



iCinema e espectadores: uma relação de amor e ódio¹

Patricia Biegging²

Universidade de São Paulo

Resumo

A experiência proporcionada pelo cinema traz a estética da força e da sensação, em que a subjetividade não está apenas no que é projetado na tela ou nos espaços psíquicos dos telespectadores, mas nos tempos atuais, especialmente, na fusão entre estes sentimentos, a matéria e a combinação de todas as forças envolvidas nesta relação. Considerando este cenário, em que a interatividade é trabalhada por todos os meios e de todas as formas, é que buscamos saber junto aos espectadores suas impressões e experiências com possíveis narrativas ficcionais interativas. Narrativas em que o espectador é transportado para o lugar do protagonista ou co-diretor da história. Para alcançar o objetivo proposto realizamos entrevistas com 24 participantes. De forma geral, percebemos que os espectadores ainda não conhecem a fundo os processos interativos do cinema e a real possibilidade disposta aos interatores frente a uma narrativa previamente controlada pelo cineasta.

Palavras-chave: interator; narrativa ficcional interativa; iCinema; participação.

Introdução

Envolvidos intensamente nesta relação estabelecida entre os aparatos tecnológicos, as narrativas e os espectadores num processo de interação, vemo-nos abrindo novos caminhos e possibilidades, testando um campo ainda em formação e desenvolvimento. Muito do que se faz hoje nos diversos meios de comunicação é aproximar a audiência dos veículos, as marcas aos seus consumidores, enfim, criar

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Identidade: materialidades, atribuição de sentidos e representações midiáticas, do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

² Doutoranda em Ciências da Comunicação (ECA-USP), Mestre em Educação, na linha Educação e Comunicação (UFSC), especialista em Propaganda e Marketing e graduada em Comunicação Social. Leciona em cursos graduação e pós-graduação em Comunicação, Design e Novas Mídias. E-mail: pbiegging@gmail.com.



laços afetivos, buscando não somente a fidelização dos sujeitos, mas experiências profundas que marquem, mesmo por alguns momentos, as vivências e as histórias de vida das pessoas.

Diante deste contexto este artigo tem como objetivo apresentar de forma breve e inicial as falas de alguns entrevistados sobre as suas impressões e experiências com possíveis narrativas ficcionais interativas. Também objetivamos saber sobre seus sentimentos em relação a eventuais escolhas na trajetória dos personagens e sobre elementos interativos que tivessem a capacidade de transportá-los para dentro das histórias, fazendo-os vivenciar intensamente os mesmos sentimentos vividos pelos personagens protagonistas da trama. A pesquisa foi realizada com 24 participantes, 12 homens e 12 mulheres.

Vivemos em uma Era Tecnológica e Digital muito intensa, em que os meios, os veículos e os processos comunicacionais se modificam dia após dia. Os aplicativos e os artefatos tecnológicos tornam-se obsoletos a cada ano e somos “obrigados” a acompanhar essas mudanças não somente por, eventualmente, nos sentirmos fora de contexto, mas porque a indústria cultural nos pressiona a isso. Não é necessário ser especialista na área de comunicação para perceber que as relações afetivas, as percepções e a forma com que nos relacionamos com mídias e mesmo interpessoalmente têm mudado radicalmente de não mais do que 20 anos pra cá. Essas novas configurações são incorporadas ao cotidiano e vamos nos adaptando a elas, negociando e ressignificando-as. O que está implicado neste jogo é também a forma como nos relacionamos com esses avanços e do que deles conseguimos entender de forma ao menos superficial.

Procedimentos metodológicos

Partimos do pressuposto de que quando estamos em um ambiente com pessoas conhecidas o distanciamento entre os envolvidos já está superado e, com isso, as relações de pesquisa são facilitadas devido à existência de alguns laços que são



favoráveis ao “falar francamente”, diminuindo ou excluindo a possibilidade de o pesquisador ser considerado socialmente superior aos participantes da pesquisa (BOURDIEU *et al.*, 1998, p. 699).

Devido a isso, a dinâmica para a captação dos sujeitos da pesquisa deu a partir de pessoas convidadas, as quais tiveram a missão de convidar seus amigos para participar da pesquisa com elas. A formação destes grupos não sofreu a nossa interferência, a ideia foi que formassem os grupos a partir do que chamamos de *sujeito-chave*³. Foram selecionados seis *sujeitos-chave* (BIEGING, 2011) que tiveram a missão de selecionar e convidar os seus amigos para a participação na pesquisa.

