

## **Netflix e a interatividade: uma análise de Bandersnatch e Você Radical<sup>1</sup>**

Isabela NORTON<sup>2</sup>

Prof. Dra. Soraya Maria Ferreira VIEIRA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### **RESUMO**

A cultura participativa prescinde de conexão e requisita diferentes formas de participação dos que se dispõe a consumi-la. Além de espaços que incentivam a troca, como redes sociais digitais, há produtos que exploram a possibilidade de interatividade, retomando práticas advindas da literatura, convidando o espectador a decidir os rumos da narrativa. A proposta do presente trabalho é realizar uma análise exploratória da forma, articulação temática e efetividade do poder de escolha que esses programas apresentam. Com base na ideia de cultura da interatividade, apresenta-se uma análise exploratória sobre os produtos Bandersnatch e Você Radical, ambos produtos Originais Netflix, que apresentam possibilidade de participação ativa e escolhas para quem está do outro lado da tela.

**PALAVRAS-CHAVE:** Netflix, interatividade, ficção seriada, séries.

### **BREVE PANORAMA DO MERCADO COMUNICACIONAL**

Durante a primeira metade do sec. XX, no espectro da Terceira Revolução Industrial ou Revolução Informacional, temos um cenário pós-guerra, com o desenvolvimento tecnológico e científico da indústria, o que permitiu a invenção e o desenvolvimento de meios de reprodução técnico-industriais (como jornais, fotografias e o cinema) assim como os meios eletrônicos de difusão (rádio e televisão), com profundos impactos na produção e práticas culturais da sociedade vigente, minando a até então bem definida fronteira da cultura da elite e da cultura popular. O barateamento dessas tecnologias devido à produção industrial em larga escala junto com o incentivo ao consumo como forma de circular bens materiais produzidos pela indústria, espalham os

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada, do XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação pelo Programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, [nortonisabela@gmail.com](mailto:nortonisabela@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutora em Semiótica, pós-doutora no Programa de Tecnologia da Inteligência e do Design Digital - TIDD\_PUC-SP. Faz parte do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da UFJF é líder do Grupo de Pesquisa Conexões Expandidas e membro do Grupo Sociotramas do TIDD\_PUC-SP. É autora do livro A Televisão em Tempos de Convergência, pela Editora UFJF, [sovferreira@gmail.com](mailto:sovferreira@gmail.com).

meios de difusão de informação a um nível massivo de consumo, despontando então, a Cultura Massiva como dominante e, como o próprio nome já assinala, direcionada à massa populacional; principalmente das cidades, que já contam com infraestrutura de cabos de energia elétrica, redes de rádio e TV.

Jornais, revistas, rádio e TV se mostram como instituições extremamente voláteis e adaptáveis às demandas do mercado, apresentando “produções inseparáveis daquilo que o consumo dita e exige” (SANTAELLA, 2003, p. 56). O crescimento exponencial do uso das ferramentas eletrônicas de informação e as tecnologias de comunicação - principalmente após a década de 1980, com o surgimento das máquinas fotocopiadoras, videogames, videocassetes, TV à cabo e o barateamento dos computadores para uso pessoal, promoveram radicais mudanças no mundo em geral, capitaneadas pelo mercado.

O hibridismo midiático e o alto fluxo informativo entre os meios de difusão consolidaram o que Santaella chama de “Cultura das Mídias” - uma fase de transição entre a Cultura de Massa e a Cultura Digital - com dinâmicas sociais e informativas até então inéditas. A Cultura de Massa começa, então, a dividir espaço com uma prática cultura que demanda individualidades mais marcadas e definidas, com possibilidades de personalização e escolha, tanto do conteúdo quanto do meio, por parte do receptor (SANTAELLA, 2003). Os impactos culturais podem ser observados não só na área da comunicação, mas nos mais diversos cenários sociais, como na medicina, comércio, música, entretenimento, política e tantos outros. A dinâmica cultural midiática, mais fluida e com articulações mais complexas entre níveis, gêneros e formas de cultura, segue lado a lado com as tecnologias de comunicação, e

como se não bastassem as instabilidades, interstícios, deslizamentos e reorganizações constantes dos cenários culturais midiáticos pós-modernos, desde meados dos anos 90, esses cenários começaram a conviver com uma revolução da informação e da comunicação cada vez mais onipresente que vem sendo chamada de revolução digital (SANTAELLA, 2003, p. 59).

Novamente, o barateamento e produção em larga escala do computador para uso doméstico desempenha papel fundamental para que a Cultura Digital se estabeleça, ao proporcionar a possibilidade de converter qualquer tipo de informação, como texto, imagem, som e vídeo, em uma linguagem universal e possível de ser transmitida via dados digitais de informação, os dígitos binários, ou *bytes*.

