

# Regimes de interação no videoclipe: a experiência interativa de *The Wilderness Downtown*

Ana Sílvia Lopes Médola  
Carlos Henrique Sabino Caldas

**Resumo:** O artigo analisa o videoclipe dentro do contexto de convergência midiática, em que os recursos de produção presentes nos diferentes dispositivos de comunicação infoeletrônicos agem no processo de constituição de sua linguagem, criando experiências inovadoras nos modos de fruição e nas realidades de consumo. Estruturados sobre as relações interativas possibilitadas pelas tecnologias digitais das mídias contemporâneas, pretende-se demonstrar como as estratégias enunciativas constituem um dos principais mecanismos de discursivização na configuração dos novos formatos de vídeos. Nesta perspectiva, realizar-se-á a análise da experiência de videoclipe interativo desenvolvida pelo diretor Chris Milk, "*The Wilderness Downtown*", a partir do arcabouço teórico-metodológico da sociosemiótica, em especial os regimes de interação.

**Palavras-Chave:** videoclipe; estratégias enunciativas; interação; sociosemiótica.

**Abstract: Regimes of interaction in music video: *The Wilderness Downtown's* interactive experience**

- This paper analyzes the videoclip within the context of media convergence, where the production resources available in different infoelectronic communication devices may actuate in the constitution process of their language, creating innovative experiences in the ways of fruition and in the realities of consumption. By being structured on the interactive relationships made possible by digital technologies of contemporary media, we intend to demonstrate how the enunciative strategies are major discourse-making mechanisms in the configuration of the new music video formats. In this perspective, we will analyze the interactive music video experience developed by director Chris Milk, "*The Wilderness Downtown*", from the theoretical and methodological framework of sociosemiotics, especially the regimes of interaction.

**Keywords:** music video; enunciative strategies; interaction; sociosemiotics.

## Introdução

Desde os primeiros resultados da fusão tecnológica dos computadores com os dispositivos eletrônicos no final do século XX, a questão da produção e do consumo de conteúdos interativos ocupa parte das pesquisas em comunicação. A interatividade é matéria de interesse de diferentes abordagens teórico-metodológicas, tendo produzido muita pesquisa e perspectivas algumas vezes incompatíveis sobre o que exatamente se fala quando se trata de conteúdos interativos no campo da comunicação (BRAGA, 2012; LANDOWSKI, 2008; LEMOS, 2010; PRIMO, 2007). Isso porque as tecnologias digitais, especialmente a internet, proporcionam uma reconfiguração dos contextos de produção e de distribuição de conteúdos audiovisuais. O videoclipe, objeto de análise neste artigo, é um exemplo de como as possibilidades discursivas decorrentes dos dispositivos digitais alteram não apenas os sistemas produtivos, mas a natureza do próprio objeto.

Uma das questões fundamentais que move a presente análise é compreender em que medida os novos recursos e suas possibilidades estéticas e comunicacionais atuam sobre o videoclipe enquanto produto audiovisual surgido e desenvolvido a partir de recursos de linguagem e da associação de meios analógicos, como vídeo e televisão, com função de promoção mercadológica da indústria fonográfica. Nessa perspectiva, parte-se da observação de que atualmente as possibilidades de acesso ao videoclipe extrapolam as telas do suporte televisivo, pois agora os *displays* são móveis e projetados para promover a participação do enunciatário por meio de ferramentas de interatividade.

No ambiente da convergência midiática, pode-se verificar que o videoclipe está inserido no cotidiano das pessoas por meio da TV, da internet, dos *shows*, dos celulares, isto é, em multiplataformas. Nesse universo, a convergência constitui um processo cultural e não apenas uma mudança tecnológica (JENKINS, 2008), de modo que os vídeos passam a agregar também a função de transmissão de mensagens produzidas para fazer do fã um consumidor. Os consumidores, inseridos nesse processo, são incentivados a se conectarem para ter acesso às informações de seu interesse em meio a conteúdos midiáticos dispersos. Essa conexão promove uma alteração na produção midiática, impelida pela necessidade de se fazer presente em diferentes dispositivos.

Diante dessa alteração na maneira de consumir e produzir dos meios de comunicação, observa-se que a interatividade é utilizada como um recurso das formas de produção e consumo da contemporaneidade. E é sob essa perspectiva de convergência midiática e interatividade que se direciona a análise do videoclipe, no qual os recursos de produção existentes nos diferentes dispositivos de comunicação infoeletrônicos agem no processo de constituição de sua linguagem, criando experiências inovadoras nos modos de fruição e nas realidades de consumo. Nosso desafio é, portanto, entender as mudanças nas relações de comunicação e formas de consumo do videoclipe em novos formatos, pautados pelos conteúdos interativos, possibilitados pelas tecnologias digitais das mídias contemporâneas.

