ganhando destaque com a abordagem do tema Fantasia (universo mágico medieval) retratado por cenários virtuais e avatares com “*Ultima Online*” e “*Tibia*”, sendo os mais conhecidos atualmente no Brasil o “*World of Warcraft*” e “*Ragnarok On Line*”.

A questão principal reside no impacto causado pela interatividade no modelo tradicional das narrativas. Quanto mais se aumenta a interatividade, mais interessante se torna o jogo. Entretanto, o aumento da interatividade reduz consideravelmente a possibilidade de se manter um mecanismo capaz de assegurar a consistência das histórias (MILLER, 2004). Transportando o problema para o âmbito dos jogos *multiplayers*, a questão se torna ainda mais complexa. Todos os algoritmos relacionados às narrativas necessitam ser revistos para permitir a interação entre os jogadores. Surgem várias outras questões relativas à arquitetura cliente-servidor, como a sincronização, interseção entre as histórias

e os personagens, como persistência e consistência das informações.

3 CARACTERÍSTICAS E FORMATOS DAS NARRATIVAS DIGITAIS INTERATIVAS

*Às vezes eu penso que eu assisto tv
Como o cãozinho que olha o frango rodar
(...)
Eu paro tudo, paro de pensar
Só pra ficar te olhando, televisão
Porque o que está lá dentro
É tudo o que eu quero
Porque o que está lá dentro
É tudo o que não posso ser*

Televisão de Cachorro – Pato Fu

Levando em consideração as experiências de produtos ficcionais interativas em mídias digitais diversas - principalmente TV Digital estrangeira e na web - com os dados e características levantados e organizados será estabelecido adiante uma padronização de características das estruturas narrativas. Essas características têm como objetivo de garantir a compreensão de um aspecto das mudanças em torno da comunicação midiática no momento de sua migração digital com o intuito de colaborar no

conhecimento de uma linguagem narrativa hipermidiática e com isso o desenvolvimento de uma ferramenta de comunicação mais democrática que permita dentre vários recursos desenvolver a interatividade do espectador garantindo-lhe mais conforto para o seu consumo, identificação e fidelização ao produto, uso de participação no processo de produção, experiência narrativa pessoal - levando em conta sua experiência de mundo, compartilhar sua perspectiva que o caracteriza como agente e confrontar idéias e participar de debates, assim como também servir de diferencial no mercado de produtos de entretenimento visando seu marketing.

Após análise da evolução da narrativa midiática que se propõe interativa, descrito no item 2 desta dissertação, e da observação, análise e comparação realizada entre produtos audiovisuais interativos levantados foram catalogadas características que os tornavam legítimos produtos narrativos, sendo eles: “De que lado você está?” – IG; Publicidade LED’s Vizio HDTV; Publicidade Centauro; “*Love at First Site*”; “*Interactive Storybooks*”, “*The Little Animals Activity Center*” – BBC, “Bichinhos em: A Cadeia Alimentar”, “*The Outbraeck*”, “Eu Mereço Mais de Mim” – Intel, “Virtualidade Real”, o projeto “Anyfilms Sansung”, “Escolha Única”, “A Gruta”, “*Dragon’s Lair*” e “*Phantasmagoria*”; “Novo Fiat Idea”, “*Interactive Film Sansung*”; “*World of Warcraft*”, “*Ragnarog On Line*”; “*House of Cards*” – Radiohead, “De que lado você está?” – IG; “*Snow Angel*” - *OnLine Script Project*, “A Bruxa Experimental”, “*More is Less*” - C-Mon & Kypse; “*MurderGame*” – BBC, “*CrimeFace*”; “*House of Cards*” - Radiohead, “*Switching*”, “*Lost Cause*”, “*Mörderische Entscheidung*” e “*The Neverending Why*” - Placebo, “*I am Trying to Break Your Heart*” – Cold War Kids que possuem descrição e fragmentos no site DISSERTAÇÃO construído para dar suporte às referências audiovisuais cujo endereço é: www.wix.com/leovitor/dissertacao.

O caráter interativo se comprovou de modos diferentes para cada produto audiovisual narrativo coletado, assim observou-se que alguns compartilhavam características semelhantes que os aproximavam ou os distanciavam. Essas características visam

principalmente a forma de interação dos produtos – mais permissiva ou menos permissiva - e o suporte em que se encontra – na rede com acesso a internet, em um DVD ou em um aplicativo fechado para computador por exemplo.

Reconhecido esses elementos variáveis nesses produtos audiovisuais, que são pertinentes nos estudos das narrativas interativas citados por Murray, Ranhel, Mateas (2000), Miller (2004), Manovich (2001), Lindley (2005), Dinkla (s/d), Barros (2004), Turcke (2006) e Alencar (2007) buscou-se descrever quais são as possibilidades dessas variações. Esses elementos evidenciados nos textos desses pesquisadores e na análise dos produtos se tornaram parâmetros de análise e norteadores da demarcação da seguinte tabela de Atributos das Narrativas Digitais.

ATRIBUTOS DAS NARRATIVAS DIGITAIS		
Modelo Comunicacional	Um-Todos	Todos-Todos
Repetição	Inexistente	Existente (Alta/Baixa)
Dinamicidade	Inexistente	Existente
Superposição de conteúdos	Inexistente	Existente (Alta/Baixa)
Estruturação Espacial	Fixa (Editável/Fixa)	Dinâmica
Estruturação Temporal	Contínua ou "Linear"	Editável (Simultânea e Anterior) ou "Não-Linear"
Configuração de Mídia	Mídia individual	Mídia múltipla (separadas) ou multimídia (articuladas)
Tipo de Mídia	Foto, Vídeo, TextoFluxo: Ao Vivo / GravadoTV Digital, Móbile, DVD, Móbile, Cinema...	
Multiplicidade de Conexão com outros conteúdos	Limitado	Expansível
Alteração do produto final	Padrão	Customizável

Tabela 1 - Atributos da Narrativa Digital

Fonte: REDONDO, 2010

A observação dos produtos hipermediáticos citados anteriormente resultou na ocorrência de 10 características que atribuem o valor interativo à narrativa. Deste modo, estruturas narrativas que possuem estas características apresentadas na tabela se tornam abertas a possibilidades de interação conforme a

descrição adiante:

O “Modelo Comunicacional” (1) se refere à arquitetura da rede de conexões com que a comunicação é estabelecida, verificando a possibilidade de comunicação entre os usuários (Modelo de Rede Todos-Todos, em que todos os conectados podem se comunicar) ou apenas da produtora para os usuários (Modelo de Rede Um-Todos). Assim, essa característica aponta a possibilidade de interação de manipulação de dados sendo determinante para a verificação da aplicação de um sistema de comunicação que seja unidirecional, bilateral ou múltiplo. No modelo tradicional broadcast unidirecional, a interação se dá pela execução de aplicativos computacionais enviados da produtora de conteúdo para o consumidor. A comunicação bilateral permite que além desse envio de aplicativo, o consumidor possa enviar para a produtora dados. E a comunicação múltipla (todos-todos) permite o envio de dados entre os consumidores na narrativa.

