
Qual é o próximo fragmento? o filme-episódio *Bandersnatch* como experiência interativa¹

Luciano MARAFON²

Resumo

O presente trabalho tem como discussão a interatividade dentro do cinema, principalmente, proporcionada pelas novas mídias que se inserem em narrativas cinematográficas criando outras dimensões de produção, exibição e consumo. Desse modo, identifica-se outra forma de se relacionar com o filme e com a máquina, onde o espectador torna-se um espectador-usuário (RENÓ, 2007) que também constrói a narrativa. O texto também questiona o grau de interatividade desses conteúdos, usando como base o filme-episódio *Black Mirror: Bandersnatch* (2018) da Netflix. Assim, entra-se em fronteiras de mídias e de possibilidades tecnológicas para discutir um entendimento de montagem-usuário, onde o espectador não só constrói a narrativa mas também monta o filme unindo fragmentos já pré-estabelecidos.

Palavras-chave

Bandersnatch; Interatividade; Experiência; Montagem.

1 Introdução

Ao fim do século XIX os espectadores ficavam eufóricos e até fugiam da frente da tela ao assistirem o filme dos irmãos Lumière. Hoje, pelo contrário, queremos estar cada vez mais imersos na tela, que nem sempre é a da sala escura. Se antes o trem de *L'Arrivée d'un train en gare de La Ciotat* provocava sustos na plateia, nos dias atuais nos “assustamos” de outras formas, por vezes com a imersão propiciada pelo 3D dentro de uma moderna sala de exibição, e por outras, pelas possibilidades que a tecnologia pode nos apontar.

Diante disso, a discussão aqui levantada é sobre a experiência interativa dentro do cinema possibilitada pelas novas mídias. Este cinema já não é somente narrativa, mas sim novas configurações de experiência ao espectador, oferecendo novas dinâmicas para ver, sentir e entender o filme.

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação e Linguagens da UTP. Bolsista CAPES-Prosop.

O cinema que está na TV, e por sua vez, a TV na internet. Assim pode-se apontar a reestruturação da concepção filmica e televisiva, como descrita por Pedro Curi, “se a TV a cabo segmentou o mercado e empoderou o espectador, [...] a internet irá causar um impacto ainda maior e mudar até mesmo o que entendemos como televisão” (2015, p. 65). Nesse sentido, o surgimento da Netflix e de outros canais *on demand* renovou a ideia de programação televisiva e, até mesmo, cinematográfica.

De acordo com Iury Figueiredo Campos et. al. podemos definir que os serviços *on demand* são “mecanismos que permitem que os vídeos oferecidos por um sistema *streaming* possam ser disponibilizados a qualquer hora e de acordo com a preferência de consumo dos espectadores” (2015. p. 05). Esse tipo de serviço ganhou força pela facilidade de acesso e pelas produções originais ofertadas por cada plataforma. A Netflix, por exemplo, começou a sua produção original em 2012 e desde então lança séries e filmes todo mês. Apesar de ter um grande número de produções originais, boa parte do conteúdo da Netflix é originado da televisão ou do próprio cinema. Lançando, assim, uma experiência ao espectador diferente daquela vivenciada na tradicional TV ou das salas de exibição, onde o fluxo televisivo ou a grade filmica deve ser respeitada.

Um exemplo de produção original Netflix é a série *Black Mirror*. Criada por Charlie Brooker em 2011, a série possui 22 episódios distribuídos em cinco temporadas. Apesar de não seguir uma linha sequencial em seus episódios, eles abordam em comum um futuro distópico, nem tão distante do presente, mas com tecnologias ainda improváveis. A cada episódio são novos personagens, novas tecnologias representadas e novas abordagens em sua linguagem videográfica. A série não segue uma sequência narrativa entre seus episódios, assim como *Além da Imaginação* de 1959 da CBS. A princípio, a série foi criada para um canal televisivo britânico, o Channel 4, e posteriormente, foram adquiridos seus direitos de produção e exibição pela Netflix. *Black Mirror* também possui um filme que proporciona a interatividade.

