

## O potencial do vídeo interativo nas novas mídias<sup>1</sup>

Augusto Ygor de Farias MACHADO<sup>2</sup>  
Layse Julyanne Pereira dos SANTOS<sup>3</sup>  
Misaki TANAKA<sup>4</sup>

### Resumo

Uma forma de transmissão de conteúdo está começando a crescer nos últimos anos em canais do Youtube e em outras plataformas. O vídeo interativo está aos poucos se destacando graças a novas tecnologias. Este artigo é resultante dos estudos do Grupo de Pesquisa em Linguagem Interativa Gestual e mostra as tentativas de encontrar um modelo para produção do vídeo interativo em meio as novas mídias, possibilitando mudanças na forma de assistir produções audiovisuais.

**Palavras-chave:** Audiovisual. Interatividade. Mídias. Narrativa interativa. *Tablet*

### Introdução

Segundo a Associação Brasileira de Telecomunicações (Telebrasil) a banda larga no Brasil, cresceu quase 70% de 2010 para 2011. O número de pontos de conexão foi de 58 milhões em todo o país. Dentro desse resultado, 16,7 milhões de acessos vieram de lugares fixos como residências, locais de trabalho, instituições de ensino entre demais localidades, enquanto os outros 41,1 milhões foram feitos por meio de dispositivos móveis, destacando-se os aparelhos celulares. Com o crescimento da internet nos últimos anos, tornou-se possível a utilização de novos recursos para a comunicação.

Uma nova forma de se comunicar começou a se destacar nos últimos anos pelas suas potencialidades em meio às novas tecnologias. Esse novo recurso comunicacional é o vídeo interativo, que tem como proposta fazer com que o expectador do audiovisual

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduando do Curso de Comunicação em Mídias Digitais da UFPB. E-mail: ygor.midias@gmail.com.

<sup>3</sup> Graduanda do Curso de Comunicação em Mídias Digitais da UFPB. E-mail: laysejuju@gmail.com.

<sup>4</sup> Doutora em Comunicação e Semiótica pela USP/SP. Professor da Universidade Federal de Pelotas/RS. E-mail: ms.researchandproduction@gmail.com.

faça mais do que assistir, participando e interagindo com o que vê. As narrativas da comunicação, apesar de terem passado do suporte analógico para o digital, continuam se apoiando na linguagem audiovisual “convencional”. E timidamente, estão sendo experimentados produtos audiovisuais com o aproveitamento das vantagens digitais.

Este trabalho é resultado do Grupo de Pesquisa sobre a Linguagem Interativa Gestual (LIG), realizada por alunos e professores do curso de Comunicação em Mídias Digitais da Universidade Federal da Paraíba, com apoio do CNPq<sup>5</sup>. A LIG é dividida em dois grupos, o de Desenvolvimento de Aplicativo e o de Produção de Conteúdo e vêm com a proposta de estudar as possibilidades do vídeo interativo em meio a novas tecnologias midiáticas, em especial, os *tablets*.

### **Objetivo**

Demonstrar as possibilidades e potencialidades do vídeo interativo em dispositivos móveis baseado nos estudos do Grupo de Pesquisa de Linguagem Interativa Gestual (LIG) da Universidade Federal da Paraíba.

### **Justificativa**

Com o crescimento da internet banda larga e também da possibilidade de interatividade na TV Digital, o vídeo interativo pode se tornar uma nova forma de assistir audiovisuais em meio às novas mídias. Os dispositivos móveis como Celulares, *Smartphones*, *Laptops* e *Tablets* são os que mais estão se destacando devido às suas funcionalidades.

A possibilidade de interação do usuário nesses dispositivos pode ficar mais atrativa devido à forte presença de telas *Multi-Touch* ou *Touch-Screen*<sup>6</sup>, que permite reações sensíveis ao toque na tela e também pela sua popularização no mercado.