Para exemplificar, o modelo de comunicação unidirecional se refere, por exemplo, um programa de televisão digital interativo em que o espectador não possui canal de retorno. Assim, sua interação fica restrita à execução de aplicativos computacionais enviados no carrossel de dados – vídeo, áudio e dados enviados da transmissora para o receptor.

Já o modelo bilateral, o espectador possui canal de retorno e sua interação então é baseada também em sua resposta e envio de dados e mensagens para a emissora de televisão, neste caso proposto, formando uma comunicação de mão-dupla, bilateral.

A comunicação múltipla em um programa de TV digital ocorrerá quando permite que um espectador em sua residência envie um dados para outro espectador via televisão, o que já ocorre com facilidade na Internet.

A “Repetição” (2) menciona se a narrativa é circular, ou seja, se ao terminar ela retorna ao início constantemente ou finaliza de fato, linear. Essa repetição é causada por efeitos de programação conhecidos como “*Loop*” e é um recurso que pode ser usado a

qualquer momento. Um bom exemplo de “*loop*” é quando um personagem de *game* morre e é dada mais uma chance dele viver voltando ao início da fase.

“Dinamicidade” (3) abrange a possibilidade da linha narrativa ser manipulada, o que inclui a alteração da história em grandes ou pequenos níveis ou alternativas. Uma narrativa estática/uniforme representa uma transmissão em que é possível pausar, avançar capítulos, navegar por menus e interfaces, mas não fazer alterações na história. E a Superposição de Conteúdos (4) alude à idéia de sobreposição de layer, havendo uma interface sobre o conteúdo audiovisual a qual será manipulada. Essa é a forma criativa, por exemplo, de uma narrativa estática/uniforme possuir interação.

A “Estruturação Espacial” (5) faz referência à criação de uma narrativa com mais de um ponto de vista físico, podendo se passar em um ambiente 3D ou gravado com mais de uma câmera em que o espectador escolherá de que forma ele irá assistir.

A “Estruturação Temporal” (6) faz referência a sua linearidade uniforme (contínua) ou multiforme (ramificada) com edição simultânea (no decorrer da experiência narrativa) ou anterior (antes da experiência narrativa), criando vários braços e linhas narrativas a partir de um início. Ou se refere a possibilidade da narrativa em ser não-linear, como é o caso do *Second Life*.

“Configuração da mídia” (7) menciona se o conteúdo da narrativa tem como suporte uma única mídia, se está apoiado em mídias integradas (depende de mais de uma mídia) ou se é multiplataforma. (pode ser acessado integralmente em mais de uma mídia). E seguindo a configuração do suporte, “Tipo de Mídia” (8) classifica-a em: Móvel (Móvel), Portátil ou Fix, classificando a diversidade de suportes como DVD, Web, Audiovisual Digital, etc.

“Multiplicidade de Conexão” (9) menciona a capacidade da narrativa de ser interconectada com outras narrativas; e “Alteração do Produto Final” (10) define se ao término da experiência narrativa existe modificação nela, tendo o “espectador” a

possibilidade de manipulá-la e deixar seu rastro gravado, ou se ela permanece em sua forma original.

Após a definição dessas variáveis, foi possível dividir os produtos catalogados em grupos e subgrupos. Algumas dessas características são determinantes para algumas estruturas apresentadas e outras podem ser compartilhadas entre todas.

Com a digitalização das mídias os produtos se tornam mais complexos e torna-se preciso uma determinação sobre o conteúdo para uma melhor compreensão e entendimento sobre eles.

Após a identificação dessas estruturas que possuem uma caracterização bem específica e a nomeação delas de forma a diferenciá-las e tornar mais prático e didático essa contribuição, apresenta-se na tabela 2 uma esquematização de forma sintética como produto do resultado da pesquisa para melhor compreensão do que foi considerado.

GRUPOS E SUBGRUPOS: NARRATIVAS DIGITAIS INTERATIVAS	
NARRATIVA REUNIDA	(a) Narrativa Disponibilizada em banco de dados
	(b) Narrativa Agregada
NARRATIVA MULTIFORME	(c) Narrativa Expandida
	(d) Narrativa Multiforme Ramificada
	(e) Narrativa Multiforme Estimulada
	(f) Narrativa Multiforme Permutatória/Recombinante
AUDIOVISUAL EXPANDIDO	(g) Narrativa Interativa Vivenciada
	(h) Narrativa Interativa Colaborativa
	(i) Narrativa com Interatividade Complementar
	(j) Narrativa Interativa Exploratória

Tabela 2 - Grupos e Subgrupos – Narrativas Digitais Interativas
Fonte: REDONDO, 2010

Lembrando que os futuros produtos digitais não serão todos determinantemente interativos, ainda haverá aqueles que seguem a lógica estrutural das narrativas estabelecidas pelas mídias analógicas. Aqui se priorizou as narrativas interativas para contemplar suas modificações que foram divididas em 3 grandes

grupos e 10 subgrupos. Os grupos se dividem em Narrativas Reunidas, Narrativas Multiformes e Audiovisuais Expandidos.

O grupo de Narrativas Reunidas concentra os produtos que criam estruturas novas a partir da associação com outras narrativas, rompendo ou não as estruturas clássicas das narrações originais. Esta associação de várias estruturas cria uma estrutura maior revelando efeitos de desdobramentos de temas e assuntos de diferentes abordagens possibilitando comparações, analogias e contrastes.

Assim sendo, a formatação inicia com as narrativas que possuem elementos estruturais os quais as definem como Narrativa Disponibilizada em Banco de Dados (a) e aludi à estratégia a qual oferece a experiência de agenciar a narrativa linear ou multilinear na forma de *download* ou na própria mídia como um HD ou DVD escolhendo a sequência do que assistir e excluir o que não interessar.

Essa mistura de estratégias narrativas já é praticada, por exemplo, na narrativa desenvolvida pelo portal IG, “De que lado você está?”. Nela, os episódios da série *on line* eram disponíveis em banco de dados, Desta forma o usuário poderia assistir aos vídeos quando quisesse pois estavam disponibilizados no site. Era possível também interagir colaborativamente enviando fotos, vídeos e textos que eram acoplados aos materiais que compunham o site ou até mesmo na edição audiovisual, e interagir com interfaces sobre o vídeo em alguns poucos momentos.

Uma segunda estrutura possível de ser diferenciada dentre as apresentadas é a que foi denominada Narrativas Agregadas (b). Esse tipo de estrutura se refere ao recurso de ampliar narrativas lineares ou multilineares por meio da conexão delas com outras narrativas de origens temáticas e/ou de produção diferentes. Essa junção causa a re-significação somatória ou de subtração dos conteúdos quando unidos. O simples fato de estarem conectados cria-se uma relação entre eles geradora de uma interpretação que não ocorreria se esses dois produtos estivessem

isolados e se não fossem confrontados, como a montagem dialética de Eiseinstein (2003).

Estrutura bastante semelhante é a que interconecta produtos narrativos de uma mesma origem de produção suscitando uma dilatação do conteúdo principal que gera subprodutos em torno dela nomeada de Narrativa Expandida (c). De modo geral, essa estrutura possui como produto de primeira ordem uma narrativa central que serve como matéria prima para a produção e ligação com sub-narrativas, narrativas paralelas, entrevistas, receitas, fóruns, enquetes, matérias temáticas, jogos, *blogs*, *twitters*, etc.