A primeira abordagem de campo e a captação dos sujeitos da pesquisa foram realizadas durante os meses de maio a setembro de 2014. Os seis *sujeitos-chave* selecionados foram criteriosamente analisados, tendo como ponto de partida as regras relacionadas abaixo. Todos os *sujeitos-chave* foram especialmente selecionados considerando algum nível de contato, exceto familiares e amigos próximos.

A escolha dos *sujeitos-chave* baseou-se nos seguintes critérios:

- usuários que utilizam a internet para assistir vídeos, pois o filme de curta-metragem usará plataformas da internet como suporte de veiculação e interação;
- usuários com entendimento do funcionamento de links e menus em vídeos online;
- usuários dos serviços de *streaming* online como, por exemplo, Netflix ou YouTube, de mídias sociais e novos produtos digitais;
- homens e mulheres entre 20 e 39 anos, os quais em 2013 representaram 43,2% dos usuários ativos do segundo site mais acessado do Brasil, o YouTube, de acordo com o estudo publicado pela E.Life (HÁBITOS, 2014);

³ *Sujeitos-chave* (BIEGING, 2011) são pessoas previamente selecionadas pela pesquisadora de acordo com o perfil estrategicamente traçado para o melhor desenvolvimento e aplicação do estudo no campo de pesquisa. Esse método foi utilizado pela pesquisadora na formação dos grupos de sua pesquisa de mestrado. A familiaridade entre os sujeitos de cada grupo foi essencial e o ponto forte nas dinâmicas em grupo. A descontração durante todas as etapas foram o ponto máximo e um grande facilitador nas abordagens já que a pesquisa foi realizada entre amigos.



- usuários que utilizam a internet para ler notícias e novidades, fazer pesquisas escolares e para se divertir.

Dos 24 participantes, 17 possuem nível superior completo, sendo 12 desses pós-graduados; 6 são estudantes de graduação; e 1 estudante de doutorado. Destes apenas 3 não estudam ou trabalham na área de comunicação. É importante pontuar este breve contexto, pois influenciam diretamente na formação das opiniões e, especialmente, nos possíveis posicionamentos com relação à área cinematográfica e das novas tecnologias.

Entre as perguntas foco deste estudo temos: *Você já assistiu a algum filme interativo (em que você pudesse escolher o destino do personagem)?; Como você se sentiria podendo escolher a trajetória de um ou mais personagens?.*

O encantador universo interativo do cinema

Encantamo-nos por este universo mágico e, por vezes, assustador. Difícil seria não se encantar. As tecnologias permitem trocas rápidas, aproximam continentes e proporcionam experiências antes só possíveis em sonhos. Sonhos, aliás, que tornam-se realidade na medida em que os aparatos tecnológicos desenvolvem-se. Na década de 80 poucos tinham em suas casas aparelhos de televisão e telefone, uma década após incríveis videocassetes permitiam que o cinema entrasse em nossas casas e há não muito tempo o filme passou a sair das telas e aproximou os personagens dos espectadores de forma impressionante, chegara a era 3D.

É interessante notar que os espectadores mesmo sem ter a total noção da evolução cinematográfica esperam ser surpreendidos. Sabemos, obviamente, que o próprio desenvolvimento da narrativa já é algo excitante e surpreendente aos olhos da audiência. Porém, quando falamos em torná-los parte de algo maior, parte, por exemplo, da narrativa, transportando-o para dentro do universo espetacular da história, o brilho toma conta dos seus olhos. A surpresa e o encantamento no primeiro minuto de conversa dá espaço para indagações, comentários, dúvidas, ansiedade e,



por incrível que pareça, medo. O desconhecido causa medo e provoca perguntas ainda por ser respondidas até por especialistas da área. Na tentativa de respostas às perguntas lhes faltam o repertório, a experiência com o objeto.

Magnífico é perceber a fusão de todos os sentimentos em apenas um instante, momento esse em que a imaginação auxilia na formação de uma resposta possível às questões postas por nós. Parecem simples, mas mostram-se complexas frente a algo ainda não vivenciado. Isso pode ser explicado na análise que vamos fazer a seguir em se tratando de que nenhum dos nossos participantes já teve, mesmo que por poucos minutos, contato com obras cinematográficas ficcionais multilíneas interativas, seja este contato apenas visual ou colocando-se como interator do sistema. Falamos aqui de jornalistas, publicitários, profissionais de rádio, televisão, marketing, artistas, comunicadores em geral. Pessoas fazem parte deste sistema produtivo, mas sem profundos conhecimentos sobre o tema tratado.