A pessoa que interage com o vídeo tem a sensação que as ações estão sendo realizadas por ela e dessa forma controla o desenrolar e o desfecho de uma história. É uma forma lúdica que prende a atenção do público. Um jeito novo de fazer audiovisual

---

<sup>5</sup> Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

<sup>6</sup> É o nome dado às interfaces sensíveis ao toque.

que ainda é pouco explorado, mas que já começa a criar interesses em alguns produtores de conteúdo da área.

O espectador, ao ver o vídeo interativo, tem diversas opções, que dependendo de sua escolha, pode alterar completamente o rumo da história. Porém, mesmo com essas alternativas, o usuário nem sempre tem total controle sobre a narrativa, pelo fato de estarem delimitadas as regras e opções que o roteirista restringiu previamente na produção do audiovisual. A interatividade, seja em maior ou menor grau, está sendo experimentada em produtos ficcionais<sup>7</sup>, didáticos e em publicidade.

### **Diferentes formas de interatividade**

No século XX, a emissão da mensagem era em *top-down*, o receptor era passivo, recebia a informação do emissor e não tinha a opção de interagir com este. Em seu artigo, Silva afirma que a “participação real e ativa do telespectador na produção ou *input* de conteúdo, por exemplo, continuou sendo um elemento secundário no âmbito da comunicação televisiva.” (2009, p.14). Entretanto, isso não quer dizer que todos os produtores tenham se acomodado com o esquema *top-down*. Alguns profissionais já tentavam criar uma forma de interação com seus telespectadores desde seus primeiros anos de existência. Por meio de cartas e posteriormente telefonemas, era possível permitir a interferência do espectador no conteúdo do programa a ser, ou estava sendo transmitido. Hoje, também é utilizada a internet e SMS<sup>8</sup> para interferir e interagir na programação como concursos, votações, entre outros (CANNITO, 2009, p.149).

Quando se fala em interatividade, a primeira ideia que se tem é a possibilidade de interação do usuário ou expectador sobre algo.

Analisando a construção da palavra interatividade temos: *inter* + atividade. O prefixo *inter* tem sua origem do Latim e exprime uma noção de posição média ou intermediária (Míni Aurélio, 2010, p.LXXVII). Já o significado de *atividade*, que também possui origem latina, vem de *activitate* e refere-se a estar ativo, praticar a ação (Míni Aurélio, 2010, p.76).

Segundo Pedro Nunes (FEITOSA et al, 2009 p.136) “A interatividade acontece através de um meio que permite a interação entre as pessoas”. Assim, simula a

---

<sup>7</sup> Narrativa imaginária, irreal, produzida na imaginação.

<sup>8</sup> *Short Message Service* (SMS) é um serviço disponível em telefones celulares para envio de mensagens curtas.

sensação de que o usuário interage com o vídeo. O receptor comunica-se com a narrativa, entende o que ela quer transmitir e compreende que o desfecho dessa história depende das escolhas tomadas por ele.

Devido a uma tecnologia que permite a criação de um sistema comunicacional por meio da computação é possível a produção de um ambiente interativo onde o usuário possa explorar e interagir com o conteúdo.

Essa interação pode ser definida, segundo o dicionário Míni Aurélio(2010, p.433) como recíproca entre duas ou mais pessoas ou objetos participantes. Trata-se de uma conexão entre as mensagens. Existe um diálogo que faz com que elas se relacionem.

De acordo com Cannito (2009, p.155), na interatividade existem três níveis de controle realizados pelo usuário. São eles o Reativo, Coativo e Proativo.

**Reativo:** O espectador reage ao vídeo fazendo escolhas predefinidas pelo produtor e não é considerado uma interação elevada.

**Coativo:** É possível o controle do ritmo, da sequência e o estilo do programa assistido.

**Proativo:** Considerado um alto grau de interatividade, o usuário pode tanto mudar a estrutura quanto o conteúdo do vídeo, tornando-se também um produtor alimentando o ambiente com suas criações audiovisuais.