À luz dos avanços da sociosemiótica desenvolvida por Eric Landowski, este trabalho pretende lançar um olhar sobre os mecanismos de produção e consumo que levam à intervenção do enunciatário em projetos experimentais de vídeos para internet. Foi escolhido um dos projetos de vídeo interativo desenvolvidos pelo diretor Chris Milk em parceria com a Google Data Arts, o *The Wilderness Downtown*<sup>1</sup>. A seleção desse experimento foi motivada pelo entendimento de que esse vídeo representa uma prática de fruição que altera as formas conhecidas de consumo de clipe, uma vez que a participação do enunciatário (re)desenha a figuratividade à medida que interfere nas projeções espaciais do vídeo.

## Chris Milk e a Google

Pesquisar novas possibilidades estéticas e comunicacionais para o vídeo é apenas uma das muitas atividades da Google. Fundada em 1997 pelos estudantes de doutorado em computação de Stanford, Larry Page e Sergey Brin, a Google nasceu, segundo a empresa, com a missão de “organizar as informações do mundo e torná-las mundialmente acessíveis e úteis”<sup>2</sup>. Podemos observar que esse lema já foi estendido para outros âmbitos. Com o faturamento<sup>3</sup> de 37,9 bilhões de dólares no ano de 2011, a Google não é apenas um *site* de busca, é também uma multinacional de serviços e produtos para internet, chegando em 2013 como a líder da lista dos principais grupos de mídia do mundo<sup>4</sup>.

Com o propósito de desenvolver produtos experimentais, a Google cria, em maio de 2002 o Google Labs<sup>5</sup>, um departamento exclusivo para desenvolvimento e experimentação de novas tecnologias. Deste laboratório saíram produtos como o Google Maps, o Google Docs, o Google Groups, entre outras inovações. Com essa ênfase na experimentação, em 2010 a Google, por meio de Aaron Koblin, desenvolveu uma parceria com o Diretor Chris Milk para produzir três projetos audiovisuais interativos destinados ao Chrome<sup>6</sup>, um dos quais, o vídeo interativo *The Wilderness Downtown*<sup>7</sup> aqui analisado. Segundo Aaron Koblin:

[...] muitos dos projetos mais recentes em que trabalhei foram colaborações com Chris Milk. Tem sido principalmente uma investigação de novas tecnologias e oportunidades, descobrindo os tipos de histórias que podem ser conduzidas e

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://thewildernessdowntown.com/>>. Acesso em 15 jun. 2012.

<sup>2</sup> Informação disponível em: <<http://www.google.com/intl/pt-BR/about/company>>. Acesso em: 11 jun. 2012.

<sup>3</sup> Por meio do AdWords, sistema de publicidade com custo por clique. Informação disponível em: <<http://revistaalfa.abril.com.br/estilo-de-vida/tecnologia/16751/>>. Acesso em: 13 jun. 2012.

<sup>4</sup> Informação disponível em: <<http://www.telaviva.com.br/13/06/2013/mercado-google-lidera-lista-com-principais-grupos-de-midia-do-mundo/tl/343959/news.aspx>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

<sup>5</sup> Atualmente, esse departamento foi subdividido em vários outros departamentos por conta da criação e do desenvolvimento dos diversos produtos da Google.

<sup>6</sup> O Google Chrome é um navegador com base em componentes de código aberto. A partir de 2013, chegou ao *status* de navegador mais utilizado no mundo.

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://thewildernessdowntown.com/>>. Acesso em: 15 jun. 2012.

tecidas nessas tecnologias. Se queremos fazer um videoclipe diretamente para um navegador, o que podemos construir? Como podemos fazer alguma coisa sob medida para indivíduos? Podemos mostrar que você consegue ter uma experiência muito interessante com dados e criar uma história em volta disso? (CREATORSPROJECT, 2012).