Em seqüência, no Grupo das Narrativas Ramificadas, pode-se classificar como Multiforme Ramificada (d), a narrativa em forma de árvore por sua linha narrativa se dividir criando “galhos” e “braços” de possibilidades em seus pontos de giro, os momentos de clímax e transformação da narrativa em que ocorrem importantes ações para seu desenvolvimento. Necessita de escolhas do usuário para prosseguir. Mas caso não seja feita a escolha, a narrativa prossegue em um sorteio aleatório das possibilidades dando seqüência em fluxo contínuo.

Tipo similar à anterior, a Narrativa Multiforme Estimulada (e) diferencia-se dela ao precisar de estímulos definidos para pular cada seqüência continuando a narrativa, que pode ser o simples clique em uma opção ou dar a resposta a um problema. Caso não seja oferecido o estímulo solicitado, a narrativa não avança.

Assim como o clipe do Arcade Fire para a música “*Neon Bible*” feito especificamente para divulgação na internet também trabalha com várias estruturas narrativas interativas que se refere a edição no tempo da exibição do vídeo. Possui opções de interação que são pré-determinadas de uma narrativa multiforme ramificada que compartilha uma experimentação também espacial e por estímulos. A narrativa não é ramificada no sentido de traçar caminhos diferentes, mas por diversos fragmentos de vídeos monta-se uma edição de um novo audiovisual percorrendo o espaço da interface, mostrada na próxima figura, e clicando com o *mouse*.

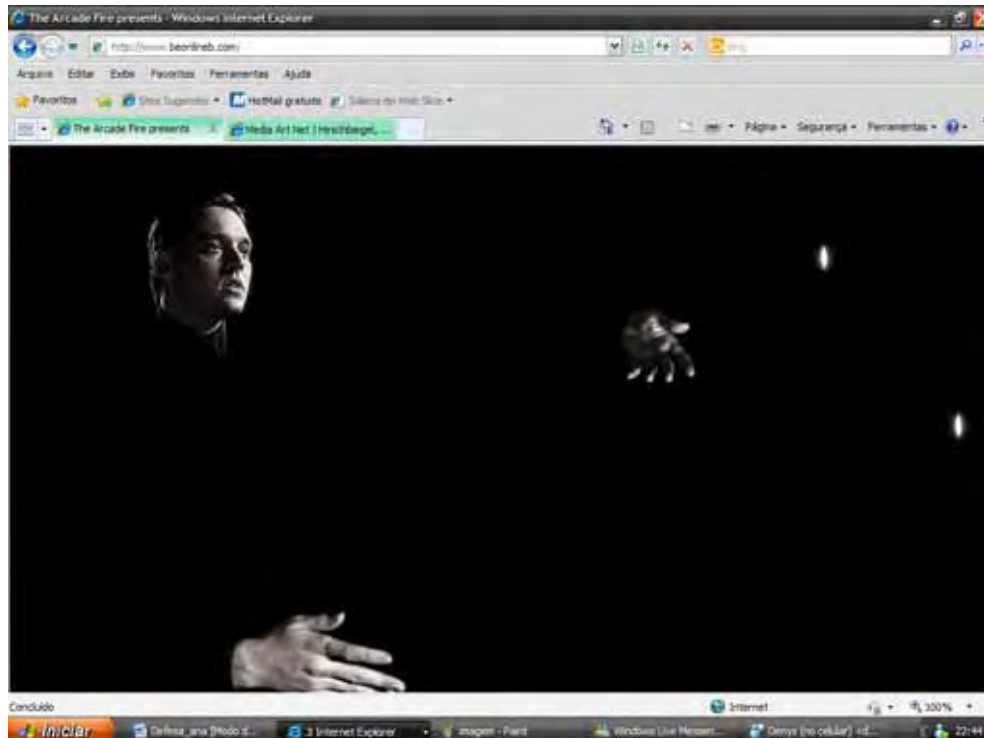


Figura 04: Arcade Fire – Neon Bible

Fonte: <http://www.beonlineb.com/>

O clipe é um site em programação *Flash* e permite que cada elemento, como as mãos, a cabeça e os pontos de luz no momento mostrado pela imagem, reajam ao movimento e clique do *mouse*.

Outra estrutura que pode ser destacada é a nomeada como Narrativa Multiforme Permutatória (f). Esta narrativa é constituída de fragmentos que se recombina a cada vez que for executada, a interação, portanto, se dá em uma experiência de pré-narração em que se constrói a história combinando os elementos narrativos de acordo com os estímulos dados, que na maioria das vezes se refere a responder um questionário.

Essa é a forma que se apresenta o projeto Samsung Anyfilms' Interactive cuja apresentação diz:

Samsung moves the world of entertainment into the hands of the viewer both figuratively and literally with Anyfilms.net.

Anyfilms is a new kind of entertainment site where you can watch films directed by some of today's up-and-coming filmmakers and download them to your phone. Or you can use Anyfilms' Interactive film grid to dynamically create thousands of unique films based on a single mystery - it's up to you to solve it.³³

Essa grade interativa (*grid*) de criação dinâmica de vários filmes é a estratégia adotada para a edição do filme ser feita baseada em estímulos antes da exibição do filme determinados conforme elementos forem distribuídos em um gráfico chamado de *grid* como pode ser conferido a seguir.

³³ Tradução do autor:

Samsung move o mundo do entretenimento para as mãos do espectador figurativa e literalmente com Anyfilms.net.

Anyfilms é um novo tipo de site de entretenimento onde você pode assistir filmes dirigidos por alguns dos cineastas de destaque de hoje e transferi-los para seu telefone. Ou você pode usar a grade interativa de filmes Anyfilms para criar dinamicamente milhares de filmes originais com base em um único mistério - é até você pode resolvê-lo.