Mesmo com os diferentes graus interativos que cada nível possui, eles não deixam de ser um tipo de interatividade. O proativo possibilita a sensação máxima de participação, mas o reativo também cria essa mesma reação, mas com uma força diferente.

Segundo Santos (2011, p.37), o vídeo interativo pode-se dividir em cinco modalidades.

**Bifurcada:** Partindo de uma situação inicial a narrativa se desenvolve como em um labirinto alterando o rumo e o destino do personagem até chegar ao fim. Assemelha-se aos vídeos games.

**Ponto de vista:** Visualiza os diversos pontos de vista do personagem principal ou de outro.

**Receber conteúdo:** O receptor recebe conteúdos adicionais da obra assistida.

**Enviar Conteúdo:** Envia conteúdos ao vídeo como foto, acesso a alguma rede social, nome, etc.

**Controle:** Controla o tempo, permite o pulo de um ponto a outro diretamente. Altera o ângulo, pode trocar de câmera, entre outros.

### A interatividade na prática

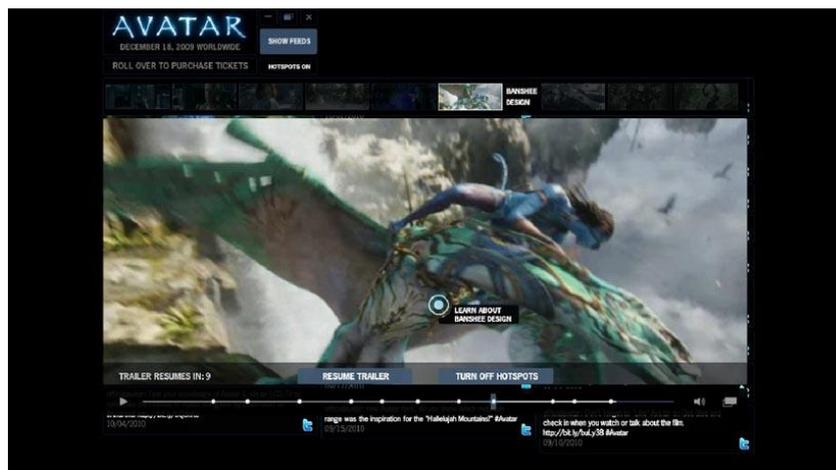
A cada dia surgem novos vídeos interativos na TV, web, entre outros meios. Ultimamente, muitas bandas musicais estão utilizando esse novo recurso, como por exemplo, o clipe da música “Look Around” lançado pelo grupo *Red Hot Chili Peppers* na internet. No clipe é possível aproximar e distanciar cenas ou aproximar a tela e escolher o vídeo de um dos quatro integrantes através das teclas direcionais do teclado do computador. Simples, mas que gera uma experiência diferente ao usuário. Este clipe pode ser considerado com interatividade de nível reativo.



**Figuras 01 e 02:** Clip interativo da música “Look Around”-  
<http://redhotchilipeppers.com/videos/47-look-around-interactive> - 25/04/2012

Na televisão, o programa “Você Decide” da Rede Globo (1992 a 2000) possibilitava ao público escolher o final para a história. Cada episódio era completo com começo, meio e fim, sem continuidade narrativa entre um e outro. O estilo do programa teve tanto sucesso que a emissora exportou o formato para diversos países como os Estados Unidos, Espanha, Suécia, Reino Unido, França, Itália, entre outros.

Outro audiovisual que fez uso da interatividade foi o “Avatar Interactive Trailer” ([www.avatarmovie.com/air/](http://www.avatarmovie.com/air/)). Trata-se do trailer do filme “Avatar”, dirigido por James Cameron e lançado em 2009. Depois de instalado no computador, o usuário, além de poder assisti-lo sem interrupções, também tem a opção de vê-lo com outros 11 vídeos que aparecem como links e ao serem clicados, levam para outro vídeo.