O sentimento em relação a imersão na obra cinematográfica, ocupando o lugar de protagonista ou co-diretor da narrativa divide opiniões que, por vezes, mostram-se pouco informadas sobre os processos imersivos em produções deste porte. As falas abaixo representam opiniões ainda pouco aprofundadas em relação ao que ainda não foi visto ou experienciado nem mesmo na internet, plataforma que facilita este tipo de navegação há muito tempo e de forma espontânea. Os relatos são reflexos de uma era que ainda está por ser definida e configurada. Não significa que as pessoas estejam erradas ou certas em seus depoimentos, mas mostram certa superficialidade com relação aos conhecimentos adquiridos neste campo audiovisual emergente.

Pesquisadora: Como você se sentiria podendo escolher a trajetória de um ou mais personagens em um filme?

Marcela: Não tenho certeza... de repente eu gostaria mais de ser surpreendida, ainda que ficasse insatisfeita com o final.

Clara: Estranha, pois parece algo impossível e proibido/errado. Parece que o papel do diretor e da equipe de produção vai deixar de existir. E me lembra o programa Você Decide.



Maria: Não gostaria, pois o final do filme não seria uma surpresa pra mim.

Joice: Não sei se gostaria, gosto de ser surpreendida pela história, e eu saber o que iria acontecer perderia, para mim, parte desse encanto.

Renata: Seria interessante, mas hoje tudo se escolhe a seu bel prazer... Não iria gostar muito, porque as reflexões que os filmes geram não seriam possíveis.

É interessante notar que a questão da surpresa e da “previsão” dos fatos que poderiam ocorrer no desenvolvimento da narrativa está impressa na fala de ao menos três dos cinco relatos acima. Isso nos faz pensar que a obra cinematográfica é algo que não pode ser tocado, é uma arte feita para ser contemplada, Gilsonada. A ideia de que o enredo pode ser realmente modificado, como numa peça de teatro em que você ordenaria as ações e os atores atuariam instantaneamente, mostra que os espectadores ainda precisam vivenciar esses momentos para verificar que o controle da obra e dos acontecimentos ainda está a cargo do cineasta e não diretamente na mão dos espectadores. O espectador, neste caso, apenas tem a permissão de entrar em parte do que já foi construído e não construir ele mesmo a história, por mais que a imersão e a participação (MURRAY, 2003) deem certa abertura para que isso ocorra.

Observamos na fala dos participantes que existe certo medo na relação de construção da história pelos espectadores. A surpresa transparece no receio de que a obra não os surpreenderia da forma como esperam habitualmente nas salas de cinema ou em seus sofás da sala de casa. Ao perguntarmos como se sentiriam ao poder escolher os fatos futuros da narrativa os faz pensar que seriam eles os criadores da história, ou seja, que ao comandar determinadas ações saberiam sem dúvida alguma as ações dos personagens e, conseqüentemente, o final da história. A ilusão de que poderiam transformar todas as cenas da história confunde-se com um realismo que nem mesmo num *game* é possível já que possui desafios, barreiras e outros personagens não controlados pelos interatores.



Esse sentimento de estranhamento e desilusão impresso nas falas vai de encontro ao que que Morin (1983) nos explica quando diz que no cinema os espectadores esperam muito mais do que uma simples experiência, mas querem ser movidos em direção a algo maior. As necessidades subjetivas precisam ser superadas, proporcionando fugas da realidade, mas que ao mesmo tempo sejam também reflexo do cotidiano, mesmo que em pequenos lapsos. O fascínio do cinema precisa ser mantido em sua íntegra, segundo a voz de alguns dos entrevistados. Porém, acreditamos que isso também pode ser quebrado pela curiosidade e pela adaptação, aliás, tudo tem o seu tempo de negociação e adaptação e não significa que uma coisa substitui a outra já que são mídias diferentes. Como o cinema linear já está impregnado no cotidiano da sociedade esse posicionamento é aceitável.