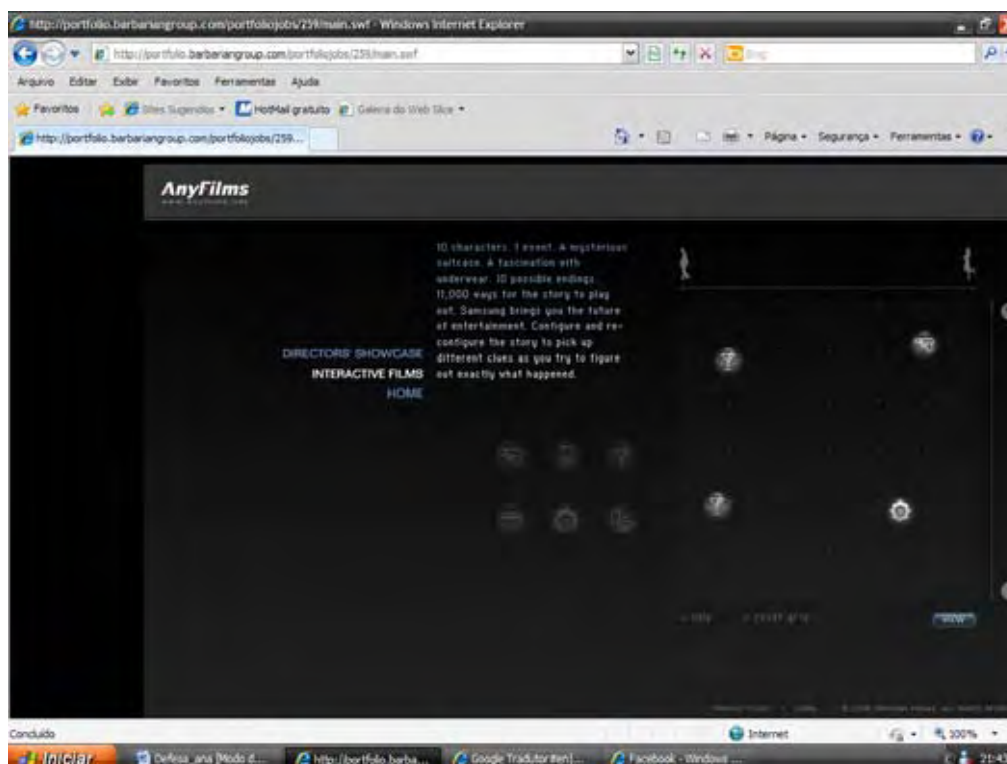


Figura 05: Anyfilms

Fonte: <http://portfolio.barbariangroup.com/portfoliojobs/259/main.swf>

Os elementos para o espectador-criador colocar no gráfico são ícones de violência representada por uma arma de fogo, um celular, um licor, uma cueca, flores e banheiro. A disposição desses elementos distribuídos é que permitirão assistir ao filme montado a partir dessa ação.

Dando seguimento a observação de estruturas narrativas, ressalta-se uma a qual será chamada Narrativa Interativa Vivenciada (g) a qual mais se aproxima de um Role Playing Game virtual por dar referência de estar em um mundo 3D. Essa estrutura trabalha com o jogador assumindo um avatar dentro de um mundo virtual sendo observador ativo dentro na narração.

Narrativa Interativa Colaborativa (h) é a qual permite a colaboração dos telespectadores para sua criação, desenvolvimento e/ou conclusão. A interatividade colaborativa dentro do processo de produção de uma narrativa audiovisual pode ser desenvolvida em diversas linguagens, por meio de texto escrito verbal, de imagens

estáticas ou de vídeo, podendo estar vinculada ao mero ato de disponibilizar o material bruto para uma edição mais rigorosa por uma equipe profissional ou mesmo permitir a edição por parte dos espectadores possibilitando manter a edição em aberto para estar em constante atualização.

O trabalho coletivo pode também estar associado ao produto narrativo em si ou à subprodutos, narrativos ou não, que seguem uma mesma temática Fóruns, listas de discussões, *blogs* e comunidades com participações dos espectadores assim como na disponibilização de ferramentas para a criação de fotonovelas, charges, HQs, fanzines, paródias e contos por eles.

O próximo formato é de uma estrutura que garante interatividade por meio de interface sobre o conteúdo audiovisual sem alterar sua seqüencialidade continuando, desta forma, a história a ser linear. A esta estrutura se deu o nome de Narrativa com Interatividade Complementar (i).

E por fim, para finalizar a formatação das experiências encontradas, tem-se a Narrativa Interativa Exploratória (j), a que disponibiliza grande material a ser experimentado por meio de uma edição própria que utiliza a lógica espacial da interface.

No suspense “*Mörderische Entscheidung*”, é permitido explorar diferentes formas de assistir à narrativa baseado no ponto de vista de cada personagem e no espaço que ocupam na trama, como já foi descrito, mas não é possível assim manipular os acontecimentos e as ações. Por isso, os acontecimentos da narrativa são constantes, portanto a interatividade está restrita a mudança da visualização do espectador do ponto dos personagens, sendo uma Narrativa Exploratória.

Após o estudo das estruturas narrativas digitais e sua formatação, acha-se aqui propício, para sintetizar e organizar os formatos narrativos interativos destacados anteriormente, apresentar um quadro com as respectivas descrições resumidas:

NARRATIVAS DIGITAIS INTERATIVAS		
Formato	Descrição	Exemplos
Narrativa Disponibilizada em banco de dados	Agenciamento narrativo linear e multilinear para experimentação.	"De que lado você está?" – IG;
Narrativa Agregada	Narrativas diversas conectadas em banco de dados	Publicidade LED's Vizio HDTV
Narrativa Expandido	Narrativa conectadas à sub-narrativas em banco de dados	Publicidade Centauro
Narrativa Multiforme Ramificada	Possui várias linhas narrativas de fluxo contínuo	" <i>Love at First Site</i> "
Narrativa Multiforme Estimulada	Possui várias linhas narrativas que necessitam de estímulos para continuar	" <i>Interactive Storybooks</i> ", " <i>The Little Animals Activity Center</i> " – BBC, "Bichinhos em: A Cadeia Alimentar", " <i>The Outbraeck</i> ", "Eu Mereço Mais de Mim" – Intel, "Virtualidade Real", o projeto "Anyfilms Samsung", "Escolha Única", "A Gruta", " <i>Dragon's Lair</i> " e " <i>Phantasmagoria</i> ".

Narrativa Multiforme Permutatória/Recombinante	Várias linhas narrativas cujo estímulo se dá como experiência pré-narração.	"Novo Fiat Idea", "Interactive Film Sansung"
Narrativa Interativa Vivenciada	É a narrativa que mais se aproxima de um RPG virtual. O "jogador" assume um avatar dentro de um mundo virtual sendo observador ativo dentro na narração.	"World of Warcraft", "Ragnarok On Line".
Narrativa Interativa Colaborativa	Permite de diversas formas a produção dos próprios telespectadores na criação, desenvolvimento e/ou conclusão.	"House of Cards" – Radiohead, "De que lado você está?" – IG; "Snow Angel" - OnLine Script Project, "A Bruxa Experimental", "More is Less" - C-Mon & Kypse
Narrativa com Interatividade Complementar	Interatividade por meio de interface sobre o conteúdo audiovisual sem alterar sua sequencialidade continuando a história assim a ser linear.	"MurderGame" – BBC, "CrimeFace"
Narrativa Interativa Exploratória	Narrativa com grande material que deve ser experimentada através de uma edição própria que utiliza a lógica espacial da interface.	"House of Cards" - Radiohead, "Switching", "Lost Cause", "Mörderische Entscheidung", "The Neverending Why" - Placebo, "I am Trying to Break Your Heart" – Cold War Kids

Quadro 3 - Formatos da Narrativa Digital Interativa

Fonte: Redondo, 2010

Averiguadas as estratégias de apresentação interativa das narrativas ou simplesmente de aproximação de narrativas diferentes por meio de *links* associativos descritos economicamente na tabela 2 para uma apreensão maior dos formatos criados e com os exemplos experimentais e até mesmo comerciais que já estão sendo desenvolvidos e pensados acredita-se ter desenvolvido um parâmetro do ato de narrar contemporâneo pensando para a plataforma digital e suas possibilidades.

É claro que essa iniciativa não tem como objetivo fechar este quadro de possibilidades estruturais para as narrativas digitais interativas aqui, compreende-se que esses experimentos são iniciais e ainda se desenvolverão muito criando ainda novas formas de narrar. O que se objetivou aqui foi implementar uma forma de distinguir as ações narrativas atuais, as quais costumeiramente chama-se de "narrativas interativas" genericamente, apontando características e estratégias de forma que as isole em uma classificação específica para otimizar conhecimento a cerca dessas

práticas de comunicação, arte e entretenimento.