**Figura 03:** Interface do “Avatar Interactive Trailer” – 04/06/2012

No Youtube encontram-se alguns vídeos interativos, mas todos com tentativas isoladas de algum nível de interação. Um deles é o “Make me play a song!” conhecido também como Interactive Piano e nele o usuário pode tocar em um teclado e compor sua própria melodia. Criado por Joe Penna, também chamado de Mystery Guitarman, a cada tecla clicada, ele toca uma nota musical. Ao todo são 17 teclas para experimentar a sensação de estar tocando.



**figura 04:** Interactive Piano: As teclas levam para outro vídeo correspondente a notas musicais – <http://www.youtube.com/watch?v=OtcpO4vipNU> – 09/06/2012

Em cima do piano encontra-se um botão vermelho que leva o espectador ao canal do criador Mystery Guitarman. A interação funciona com um sistema de “anotações” que o Youtube disponibiliza, como se o site criasse um espaço em qualquer lugar do vídeo e pudesse ser inserido um link de sites ou outros vídeos.

Além do Youtube, têm surgido experiências com audiovisuais interativos em galerias de arte ou salas de exibição de filmes. TV Digital, principalmente o sistema *one-seg* implantado há seis anos no Japão, tem mostrado diferentes possibilidades de interação. Entretanto, ainda são experiências isoladas procurando descobrir um aplicativo e uma linguagem adequada para cada suporte, conteúdo e público alvo. Infelizmente, neste curto espaço, não nos permite discutir essas diferentes formas, mas poderá ser um assunto para as próximas pesquisas.

### **As etapas da pesquisa em LIG**

A pesquisa, que visa o experimento de uma narrativa de um vídeo interativo, foi desenvolvida coletivamente de modo participativo entre os integrantes do grupo de Produção de Conteúdo da LIG.

No início, foram analisados os diferentes suportes e mídias para a escolha dos nossos objetos; num segundo momento, além de um levantamento bibliográfico e videográfico sobre interatividade, narrativa interativa e vídeo interativo. Baseado nesse levantamento foi discutido e elaborado um roteiro em conjunto, inserindo maior grau de interatividade possível, dentro dos recursos de produção e das condições do grupo de Desenvolvimento do Aplicativo.

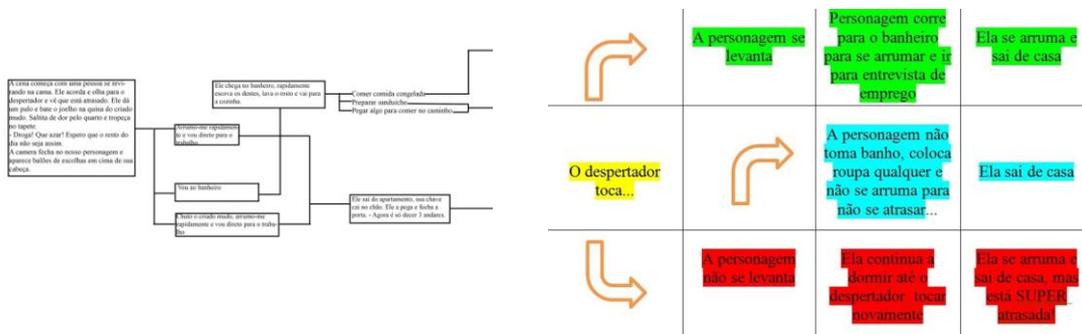
Durante a primeira etapa da pesquisa, os integrantes do Grupo de Produção de Conteúdo apresentaram as diferentes visões de autores sobre o que é e como a interatividade é utilizada. Com o conceito de vídeo interativo definido, a próxima etapa da pesquisa foi a elaboração da narrativa.

Apesar de considerar que a elaboração de uma narrativa ficcional interativa teria um desafio maior do que outros produtos videográficos interativos, o grupo optou pela produção de ficção para testar até que ponto a atuação do usuário seria possível, sem que a história se transforme em pequenas partes sem nexos. Cada aluno apresentou um roteiro de uma narrativa para um vídeo interativo, baseadas nas diferentes teorias sobre a interatividade. Com isso, o grupo começou discussões sobre o funcionamento da interatividade no audiovisual e a discernir as limitações do usuário para que o vídeo não perca suas características e se confunda com um vídeo game.