Ao mesmo tempo em que há um processo de forte globalização de acesso na Cultura Digital, há um movimento paralelo para que cada acesso seja o mais individualizado possível, visando valorização do indivíduo enquanto ser único, já que identificação gera

---

pertencimento e conseqüentemente, consumo. Estamos falando de um universo virtual e cibercultural, mas ainda assim, permeado de interesses comerciais; os fluxos de informação e produção seguem também o fluxo do dinheiro. A Cultura Digital se fortalece enquanto ambiente que permite influência do consumidor, não só como parte passiva no processo, mas como ator ativo, que fornece dados e informações que tornam a experiência mais completa e única a cada um dos envolvidos; já que os sistemas base da Cultura Digital são *softwares* que facilitam o mapeamento e controle de dados dos usuários que interagem (ativa ou passivamente) com os sistemas oferecidos, permitindo que a personalização seja, também, feita em larga escala, de modo mais assertivo e direcionado.

É nesse ambiente de forte personalização de consumo, com os mais variados nichos de mercado sendo definidos, que a Cultura Participativa se desponta como um ambiente que responde mercadologicamente aos anseios de um público ativo, que demanda estar envolvido em diversas etapas, desde à produção, dando sugestões nas narrativas, ou participando ativamente enquanto fã-consumidor – como por exemplo o mercado nerd de grandes franquias, que criam feiras e festivais dedicados exclusivamente às produções que consomem ou o mercado de produções seriadas que expandem os negócios a produtos licenciados envolvendo grandes marcas. O sujeito, antes visto como parte de uma grande massa e com desejo comum na Cultura de Massa, é chamado à ação quando se abrem caminhos para a interatividade e escolha.

## **CULTURA PARTICIPATIVA**

A adesão do usuário ao combo computador + internet na busca por novos estímulos e produtos, faz com que o universo proposto pelos meios de massa não seja mais aceito como a principal forma de consumir e se entreter.

São muitos os autores que percebem esse movimento de questionamento de barreiras entre consumidor  $\times$  produtor e apresentam suas reflexões, ora otimistas, ora comedidas, quanto ao momento, inclusive questionando em que termos mercadológicos esse movimento se dá<sup>4</sup>. É nesse cenário que o otimista Jenkins (2009) cunha termos para designar o movimento cultural que se delinea com especial relação com o mercado, como “economia afetiva” e “cultura participativa”. O autor percebe o público indo em busca de

---

<sup>4</sup> A discussão sobre esses autores pode ser aprofundada em Mazetti (2009)

experiências e entretenimento que desejam em quase qualquer parte, acessando conteúdo ou produzindo suas próprias interferências, ocupando um espaço que antes lhe era negado ou nem se cogitava a existência. A cultura participativa, se embasa, então, em três pilares fundamentais: tecnologia, mercado e público, e pode ser definido como o “fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 22). Independente da visão otimista ou crítica sobre o fenômeno, é inegável que as mudanças não foram apenas tecnológicas e mercadológicas, mas também mentais e de práticas culturais.

A convergência dos meios transformou não só o fazer da mídia tradicional, mas também o papel e a atuação daqueles que fazem parte do processo de transmissão e consumo de produtos audiovisuais. Com presença do *smartphone* conectado o tempo todo nas redes sociais, das *smart TVs* transmitindo conteúdo além do tradicional fazer televisivo e da popularização da conexão via WiFi e 3g/4g, o fluxo de informação é cada vez maior e humanamente imensurável, sendo necessário que ferramentas como algoritmos sejam necessárias para interpretar esses fluxos e analisar grandes bases de dados, como o BigData. Em meio a essas alterações e um fluxo considerável de informações, como conseguir que um consumidor se prenda ao produto e ao universo ficcional e não se canse de navegar naquele mar narrativo?

Navegar no ciberuniverso informativo é fazer escolhas a todo tempo: que produto será consumido, em que dispositivo, qual a fonte de informação será lida etc. A comunicação seguiu esse caminho, transitando da Cultura de Massa, à Cultura das Mídias e posteriormente à Cultura Digital, baseada na personalização, fluxos e diferentes caminhos a serem seguidos.

## **MEDIAÇÃO E INTERAÇÃO**

No seio da Cultura Digital, a rotina está imersa e perpassa o ambiente interativo como proposto por Murray (2003), seja para o entretenimento – YouTube, Netflix, Spotify, para consumo – plataformas de e-commerce, para locomoção – apps de ônibus e transporte, como BlaBlaCar e Uber, conexão interpessoal e profissional – e-mails, LinkedIn, Facebook, Instagram, entre outros tantos; as fronteiras borradas na relação humano  $\times$  máquina nos afastam cada vez mais da dicotomia, que outrora foi possível de ser enxergada no par de conceitos online  $\times$  offline ou real  $\times$  virtual.