Os espectadores esperam ser estimulados e representados nas telas, mas acima de tudo, esperam ser levados a um mundo fictício que apenas podem explorar através do imaginário. Mesmo que as telas sejam uma espécie de espelho da vida real (MULVEY, 1983), a opção de comandar a narrativa parece se tornar, para os entrevistados, mais um fardo a ser carregado. O realismo das cenas (BETTON, 1987) os tiraria da realidade vivida na vida real para uma nova realidade agora vivenciada nas telas, tornando-os responsáveis pelos atos dos personagens. Aliás, essa é a proposta base das narrativas interativas. A imersão (MURRAY, 2003), nesse caso, transformaria não somente a percepção da história a partir da interação do espectador, mas o colocaria em uma especial função de agência em que seus atos são refletidos diretamente sobre o personagem da trama. O poder de transformar a história elevaria ainda mais as sensações, mas também torna a audiência numa posição de cúmplice dos acontecimentos que estão por vir.

Ao falar que a escolha da trajetória pelos espectadores é “algo impossível e proibido/errado”, Clara mostra que a arte é algo que não pode ser tocada ou transformada, mas está ali para ser contemplada. Sua afirmação nos leva a outra época da história da arte. Benjamin (1994), no texto “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, apontou as mudanças no consumo da arte no século XX.



As técnicas da época já mexiam com algo que deveria ser intocado, mas que as revoluções tecnológicas insistiam em pressionar. Nesse jogo também estavam a fotografia e o cinema. Benjamin problematizava o *status* da obra de arte em que a reprodutibilidade tinha o poder de transformar e retirar a “aura”. A essência da experiência da contemplação estava por mudar as relações dos sujeitos com a arte, fator que continua em constante mudança até os dias de hoje. Certamente a forma com que os sujeitos se relacionam com a arte, com as mídias e com a vida a partir dos recursos tecnológicos ainda tem muito a avançar.

Os encantos do cinema, mesmo diante da transversalidade das tecnologias neste meio, ainda podem e são mantidos. A magia na recepção dos conteúdos apenas transforma-se. Joice preocupa-se justamente com isso, pois para ela o encantamento é a base do cinema. Quando assistimos a um filme nossos olhos são os olhos dos personagens (BALÁZS, 1983) e a identificação (MORIN, 1983) torna-se necessária uma vez que sem isso as sensações não seriam as mesmas. Assim, a emoção não nos atingiria profundamente, fazendo-nos sorrir, chorar e emocionar. Com isso, percebemos que as narrativas interativas ainda precisam ser desmistificadas.

Partindo do princípio de que quanto mais interativas forem as mídias, mais nos aproximamos, mais imergimos, mais nos identificamos e mais somos desafiados. Esses são fatores que vêm sendo trabalhados na área cinematográfica desde os primórdios do cinema. O que se buscava (e se busca ainda hoje) é proporcionar aos espectadores sensações singulares e profundas, a captura da atenção nos primeiros minutos do filme é regra básica (FIELD, 2009) para a construção de qualquer narrativa fílmica. O encantamento, desta forma, não desaparece conforme Joice teme, mas é reforçado pela interatividade (DALSGAARD; HANSER, 2008) e pelo mergulho da audiência na história, tornando a trama crível não somente nas telas, mas no imaginário do interator.

Outra questão importante que deve ser problematizada a partir das falas dos participantes é o papel do diretor e da equipe de produção da obra. Clara pontua que tendo a possibilidade de escolher as ações da narrativa, as figuras destes profissionais



deixariam se existir. Percebe-se neste ponto que o ascendente mercado audiovisual interativo ainda não está bem esclarecido. Ao contrário do que diz Clara, temos um novo cenário que se abre às possibilidades interativas. Os profissionais da área não somente precisam realizar muito bem seus papéis, como também entender de fatores psicológicos e motivacionais que os auxiliem na construção de uma narrativa interativa.

Analisando a complexa configuração cinematográfica em que está envolvida a experiência interativa, o que se apresenta para nós é um novo campo de trabalho, onde o gerenciamento das vivências no universo ficcional ganha um lugar de destaque. Elaborar uma história interativa significa abrir caminhos inovadores na indústria cinematográfica e também áreas de trabalho antes impensadas. Riedl e Bulitko (2015) nos chamam a refletir sobre o mundo virtual interativo, mais do que simplesmente gerar *links*, *ramificações* ou percursos diferenciados, é necessário gerenciar a pseudo liberdade ofertada aos espectadores. Pseudo, pois a liberdade de escolha das ações é controlada, não sendo possível (ainda) proporcionar narrativas interativas ilimitadas. Ilimitar seria a composição de uma obra que não tem fim, na qual o sujeito pudesse interagir durante todo o curso de sua vida.