Torna-se sabido também que esses formatos são de âmbito estrutural, ou seja, se referem mais a forma com que as narrativas são apresentadas e ou disponibilizadas para o espectador do que aludir a gêneros. Mas como estes, as estruturas tratadas aqui não são estanques e fixas, elas se misturam e tornam-se híbridas. Da mesma forma com que as telenovelas possuem núcleos de drama e comédia simultaneamente e o *reality show* converge elementos teledramatúrgicos e jornalísticos, os formatos organizados são vivos e mutantes e estão sempre se readaptando conforme a temática e os objetivos que irão empregar no desenvolvimento de produtos narrativos midiáticos novos. Podem ser esperadas telenovelas melodramáticas multiformes ramificadas colaborativas, webséries de suspense permutatórias com interatividade complementar, filmes interativos vivenciados disponibilizados em banco de dados e assim por diante.

Feito essa ressalva, estes formatos narrativos não dão um caráter simplório às narrativas, mas essa padronização sintética busca incentivar e expandir as discussões e experiências práticas para fomentar e articular tais ações, pois excita a produção e a busca de novos conceitos e utilidades para ferramentas interativas inseridas nas narrativas em diferentes mídias da plataforma digital e em ambientes e cenários diferentes, na educação informal, na educação formal, no edu-entretenimento, no entretenimento cultural, na prestação de serviços, como material didático e pedagógico etc.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A compreensão das formas de narrativas contemporâneas - que venham contribuir para solucionar a problemática a respeito das narrativas interativas, tão disseminadas atualmente, porém sem grandes definições, é complexa pela ausência de uma teoria precisa que possibilite ser a melhor ferramenta de pesquisa e análise. Grande parte dos estudos da comunicação não dá clareza sobre o campo de estudo atual que sofreu modificações profundas devido às mudanças de paradigmas.

Deste modo, foi levado em conta nesta pesquisa, assim como Gosciola (2003), que a compreensão das potencialidades só ocorrerá por meio do uso da própria hipermídia e que para estudar um aspecto de determinado meio de comunicação e sua respectiva linguagem, é preciso que se faça uso de estudos sobre outros meios de comunicação e suas respectivas linguagens (GOSCIOLA, 2003, p.33).

Assim, foi optado a discorrer sobre produtos narrativos hipermidiáticos apoiado na história e nos estudos de outros meios de comunicação e suas linguagens já consolidados recorrendo também ao campo das artes quando necessário traçando um perfil de estudo em que o levantamento de produtos narrativos e sua comparação foram fundamentais. Pois, da mesma forma com que Machado (2000) reconheceu a falta de referências para estudar a televisão, também ocorreu com as mídias digitais.

A narrativa foi importante ferramenta no campo da comunicação, servindo como expressão das culturas, expansão da memória que transferiu conhecimento para as novas gerações. Ela encontrou muitos suportes ao longo da história da humanidade, na linguagem verbal oral, pictórica, verbal escrito, encontrando a partir da imprensa de Gutenberg meios de comunicação de massa que fez com que a narrativa alcançasse toda a sociedade e começasse a desempenhar um papel social mais forte. As livrarias e bibliotecas criam espaços públicos de debate, o jornal desenvolve o conceito de nação, o cinema teve grande importância antropológica divulgando as culturas e excentricidades por meio do audiovisual, até chegar à prestação de serviços e a criação de estado social nas telenovelas brasileiras e a criação do estado transnacional pela conexão em rede como pode ser descrito no primeiro capítulo. No qual também foi discutido o conceito de indústria cultural e a produção de narrativas frente às tecnologias na sociedade contemporânea.

Seguindo o que foi dito, as narrativas estão presentes nos conteúdos midiáticos analógicos e estão sendo transportados para as mídias digitais do mesmo modo como que foram adaptados os contos e histórias clássicas de Shakespeare do teatro para o rádio, o cinema e TV. Agora são propostos games, novelas interativas e projeções imersivas com a mesma temática como sugere Murray (2003). A diferença é que com a digitalização das narrativas é instaurada a mudança de muitos paradigmas analógicos e na expansão do conceito de comunicação midiática, ao não fazer apenas referência à ideia de comunicação em massa (GOSCIOLA, 2003, p. 27), mas com o desafio de articular conceitos como interatividade, mobilidade, portabilidade e ubiquidade. Acredita-se que a narrativa, principalmente a ficcional, é uma excelente ferramenta para experimentar e usufruir essas novas possibilidades. E é por isso que se buscou no decorrer desse trabalho compreender de que forma isto está sendo feito e no segundo capítulo procurou-se fazer um recenseamento de produções narrativas, no segundo capítulo, que poderiam contribuir para a identificação de características das narrativas contemporâneas.

A narrativa digital com seu potencial interativo, ou seja, com uma linguagem hipermidiática, é capaz de conectar idéias, conceitos e narrativas diferentes estabelecendo outras relações e produzindo novos conhecimentos disponibilizados na rede por meio da manipulação, cópia, compartilhamento e criação de dados e produtos culturais digitais e a socialização derivada disto tudo.

E foi com o objetivo de identificar e descrever esse potencial que após o recenseamento de narrativas hipermidiáticas foi possibilitado apresentar, no último capítulo, 10 atributos das narrativas digitais interativas.

É preciso compreender que para que esse potencial seja devidamente utilizado depende muito do intermédio de ações políticas e gerenciais, debates sobre os protocolos de rede, sobre o conceito de direitos autorais e da captação de recursos pela publicidade que não foram contemplados por essa dissertação por não ter sido seu foco, mas que deve ser tomado consciência para não se criar um pensamento ingênuo.

Em meio a uma Sociedade da Informação e do Conhecimento em que a concorrência é acirrada, os produtos culturais ganham outros espaços além de serem descartáveis da indústria cultural. Produtos de boa qualidade técnica, estética e de conteúdo dividem espaço na mesma prateleira que os bens culturais que visam lucro. Cada usuário da rede pode consumir aquilo que desejar, assim como estarão disponíveis conteúdos interativos ou não.

Não é possível prever se as grandes redes de televisão e produtores de conteúdo audiovisual digital irão de fato utilizar todas as estruturas narrativas interativas identificadas aqui. Mas foi possível comprovar que elas existem, já foram experimentadas e levantar certo conhecimento sobre elas, sintetizando e organizando em características e formatos devidamente descritos. Se irão se incorporar na grande indústria de conteúdos digitais ou se ficarão restritas ao final da cauda longa de produtos ditos “alternativos” ou “artísticos” só o tempo e a prática dirão. Mas que estas narrativas

estão provocando mudanças em toda a lógica de produção, distribuição e consumo audiovisual, isso é fato.

A contribuição da definição de 3 grupos e 10 sub-grupos, foi destacar classes de narrativas interativas delimitando por características suas diferenças, desvendando um grupo de produtos narrativos genericamente descritos anteriormente como narrativas interativas por meio de um significativo levantamento das primeiras experiências interativas buscadas ainda em mídias analógicas integradas para mais tarde serem empregadas nas mídias digitais, o que se conclui em um referencial midiático bastante precioso.