---

Em decorrência do uso expressivo de tais meios tecnológicos, eletrônicos ou digitais, Ferrara (2015) apresenta uma complexa discussão sobre mediação e interação; termos que nomeiam processos comunicativos por vezes reconhecidos como similares, mas que apresentam oposições que os tornam fundamentalmente diferentes.

Como apontada por Ferrara (2015), a mediação é uma comunicação caracterizada por ser uma via de mão única, padronizada “como código e mensagem a se irradiar de um emissor para um receptor unidimensional, inerte” (FERRARA, 2015, p.13). É a mediação, então, consequência do meio, unidirecional. Centralizada nos objetivos do emissor, a simples mediação deixa a desejar no habitat comunicativo do ciberespaço, pois entende a massa como uniforme e receptiva, o que vai contra o que se acredita na cultura participativa, que produtores e consumidores agora interagem seguindo um novo conjunto de regras, contrastante com a antiga noção de passividade (JENKINS, 2009, p.22).

Já a interação pode ser definida como uma forma de se fazer comunicação, é um estado comunicacional aberto a possibilidades, já que se processa entre um emissor e um receptor que podem estabelecer ali um intercâmbio entre papéis enunciativos e culturais, prontos a serem revistos, superados ou reescritos (FERRARA, 2015). Apesar de serem conceitos opostos, não há juízo de valor para os termos, já que podem ser entendidos como distintas lógicas comunicativas, encontradas tanto nos meios de comunicação de massa quanto nas novas tecnologias, com o advento do ciberespaço (FERRARA, 2015 p. 15). A interação não é característica exclusiva da comunicação digital e nem foi esta que a originou, porém o ciberespaço e as diversas formas de apropriação podem potencializar a troca e o fluxo entre consumidores e produtores.

Em ambientes procedimentais, há a agregação de informações dadas pelo usuário e pelo próprio sistema, permitindo que este seja participativo e interativo, modificando o produto. Santaella (2003) apresenta uma distinção entre “ferramenta” e “programa”, termos que paralelamente dialogam com os conceitos de Ferrara (2015) e são uma aplicação das propriedades que Murray (2003) elenca para o sistema computacional; para Santaella,

um usuário humano conecta com o sistema e o computador se torna interativo. Essa é a grande diferença que separa a ferramenta de um programa (software). Ferramentas são feitas para serem usadas. Elas não se ajustam ao nosso propósito, a não ser em um sentido físico primitivo. Um programa, ao contrário, é um ponto de contato no quais programas ligam o usuário humano aos processadores do

---

computador e estes intensificam e modificam nosso poder de pensamento. É nossa interação com o programa que cria uma interface. Para isso, o ser humano precisa estar plugado. Por seu lado, a tecnologia nos incorpora. (Santaella, 2003, p.91)

## NETFLIX E INTERFACE

A Netflix, pioneira no Brasil a oferecer conteúdo via streaming e atualmente a maior marca nesse segmento de mercado, conta com mais de 139 milhões de assinantes<sup>5</sup> em mais de 190 países assistindo a 125 milhões de horas de filmes e séries por mês, incluindo séries originais, documentários e filmes em diversos idiomas. Em 2016 e 2017 a companhia se destacou pelo alto volume de produções próprias e desde 2018 vem lançando semanalmente títulos com o selo Original Netflix. No total, já são 1010 produções catalogadas como Originais Netflix<sup>6</sup>, dentre filmes, documentários, animações, séries, mangás, shows de *stand-up comedy*, reality shows, dentre outros, sendo o número atualizado diariamente.

Dentre as produções lançadas pela Netflix estão documentários, reality e animações e, objetos de mais atenção no presente trabalho, produtos interativos. Em 2015 a plataforma lançou *Minecraft: StoryMode*, uma animação classificada como programa infantil, com 5 episódios condensados em uma temporada, que apresentam uma narrativa ambientada no universo do jogo *Minecraft*, que dá título ao desenho. O público auxilia o personagem principal em decisões relativas à narrativa, desbloqueando fases que aparecem mapeadas na base da tela à medida que vai assistindo ao conteúdo e realizando escolhas. Ainda no espectro infantil da plataforma, mas já ampliando a classificação de público para filmes para a família, em 2017 foi incluído no catálogo a produção interativa *Gato de Botas – preso num conto épico*, na qual o personagem do Gato está preso em um livro, e precisa cumprir os desejos de quem assiste para conseguir retornar à sua realidade.