Como apontado por Henry Jenkins (2008), estamos diante de uma convergência de tecnologias e, conseqüentemente, de narrativas. O receptor deixou de ser passivo e se tornou construtor da narrativa a ser vista. O público já não é mais o mesmo “agora ele pode ser chamado de espectador-usuário, pois o mesmo está sempre disposto a “navegar” pelas tecnologias oferecidas”, como comenta Denis Porto Renó (2007). Essa interação do espectador com a tela não é algo totalmente novo na história do cinema e

da TV, porém é com o ambiente digital que essa nova forma de vivenciar o filme assume sua potência, principalmente nos serviços de *streaming*.

A TV e o cinema foram para a internet, assim criando uma nova forma de produzir e consumir conteúdos, enfatizando a possibilidade da interatividade desses conteúdos estarem no dia a dia do espectador. Não é mais preciso ir até a uma exibição de filme para ter acesso ao filme e, principalmente, participar e construir o filme. De acordo com Lorenzo Vilches (2003, p. 229), “a interatividade não é um meio de comunicação, mas uma função dentro de um processo de intercâmbio entre duas entidades humanas ou máquinas”. Assim, a Netflix cria seus conteúdos interativos através da tecnologia unida ao espectador.

A primeira produção interativa da Netflix foi uma animação, *O Gato de Botas* lançado em 2017, junto com outras produções. Ao todo a Netflix soma 8 conteúdos interativos, sendo que uma dessas produções é o filme da série *Black Mirror*, lançado em 2018, o *Bandersnatch*.

Apesar dos serviços *streaming* possibilitarem uma nova abordagem da interatividade, os filmes interativos são pensados há muitas décadas. Como exemplo: o filme *Kinoautomat* (1967) chegou a propor uma sala adaptada com poltronas que possuíam botões para a plateia tomar algumas decisões, porém, na verdade, não passava de um truque do diretor Radúz Činčera. O filme apesar de propor a interatividade, dava opções que não mudavam a história, chegando sempre ao mesmo final. Outro exemplo, já em 1995, foi com o filme *Mr. Payback*, onde os espectadores decidiam entre as opções na tela através de um *joystick*³, algo direcionado aos games. O que vemos em comum em *Bandersnatch*, *Kinoautomat* e *Mr. Payback* são as opções exibidas na tela, as quais o espectador precisa escolher entre duas ou três, ou seja, unindo duas ou três possibilidades de fragmentos já estabelecidos pelo diretor.

2 *Bandersnatch*: a interatividade proporcionada entre os seus fragmentos

A narrativa cinematográfica já passou por grandes revoluções, desde o início do cinema falado até a chegada da internet. Em um contexto histórico, as narrativas interativas sempre tiveram outro propósito além do cinema, como a publicidade e os

³ Disponível em <<https://www.b9.com.br/10976/uma-breve-retrospectiva-do-cinema-interativo/>> acessado em 11 de outubro de 2020.

games. Apesar do primeiro filme interativo (*Kinoautomat*, 1967) ter sido lançado antes do primeiro jogo de videogame, o Pong (1972) do Atari, o cinema interativo emergiu em tecnologias e propostas criadas para jogos, fato que aconteceu com outras artes no início do século passado, como a fotografia e a pintura, o que levou André Bazin a questionar se a arte do cinema era realmente pura. Porém, Bazin ainda eleva seu pensamento para um conceito de “cinema total”, que mescla características intrínsecas no espectador para reformular a trama.