Por outro lado, esse medo estampado na voz dos espectadores participantes da pesquisa não pode ser generalizado. Parte deles mostrou-se favorável ao que a tecnologia pode proporcionar, tornando a interatividade atrativa ao mexer com as atividades e as práticas cotidianas dos indivíduos. A nova realidade audiovisual está crescendo com a mesma velocidade dos avanços tecnológicos e as consequências deste novo processo estão diretamente ligadas ao público. Porém, não temos somente a visão negativa desta nova forma de construir as narrativas, mas espectadores que se mostram curiosos e abertos às possibilidades que podem ser criadas.

Para alguns dos entrevistados, participar da narrativa e movê-la em diversas direções é praticamente um sonho de consumo. Consumo esse que muda não apenas pelas opções narrativas, mas pelo movimento que deve ser feito pelos espectadores durante o desenvolvimento da história. A imersão apontada por Murray (2003) torna-



se, na visão de parte dos participantes, um mundo a ser descoberto e vivido. Imaginar que o universo extraordinário e mágico do cinema pode incorporar o espectador é o mesmo que desafiá-lo a desbravar um novo mundo ainda por ser construído.

Esse vislumbre imaginário é impresso nas falas de alguns dos nossos espectadores entrevistados. As reações geradas quando perguntamos sobre os seus sentimentos em relação às escolhas das trajetórias dos personagens dos filmes ganha um enfoque diferenciado. A recepção positiva pode ser conferida nos comentários e mostra-se latente uma vez que a participação coloca os sujeitos em uma posição ativa em relação à narrativa cinematográfica.

Gilson: O diretor do filme. Várias vezes me revolto com alguns finais, mas se fosse possível com certeza me sentiria ganhando o Oscar. (rs)

Mauro: Me sentiria importante em poder participar na história do filme, me envolvendo de uma forma mais completa.

Maria: Diante da nova realidade da tecnologia, permitindo à televisão cada vez mais Interatividade (com um público que está deixando de consumir mídias "empurradas" e agora só "puxadas"), essa possibilidade é, no mínimo, revolucionária e garantia de máxima aceitação.

Sílvia: Ficaria instigada a aprender mais sobre o mundo do cinema e certamente buscaria participar mais do cinema interativo.

Fernando: Seria divertido, pois traria mais envolvimento com o filme.

As falas apresentam espectadores aberto ao envolvimento proporcionado por narrativas multilíneas interativas. A imersão (MURRAY, 2003) que propomos em nossa pergunta aos participantes mostra-se como um convite a algo que nenhum deles até então experimentou, mas que torna-se irresistível já que transfere para os espectadores a responsabilidade dos acontecimentos do filme interativo.

Maria pontua que a vivência e o mergulho na narrativa da obra levaria a uma experiência interativa buscada pelo próprio espectador quando afirma que passaria a consumir algo "puxado" e não mais "empurrado" pelas mídias. Quando diz "puxado",



a participante quer dizer que ela mesma iria ao encontro da história e dos seus desdobramentos e não seria apenas algo imposto, como o que já se vê nos dias de hoje nas mídias tradicionais. A revolução das mídias traz consigo uma nova era em que não somos apenas consumidores passivos (não que antes éramos quanto à recepção dos conteúdos), mas agora a possibilidade de colocar efetivamente as mãos na montagem das histórias é infinitamente mais atrativo do que apenas contemplar a obra em si.

Tornar o espectador o protagonista ou o diretor do filme, como mencionado por Gilson, é criar um novo universo em que as experiências estéticas extrapolam as sensações geradas a partir das imagens cinematográficas. Se antes a afetação (ARREGI, 2011) das imagens estava centrada no que era ofertado pelas imagens midiáticas e na produção dos significados atribuídos pelos espectadores, conforme menciona Dewey (2010), agora esse impacto depende também dos *dispositivos* cinematográficos (PARENTE, 2007; MÜLLER, 2012), do gerenciamento das experiências (RIEDL; BULITKO, 2015) e da sensibilidade (JIMENEZ, 1999; ARREGI, 2011) de cada interator.