Tal proposta audiovisual retoma um gênero de leitura chamado *Gamebooks*, que tem sua origem nos anos 30, mas se tornou popular no Brasil e no mundo nos anos 80 e 90: livros que, ao final de cada capítulo, apresentavam opções de ações na história, direcionando o leitor para diferentes páginas, de acordo com a escolha. Os principais

---

<sup>5</sup> Disponível em [http://q4live.s22.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/959853165/files/doc\\_financials/quarterly\\_reports/2018/q4/01/FINAL-Q4-18-Shareholder-Letter.pdf](http://q4live.s22.clientfiles.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/959853165/files/doc_financials/quarterly_reports/2018/q4/01/FINAL-Q4-18-Shareholder-Letter.pdf) Último acesso em 05/07/2019.

<sup>6</sup> Contagem manual de dados em <https://www.netflix.com/browse/genre/839338?so=az>. Acessado em 20/03/2019

livros foram *Choose your own adventure* ou *Escolha sua Aventura* em português (editora Ediouro) e *Fighting Fantasy* ou *Aventuras Fantásticas* (editora Marques Saraiva). As duas séries citadas apresentam uma estrutura semelhante à dos livros-jogos: escolhas possíveis a serem tomadas como forma de relação do leitor/espectador com a história que modificam o desenvolvimento da narrativa. Também já experimentado em solo nacional, a Rede Globo lançou em 1992 o programa *Você Decide*, apresentado até 2000, com 9 temporadas e 323 episódios. A atração apresentava a trama narrativa e, por meio do convite de um apresentador (papel desempenhado por atores da emissora), o público poderia votar, via telefone e posteriormente via SMS, em um dos dois ou três finais apresentados como possibilidade de desfecho da história.

Apesar de não serem novidades narrativas, *BlackMirror* – *Bandersnatch* e *Você Radical*, produtos Originais Netflix lançados respectivamente em 2018 e 2019, dialogam com produtos de origem televisiva, e apresentam características particulares que serão apresentadas na seção de análise do presente trabalho. A principal diferença aqui ressaltada nesses produtos é a interface com que são apresentados, permitindo que se escolha o seguimento narrativo diretamente na tela. O objetivo, portanto, é analisar de forma exploratória esses dois produtos em sua forma e conteúdo, averiguando a eficiência interativa e real possibilidade de escolha que apresentam.

O formato digital de transmissão de conteúdos audiovisuais suporta as mais diferentes apropriações do espaço, tanto quanto alguém é capaz de criar, já que permite a integração entre texto, vídeo, áudio e ferramentas diversas, além de divulgações multiplataforma com processos interativos que transcendem o universo apresentado, como as narrativas transmídia (NORTON; VIEIRA, 2017a, 2017b). A interface com que a proposta se apresenta altera a experiência, podendo oferecer diferentes elementos e ferramentas que fazem variar a forma de conexão do usuário-consumidor com o produto apresentado. A interface é, então, a porta de conexão para o ciberespaço, a conexão e mediadora da relação entre máquina e usuário. Santaella (2003, p.91) diz que, “para precisar melhor um campo tão extenso, uma interface ocorre quando duas ou mais fontes de informação se encontram face a face, mesmo que seja o encontro da face de uma pessoa com a face de uma tela”.

Por ser um potencial veículo de contar histórias, basta que os ambientes digitais ou interfaces apresentem regras bem definidas e reconhecidas e o usuário poderá navegar e desvendar as variantes desse espaço. O desafio é, portanto, apresentar tais histórias de



---

modo atraente e acessível para que o público a desvende e se interesse em permanecer com a conexão proposta.

## **EXPLORAR E ANALISAR: FORMA, ARTICULAÇÃO TEMÁTICA E PODER DE ESCOLHA**

Os produtos a serem analisados - *Você Radical* e *Bandersnatch* - serão mais detalhados abaixo, mas apresentam algumas características estruturais semelhantes. Em ambos são apresentados, alternativamente, um trecho de narrativa com um bloco de decisões (duas opções) que interferem no seguimento sequencial da produção, sucessivamente, sendo possível criar diversos finais, assim como meios diferentes para finais iguais. Algumas das decisões podem encerrar a narrativa, sendo dada a opção de repensá-la ou então de recomeçar do zero toda a proposta da história.

Em *Você Radical* e em *Bandersnatch*, bem como nas demais produções interativas presentes no catálogo da Netflix, é apresentado um cronômetro dando 10seg para que o espectador decida entre as duas opções em destaque na tela. Caso o tempo acabe, é dada mais uma oportunidade de 10seg. Caso novamente nenhuma opção tenha sido selecionada, o sistema escolhe a opção automaticamente, dando sequência ao desenvolvimento da história.

Nenhuma das duas interfaces de narrativa apresenta barra de progresso, visto que, a qualquer momento em um ponto de inflexão a narrativa pode ser encerrada. Apesar de, em ambas, ser possível avançar ou retornar dentro daquele mesmo bloco (narrativa + decisão).