Chris Milk é o diretor norte-americano de vídeos e filmes publicitários responsável por projetos inovadores, entre os quais destacamos os realizados para bandas como U2, Chemical Brothers, Kanye West, até comerciais para marcas e empresas como a Nike, a Nintendo e a Sprite (HANSON, 2006). O uso da performance narrativa é uma característica marcante na obra de Milk que considera o fato de que *"Humans love stories. Beginning, middle, and end is universal. If you can pull it off in a four-minute music video, you are in pretty good shape"*<sup>8</sup> (MILK apud HANSON, 2006, p. 21). Depois dos projetos desenvolvidos com a Google, em 2010, *The Johnny Cash Project*<sup>9</sup>, e 2011, *The Wilderness Downtown*<sup>10</sup> e *Three Dreams of Black*<sup>11</sup>, em 2012 Chris Milk ousou outras possibilidades de criação e produziu dois projetos de arte e instalação interativa. O primeiro, em parceria com a banda *Arcade Fire*, uma performance visual intitulada *Summer Into Dust*<sup>12</sup> e a segunda experiência *The Treachery of Sanctuary*<sup>13</sup>. Outro trabalho produzido por Milk, para o cantor Beck Hansen, é o *Beck 360 Hello Again*<sup>14</sup>, um concerto imersivo em 360°.

Em suas obras, Milk persegue a experimentação e a inovação, motivo pelo qual não produz apenas um videoclipe, um filme comercial, preferindo realizar experiências inauguradoras. O trabalho de Milk revela a busca por um aprofundamento e desenvolvimento de uma forma expressiva, característica dos dispositivos digitais já preconizada por Janet Murray em seu estudo sobre as narrativas do ciberespaço (MURRAY, 2003). A autora observa que as formas expressivas próprias dos ambientes digitais estão em estágio inicial de desenvolvimento apoiando-se ainda nos formatos de tecnologias anteriores. Segundo Murray, a forma aditiva nos ambientes digitais, que corresponde à transposição de recursos de linguagem característicos das mídias analógicas, deve caminhar para uma maturidade expressiva nos formatos possibilitados pelos dispositivos digitais. Nesse sentido, entende-se os trabalhos de Milk como exemplos de avanços no que diz respeito ao desenvolvimento de formas expressivas para o videoclipe em plataforma convergente como os navegadores de internet.

<sup>8</sup> Tradução livre: Os humanos amam histórias. Começo, meio, e fim é algo universal. Se você conseguir chamar sua atenção em quatro minutos de videoclipe, você está num bom caminho.

<sup>9</sup> Disponível em: <<http://www.thejohnnycashproject.com/>>. Acesso em: 15 jun. 2012.

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://thewildernessdowntown.com/>>. Acesso em: 15 jun. 2012.

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://www.ro.me/>>. Acesso em: 15 jun. 2012

<sup>12</sup> Entrevista completa disponível em: <<http://www.thecreatorsproject.com/pt-br/creators/arcade-fire-and-chris-milk>>. Acesso em: 11 jul. 2012.

<sup>13</sup> Entrevista completa disponível em: <<http://thecreatorsproject.vice.com/chris-milk/chris-milk>>. Acesso em: 11 jul. 2012.

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://loadbalancer.beck360-production.com/>>. Acesso em: 20 abr. 2013.

Considerando que a experiência em videoclipe analisada neste trabalho só pode ser fruída com o uso do navegador Chrome, no software de programação HTML 5, pode-se afirmar que a forma expressiva manifestada neste objeto é original, não existindo a possibilidade de fruição em uma outra mídia. Embora considere-se a ocorrência da junção da linguagem videográfica e computacional em *The Wilderness Downtown*, observa-se que a emergência de um novo formato de videoclipe promove novas relações no processo de interação comunicacional, questão teórica que irá perpassar a análise.

## Regimes de interação

O viés analítico que sustenta o presente olhar sobre a experiência interativa *The Wilderness Downtown* não tem foco na interatividade e sim nos tipos de contratos de interação nas instâncias de produção e apreensão, de acordo com Oliveira (2008). Propõe-se pensar interatividade enquanto interação mediada por computador (PRIMO, 2007), embasados nos estudos sobre os regimes de sentido e interação desenvolvidos por Eric Landowski no livro *Interacciones arriesgadas* (2009). Nele são descritos e trabalhados os regimes de interação, que englobam as diversas possibilidades de relações subjetais e objetais, organizadas teoricamente em quatro eixos: a programação, a manipulação, o ajustamento e o acidente.

A partir desses regimes identificados e formalizados teoricamente, o autor organiza os princípios referentes à maneira pela qual os sujeitos estabelecem suas relações com o mundo, com os outros sujeitos e consigo mesmo (LANDOWSKI, 2009, p. 17). Yvana Fechine (2010, p. 9) destaca que no pensamento de Landowski, os regimes de interação nas práticas sociais não se definem substancialmente, mas são dinâmicos em relações de contrariedade, contraditoriedade e implicação, presentes na lógica do quadrado semiótico e, por isso, intercambiáveis entre si a partir de dois modos de estar no mundo: o fazer-ser, no eixo relativo aos modos de existência, e o fazer-fazer, no eixo dos modos de ação.