O Mito Guia da invenção do cinema é a realização daquele que domina confusamente todas as técnicas de reprodução mecânica da realidade que aparecem no século XIX, da fotografia ao fonógrafo. É o mito do realismo integral, de uma recriação do mundo à sua imagem, uma imagem sobre a qual não pesaria a hipoteca da liberdade de interpretação do artista, nem a irreversibilidade do tempo. Se em sua origem o cinema não teve todos os atributos do cinema total de amanhã foi, portanto, a contragosto, e unicamente, porque suas fadas madrinhas eram tecnicamente impotentes para dotá-lo de tais atributos, embora fosse o que desejassem. (BAZIN, 1985, p. 50)

Dessa forma, o cinema total seria o encontro da narrativa com o espectador além da tela. Se por um lado concebemos salas de cinema que evoluíram, com telas maiores e cadeiras que se movem representando a movimentação da narrativa, e filmes que nos levam além do contexto comum de montagem e produção, por outro lado temos os serviços de *streaming* que desconfiguram os lançamentos em cartazes. Agora, podemos dizer que estamos em uma outra realidade em produzir e consumir filmes: eles são lançados na televisão da internet e não só na sala de cinema. Em 2021, devido à pandemia do Coronavírus, filmes estreados somente via *streaming* poderão concorrer ao Oscar, algo inédito até então⁴.

O filme interativo *Bandersnatch* é um grande exemplo de interatividade ocasionada pela evolução das possibilidades tecnológicas e, principalmente, pela visão do espectador. O filme oferece inúmeras opções para o espectador-usuário dar continuidade à narrativa. Essa interatividade faz a narrativa tomar outros rumos, de acordo com as experiências e desejos de quem está no controle do dispositivo. Porém, o papel do espectador-usuário é escolher entre, normalmente, duas opções qual é o

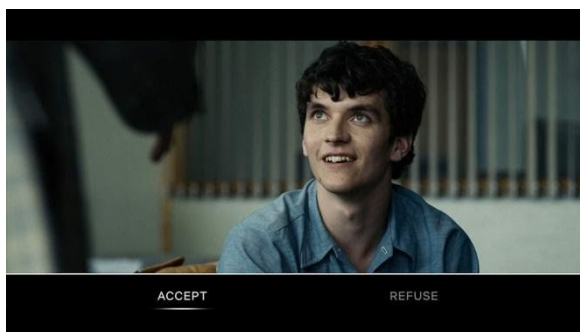
⁴ Disponível em <<https://istoe.com.br/oscar-aceita-filmes-em-streaming/>> acessado em 11 de outubro de 2020.

próximo fragmento que ele unirá à narrativa que está sendo construída. Entendo aqui como fragmento o conjunto de cenas que está entre uma escolha e outra.

Black Mirror: Bandersnatch tem roteiro de Charlie Brooker e direção de David Slade. O filme narra a história de Stefan, um jovem dos anos 1980 que tenta criar um jogo de videogame inspirado em um livro e acaba colocando em risco a sua própria mente, deixando-o confuso sobre o que é a realidade em sua vida. Esse filme-episódio, é o primeiro conteúdo interativo para o público adulto da Netflix. Através de inúmeras escolhas ao longo da narrativa, o espectador-usuário pode chegar a 5 finais diferentes (ou mais) impactando sua experiência fílmica e, também, o tempo que a história terá.

Já no início do filme, um breve tutorial explica ao espectador como funciona a estrutura interativa. Em cada momento de escolha há duas opções e aproximadamente dez segundos para uma decisão. Caso o espectador não clique em uma das opções, uma decisão é tomada de modo aleatório pelo próprio sistema da plataforma

Figura 1: Tela de escolha das opções.



Fonte: Netflix (divulgação)

Para Tatiana Levin (2012, p.03), “ainda assim é consenso que o conceito de interatividade é fundamental não apenas para a definição do que é o produto, mas para a formatação de tipologias baseadas em níveis de interatividade propiciados na sua fruição.” Nesses casos, o espectador cria diversos níveis de narrativas, propostas por ele mesmo, dando voz ativa (ou quase) a quem está consumindo. Para Pierre Lévy (1999 *apud* CANNITO, 2010) a interatividade pode ser categorizada em algumas formas, como a personalização da mensagem recebida pelo usuário, a reciprocidade onde um dispositivo permita várias comunicações, a virtualidade que permite a passagem da mensagem em tempo real, a implicação e a telepresença. Segundo Manovich (2007), a interatividade pode apresentar diversas funções, como simples divisões abertas ou fechadas, estruturas complexas e o que o autor chama de “interatividade arbórea”,

identificada no filme *Bandersnatch*. Essa interatividade é dividida como galhos de uma árvore, e acontece a partir de opções na tela do usuário em forma de menu.