### **Você Radical**

Edward Michael Grylls, mais conhecido como Bear Grylls, é um ex-servidor das Forças Especiais Britânicas, apresentador de TV, aventureiro e montanhista. Se tornou conhecido por apresentar programas no formato de manual de sobrevivência, como *À Prova de Tudo* (*Born Survivor: Bear Grylls*) e *No Pior dos Casos* (*Worst-Case Scenario*), para o canal Discovery Channel. A série *Você Radical* (*You vs. Wild*), lançada pela Netflix em 2019, possui um formato muito parecido com os programas já estrelados por Bear Grylls, com uma clara missão do que precisa ser feito a cada episódio, com situações de risco e soluções para cada problema apresentado no trajeto, sendo as decisões pontuais



---

sobre que ferramentas levar, que caminho escolher ou que comida priorizar, por exemplo, tomadas pelo espectador.

Em um primeiro acesso, o *Você Radical* apresenta um vídeo intitulado *Introdução para Internet*, uma explicação narrada pelo próprio Bear Grylls falando diretamente com o espectador que já o acompanhou em tantas missões, convidando-o a acompanhá-lo em mais uma, e dizendo: “mas, dessa vez, preciso da sua ajuda em uma nova aventura interativa, na qual você faz as escolhas”. Em seguida, o apresentador explica didaticamente como as duas opções se apresentarão na tela, e que é necessário que se escolha e clique em uma delas para o sucesso da missão. Bear Grylls salta em direção à tela, como se tentasse segurar na mão de alguém por trás, fazendo uma referência à mão de quem assiste. A referência também é visível na capa do programa.

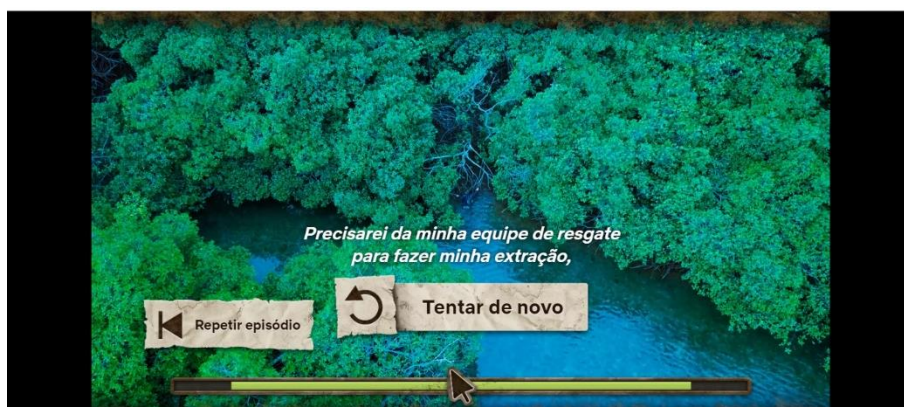
A série conta com apenas uma temporada até o momento, composta de 8 episódios com durações variadas, já que as escolhas impactam na duração da missão. Os oito episódios podem ser classificados em 4 duplas, referente ao território que será enfrentado: floresta tropical na América do Sul, Alpes Suíços, deserto escaldante e região montanhosa e de penhascos. Para exemplificar o funcionamento dos episódios, como exemplo, temos a narrativa do primeiro deles, que se inicia com o montanhista fazendo uma autoapresentação e narrando o fio condutor daquele episódio, neste caso uma médica que trabalha para uma organização internacional está perdida na floresta tropical e precisa ser resgatada. É mostrado um mapa gráfico de onde a médica foi vista por último assim como uma prévia dos perigos que serão enfrentados, como penhasco, animais, corredoiras etc.

O decorrer da história se dá com Bear Grylls ora conversando diretamente com “você”, ora narrando os acontecimentos, ora apresentando um guia do que pode ser feito bem como os perigos de cada situação. Apesar de o programa estar classificado na plataforma Netflix como reality show, pelas diversas posições de câmera, bem como cenas claramente produzidas, é possível perceber que as situações são elaboradas por uma equipe que garante a segurança do montanhista bem como sua integridade nas mais diversas situações, que são claramente simuladas. Os demais programas do mesmo apresentador no canal Discovery já estiveram envolvidos em polêmicas por conterem episódios com uma narrativa que levava o espectador a acreditar que Bear Grylls vivenciava situações extremas, sendo que eram situações, em geral, controladas por uma grande equipe de suporte, que contava, inclusive com hotéis e acampamentos à disposição para estadia durante a gravação.

