

VIDEOCLIPES INTERATIVOS: O ESTADO DA ARTE DA PRIMEIRA DÉCADA (2007-2016)

Carlos Henrique Sabino Caldas¹

RESUMO

A fim de compreender o fenômeno dos videoclipes interativos, este trabalho tem como objetivo apresentar o estado da arte por meio de uma exposição descritiva do mapeamento desenvolvido acerca da primeira década de desenvolvimento dos videoclipes interativos (2007-2016). Após a descrição, serão mostrados os apontamentos quantitativos, focalizando os seguintes tópicos: Videoclipes interativos 2007-2016; Linha do tempo dos videoclipes interativos 2007-2016; Ferramentas de interação; Linha do tempo das Ferramentas de interação; Interação imagem e/ou som; Linha do tempo Interação imagem e/ou som; Suporte; Linha do tempo do Suporte; Formato; Linha do tempo do Formato; Videoclipes Interativos ativos e inativos; Linha do tempo dos Videoclipes Interativos ativos e inativos; Gênero Musical; Linha do tempo do Gênero Musical.

PALAVRAS-CHAVE: Videoclipe interativo; Estado da arte; Interatividade.

INTERACTIVE MUSIC VIDEOS: THE STATE OF THE ART IN THE FIRST DECADE (2007-2016)

ABSTRACT

In order to understand the phenomenon of the interactive music video, this work aims to present the state of the art through a descriptive presentation of the mapping developed about the first decade of development of interactive music video (2007-2016). After describing, we will present some quantitative notes, focusing on the following topics: Interactive video clips 2007-2016; Timeline of Interactive Video Clips 2007-2016; Interaction tools; Interaction Tools Timeline; Image and / or sound interaction; Timeline Image and / or sound interaction; Support; Support Timeline; Format; Format Timeline; Active and inactive interactive video clips; Active and inactive Interactive Video Clip Timeline; Music genre; Musical genre Timeline.

KEYWORDS: Interactive music video; State of the art; Interactive.

INTRODUÇÃO

Na era pós-massiva, em que o videoclipe migra da Televisão para a Internet, sua forma expressiva, até então aparentemente estabilizada, ganha um novo espaço, ou

¹ Doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2018). Pesquisador do GEA-UNESP (Grupo de pesquisa em estudos audiovisuais) e do e-PUBLICC-UEMG (Grupo de pesquisa em Publicização, Comunicação e Cultura). É professor adjunto da Universidade do Estado de Minas Gerais.

melhor, um novo universo. No auge da MTV, entre as décadas de 1980 e 1990, o fluxo de produção de videoclipes perpassava a gravação, edição e montagem até chegar à exibição na grade televisiva. Entretanto, com o advento da Internet, especificamente com a evolução da *web* 1.0 para 2.0, *web* como plataforma, os videoclipes começaram a migrar para os *sites* e plataformas de vídeos. Assim, o desenvolvimento computacional conduziu para a produção de conteúdos audiovisuais o desafio de migração e desenvolvimento de seus conteúdos na interface da *web*, combinando sons, imagens e textos na lógica da programação, da navegação e do banco de dados (LEÃO, 2005). A partir desse novo cenário, o termo “programação”, aqui entendida como linguagem de computação, entra no fluxo da produção audiovisual. Diante disso, o realizador de videoclipe não apenas o edita ou monta – ele o programa. Esse *modus operandi* híbrido dos videoclipes na Internet revela um aprofundamento e desenvolvimento da forma expressiva, com várias linguagens, como a da programação, até então reduto dos *videogames*, utilizando o videoclipe como um gênero de experimentação artístico-tecnológico.

Nesses processos digitais, numa estruturação híbrida e sincrética, o videoclipe tem encontrado seu lugar, pois é no contexto da cibercultura que esse pequeno formato audiovisual deixa de ser um produto exclusivo do ambiente televisivo. Nesse sentido, discorrer sobre a cultura e o consumo audiovisual na era digital é falar do audiovisual no universo da cibercultura, pois quando as relações entre homem e máquina se constroem, entende-se que o ponto de partida deve ser o pensamento cibernético, partindo do aspecto da expansão do sistema capitalista e da crescente crença de que “a tecnologia maquinista se apresenta como um dos fatores da construção de uma nova cultura”, ou melhor, da cibercultura (RUDIGER, 2011, p. 107).