Porém, nem toda escolha feita chega a um final: por vezes a narrativa cai em um “beco sem saída” e somos obrigados a voltar a determinado ponto. Contudo, isso se aproxima da narrativa de jogos de videogame. A noção de videogame que a interatividade traz mescla a montagem e a narrativa do filme, já que o protagonista é um desenvolvedor de games, e assim como um jogo, dependendo de suas escolhas, pode render um *Game Over*, obrigando a narrativa a voltar a determinado ponto. Para Berenice Santos Gonçalves et. al. (2019), “[...] é possível perceber que, na estrutura do roteiro, os links presentes têm a função de fazer a história seguir de uma cena à outra, criando uma narrativa imbricada, com múltiplas possibilidades e diversos finais.” Como podemos ver no gráfico a seguir:

Gráfico 1: Possibilidades de interação no filme *Bandersnatch*.

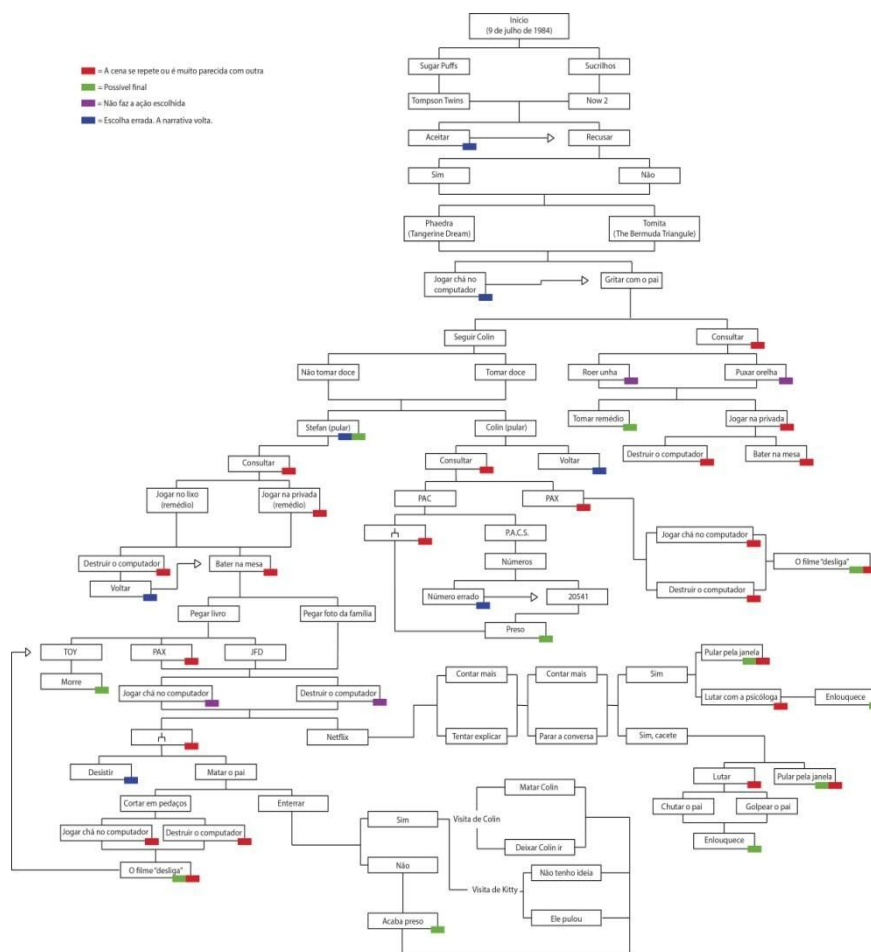


Gráfico criado pelo autor.