Podemos perceber que *Você Radical* absorveu as críticas e, apesar de estar classificado como reality, se apresenta muito mais como um manual de sobrevivência em situações extremas. Há uma negociação implícita desse sentido com o público, que aceita a condição de não-realidade, abrindo mão desse critério em nome de ter acesso, em vídeo - e nos mais diversos ângulos - a uma experiência extrema, com ensinamentos do que fazer em cada uma delas. Até mesmo pelo próprio formato apresentar possibilidades variadas de decisão, é sabido que as cenas foram gravadas variadas vezes, já que uma decisão tomada no primeiro ponto de inflexão terá consequências no último conjunto de decisões proposto para a solução definitiva da missão.

As produções realizadas para o Discovery, originalmente, bem como a produção para a Netflix, se formatam como programas de entretenimento sobre sobrevivência, simulando situações extremas, e não um documentário realista, apesar de isso não ficar explicitamente claro em nenhuma das produções. Avaliamos que houve essa brecha na negociação com o público, que, novamente, renuncia ao critério de verdade em nome de viver a emoção daquelas cenas. O enredo se assemelha, muito mais, a uma narrativa gamificada, já que, por exemplo, no episódio citado, Bear Grylls vai sozinho resgatar uma médica em meio à selva, o que seria inimaginável em uma situação real semelhante. Identificamos, por isso, que a proposta de fazer dessa série uma narrativa interativa na plataforma foi acertada, já que o público consumidor dessa produção aceita negociar tais valores em nome de testar os conhecimentos e habilidades de sobrevivência que possuem, usando o apresentador como um avatar ou personagem que tem suas ações controladas e guiadas.

Simulando uma situação de perigo real na selva ou em montanhas congeladas, não há uma segunda chance para um montanhista ou aventureiro que se arrisque assim, por



**Fig.1:** Em caso de falha da missão, opções são apresentadas. Fonte: captura de tela da série *Você Radical*

isso, acreditamos, caso o espectador faça uma escolha errada que coloque Bear Grylls em perigo, o episódio pode ser encerrado sem o objetivo da missão ter sido alcançado, geralmente com uma lição do apresentador dizendo como aquele ambiente é arriscado e que decisões erradas podem impactar no fracasso da expedição; sendo necessário chamar o resgate. A interface de *Você Radical* oferece, então, a opção de repetir o episódio ou tentar novamente o último bloco de escolhas realizado (fig.1), sendo possível escolher a opção diferente da que foi responsável pelo fracasso da missão. Em caso de escolher novamente a opção incorreta, que origina a falha, o episódio entra em looping, com a missão falhando repetidas vezes.

### **Black Mirror – Bandersnatch**

Black Mirror é uma série de TV lançada em 2011, com suas duas primeiras temporadas produzidas e veiculadas pelo canal britânico *Channel 4*. Netflix comprou os direitos da série e já produziu, até o momento mais 3 temporadas. Cada episódio é uma produção independente ao redor de uma mesma temática: a sociedade moderna e a relação com as tecnologias. O filme *Black Mirror – Bandersnatch* segue a linha temática e foi escrito pelo mesmo criador da série, Charlie Brooker, em parceria com a Netflix. Lançado em 2018, a produção interativa da plataforma permite que o espectador tome decisões para o personagem principal, traçando os rumos da narrativa. A trama, ambientada em 1984, gira em torno do jovem Stefan que pretende transformar um livro interativo em um jogo de computador de mesmo nome.

Seguindo um espectro narrativo de *Black Mirror*, em *Bandersnatch*, a trama dialoga com a realidade e potência tecnológica da atualidade, bem como com o formato interativo que o filme propõe. Stefan usa como base do desenvolvimento do jogo um livro, homônimo à série, que apresenta diversos e complexos caminhos narrativos a serem escolhidos por quem o lê. O objetivo do jovem é transformar o livro em um jogo que segue altos níveis de complexidade conforme determinadas decisões são tomadas. Inicialmente, duas escolhas simples devem ser realizadas pelo espectador: marca de cereal para o café da manhã e a música que Stefan vai escutar no *walkman*. Essas decisões são apresentadas como forma de ensinar a quem assiste, como o momento da escolha vai se apresentar e como a demanda de interação vai aparecer na tela. Independente da opção escolhida, elas não afetam o desenrolar narrativo em nenhum dos outros cenários possíveis. A narrativa, gameficada, tem como objetivo que o espectador conduza Stefan

---

em suas decisões de modo a lançar o jogo no mercado com seu próprio desenvolvimento. Quando se afasta dessa possibilidade, a narrativa é encerrada em finais alternativos, deixando claro o objetivo da proposta interativa de *Bandersnatch*.