Com reuniões semanais, o grupo desenvolveu mais roteiros para serem analisados e assim decidirem qual o estilo de narrativa se adequaria para que a

interatividade nos dispositivos móveis fosse mais proveitosa e interessante. Foram levados em consideração, a possibilidade do uso de maior grau de interatividade; de elaborar um vídeo em que, independentes da ação dos personagens escolhida pelo usuário, ou da sequencia dessas ações, a história tenha sentido; do toque na tela do *tablet* ser um gesto natural para que o usuário possa interagir e criar a sua própria narrativa. Essa fase foi essencial para o desenvolvimento do roteiro final e da pré-produção do audiovisual.

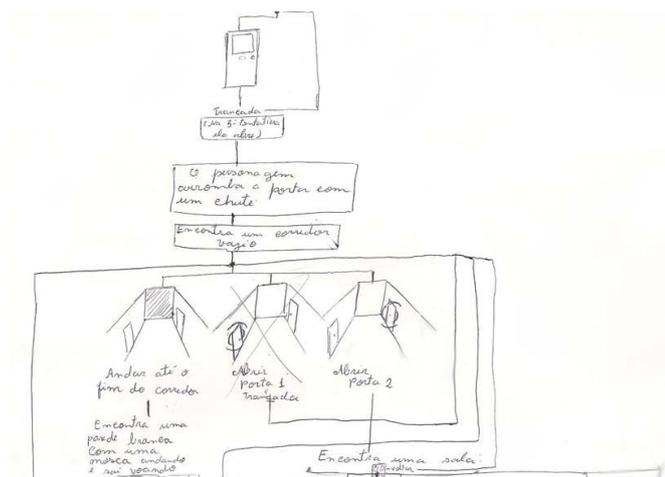
Os roteiros passaram a ser feitos em esquemas e começaram a levar em consideração a forma e o modo que o usuário poderia interagir com o dispositivo móvel.



**Figuras 05 e 06:** Narrativas bifurcadas

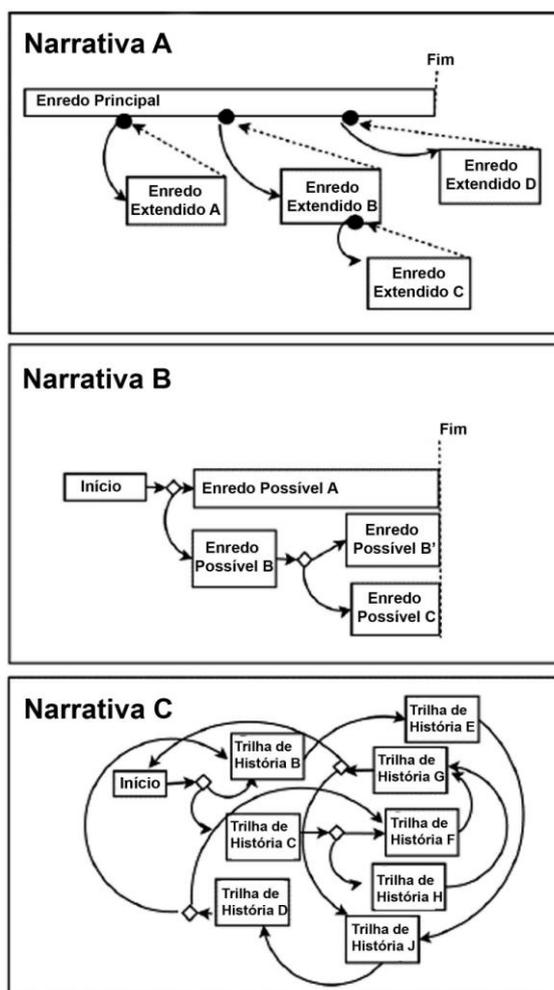
As propostas foram analisadas por todos os integrantes do projeto. Aquela que mais se aproximou das necessidades iniciais da pesquisa foi a da figura 05, escolhida como base para a narrativa que seria desenvolvida com o decorrer da pesquisa, incluindo a produção da história final.