O número de escolhas pode ser enorme, pois ao chegar a um final o espectador-usuário ainda tem a opção de voltar a um ponto específico do filme para fazer outras escolhas. Assim, por vezes o que muda não impacta significativamente na história, já que algumas cenas são iguais ou muito parecidas mesmo em caminhos diferentes dentro do filme. Enquanto algumas cenas se repetem, outras são como “cenas escondidas” dentro do fluxo narrativo, onde é preciso um conjunto de escolhas para “desbloquear” essas cenas, como a morte prematura do personagem.

Há também uma outra concepção de escolha dentro do filme que aparece apenas uma vez: o espectador-usuário precisa digitar o número da teclada para o protagonista ligar, ou seja, são dispostos números na tela e é preciso digitar o número através do controle remoto ou outro dispositivo. O erro ou o acerto do número não cria grandes reviravoltas.

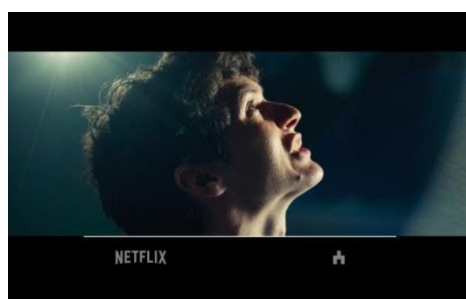
Figura 2: tela com opções de números.



Fonte: Netflix (divulgação)

Em determinados pontos a narrativa brinca com o espectador à medida que ele também vai brincando com o filme. Por exemplo: há uma escolha que precisa deixar sinais ao protagonista, como aparecer a logo da Netflix em sua tela de computador ou a logo da série *Black Mirror*. Isso faz com que a trama se torne ainda mais interativa, pois o protagonista “descobre” que está sendo controlado por alguém.

Figura 3: tela com opções de logo



Fonte: Netflix (divulgação)

Porém, em outro momento (em outro caminho) o protagonista diz: “Ele pensa que está controlando, mas quem controla o final sou eu.” Com isso, podemos apontar que o filme é construído pelo espectador, porém na verdade, ele está apenas unindo fragmentos do filme enquanto a narrativa, por vezes, necessita seguir um fluxo linear.

Esse tipo de narrativa desconfigura o cinema clássico ao fazer com que o espectador exerça funções dentro do filme. Dessa forma, ele pode ser o montador do filme.

[...] o que no cinema clássico foi concebido através da montagem alternada - em que planos de cenas simultâneas que acontecem em espaços diferentes são intercalados -, e da montagem paralela - que intercala planos de cenas que acontecem em épocas e espaços diferentes -, (Gosciola, 2013) na mídia interativa, mais especificamente nos filmes e vídeos interativos, é realizado de forma ampliada pela presença dos links. No cinema clássico os saltos narrativos aconteciam pelos cortes da montagem, já nos filmes e vídeos interativos são realizados também através de links estrategicamente posicionados no decorrer da história. (GONÇALVES et. al. 2019. p. 78)

Ou seja, em um filme interativo a narrativa é fragmentada, sua linha condutora principal é complementada por outras narrativas de outros pontos de vista, ou de variadas possibilidades de continuidade. Uma narrativa dita como complexa (SIMONS, 2008, p. 111).

Podemos dizer que esse tipo de narrativa é proporcionado, principalmente, pela evolução da mídia, o que seria uma pós-mídia. Para isso, exemplificamos as mudanças nas últimas três décadas: (I) Félix Guattari, pioneiro no uso do termo “pós-mídia”, em 1990, explica o deslocamento dos meios de comunicação unidirecionais para uma “era de reapropriação coletiva individual”; (II) Lev Manovich, em 2001, conceitua a estética pós-mídia, adotando a combinação “autor, texto, leitor” como “emissor, mensagem e receptor”, e sugerindo que o dispositivo deve ser usado tanto pelo autor quanto pelo receptor; (III) Peter Weibel, em 2012, afirma que a ubiquidade da mídia digital levou à condição pós-mídia, considerando que as tecnologias digitais são o núcleo de qualquer mídia.