Com o desenrolar da narrativa, decisões e opções com efeitos mais complexos vão sendo apresentadas ao espectador, e, paralelamente a narrativa vai ficando mais agressiva e agitada. Por ser um filme de maior duração (se comparado a *Você Radical*), a produção apresenta, conseqüentemente, um maior número de combinações de possibilidades para se chegar aos 5 finais principais<sup>7</sup> de *Bandersnatch*. Ao Tecnoblog, a Netflix confirmou os cinco principais finais<sup>8</sup>, sendo eles: 1) Stefan morre – voltando ao passado durante a terapia com a psicóloga, é possível alterar os eventos, e o jovem morre em um acidente de trem junto com a mãe. 2) Stefan é um ator – ainda na terapia, caso escolha que Stefan pule da janela, ele não morre, mas é revelado ao público que ele é um ator e tudo que foi visto até então era parte da gravação de um filme. 3) Stefan vai preso – esse final envolve mais de uma decisão, sendo possível em múltiplas situações que o jovem vá para a cadeia, porém em algumas delas, o jogo que estava desenvolvendo é lançado, completando a “missão” que o filme propõe como meta a ser realizada. 4) História repetida – em algumas das opções, a narrativa apresenta uma nova personagem a ser controlada, que vive as mesmas situações e dilemas de Stefan ao lançar um jogo. 5) Stefan está sendo controlado – essa é a opção que dialoga diretamente com as ações do espectador, já que o personagem imagina que está sendo controlado, e pede um sinal. O computador explica a Stefan que ele está sendo controlado pela Netflix e por um público que acompanha sua jornada.

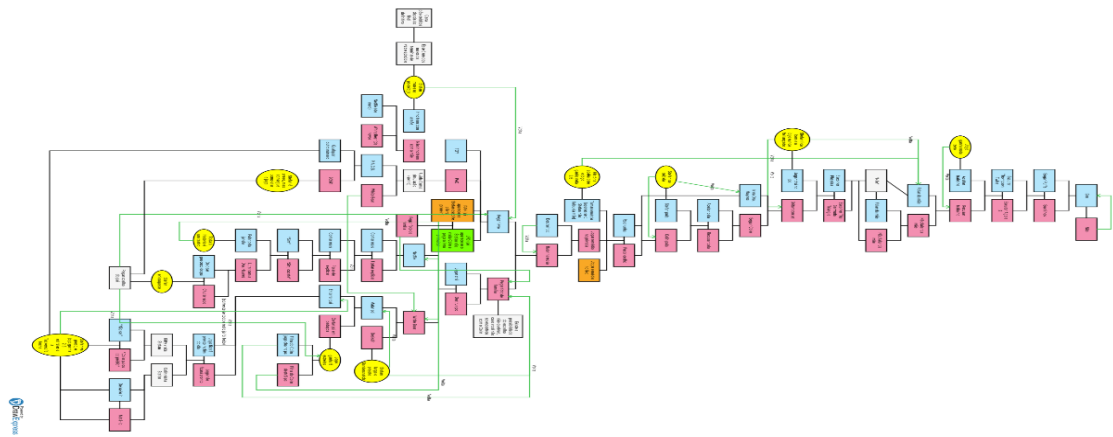
Ainda de acordo com o Tecnoblog, o filme conta com pouco mais de cinco horas de vídeo gravados. Quem navegou nas opções vendo menos do que esse tempo corrido de filmagem não desbloqueou todas as cenas e variáveis possível de serem combinadas na narrativa, sendo possível que existam cenas escondidas e mais difíceis de serem acessadas, em semelhança a jogos de vídeo game que possuem os chamados *easter eggs*, caminhos alternativos que podem conter atalhos, prêmios ou recompensas que não são facilmente encontrados no seguimento padrão do jogo.

---

<sup>7</sup> Número de finais apresentado pelo perfil @NXonNetflix no Twitter, um perfil oficialmente vinculado à Netflix, dedicado ao universo de ficção científica, jogos, fantasia e anime. Informação disponível em inglês em < [www.twitter.com/NXonNetflix/status/1086036712512319489](https://twitter.com/NXonNetflix/status/1086036712512319489)>. Acessado por último em 03/06/2019.

<sup>8</sup> Disponível em < <https://tecnoblog.net/273570/quantos-finais-tem-black-mirror-bandersnatch/>>. Acessado por último em 03/06/2019.

A complexidade narrativa de Bandersnatch permite que usuários que desejem, tracem caminhos alternativos, retomem a narrativa, mudem escolhas, visando se apropriar da narrativa, não só descobrindo segredos ou elaborando teorias como feito pelos fãs de Arquivo X ou Lost, por exemplo, mas, neste caso, de fato, alterando os rumos da narrativa e vendo as teorias postas em prática na tela do dispositivo. Os fãs se conectam em fóruns online para discutir e juntos analisarem os possíveis caminhos a serem traçados, assim como produzem e divulgam, por exemplo, gráficos e fluxogramas mostrando que o filme, na verdade, pode ter 7 ou 10 finais (fig.3<sup>9</sup>).