O cinema passa a não somente exprimir ideias e sentimentos, mas cria uma nova poética que é orquestrada na interação pelas possibilidades dispostas pelos cineastas e, especialmente, pelo processo interativo ao qual o espectador é convidado e inserido. A linguagem cinematográfica muda, mas muda também a audiência que atualmente está ávida por novos produtos e possibilidades. A participação já disposta a eles em produtos transmidiáticos alça novos voos, trazendo-o para dentro das narrativas, como já fazem há algumas décadas os *games*. Aliás, um dos sentimentos gerados pelos *games* é justamente a imersão nas narrativas, pois o jogador é levado completamente para dentro dos acontecimentos dos jogos, sendo ele próprio o responsável por suas ações e suas vitórias. Vitória essa que é vislumbrada por Gilson que menciona revoltar-se com alguns finais de filmes e que a possibilidade de mudança na narrativa faria o sentir “ganhando o Oscar”.



O sentimento de vitória abordado por nosso participante, Gilson, é explicado por Murray (2003) na categoria estética da agência. A agência não somente nas narrativas hipermidiáticas, mas em nosso caso, na do cinema, é explicada pelo envolvimento e pela efetiva resposta ao que é realizado pelo sujeito frente às possibilidades interativas. A sensação de estar “ganhando o Óscar” pode se tornar o resultado significativo esperado pelo sujeito frente às suas ações no decorrer da história. Tornar-se o diretor da trama e, ao final, satisfazer-se com as suas próprias decisões é o resultado do processo de agência, no qual o espectador é transportado pela narrativa não apenas na imersão, mas quando percebe que suas ações mudaram significativamente o ambiente e os acontecimentos da história através de sua interatividade. O prazer é a recompensa, podendo ser ele positivo ou negativo, o importante é sentir na própria pele suas decisões no universo mágico do cinema.

Esse é o envolvimento completo ao qual Mauro e Fernando se referem. Sentir-se importante e envolvido por um mundo criado para os espectadores e por eles (mesmo que limitadamente) é ampliar as experiências estéticas, é sentir-se tomado por assalto (GUNNING, 1989) pelos cineastas. Inserido de forma mais completa nas narrativas a audiência é tomada pelo choque em que seus estados psicológicos são alterados diante do engajamento proporcionado. Ser “instigada”, como diz Sílvia, a faria querer saber mais sobre essa construção midiática nova e misteriosa. Sua participação seria mais profunda. O cinema da atração (GUNNING, 1989) e da interatividade (MANOVICH, 2014) realiza, assim, a captura da audiência tornando-as cúmplices e responsáveis pelos seus atos ficcionais. O ver de fora passaria a ver por dentro, migraria o olhar terceirizado para algo muito mais íntimo, o ver em primeira pessoa.

Os estados de espírito (ARREGI, 2011) são afetados, a motivação (CSIKSZENTMIHALYI, 2008) faz toda a diferença nesse jogo ficcional. A recepção pura e despreocupada não basta no cinema interativo, os sujeitos precisam estar intensamente envolvidos, imersos. O mergulho deve dar lugar também à



sensibilização do espectador em alto grau, a experiência para ser completa precisa tornar o comum em algo extraordinário e singular.

De forma geral a curiosidade e as expectativas em relação ao que será possível experienciar em relação aos enredos dramáticos das histórias cinematográficas levaram os participantes da nossa pesquisa a dividir-se em dois polos. De um lado 15 entrevistados mostraram-se a favor quanto às possíveis inovações interativas e ao mergulho em primeira pessoa no universo ficcional dos filmes. Por outro lado, 9 participantes mostraram-se receosos já que a partir das suas interpretações os acontecimentos em um filme interativo não seriam mais novidade, mas algo previsível já que dominariam “toda” a narrativa e “saberiam” o final da obra. Esses, porém, mostram-se também não muito informados quanto ao que seria possível e não possível na escolha dos caminhos das narrativas cinematográficas, pois são eles apenas interatores e não efetivamente os produtores da narrativa.

Considerações finais

Na abordagem aos espectadores buscamos saber sobre as suas impressões e experiências com possíveis narrativas ficcionais interativas. Através de suas falas percebemos que a era da participação, em que somos inseridos no universo ficcional através de narrativas transmidiáticas ou aproximados dos personagens por diversas plataformas, ganha cada vez mais adeptos.

O cinema interativo ainda tem muito a evoluir e a conquistar a audiência. Apesar de não ser algo novo, já que desde o início da década de 90 os cineastas vêm testando as possibilidades interativas nas salas de cinema, a audiência ainda não tem total ideia de como funciona este novo universo cinematográfico e ainda não teve um contato razoável com tal narrativa a ponto de saber exatamente como ela acontece e que tipo de participação é proporcionada.