Para Castells, “a cultura da internet é a cultura dos criadores da Internet” (2003, p.34). O autor entende cultura como “um conjunto de valores e crenças que formam o comportamento; padrões repetitivos de comportamento geram costumes que são repetidos por instituições, bem como por organizações sociais informais”, pois “a cultura é uma construção coletiva que transcende preferências individuais”, sendo que simultaneamente “influencia as práticas das pessoas no seu âmbito, neste caso os produtores/usuários da Internet” (CASTELLS, 2003, p. 34). Nessa cultura digital, esses

produtores e usuários que Castells denomina possuem uma dupla jornada em seu papel temático, pois ora são produtores, ora são consumidores de seus hipertextos que circularão na *web* nos mais variados dispositivos e *apps*. Assim, tanto na forma expressiva do audiovisual na internet quanto nas formas de consumo e interação desses formatos hipermediáticos, temos o navegador como o espaço de circulação e produção desses conteúdos e dessas práticas.

Acreditamos, portanto, que pesquisar a maneira como o videoclipe tem sido construído e remediado (BOLTER; GRUSIN, 1998) na Internet, onde novas experiências somam a linguagem audiovisual com as possibilidades tecnológicas na linguagem da programação, poderá colaborar para os estudos sobre o desenvolvimento de uma linguagem própria, bem como indicar tendências de consumo de produções interativas na internet.

Entendemos que as tecnologias utilizadas na produção de videogames podem nos ajudar a pensar como o videoclipe interativo tem se desenvolvido, pois a experiência de Ralph Baer, em 1967, em elaborar o famoso Ping Pong em um monitor televisivo e a experiência de Vincent Morisset em criar um videoclipe interativo nos mostram possíveis caminhos à produção audiovisual em busca de uma maturidade expressiva do ambiente digital. Nesse sentido, as tecnologias que foram utilizadas para desenvolver os videogames são uma espécie de formato híbrido de segunda geração que converge o suporte videográfico às ferramentas de interatividade desenvolvidas e experienciadas nos videogames ao longo das décadas. Nesse aspecto, analisamos como essas novas poéticas no ciberespaço configuram as formas de produção e circulação de audiovisuais na *web*, observando o videoclipe interativo que defendemos aqui como o formato mais aberto para experiências inauguradoras.

Neste trabalho, partimos da premissa de que esses vídeos denominados interativos são um objeto sincrético, um texto audiovisual, que, por conseguinte, concretiza-se discursivamente em um suporte, abrindo caminho para o desenvolvimento de formas expressivas inovadoras. Para isso, entendemos que o desenvolvimento de um estudo sobre o estado da arte seja imprescindível.

Desenvolvemos, assim, um *site* com a catalogação de 152 vídeos interativos que servirá de *corpus* de nossa pesquisa. Acessando o link

<<https://interactivemusicvideo.blogspot.com/>>, os usuários poderão pesquisar por meio de *tags* todo conteúdo disponibilizado, conseguindo observar toda *timeline* dos 10 anos de produção de videoclipes interativos coletados em nossa pesquisa. Em nosso entendimento, essas experiências são uma espécie de indicativo do processo de desenvolvimento de uma linguagem específica para a internet, por meio da qual essas tecnologias digitais fomentaram alterações aos dispositivos analógicos, como a possibilidade da convergência dos meios, criando, com o advento dos novos dispositivos, possibilidades expressivas nunca antes experimentadas. São experiências que demonstram avanços no que diz respeito a formas expressivas, requerendo, assim, a ampliação dos instrumentos de análise para compreensão das novas formas de expressão.

Korsgaard (2015), em uma primeira tentativa de entender os videoclipes na *web*, apresenta uma espécie de categorização de videoclipes. Segundo o autor, alguns videoclipes são semelhantes aos clipes tradicionais, enquanto outros se esforçam para ultrapassar os limites do meio. Nesse universo, Korsgaard (2015, p.830) categoriza cinco novos tipos de videoclipes: os *Participatory/interactive*; os *User-generated content*; os *Remakes/remixes*; os *Alternate lengths*; e os *Hi/low definition*. Segundo o autor, a categoria *Participatory/interactive* pode ser ramificada em cinco subcategorias, sendo elas: *The interactive music video*; *The music video app*; *The music video game*; *Clikthrough.com videos*; e os *sites involving manipulation of source materials*.

Em sua pesquisa, Korsgaard não avança ou apresenta dados mais aprofundados para explicar a origem dessas categorias. Observamos que o seu discurso perpassa pela lógica da convergência de vídeos dos meios tradicionais, como a televisão e o cinema, e nos mostra aquilo que Jenkins (2008) chama de convergência midiática. Porém, em nossa pesquisa, pensamos no audiovisual na internet como aquilo que Murray (2003) chama de busca de uma forma expressiva característica do ambiente digital, onde a associação da linguagem audiovisual se converge com a linguagem da programação.