Essas demarcações de grupos permitem considerar que nestas características das narrativas digitais interativas afloram as idéias de virtualidade, liquidez e simulacro presentes em seu estado mutante e de atualização constante que são permitidas. Estas definições não são as únicas e muito menos são estanques, pois o objeto de estudo é se apresenta hoje e está em sua essência se modificar.

O presente estudo colabora com os estudos já iniciados por RANHEL (2005), Murray (2003) e Gosciola (2003), confirmando a importância e o valor deles, com a nomeação dos sub-grupos das narrativas digitais interativas que deve servir de ferramenta para produtores de conteúdos e pesquisadores da área a desenvolverem mais trabalhos ao ajudar na definição de cada caso.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: ADORNO & HORKHEIMER. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991, p.113-129.

ALENCAR, Marcelo Malheiros. **Estudo das Narrativas Interativas Aplicadas no Desenvolvimento de Jogos**. Monografia apresentada para obtenção do título de Bacharel no Curso de Sistema de Informação - UNIMONTES – Universidade Estadual de Montes Claros, CCET – Centro de Ciências Exatas e Tecnológicas, DCC – Departamento de Ciências da Computação. Disponível em: <www.ccet.unimontes.br/arquivos/monografias/256.pdf> Acesso em: 20 de Setembro de 2007.

AMORIM, Edgar Ribeiro de. In: **Revista Telecentro**, n. 6, nov./dez. 2000.

AMORIM, Edgard Ribeiro de. **TV ano 50**. 2004. Disponível em: <<http://sampa3.prodam.sp.gov.br/ccsp/tvano50/dec50.htm>>. Acesso em: 02 de Março de 2001.

ANDERSON, C. **A Cauda Longa**. Rio de Janeiro: Campos, 2006.

ARANTES, Otília. Os novos museus. In: **O lugar da arquitetura depois dos modernos**. São Paulo: Edusp, 1993.

ARISTÓTELES. **Poética**. Trad. e. de Souza. Porto Alegre: Globo, 1966.

ARNS. Inke. **Interaction, Participation, Networking: Art and Telecommunication**. Media Art Net. Disponível em: http://www.medienkunstnetz.de/themes/overview_of_media_art/communication/. Acesso em: 20 de Setembro de 2007.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1993.

BALL-ROKEACH, Sandra; DEFLEUR, Melvin L. **Teorias da Comunicação de Massa**. Editora Jorge Zahar, 1993.

BAUDRILLARD, J. **Tela total: mitos-ironias da era do virtual e da imagem**. Porto Alegre: Sulina, 1997.

BAUDRILLARD, J. Simulacros e simulação. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

_____. **Amor líquido**. Sobre a fragilidade das relações humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BARTHES, Roland. Introdução à Análise Estrutural da Narrativa. In: **Análise Estrutural da Narrativa**. Trad. M. Z. Barboza Pinto. Petrópolis: Vozes, 1966, p.19-60.

BARROS, Leandro Motta. **Incluindo elementos da narrativa em interactive storytelling**. 82 f. Monografia (Bacharel) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2004. Disponível em: <www.inf.unisinos.br/alunos/arquivos/TC_LeandroMottaBarros.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2007.

BECKER, V. **Concepção e Desenvolvimento de Aplicações Interativas para Televisão Digital**. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2006.

BECKER, V. et al. Recomendações de Usabilidade para TV Digital Interativa. **Anais do II WTVD**, Workshop de TV Digital. Curitiba, 2006, pp. 27-38.

BECKER, V.; MONTEZ, C. **TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. 2. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. Trad. de José Lino Grünnewald. In: BENJAMIN, W.; HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W.; HABERMAS, J. **Textos escolhidos**. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

BOLAÑO, C.; VIEIRA, V. R. TV digital no Brasil e no mundo: estado da arte. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. Vol. VI, n. 2., 2004.

CANNITO, Newton Guimarães. **A TV 1.5: A Televisão na Era Digital**. Tese de doutorado para obtenção do título de doutor do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Disponível em: <<http://dominiopublico.qprocura.com.br/dp/105563/a-tv-1-5-a-televisao-na-era-digital.html>>. Acesso em: 10 de Janeiro de 2010.

CAPPELER, Ivan. A pátina do filme. Da reprodução cinematográfica do tempo à representação cinematográfica da história. **Matrizes**, Vol. 3, Núm. 1, agosto-dezembro, 2009, pp. 213-229. Universidade de São Paulo. Brasil, 2009.

CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede: A Era da Informação – Economia, Sociedade e Cultura**. Editora Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

CASTRO, Cosette; BARBOSA FILHO, André. **Comunicação, educação e inclusão digital**. São Paulo: Ed. Paulinas, 2008. p.185.

COELHO, Marcelo. **Crítica Cultural: Teoria e Prática**. São Paulo: Publifolha, 2006.

COELHO, Teixeira. **O Que é Indústria Cultural**. Editora Brasiliense, 1981.

COMPARATO, Doc. **Da criação ao Roteiro: Teoria e Prática**, São Paulo: Summus, 2009.

CRUZ, Roberto. Power ON – precursores das live images. In: **ON-OFF: experiência em live-image**. São Paulo: Itaú Cultural, 2009, p. 90-100.

DANIELS, Dieter. **Television-Art or anti-art?** Conflict and cooperation between the avant-garde and the mass media in the 1960s and 1970. Media Art Net. Disponível em: http://www.medienkunstnetz.de/themes/overview_of_media_art/massmedia/

DANTO, Arthur C. **A Transfiguração do lugar comum**. Tradução de Vera Pereira. São Paulo: Cosac&Naify, 2005.

_____. **Após o fim da arte** – arte contemporânea e os limites da história. Tradução de Saulo Krieger. São Paulo: Edusp/Odysseys editora, 2006.

DINKLA, Soke. **Virtual Narrations: From the crisis of storytelling to new narration as a mental potentiality**. Media Art Net. Disponível em: <http://www.medienkunstnetz.de/works/deep-contact/>. Acesso em: 20 de Setembro de 2007.

DONALD, Merlin. **Origens do Pensamento Moderno**. Lisboa: Calouste Gulbenkian, Lisbon. Tradução de C. de Jesus, 1993, pp. 486.

DUARTE, Rodrigo. **Teoria crítica da indústria cultural**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, p. 189.

DUCCINI, Mariana. Uma apologia da infidelidade: Iluminação recíproca entre literatura e cinema. **Matrizes**, Vol. 3, Núm. 1, agosto-dezembro, Universidade de São Paulo, 2009, pp. 213-229.

DURÃO, Fábio Akcelrud; ZUIN, Antonio; VAZ, Alexandre Fernandez. **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008, 215 p. ISBN: 978-85-7559-123-9.

ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1977.

EISENSTEIN, S. M. Montagem de Atrações. In: XAVIER, I. (Org.) **A experiência do Cinema**: antologia. Rio de Janeiro: Graal, 2003.

FECHINE, Yvana. O vídeo como projeto utópico da televisão. In: MACHADO, Arlindo (Org.). **Made in Brasil**: Três décadas do vídeo brasileiro. Edição 1. Editora Iluminuras e Itaú Cultural, 2007, pp. 448.