Consideramos, assim, que as narrativas ficcionais multilineares interativas ainda possuem um longo caminho a percorrer. Vemos como essencial não somente o



gerenciamento das experiências, a interatividade ou os processos estéticos, mas o entendimento da audiência em relação ao objeto enterativo no sentido de proporcionar muito mais do que sensações, motivação ou alteração dos estados de espírito. É necessário discutir as possibilidades interativas e testá-las, buscando junto aos especialistas da área cinematográfica a configuração de um novo campo ficcional interativo que proporcione maior engajamento, diferenciadas estratégias e processos interativos que gerem mudanças significativas não somente na história, mas na percepção emocionada dos espectadores.

Referências

ARREGI, Imanol Zumalde. The filmic emotion. A comparative analysis of film theories.

Revista Latina de Comunicación Social. Vol. 66, 2011. Disponível em:

<http://www.revistalatinacs.org/11/art/936_Bilbao/15_ImanolEN.html>. Acesso em: 16 abr. 2015.

BALÁZS, Béla. Nós estamos no filme. In: XAVIER, Ismail (org.). **A experiência do cinema**. Edições Graal: Embrafilme, 1983.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BETTON, Gérard. **Estética do cinema**. Tradução de Marina Appenzeller. São Paulo: Martins Fontes, 1987.

BIEGING, Patricia. **Populares e Perdedores: crianças falam sobre os estereótipos da mídia**. Blumenau: Nova Letra, 2011.

BIEGING, Patricia; AQUINO, Victor. A experiência estética no iCinema: sensação e interatividade a partir de narrativas multilíneas. In: Patricia Bieging; Victor Aquino. (Org.). **Olhares do sensível: experiências e dimensões estéticas em comunicação**. 1ed. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014.

BOURDIEU, Pierre; *et al.* **A miséria do mundo**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Flow: The Psychology of Optimal Experience**. Pymble, NSW 2073, Australia: HarperCollins Publishers, 2008.



DALSGAARD, Peter; HANSEN, Lone Koefoed. Performing Perception: staging aesthetics of interaction. **ACM Transactions on Computer-Human Interaction**, Vol. 15, No. 3, Article 13, Publication date: November 2008.

DEWEY, John. **Arte como Experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

FIELD, **Roteiro**: os fundamentos do roteirismo. Tradução Alice Leal. Curitiba: Arte & Letra, 2009.

GUNNING, Tom. An Aesthetics of Astonishment: Early Film and the Incredulous Spectator. In: **Art and Text 34**. Spring: 1989.

HÁBITOS e comportamento dos usuários: YouTube.E.life Buzz Monitor. Disponível em: <<http://www.buzzmonitor.com.br/blog/habitos-e-comportamento-dos-usuarios-youtube>>. Acesso em: 22 mai. 2014.

JIMENEZ, Marc. **O que é estética?** Tradução de Fulvia M. L. Moretto. São Leopoldo. RS: Editora da Unisinos, 1999.

MANOVICH, Lev. **¿Qué es el cine digital?** Disponível em: <<http://www.upv.es/labo luz/revista/>>. Acesso em: 20 jan 2014.

MORIN, Edgar. A alma do cinema. In: XAVIER, Ismail (org.). **A experiência do cinema**. Edições Graal: Embrafilme, 1983.

MÜLLER, Marcelo Rodrigo Mingoti. Da mise en scène cinematográfica. **Revista Laika**. Universidade de São Paulo. Dez. 2012. Disponível em: <<http://www.revistalaika.org/wp-content/uploads/2013/05/DA-MISE-EN-SCENE-CINEMATOGRAFICA.pdf>>. Acesso em: 21 abr. 2015.

MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. In: XAVIER, Ismail (org.). **A experiência do cinema**. Edições Graal: Embrafilme, 1983.

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

PARENTE, André. Cinema em Trânsito: do dispositivo do cinema ao cinema do dispositivo. In: PENAFRIA, Manuela; MARTINS, Índia Mara (orgs.). **Estéticas do digital**: cinema e tecnologia. Rio de Janeiro: Labcom, 2007.

RIEDL, Mark O.; BULITKO, Vadim. Interactive Narrative: an intelligent systems approach. **AI Magazine** (in press). Disponível em: <<http://www.cc.gatech.edu/~riedl/pubs/aimag.pdf>>. Acesso em: 05 mai. 2015.