Ao descrever esses dois modos de estar no mundo, os regimes de interação relacionados ao modo de existência correspondem, segundo o autor, à programação e ao acidente, enquanto os relacionados aos modos de ação correspondem à manipulação e ao ajustamento. Esses quatro regimes de interação observáveis nas práticas sociais formam um sistema dinâmico que admite não apenas deslocamentos de um ao outro, mas a ocorrência de concomitâncias. A conjunção em um quadrado semiótico dos princípios e dos procedimentos subjacentes aos regimes de interação nos permite a visualização de como as relações se interdefinem e intercambiam-se em práticas de fruição de textos que convocam a intervenção do enunciatário. No caso da experiência de videoclipe interativo da Google, observa-se uma intervenção nitidamente orientada pelos regimes de programação e de manipulação.

Na programação, as formas de ação implicam exterioridade e interobjetividade, pois representam relações de transitividade entre sujeitos ou entre sujeito e objeto. O regime da programação está fundado nas regularidades que podem ser decorrentes tanto das causalidades físicas como dos condicionamentos socioculturais ou de processos de aprendizagem, resultando em ações que exprimem as práticas de ordenação social, as ações rotineiras, os comportamentos automatizados (LANDOWSKI, 2009, p. 23). São comportamentos internalizados e naturalizados, mas que operam de acordo com uma programação. Esse regime também implica a ocorrência de um percurso narrativo predeterminado por papéis temáticos ou posições definidas por certas regularidades. O videoclipe em análise concebe uma intervenção orientada pelo papel temático de interator, circunscrevendo sua atuação enquanto enunciatário aos limites do programado no dispositivo.

Entretanto, no objeto em análise, o programa é virtual (potencial) e o percurso narrativo só é atualizado pela ação que se dá em termos de intersubjetividade e de interioridade, ou seja, no regime da manipulação no qual o sujeito é motivado à ação em função dos procedimentos persuasivos. Landowski (2009) descreve o regime da manipulação como aquele fundado na intencionalidade, em que se manifestam as motivações e as razões do sujeito (p. 25). A manipulação pressupõe, por um lado, um sujeito que quer que o outro queira, e, de outro, a existência de um sujeito de vontade” capaz de avaliar os valores em jogo e aderir ou não ao contrato proposto (p. 47).

Neste trabalho, procura-se demonstrar que o regime de programação deve estar articulado também à manipulação para que o enunciatário esteja motivado a realizar a ação de interagir, de modo que o regime de interação próprio da adaptação de um sujeito a um objeto, no caso da programação, seja regido pelas estratégias discursivas e enunciativas de manipulação obtendo do actante a coparticipação por meio da persuasão.

No regime de acidente, no qual o azar constitui seu princípio, Landowski (2009) afirma ser o mesmo fundamentado no risco, no sem-sentido e na imprevisibilidade (p. 73). Em relação ao regime de ajuste, considera que comporta mais riscos em comparação aos regimes anteriores, pois a relação entre os atores se passa em uma perspectiva muito mais ampliada em termos de criação de sentido. Esse regime está fundamentado no fazer sentir, pois pressupõe que o coparticipante, com o qual interage, seja tratado como um actante sujeito de pleno direito e não com um comportamento estritamente programado, qualquer que seja sua natureza actorial. Essa interação se embasa no fazer sentir e no contágio entre sensibilidades com a característica do ser sentido. Outro atributo do regime de ajuste é o comportamento imprevisível do ator com o qual se pretende interagir (p. 49).

O autor não analisa os regimes isoladamente, mas em conjunto, formando o que considera um sistema. É esse quadro teórico que orientará a leitura semiótica de um videoclipe destinado a propor novas formas de consumo para enunciatários globalizados. Para situar o videoclipe na cena da globalização, faz-se relevante analisar o objeto na perspectiva de seu desenvolvimento enquanto produto midiático no contexto da convergência e seu papel nos processos de inovação e experimentação de linguagem audiovisual, de modo a fundamentar a pertinência de sua escolha.

A partir da abordagem de regimes de sentido e interação é que direciona-se o olhar para a análise do objeto aqui proposto. A parceria da Google com o diretor Chris Milk, como vimos, não é apenas uma parceria para desenvolver produtos inovadores. É a Google vinculando sua marca à indústria do entretenimento e se afirmando como uma empresa de vanguarda em âmbito internacional. Com isso, objetivamos neste trabalho, como especificado desde as primeiras páginas, conhecer nesse experimento, além das tecnologias, principalmente a enunciação que irão nos dizer e nos mostrar, pelo conteúdo e pela expressão, os regimes de interação que regem a experiência interativa em *The Wilderness Downtown*, descrevendo suas características e funcionalidades.