FIELD, Syd. **Os Exercícios do Roteirista**. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 1996.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. "Encenação da realidade: fim ou apogeu da ficção?" Revista Matrizes Ano 3, n. 1, ago/dez 2009. p. 131-143. Disponível em: http://citrus.uspnet.usp.br/matrizes/ojs/index.php/matrizes/article/view/88/pdf_76.

FIELD, Syd. **Como Resolver Problemas de Roteiro**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2002.

FLUSSER, Villém. Uma nova imaginação. In: **O mundo codificado**. Por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GAWLINSKI, M. **Interactive Television Production**. Oxford, England: Focal Press, 2003.

GIL, Federico Peinado. **Mediación Inteligente entre Autores e Interactores para Sistemas de Narración Digital Interactiva**. Facultad de Informática. Universidad Complutense de Madrid. Septiembre 2004. Disponível em: <http://nil.fdi.ucm.es/nilweb/papers/2004-peinado-mediacion-MPhil.pdf> . Acesso em: 20 de Setembro de 2007.

GODARD, Jean-Luc. **Jean-Luc Godard par Jean-Luc Godard**. Paris: Édition de l'Étoile/Cahiers du Cinéma, 1985.

GOSCIOLA, V. **Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa**. São Paulo: Senac, 2003.

HABERMAS, Jurgen. **Mudanças Estruturais da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura.

São Paulo: Perspectiva, 2001.

JIMÉNEZ, Jesús García. **Narrativa Audiovisual**. Madri: Cátedra, 1996.

JOHNSON, S. **Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

JOHNSON, S. **Emergência: A vida integrada de formigas, cérebros, cidades e softwares**. M. C. DIAS, Trad., Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

JOHNSON, S. **Surpreendente! A televisão e o videogame nos tornam mais inteligentes**. L. H. DUARTE, Trad. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2005.

JOST, F. A televisão entre a grande arte e a arte pop. **Revista Comunicação Midiática**. Setembro de 2006.

KERCKHOVE, D. A arquitetura da inteligência: interfaces do corpo, da mente e do mundo. In: D. DOMINGUES. **Arte e vida no século XXI: tecnologia, ciência e criatividade**. São Paulo: Ed. UNESP, 2003.

KERCKHOVE, D. **A pele da cultura: Uma Investigação Sobre a Nova Realidade Eletrônica**. L. SOARES, & C. CARVALHO, Trans. Lisboa: Relógio D'água, 1997.

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1989.

LEMONS, A. **Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais**. Acesso em 15 de Mai. de 2005, disponível em <http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/lemons/interac.html>. Acesso em: 20 de Setembro de 2007.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, P. **Que é o virtual?** São Paulo: Ed 34, 1996.

LEVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva**. Editora Loyola. Machado, Arlindo. Máquina e Imaginário. São Paulo: Edusp, 1993.

LINDLEY, Craig. **Story and narrative structures in computer games**. 27 f. Department of Technology, Art and New Media,

Gotland University, Sweden, 2005. Disponível em: <
<http://spel.bth.se/images/7/70/SagasnetLindleyReprint.pdf>>. Acesso
 em: 23 maio 2007.

LINDLEY, Craig; ELADHARI, Mirjam. **Story construction and expressive agents in virtual game worlds**. Artigo Científico – Center of Computer Games Research, IT University of Copenhagen, Denmark, 2004. Disponível em:
http://www.itu.dk/op/papers/eladhari_lindley.pdf Acesso em: 14 janeiro 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes**, Vol. 3, Núm. 1, agosto-dezembro, 2009, pp. 213-229. Universidade de São Paulo. Brasil.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. 5ª. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1998.

MACHADO, A. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

MACHADO, A. **A TV levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MACHADO, A. **Hipermídia: o labirinto como metáfora**. São Paulo: Senac, 2001a.

MACHADO, Arlindo. O quarto iconoclasmo in **O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges**. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001b.

MACHADO, A. (org.). Made in Brasil – **Três décadas do vídeo brasileiro**. São Paulo: Itaú Cultural, 2003, p.13-47.

MACIEL, Luiz Carlos. **O poder do clímax**: fundamentos do roteiro de cinema e tv. Rio de Janeiro, 2003.

MANOVICH, L. **The language of the New Media**. Cambridge: MIT Press, 2001.

MATEAS, Michael. **A Neo-Aristotelian Theory of Interactive Drama**. 6 f. Artigo Científico – Carnegie Mellon University, Pittsburg. Disponível em:
 <<http://citeseer.ist.psu.edu/cache/papers/cs/25881/http%3A%2F%2Fwww.aigames.org%2F2000%2FMMateas00.pdf/mateas00neoaristotelian.pdf>>. Acesso em: 19 dezembro de 2006.

MATTELART, Michele; MATTELART, Armand. **História das Teorias da Comunicação**. São Paulo: Editora Loyola, 1999.

MCLUHAN, H. Marshall. **Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. Editora Cultrix, 1964.

MÉDOLA, A. S. Da TV analógica para a digital: elementos para a compreensão da práxis enunciativa. **Comunicação: Veredas / Revista do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Unimar**, 2006.

MÉDOLA, A. S. Globo Mídia Center: televisão e Internet em processo de convergência midiática. In: A. LEMOS, C. BERGER, & M. BARBOSA. **Livro da XIV Compós: Narrativas midiáticas contemporâneas**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MÉDOLA, Ana Silvia Lopes Davi e REDONDO, Leo Vitor Alves. "Interatividade e pervasividade na produção da ficção televisiva brasileira no mercado digital". **MATRIZES**, São Paulo, ano 3, n. 1, p. 145-163, ago/dez. 2009.

MENDES, Cláudio Lúcio. **Como os jogos eletrônicos educam?** Presença pedagógica, Caiçara, BH, v. 11, 2005, p. 18-25.

MILLER, Carolyn Handller. **Digital sorytelling**. Burlington: Focal Press, 2004.

MORIN, E. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. C. E. SILVA, & J. SAWAYA, Trads. São Paulo: Cortez, 2000.

MURRAY, J. H. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Unesp, Itaú Cultural, 2003.

NEGROPONTE, N. **Vida Digital**. São Paulo: Cia das Letras, 1995.

NOVAES, Adauto (org.). **Rede Imaginária: Televisão e Democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal da Cultura, 1991.

OITICICA, Hélio Oiticia; CLARCK, Lygia. **Cartas: 1964-74**. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 1989.

OITICICA, Hélio. **Aspiro ao grande labirinto**. Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

ON-OFF: **experiência em live-image**. São Paulo: Itaú Cultural, 2009, pp. 100.

PARENTE, André (org.). **Imagem Máquina**. São Paulo: Editora 34, 1993.

PLATÃO. Alegoria da Caverna in Jeannière, Abel. **Platão** (versão comentada). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.

PRENSKY, Marc. Digital Natives, Digital Immigrants. In: **On the Horizon** (MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001). Disponível em: <[http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital %20Immigrants%20-%20Part1.pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf)>. Acesso em 10 de Setembro de 2010.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PRIMO, A. Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. **Revista da Famecos**, n. 12 , 81-92, 2000.