**Fig.3:** Fluxograma de possíveis fluxos narrativos de Bandersnatch. Fonte: disponibilizada no site imgur, pelo usuário @danihuf

Com base na distinção entre mediação e interação proposto por Ferrara (2015), entendemos que o produto apresentado consegue transitar entre as duas definições, já que caso o espectador decida não participar e apenas assistir, a narrativa vai dar andamento, mesmo que seja frequentemente interrompida por chamadas à ação, sendo apenas um produto mediado. Considerando o cenário ideal e esperado de participação, com escolha ativa das opções apresentadas na tela, estrutura-se um programa com estado comunicacional aberto a possibilidades (mesmo que estas sejam limitadas e apresentadas pelo emissor) com intercâmbio de papéis entre os envolvidos. O programa computacional oferecido (algoritmos e recolhimento de dados) consegue, então, se estruturar enquanto ponto de contato ligando o usuário humano aos processadores disponibilizados, inserindo o consumidor-usuário nas decisões narrativas.

<sup>9</sup> Disponível para acesso em alta qualidade em < <https://imgur.com/gallery/lwllko1>>. Acessado por ultimo em 05/06/2019

## CONCLUSÕES

A interatividade é fundamental no funcionamento da sociedade conectada que vivenciamos atualmente, responder ao que se é perguntado, avaliar o consumo do filme, da série, dar o *feedback* sobre o produto que se comprou online. Tudo isso faz de nós emissores de informação tão potentes, que somos capazes de alterar a dinâmica comunicacional. Estratégias de entretenimento como as apresentadas no presente trabalho são, apesar de retomada de práticas antigas, um avanço no uso das ferramentas, tecnologias e práticas culturais que temos à disposição na atualidade. A programação televisiva decorre mesmo se nenhum aparelho for ligado e sintonizado naquela emissão, e a sequência e fluxo de programação segue falando a um espectador imaginado que está à frente da tela ou ausente, nunca se sabe. No caso dos programas propostos, a ferramenta interativa é apresentada como modo de prender o usuário, convidando-o à ação, fazendo-o parte da narrativa, e muitas vezes, usando uma linguagem completamente direcionada.

A mudança radical de paradigma que vivemos na Cultura Digital vem alterando todos os setores da sociedade, potencializando práticas culturais já arraigadas em nós. Consideramos que a estratégia narrativa e interativa aqui destrinchada é um dos usos potenciais da Cultura Digital, bem como todo o aparato tecnológico que a compõe. Estratégias narrativas efetivas permitem uma imersão de qualidade, um real direito de escolha e possibilidades de intervenção.

A prática do *Bandersnatch* nos mostra que as reflexões com relação à sociedade e tecnologia propostas em *Black Mirror* não são narrativas fantasiosas e isoladas da realidade. Muito pelo contrário, e por isso tocam tão fundo em nós, assim como *Bandersnatch*.

## REFERÊNCIAS

MAZETTI, Henrique Moreira. Cultura participativa, espetáculo interativo: do “empoderamento” ao engajamento corporativo dos usuários de mídia. In: XIV CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 2009, Rio de Janeiro. **Anais**. Rio de Janeiro: Intercom, 2009. p. 1 - 15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/r14-0611-1.pdf>>. Acesso em: 29 jun. 2019.

MURRAY, Janet H. Da Forma Aditiva para a Expressiva. In: MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Unesp, 2003. p. 73-98.



---

NORTON, Isabela; VIEIRA, Soraya Maria Ferreira. Netflix, TV Expandida e reconfiguração estética na série 3%. In: 40º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2017, Curitiba. **Anais**, Curitiba: Intercom, 2017a. p. 1 - 14. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/trabalhos.htm>>. Acesso em: 02 jul. 2019.

NORTON, Isabela; VIEIRA, Soraya Maria Ferreira. Ações transmídia como forma de gerar interatividade e audiência: Um estudo de caso de Orange Is The New Black. In: II CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE Competência MIDIÁTICA, 2017, Juiz de Fora. **Anais**. Juiz de Fora: UFJF, 2017b. p. 402 - 409. Disponível em: <<http://cicom.observatoriodoaudiovisual.com.br/p/anais.html>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

FERRARA, Lucrécia D'alessio. **Comunicação, Mediação, Interações**. São Paulo: Paulus, 2015. 216 p. (Coleção Comunicação).

SANTAELLA, Lucia. O que é cultura e Cultura Midiática. In: SANTAELLA, Lucia. **Culturas e Artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003