## ***The Wilderness Downtown***

Conforme já mencionado, *The Wilderness Downtown* é o segundo projeto da parceria de Aaron Koblin e Chris Milk. Koblin declara que buscaram inovar além da tecnologia inédita que tinham em suas mãos. “O Chris e eu ficamos pasmos pelo potencial atual dos *browsers* modernos, nos quais temos áudio e vídeo em HTML5, e o poder do JavaScript<sup>15</sup> que torna tudo rápido. Queríamos avançar na ideia de um videoclipe feito para a *web* levando-o além da tela 4:3 ou 16:9”<sup>16</sup>. Foi nessa perspectiva de criar um videoclipe para *web* que nasceu o *The Wilderness Downtown*. Esse experimento tem como música *We used to wait*, da banda canadense Arcade Fire.

Acessando o *site* [www.thewildernessdowntown.com](http://www.thewildernessdowntown.com), o usuário depara-se com uma tela com o nome da banda e do projeto em destaque, sendo convocado a escrever o endereço do local onde o usuário passou a infância (Figura 1). Trata-se de uma estratégia enunciativa de convocação para participar e interagir com o videoclipe. Automaticamente, o *site* identifica o local e apresenta um tutorial que modaliza o enunciatário a realizar as performances necessárias para interagir.



Fig. 1. Tela inicial

Fonte: [www.thewildernessdowntown.com](http://www.thewildernessdowntown.com)

<sup>15</sup> JavaScript é uma linguagem de programação computacional.

<sup>16</sup> Disponível em: <[http://www.ted.com/talks/aaron\\_koblin.html](http://www.ted.com/talks/aaron_koblin.html)>. Acesso em: 9 jun. 2012.

Ao iniciar, o Google Chrome instantaneamente começa a reproduzir o videoclipe com uma janela do navegador contendo a imagem de um jovem correndo para o centro da cidade indicada pelo interator, conforme o local escolhido no campo inicial do videoclipe sincronizado pelo recurso Street View, que permite visualizar os locais registrados em 360 graus. Durante todo o clipe, várias janelas do navegador Chrome são abertas automaticamente com imagens do jovem, da cidade em 360 graus e de elementos tridimensionais de pássaros e árvores. Próximo ao término do clipe, é aberta uma janela de edição de texto e imagens (Figura 2) com os seguintes dizeres: “Write a postcard of advice to the younger you that lived there then”<sup>17</sup>. Nela, o usuário tem a possibilidade de escrever com o teclado ou desenhar com o mouse uma mensagem em forma de cartão-postal.

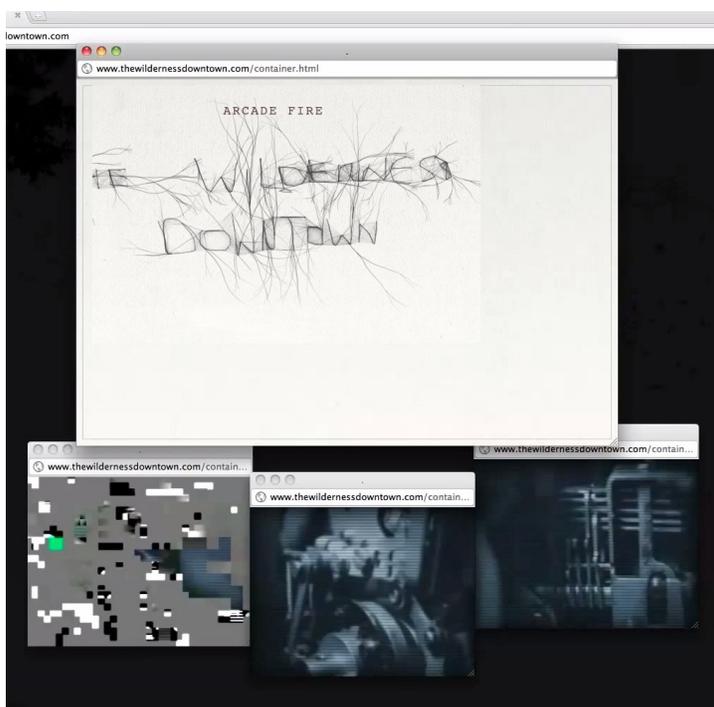


Fig. 2. Imagem da janela de edição de cartão-postal  
Fonte: imagem nossa no site [www.thewildernessdowntown.com](http://www.thewildernessdowntown.com)

Após cinquenta segundos programados para criação do cartão, essa janela é fechada automaticamente e outras janelas são abertas, agora com o jovem correndo sobre a cidade indicada pelo interator onde pássaros tridimensionais caem e se transformam em árvores, sendo que a última imagem é uma geral da cidade quase toda coberta por árvores. Ao término do videoclipe, retorna-se à interface inicial com quatro botões de acesso adicionais,

<sup>17</sup> Tradução livre: Escreva um cartão-postal com conselhos aos mais jovens que viveram lá.