Portanto, essa evolução que é da mídia mas também é do espectador, cria o que podemos chamar de montagem-usuário, onde o espectador-usuário monta o filme de acordo com os fragmentos propostos, sendo que essa montagem pode ser através do controle da televisão, do clique do mouse e também do touch do celular.

4 A experiência do filme interativo na Netflix

“A maior rede de televisão na internet do mundo”, é como a empresa se define. A Netflix foi fundada em 1997, como um serviço online de locação de filmes. O serviço por assinatura surgiu em 1999, onde era possível locar qualquer DVD disponível no catálogo pagando um preço fixo mensal. Em 2005, o número de assinantes do serviço chegava a 4,2 milhões. O *streaming* foi lançado em 2007, e o usuário então passou a pagar uma assinatura para ver os filmes online. Em 2011, o serviço chega a América Latina, e em 2012 a Netflix começa sua produção original, com a série *Lilyhammer*. O seu primeiro filme original foi lançado em 2015, chamado *Beasts of No Nation*.

A passagem para o meio online proporcionou novas experiências ao assistir um filme ou outro programa televisivo. Hoje, podemos ter acesso à Netflix em inúmeros dispositivos, no smartphone, no computador, tablet, Smart TV, entre outros. Se antes tínhamos a percepção de que a sala do cinema configurava outra dimensão ao filme, agora podemos dizer que o smartphone cria outra percepção sobre o filme. Não mais aquela descrita por Roland Barthes em seu texto “Ao sair da sala de cinema”, de 1975.

Essa “convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento” (JENKINS, 2009, p. 42). Ainda segundo Jenkins, a convergência não é somente algo tecnológico, mas principalmente cultural. É a forma que um conteúdo passa entre as diversas mídias, mas também a forma que o público consome esse conteúdo: “a convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (2009, p. 30).

Então podemos apontar que a convergência das mídias unido com a forma que o filme é visto permite diferentes experiências. Em um filme interativo, essas experiências são elevadas a outro nível, já que é possível construir diversos filmes a partir do mesmo filme. Por outro lado essa experiência interativa pode se tornar cansativa já que a narrativa muitas vezes dá voltas. Portanto essa experiência interativa construída por um serviço de streaming oferece novas formas de observar a estética, a narrativa e a montagem.

5 Considerações finais

Por fim, o *corpus* em análise neste estudo tem um recorte que enfatiza características de interatividade, mas a discussão vai além disso. Existe a desconstrução do espaço-tempo, já que em diferentes caminhos escolhidos a narrativa pode estar tanto no passado, no presente quanto no futuro, e por vezes simultaneamente. Além disso, ressalta o papel da distopia que, segundo Russell Jacoby (2007, p. 33), “enquanto a utopia é geralmente algo inatingível, a distopia busca o inusitado.”

Em relação à montagem, o filme desconstrói ao mesmo tempo que constrói o que Serguei Eisenstein teorizou no teatro em 1923, o que seria a montagem de atrações. Segundo o autor não é uma releitura da filmagem, mas um ato único e exclusivo na produção de sentidos. É na montagem que o filme ganha forma, cortando, unindo e criando percepções ao modificar o tempo e espaço da imagem. Esse aspecto é possível identificar nos fragmentos onde o espectador não tem controle sobre a montagem, ele une os fragmentos já montados pela equipe de pós-produção através de suas escolhas, que não são tão “livres” assim, pois mesmo com a possibilidade de escolha o caminho traçado também é pré-estabelecido, seja por um software ou não.

Lev Manovich, em seu ensaio sobre a estética pós-mídia, sugere que a história da arte e a prática da arte devem ser atualizadas através dos novos paradigmas desenvolvidos pelas mídias digitais, considerando as especificidades de software (MANOVICH, 2001). Peter Weibel (2012), assim como Manovich, afirma que hoje em dia não há mídias dominantes, uma vez que todas elas estão dialogando umas às outras, asserção que corrobora com a convergência das mídias proposta por Henry Jenkins (2009), que sugere que “a convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 42), o que se aplica neste estudo.