Uma das observações feitas nos roteiros apresentados era se existia a possibilidade do usuário ter a opção de ir e voltar de um plano para outro sem que haja um desencontro na história. A partir disso, os alunos se responsabilizaram pela criação de uma narrativa com esta possibilidade. E assim foram elaborados outros modelos de roteiros interativos inspirados na proposta inicial apresentada por um dos alunos.



**Figura 07:** Esboço da proposta de narrativa

Depois de diversos encontros e discussões, foi levantado três esquemas de condução do produto audiovisual:

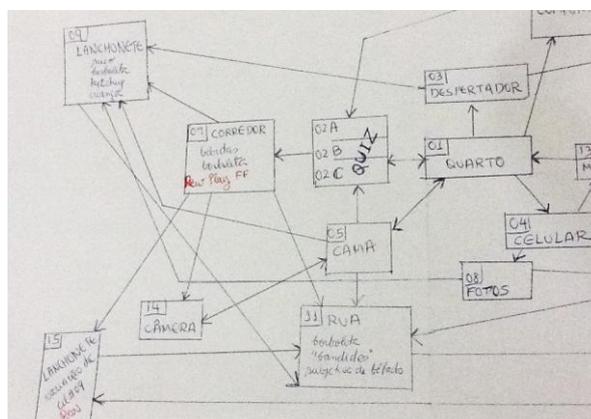


**Figura 08:** Exemplos de esquemas de narração

Apesar do modelo C ser bastante complexo para a construção de uma ficção, foi este o escolhido como base para elaboração do roteiro, por se bastante desafiador e instigante. Para compreensão de como seria este modelo narrativo, a professora Nadja Carvalho<sup>9</sup>, docente e integrante do grupo de pesquisa, organizou uma aula acerca do tema de labirintos, no dia 11 de Abril de 2012, para o Grupo de Conteúdo da LIG. Ela explicou as narrativas que utilizam labirintos e esquemas em roteiros para que o espectador decida como a história deve seguir. As aulas e discussões foram essenciais para o conhecimento do grupo sobre o assunto e para que o desenvolvimento da pesquisa fosse realizado da melhor maneira.

Com diversas histórias-pilotos produzidas, iniciou-se o processo final da narrativa. Juntando as propostas anteriores e com uma vaga ideia do roteiro do audiovisual, e para facilitar a visualização das possibilidades de interação no *Touch-Screen* do *tablet*, das passagens de uma ação para outra – possibilidade esta, permitida para diversos sentidos, como para frente, para os lados, para trás – elaboramos um formato de roteiro diferente do das demais narrativas. Diferentemente de roteiros tradicionais, divididos em cenas ou sequencias, criamos um roteiro dividido em pequenas partes que foram chamadas de células.

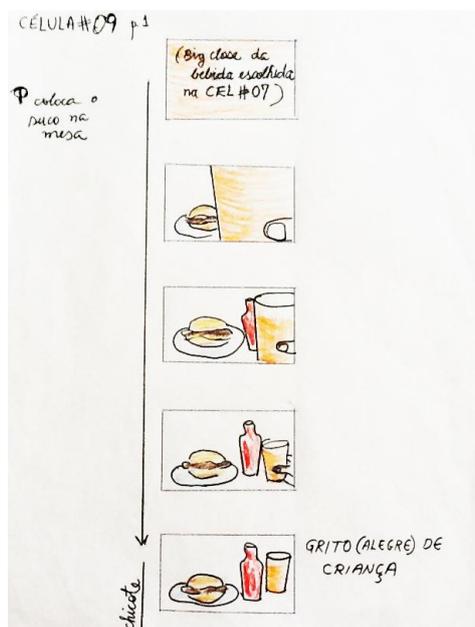
Cada célula indica uma ação do personagem, podendo, portanto, ter mais de uma célula dentro de um mesmo ambiente. Para a produção deste primeiro vídeo interativo experimental para *tablet*, foi decidido por um roteiro curto, mas que contemplasse as diversas possibilidades de ramificação, de construção da narrativa e da atuação do espectador na condução da narrativa.