*Replay your film, Share your film, Send your postcard downtown e Respond to a postcard*<sup>18</sup>. Dentro dessas opções, convém destacar a possibilidade de compartilhar o cartão desenhado durante o clipe e submetê-lo aos organizadores. Se houver uma resposta ao cartão, o usuário recebe um código para respondê-lo. Se for aceito, ele pode ser impresso pela *Wilderness Machine* (Figura 3), máquina criada por Chris Milk, e enviado ao usuário com uma semente de árvore para ser plantada. Fica evidente que, tanto no âmbito intertextual quanto extratextual, há um contrato enunciativo que possibilita efeitos de sentido de uma relação individualizada entre o enunciador e o enunciatário do videoclipe.

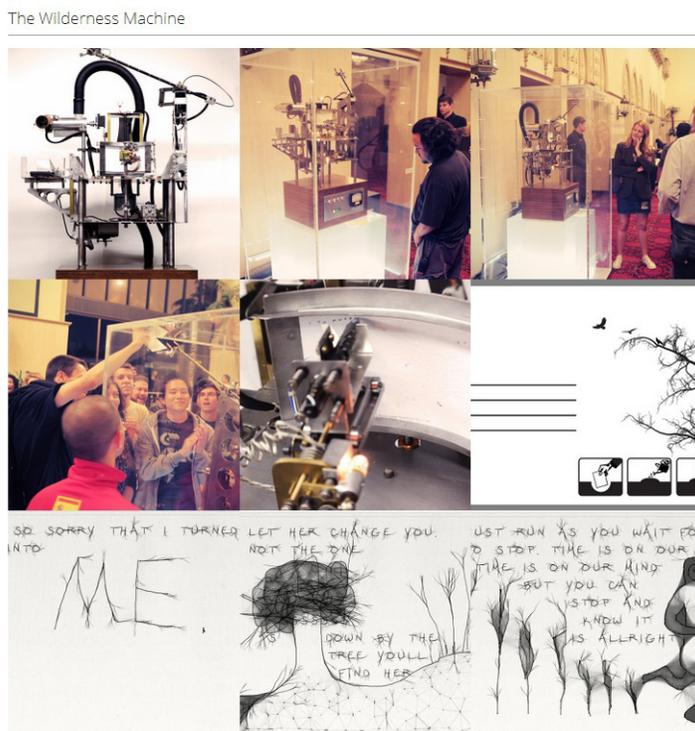


Fig. 3. *Wilderness Machine* e seu projeto desenvolvido por Chris Milk  
Fonte: <http://milk.co/wilderness-machine>

Tais experiências se enquadram em uma nova dinâmica de produção de conteúdos audiovisuais, uma vez que as formas criativas estão agora atreladas ao processo de diálogo entre a linguagem audiovisual e o desenvolvimento de *softwares* e *hardwares*. Da mesma maneira que a produção de conteúdos exige do comunicador a atenção para a diversidade dos dispositivos e modos de recepção, como a *web*, os dispositivos móveis, a televisão

<sup>18</sup> Tradução livre: Reproduza novamente seu filme, Compartilhe o seu filme, Envie seu cartão-postal ao centro da cidade e Responda a um cartão-postal.

digital interativa, não pode negligenciar a necessidade de adequação da linguagem e seus efeitos estéticos para otimizar os processos de interação e comunicação. A produção do projeto de videoclipe interativo *The Wilderness Downtown* nos apresenta um modelo de produção hipertextual, com conteúdo audiovisual pensado para um ambiente interativo, no qual o diálogo com a comunicação é fundamental. Sendo a internet uma mídia interativa que opera por sistema de busca de conteúdos armazenados, tem na ação direta do usuário, por meio de navegação hipertextual, condição necessária para que haja uma manifestação textual.

A partir disso, pode-se definir a Google como o enunciador das experiências de vídeos interativos, porquanto na relação de pressuposição, o enunciatário é o destinatário desses cliques. Nesse sentido, concorda-se com Bertrand (2003) que distingue o receptor no paradigma informacional para um leitor que “constrói, interpreta, avalia, aprecia, compartilha ou rejeita as significações” (p. 24). A Google é um destinador ciente desse destinatário e, por isso, teve a preocupação em se estabelecer como uma empresa inovadora, criativa e tecnológica com o desenvolvimento de um projeto voltado não à criação de ferramentas que contemplassem uma interatividade limitada por determinada construção textual e discursiva, mas sim no desenvolvimento de ferramentas capazes de possibilitar a atualização de estruturas virtuais programadas, voltadas à ação/participação do enunciatário, de modo que a sua intervenção produza o efeito de sentido de individualização na construção da narrativa.