Referências

- BAZIN, Andre. **O Mito do Cinema Total in Cinema**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.
- CAMPOS, Iury Figueiredo; MENEZES, Nicolas Paulino Pinto; RIOS, José Riverson Araújo; SANTOS, Claryce Oliveira dos. **Netflix: e agora, como vemos TV?** Intercom - Sociedade

Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXVIII Congresso de Ciências da Comunicação - Rio de Janeiro, 2015.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital**. Interatividade: Convergência e novos modelos de negócio. Summus Editorial: 2010.

CURI, Pedro Peixoto. **À margem da convergência: hábitos de consumo de fãs brasileiros de séries de TV estadunidenses**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2015.

GONÇALVES, Berenice Santos; SENS, André Luiz; HERMÓGENES, Fábio Alexandre. **A Função Estruturante do Link em Filmes e Vídeos Interativos**. in: Narrativas Imagéticas. Abel Suing, Aida Carvajal, Ana Sedeño, Jefferson Barcellos, Jéronimo Rivera, Osvando de Moraes, Patricio Irisarri, Regilene Sarzi, Sebastian Castro & Valquiria Kneipp (Orgs.). - 1ª Edição - Aveiro: Ria Editorial, 2019.

GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. Campinas, SP; Editora Papirus, 1990.

_____. **Towards a Post-Media Era**. Chimères, n. 28, primavera-verão 1996. 1ª ed. 1990.

JACOBY, Russell. **Imagem imperfeita: pensamento utópico para uma época antiutópica**. RJ: Civilização Brasileira, 2007.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. SP: Aleph, 2008.

KRISTEVA, Julia. **Introdução à semanálise**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1974

LEVIN, Tatiana. **Interação no webdoc: o lugar do espectador na narrativa digital**. XVI Encontro da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine) – Centro Universitário Senac – São Paulo. 2012.

MANOVICH, Lev. El cine, el arte del index. In LA FERLA, Jorge. **El medio es el diseño del audiovisual**. Manizales: Editorial Universidad de Caldas, 2007.

_____. **Il linguaggio dei nuovi media**. 9ª ed. Milano: Olivares, 2009.

_____. **Post-media Aesthetics**. In: KINDER, M.; MCPHERSON, T. (Ed.). *A Decade of Discourse on Digital Culture*. Berkeley: Univ. of California Press, 2007. 1ª ed. 2001.

_____. **Software takes command: International texts in critical media aesthetics**. New York: Bloomsbury, 2013.

_____. **The Language of New Media**. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2001.

MOREIRA, Lilian Fontes. **A narrativa seriada televisiva: O seriado Mandrake produzido para a TV a cabo HBO**. UFRJ, 2007. Disponível em <<http://www.uff.br/ciberlegenda/artigolilianfinal.pdf>> Acesso em: dia 31 de ago. de 2020.

RENÓ, Denis Porto. **UMA LINGUAGEM PARA AS NOVAS MÍDIAS: A montagem audiovisual como base para a constituição do cinema interativo**. UMSP; 2007.

SIMONS, Jon. **Complex narratives**. *New review of film and television studies*, 6(2), 111-126. 2008.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. São Paulo: Loyola, 2003.

WEIBEL, Peter. **The Post Media Condition**, 2012.

<https://www.metamute.org/editorial/lab/post-media-condition>

_____. **The Post-Media Condition**. In: AA. VV., ed. Postmedia Condition Catalogue. Madri: Centro Cultural Conde Duque, 2006. 1a ed. 1978.

_____. **La Era de la Ausência**. In GIANNETTI, Claudia. Arte en la era eletrônica. Perspectivas de una nueva estética. L'Angelot / Goethe Institut, Barcelona, 1997.