**Figura 09:** Esquema das ramificações da narrativa

<sup>9</sup> Professora do Curso Comunicação em Mídia Digital da UFPB, email: naddj@ig.com.br.

Finalizado o roteiro, o grupo segue para a elaboração da decupagem técnica<sup>10</sup>, para analisar os mínimos detalhes da ação do personagem e do espectador, a interação do personagem ou do espectador com os objetos de cena, e principalmente, para garantir a continuidade espacial e temporal de uma célula para outra, qualquer que seja o momento em que o espectador opte passar de uma célula para outra. Feito isso, os integrantes da Produção de Conteúdo da LIG partiram para a escolha da locação<sup>11</sup> da gravação, dos materiais e equipamentos que serão utilizados e os possíveis figurantes.



**Figura 10:** Exemplo de decupagem técnica de uma cena

A primeira fase do projeto está concluída. No momento, com reuniões semanais, o grupo está discutindo e planejando a produção e pós-produção de cada célula. Depois da gravação dessas, o próximo passo será a edição dos vídeos e os testes junto com a equipe do Desenvolvimento de Aplicativos da LIG nos dispositivos móveis.

### Considerações finais

Com crescimento da internet banda larga e consequentemente a maior inserção da população nos meios digitais, incluindo a popularização de dispositivos móveis, o

<sup>10</sup> Determinação detalhada de posicionamento de atores animados e inanimados, ângulo de câmera, seus movimentos, enquadramentos e estilo de luz.

<sup>11</sup> Local onde será realizada a gravação de uma cena.

vídeo interativo pode se tornar uma tendência, exatamente por estar em um momento propício para sua potencialidade.

Após as pesquisas sobre tipo de interação com o público nos audiovisuais da atualidade, o grupo de Produção de Conteúdo da LIG constatou que a inserção do vídeo interativo em dispositivos móveis seria mais uma forma de entreter os espectadores, dando-os a oportunidade de interagir, escolher e modificar uma narrativa.

Hoje, há um crescente avanço no mercado do audiovisual brasileiro, tanto em termos culturais quanto mercadológicos, além do incentivo e apoio de projetos que o Ministério da Cultura anunciou em Maio de 2012. As empresas de radiodifusão e as produtoras cinematográficas e publicitárias poderiam aproveitar a ideia do vídeo interativo para alcançar novos espectadores e consumidores.

A modalidade da narrativa para vídeo interativo que foi decidida para realizar o projeto, a possibilidade de interação em vários momentos do vídeo, a discussão do roteiro de modo coletivo e participativo e a criação de um novo modelo de roteirização, dividida em células, facilitou o desenvolvimento do projeto audiovisual direcionado aos dispositivos móveis. O vídeo interativo, dessa forma, abre espaço para o espectador criar a sua própria narrativa, sem pulos de imagens.

Há muito que se aprimorar, e cada vez mais pensar na possibilidade da ação do espectador interagir na narrativa. Essa pesquisa é apenas o primeiro passo de inúmeros outros que virão e a troca de experiências nesta área é indispensável para o desenvolvimento de uma linguagem audiovisual interativa.

## Referências

ASSESSORIA/Telebrasil. Brasil fecha 2011 com 58 milhões de acessos em banda larga. **Associação brasileira de telecomunicações**. 02 Fev 2012. Disponível em: <[http://www.telebrasil.org.br/artigos/outros\\_artigos.asp?m=1202](http://www.telebrasil.org.br/artigos/outros_artigos.asp?m=1202)> Acesso em: 25 abr 2012.