Convém destacar que este projeto tem como essência basilar a participação do enunciatário, por exemplo, a possibilidade da criação de um cartão-postal. Neste caso, o destinador-manipulador seduz o destinatário a um querer-fazer, convencendo que o conteúdo é exclusivo. Esse fazer persuasivo (fazer-criar) e fazer interpretativo (criar) pressupõe um contrato fiduciário de exclusividade, estruturado, sobretudo, na relação de doação de competência semântica e competência modal. Nesse caso, a sedução exercida pelo destinador-manipulador por meio da construção de uma imagem positiva do destinatário como estratégia de convencimento, contém outro lado, uma vez que o destinatário também opera com uma imagem positiva de seu destinador. A participação opera com o efeito de sentido de exercício de uma ação inovadora no universo das ações/reações interativas.

Em *The Wilderness Downtown*, o interator tem como regime programado várias rotinas básicas preestabelecidas pelo destinador manipulador: colocar o endereço, buscar o endereço, reproduzir o clipe, escrever uma mensagem na janela interativa, reproduzir novamente o clipe, compartilhar o *link* do clipe nas redes sociais, enviar o cartão postal para ser avaliado pela Google, responder o cartão postal. Nesse percurso, observa-se que o destinador domina toda a relação interativa com o destinatário, mas oferece ao destinatário uma competência de acordo com a programação e suas regularidades, manipulando-o a fruir para conseguir o objetivo de impressão e envio do cartão postal, por exemplo.

Essa fruição insere o destinador na cultura participativa e promove um efeito de sentido de identificação, subjetividade e individualização.

A figuratividade é recurso discursivo utilizado para a construção do efeito de sentido de exclusividade. Trata-se de uma figuratividade que coloca em relação formas figurais como os traços que remetem à revoada de pássaros incidindo sobre imagens fotográficas do Google Maps e do Street View, altamente figurativas, dos locais selecionados pelos enunciatários que interagem, produzindo assim, um simulacro da realidade selecionada por quem definiu o espaço a ser inserido no clipe. Esse contrato de verossimilhança é quebrado quando os pássaros tridimensionais saem de sua janela e entram na janela das imagens fotográficas. Isso se repete no nascimento das árvores tridimensionais no final do clipe. A opção de escolha da localidade do clipe por parte do enunciatário expressa uma multiplicidade de locais, cujos limites são os registros do Google Maps e do Street View.

Essa experiência interativa aponta para os dois regimes de interação refletidos nas diferentes interações presentes, o de programação e o de manipulação. Encontramos elementos que são da ordem do fazer fazer, então, elementos que convocam à participação com discursos (desenhe, clique, escreva dentro de papéis temáticos determinados e estereotipados). Programaticamente a interação é potencializada à medida que o enunciatário é modalizado pelo regime da manipulação a um querer fazer, compartilhando um cartão postal em *The Wilderness Downtown*, por exemplo. Os recursos disponibilizados seguem regras estabelecidas, tais como escrever uma carta com um tema preestabelecido, demonstrando que não é permitido quebrar essa rotina, podendo ser censurada pelo enunciador. Neste caso, temos o regime de programação acontecendo conjuntamente com a manipulação, sendo a programação como uma rotina a fazer e a manipulação no imperativo (participe de um projeto de conscientização ecológica, participe de um universo em que sua obra será vista e apreciada).

No regime de manipulação, ao projetar figurativamente o usuário como personagem principal, o enunciador cria estratégias de sedução e de exclusividade visando à identificação do enunciatário com o personagem principal. Essa manipulação é concretizada por meio de estratégias enunciativas que geram efeitos de veridicção como se vê nas imagens em 360 graus do Street View em *The Wilderness Downtown*. Esses efeitos de sentido podem nos remeter a interpretar essa relação como um regime de ajustamento. Entretanto, em relação a esse regime, fundado no fazer sentir, acreditamos que é produzido um efeito de sentido de interatividade para sentir, mas não como um ajustamento pleno na concepção de Landowski.