RANEL, J. **TV Digital Interativa e Hiperídia: jogos e narrativas interativas na TVi**. Dissertação de Mestrado apresentada à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Semiótica. São Paulo: PUC-SP, 2005.

REY, Marcos. **O roteirista profissional; televisão e cinema**. São Paulo: Ática, 1989.

ROSA, A. A. Televisão digital interativa: hora de conteúdo? **NECC – Revista Comunicação & Comunidade**, 10, 2006, p. 5 a 12.

RUSHKOFF, Douglas. **Um jogo chamado futuro: como a cultura dos garotos pode nos ensinar a viver na era do caos**. São Paulo: Revan, 1999.

SALMON, Christian. **Storytelling, une machine à fabriquer des histoires et formater les esprits**. Editions de la Découverte, 2007.

SANTAELLA, L. **Matrizes da Linguagem e Pensamento sonora visual verbal**. São Paulo: Fapesp, Iluminuras, 2001.

SANTAELLA, Lucia e NOTH. Winfred. **Imagem**. Cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 1998.

SANTAELLA, Lucia. **Games e Comunidades Virtuais**. Disponível em: <http://csgames.incubadora.fapesp.br/portal/publica/comu>. Acesso em: 04 mai 2006.

SCHWALD, Edward M. **iTV Handbook: Technologies and Standards**. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2004.

SHELDON, Lee. **Character development and storytelling for games**. Boston: Premier Press, 2004.

SOUZA, Okky de Souza e Rosana Zakabi. **Imersos na tecnologia – e mais espertos**. Disponível em: http://veja.abril.com.br/110106/p_066.html>. Acesso em 10 de Setembro de 2010.

TARKOVSKI, Andrei. **Esculpir o tempo**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

TODOROV, Tzvetan. A narrativa primitiva. In: **Poética da prosa**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

TÜRCKE, Christoph. **Hipertexto**. Trad. Antônio Zuin. In: Congresso Internacional: A indústria cultural hoje. Piracicaba: UNIMEP, out. 2006. (mimeo)

VILCHES, L. **A migração digital**. M. I. VASSALLO de LOPES, Trad. São Paulo: Loyola, 2003.

WALTER, Benjamin. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. Tradução de Carlos Nelson Coustinho. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Tradução de Maria Carmelita Pádua Dias. 7. ed. São Paulo: Editora Paz e Terra. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

WAISMAN, T. **Usabilidade em serviços educacionais em ambientes de TV Digital**. Universidade de São Paulo, Escola de comunicação e Artes. São Paulo: USP, 2006.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. Editora Martins Fontes, 1997.

ZAGALLO, N. Branco; BRANCO, Vasco e BARKER, Antony. Emoção e Suspense no Storyteller Interativo. IN: Actas. **Games 2004**. - Workshop Entretenimento Digital e Jogos Interactivos. Lisboa, 2004. Disponível em: http://nelsonzagalo.googlepages.com/Games_2004_NZ.pdf>. Acesso em: 20 de Julho de 2007.

ZAGALO, N., Branco, V., Barker, A., Elementos de Emoção no Entretenimento Virtual Interativo, in **Actas**, LUSOCOM 2004 - Cong. Int. de Ciências da Comunicação Países de Líng. Portuguesa, Covilhã, Portugal. Disponível em: http://nelsonzagalo.googlepages.com/Games_2004_NZ.pdf>. Acesso em: 20 de Julho de 2007.

ZIMMERMAN, Eric. Narrative, Interactive, Play, and Games. In: **First Persons: New Media as Story, Performance, and Game**. Cambridge: The MIT Press.

ZUFFO, M. K. **TV Digital Aberta no Brasil: Políticas Estruturais Para Um Modelo Nacional**. Acesso em 25 de Jun. de 2006, disponível em Departamento de Engenharia de Sistemas Eletrônicos, POLI - USP: <<http://www.lsi.usp.br/~mkzuffo/repositorio/politicaspUBLICAS/tvdigital/TVDigital.pdf>>

REFERÊNCIAS AUDIOVISUAIS

BEING John Malkovitch (Que ser John Malkovich). Direção de Spike Jonze. Estados Unidos, 1999. 1 DVD (112 min): DVD, Pal-m, son., color. Legendado. Drama.

DISSERTAÇÃO. Criação. Léo Vitor Alves Redondo. Página da Internet. Disponível em: <www.wix.com/leovitor/dissertacao>

ELEPHANT. Direção e Roteiro de Gus Van Sant. Estados Unidos, 2003. 1 DVD (80 min): DVD, Pal-m, son., color. Legendado. Drama.

HARRY Potter and the Order of the Fenix (Harry Potter e a Ordem da Fenix). Direção David Yates. Estados Unidos e Reino Unido, 2007. 1 DVD (138 min): DVD, Pal-m, son., color. Legendado. Aventura.

MEMENTO (Amnesia). Direção e Roteiro de Christopher Nolan. Estados Unidos, 2000. 1 DVD (113 min): DVD, Pal-m, son., color. Legendado. Drama.

METAL Gear Solid: Game. dirigido e escrito por Hideo Kojima. Konami Computer Entertainment Japan. PlayStation. Japão, 1998.

MULHOLLAND Driver (Cidade dos Sonhos). Direção e Roteiro de David Lynch. 2001. 1 DVD (147 min.): DVD, Ntsc, son., color. Legendado. Português. Drama.

PHANTASMAGORIA. Lorelei Shannon. Jogo eletrônico. CD-ROM. Sierra Online. Estados Unidos, 1995. 7 CD-ROM.

RAGNAROK Online. Estados Unidos. Inglês. Jogo de estratégia em tempo real. On Line. Disponível em: <http://levelupgames.uol.com.br/ragnarok/>

RUN Lola Run (Corra, Lola, Corra). Direção e Roteiro de Tom Tikwer. Alemanha, 1998. 1 DVD (81 min): DVD, Pal-m, son., color. Legendado. Drama.

SWITCHING: An a Interactive Movie. Direcao e Roteiro de Morten Schjødt. Dinamarca, 2003. 1 DVD (130 min): DVD, Pal-m, son., color. Legendado. Drama.

THE Matrix (Matrix). Direcao e roteiro de Andy Wachowski, Lana Wachowski. 1999. 1 DVD (136 min.): DVD, Ntsc, son., color. Legendado. Portugues. Ficcao Cientifica.

THE Truman's Show (O Show de Truman). Direcao de Peter Weir e Roteiro de Andrew Niccol. 1998. 1 DVD (103 min): DVD, Ntsc, son., color. Legendado. Portugues. Drama.

TIBIA. CipSoft. Estados Unidos. Inglês. Jogo de estratégia em tempo real. On line. Disponível em: <<http://www.tibia.com>>.

X-FILES: The Game. Direção de Greg Roach. Estados Unidos, 1998. Jogo eletrônico. Ficção Científica. Hyperbole Studios.

X-FILES. Criação Chris Carter. Fox Films. Série de TV. Estados Unidos, 1992. 1 Box. DVD, Pal-m, son., color. Legendado. Drama.

ZUIKER, Anthony E. Grau 26. São Paulo: Editora Record, 2010.

WARCRAFT: Orcs & Humans. Blizzard Entertainment. Estados Unidos, 1994. CD-ROM. Inglês. Jogo de Estratégia em tempo real.