BLOCK, B. **A narrativa visual: criando estrutura visual para cinema, TV e mídias digitais**. São Paulo: Elsevier, 2010.

CAMERON, James. **Avatar oficial interactive trailer**. Disponível em: <[www.avatarmovie.com/air/](http://www.avatarmovie.com/air/)>. Acesso em: 04 jun. 2012.

CANNITO, Newton Guimarães. **A TV 1.5 – A Televisão na Era Digital**. São Paulo, SP: [s.n], 2009. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp114144.pdf>>. Acesso em: 22 maio 2012.

Cruz, R. **TV digital no Brasil: Tecnologia versus política**. São Paulo: Editora SENAC, 2008.

FEITOSA, D. F.; ALVES, K. C.; NUNES, P. **Conceitos de interatividade e aplicabilidade na TV digital**. In: NUNES, Pedro (org.). *Mídias digitais & interatividade*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2009.

FERREIRA, A. B. H. **Míni aurélio: O Dicionário Da Língua Portuguesa**. Coordenação de edição Marina Baird Ferreira. 8. ed. Curitiba : Positivo, 2010.

GAWLINSKI, M. **Interactive television production**. Oxford: Focal Press, 2003.

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

HART, J. **The art of the storyboard: A Filmmaker's Introduction**. 2. ed, Focal press, 2007.

KELLISON, C. **Producing for TV and new media: a real-world approach for producers - 2nd ed**, Focal press, 2008.

Memorial globo. Você Decide. **Rede Globo**. Disponível em: <[http://memoriaglobo.globo.com/TVGlobo/Comunicacao/Institucional/memoriaglobo/CDA/Pop/tvg\\_cmp\\_memoriaglobo\\_pop\\_descricao\\_subtema/0,35985,22913,00.html](http://memoriaglobo.globo.com/TVGlobo/Comunicacao/Institucional/memoriaglobo/CDA/Pop/tvg_cmp_memoriaglobo_pop_descricao_subtema/0,35985,22913,00.html)> Acesso em: 29 maio 2012.

NEVES, Carla. Fundo Setorial do Audiovisual terá R\$205 milhões em 2012 para produção e distribuição de filmes e séries de TV. **UOL**, Rio de Janeiro, 16 jun. 2012. Disponível em: <<http://cinema.uol.com.br/ultnot/2012/05/16/fundo-setorial-do-audiovisual-tera-r205-milhoes-em-2012-para-producao-e-distribuicao-de-filmes-e-series-de-tv.jhtm>> Acesso em: 21 jun. 2012.

NUNES, P. (org). **Mídias digitais & interatividade**. João Pessoa: Ed. Universidade da UFPB, 2009.

SANTANA, Ana Paula. O Audiovisual – Um setor estratégico para o Brasil. **Secretaria do audiovisual (SAV)**. 20 jun. 2012. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/audiovisual/comunicacao/o-audiovisual-um-setor-estrategico-para-o-brasil/>> Acesso em: 20 jun. 2012.

SANTOS, Sergio Ricardo. **Os vídeos enterativos e suas modalidades**. São Paulo, 2011. Disponível em: <[http://pt.scribd.com/doc/52756700/1/AS-MODALIDADES-DOS-VIDEOS-INTERATIVOS#outer\\_page\\_41](http://pt.scribd.com/doc/52756700/1/AS-MODALIDADES-DOS-VIDEOS-INTERATIVOS#outer_page_41)>. Acesso em: 31 maio 2012.

SILVA, S. P. **TV digital, democracia e interatividade**. In: NUNES, Pedro (org.). *Mídias digitais & interatividade*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2009.

TANAKA, M. **A HDTV e a televisão digital no Japão:** as primeiras experiências e próximas tendências. Revista NP em Comunicação Audiovisual da Intercom. São Paulo, v.1, n.1, p. 229-239, 2008.