Ao compor o universo *The Wilderness Downtown*, o objeto construído e submetido insere o enunciatário figurativamente nesse mundo produzindo o efeito de sentido de pertencimento a essa comunidade de fãs e coprodutores de conteúdo. Pode-se observar nas regularidades uma transcendência em suas relações, em que o sujeito é motivado a ultrapassar os limites do assistir, mas interagir com todo o aplicativo. Nesse princípio

de intencionalidade do enunciador volta-se ao regime de manipulação. Por meio de procedimentos persuasivos de sedução e de exclusividade, o enunciatário é conduzido a um fazer-fazer. Neste caso, percebe-se a intencionalidade do enunciador, filtrando apenas a utilização do aplicativo no navegador Google Chrome, manipulando o enunciatário a interagir somente nessa plataforma.

Acredita-se que exista um quadro de possibilidade do regime de acidente e do regime de ajustamento ocorrerem. Como trabalha-se no âmbito de interação mediada por dispositivos tecnológicos, existem momentos em que essa tecnologia pode falhar. Nessa situação, o regime de acidente, que expressa o descontínuo, o caos, pode ocorrer no âmbito de falhas estruturais na execução do videoclipe ou na produção dos desenhos (desconexão com a internet ou problema de *software* e *hardware*). Nesse ambiente, instala-se um tipo de ajustamento que redireciona ou não o sujeito a entrar novamente na programação.

## Considerações Finais

Neste trabalho procurou-se demonstrar que, para que o enunciatário esteja motivado a realizar a ação de interagir, o regime de programação deve estar articulado, também, à manipulação, de modo que o regime de interação próprio da adaptação de um sujeito a um objeto, no caso da programação, seja regido pelas estratégias de manipulação obtendo do actante a coparticipação por meio da persuasão. Essas experiências inovadoras nos modos de fruição e nas realidades de consumo, a partir de um videoclipe, são exemplificadas no projeto *The Wilderness Downtown*, abrindo um grande espaço para pensar os processos de criação e desenvolvimento de novos projetos que contemplem a interatividade e participação dos consumidores, analisadas sob o olhar dos regimes de interação postulados pela sociossemiótica.

A descrição e os apontamentos sobre os regimes de interação em uma mídia programática como um *site*/navegador revelam recorrências entre novas e velhas mídias. Mesmo os suportes infoeletrônicos demonstrando força, as mídias tradicionais como a televisão, continuam integrantes no processo. Entretanto, as inovações nos modos de produção discursiva impõem a necessidade de refletir sobre a natureza dos formatos analógicos, a permanência, transformação ou desaparecimento de suas características definidoras nesse momento não só de coexistência, mas de convergência de mídias.

Ana Silvia Lopes Davi Médola é livre-docente em Comunicação Televisual pela Unesp; é docente do Departamento de Comunicação Social - Curso de Radialismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. É líder do Grupo de Estudos Audiovisuais - GEA e diretora da TV UNESP.

Carlos Henrique Sabino Caldas é publicitário, doutorando do curso de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp, bolsista CNPq e membro do GEA.

carloscaldas@faac.unesp.br

## Referências

BERTRAND, D. **Caminhos da semiótica literária**. Bauru: EDUSC, 2003.

BRAGA, J. L. **Interação como contexto da Comunicação**. In Revista Matrizes. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP. São Paulo: ECA/USP. v. 6. n. 1 jul-dez. pp.25-42. 2012.

CREATORSPROJECT. **Aaron Koblin**: Transformando Software Em Histórias. Disponível em: <<http://www.thecreatorsproject.com/pt-br/creators/aaron-koblin>>. Acesso em: 15 jun. 2012.

HANSON, M. **Reinventing music video**. Oxford, UK. Editora Focal Press, 2006.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Trad. Suzana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

LANDOWSKI, E. **Interacciones arriesgadas**. Tradução de Desiderio Blanco. Lima: Fondo Editorial, 2009. (Obra original publicada em 2005).

\_\_\_\_\_. Da interação, entre Comunicação e Semiótica. In: OLIVEIRA, A.C.; PRIMO, A.; ROSSINI, V.; NASCIMENTO, G. (Org.). **Comunicação e interações**. Porto Alegre: Sulina, v., p. 9-17, 2008.

LEMOS, A. L. M. **Cibercultura**. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina/Meridional, 2010.

MURRAY, J. **Hamlet no holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. Tradução de Elissa Daher e Marcelo Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural/UNESP, 2003.

OLIVEIRA, A. C. M. A. **Interação nas mídias**. In: OLIVEIRA, A.C.; PRIMO, A.; ROSSINI, V.; NASCIMENTO, G. (Org.). **Comunicação e interações**. Comunicação e interações. 1ed. Porto Alegre: Sulina, v. 1, p. 27-41, 2008.

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

*Artigo recebido em julho  
e aprovado em dezembro de 2014.*