Isso se faz evidente nos videoclipes denominados interativos. Se a alta definição chegou ao YouTube em 2008, o primeiro videoclipe interativo chegou antes, extrapolando a lógica de formato 1080p, pois a obra *Neon Bible*, da banda Arcade Fire, utiliza o espaço do navegador como uma mesa onde conteúdos videográficos, sonoros e

dinâmicos são acionados ao toque do *mouse*. Temos aqui não um arquivo em uma linha de tempo condensada, mas uma linha do tempo dinâmica, na qual o arquivo de vídeo é acionado e manipulado em uma sequência de programação, mostrando aquilo que Manovich (2001) chama de “cinema de banco de dados”. Nesse sentido, entendemos que os videoclipes interativos não são apenas editados, eles são programados.

Por fim, partimos da premissa de que a experiência de consumir/ assistir a conteúdos audiovisuais, em especial ao videoclipe, tem mudado a partir dos usos e das práticas tecnológicas digitais. Entendemos que diversos trabalhos já abordaram o videoclipe na era televisiva (MACHADO, 2001), o videoclipe a partir da música (GOODWIN, 1992), o videoclipe como um gênero distinto (VERNALLIS, 2004), e, mais recentemente, a consolidação do videoclipe como gênero audiovisual (HOLZBACH, 2013). Entretanto, existe uma lacuna no desenvolvimento de pesquisas sobre o videoclipe no universo da cultura audiovisual na era digital, especificamente na temática da construção de novas formas expressivas do audiovisual na *web*, possibilitando, assim, a necessidade de estudos sobre esse tema.

Sendo assim, a fim de compreender o fenômeno do videoclipe interativo, este trabalho tem como objetivo apresentar o estado da arte por meio de uma exposição descritiva do mapeamento desenvolvido acerca da primeira década de desenvolvimento dos videoclipes interativos (2007-2016). Após a descrição, apresentaremos alguns apontamentos quantitativos dos anos de 2007 a 2016, com ênfase nos seguintes tópicos: Videoclipes interativos 2007-2016; *Timeline* dos videoclipes interativos 2007-2016; Ferramentas de interação; *Timeline* das Ferramentas de interação; Interação imagem e/ou som; *Timeline* Interação imagem e/ou som; Suporte; *Timeline* do Suporte; Formato; *Timeline* do Formato; Videoclipes Interativos ativos e inativos; *Timeline* dos Videoclipes Interativos ativos e inativos; Gênero Musical²; *Timeline* do Gênero Musical.

O ESTADO DA ARTE DOS VIDEOCLIPES INTERATIVOS: 2007-2016

² Entende-se Gênero Musical como um “conjunto de eventos musicais cujo curso é governado por um conjunto definido de regras aceitas socialmente” (FABBRI, 2017, p.2).

Segundo Romanowski e Ens (2006), as pesquisas denominadas do tipo estado da arte podem se constituir em “levantamentos do que se conhece sobre determinada área, desenvolvimento de protótipos de análises de pesquisas, avaliação da situação da produção do conhecimento da área focalizada” (ROMANOWSKI; ENS, 2006, p. 41). Além disso,

[...] esses estudos são justificados por possibilitarem uma visão geral do que vem sendo produzido na área e uma ordenação que permite aos interessados perceberem a evolução das pesquisas na área, bem como suas características e foco, além de identificar as lacunas ainda existentes. (...) Um levantamento e uma revisão do conhecimento produzido sobre o tema é um passo indispensável para desencadear um processo de análise qualitativa dos estudos produzidos nas diferentes áreas do conhecimento. Este tipo de estudo caracteriza-se por ser descritivo e analítico (ROMANOWSKI; ENS, 2006, p. 41).

Desse modo, justificamos o presente estudo pela possibilidade de obtermos dados e informações que identifiquem a evolução de uma nova linguagem audiovisual no universo hipermediático, ordenando e organizando a situação da produção de clipes musicais na *web*. O percurso realizado neste trabalho foi desenvolvido a partir de um mapeamento da primeira década dos videoclipes interativos visando desta forma construir o *corpus* de pesquisa, identificando o que vem sendo produzido de mais atual neste formato que pressupõe a interação mediada por computador. A sistemática para a construção do *corpus* foi a utilização de palavras-chave nas línguas inglesa e portuguesa nos buscadores Google, Yahoo, Bing e DuckDuckGo. A partir de termos como videoclipe interativo, videoclipe colaborativo, videoclipe participativo, *interactive music video*, *interactive short film*, *interactive film*, *interactive video* foram delimitadas as características que se reiteravam em cada projeto em função de navegador, ferramentas de interação, linguagem de programação, gênero musical e ano de produção. As *tags* originadas dessas características possibilitou realizar o trabalho de coleta e descrição dos 152 videoclipes interativos.

Após essa etapa desenvolveu-se um *site* em forma de banco de dados que possibilita acessar cada videoclipe interativo com sua ficha técnica, entrecruzar as *tags* que resultaram no armazenamento e recuperação dos videoclipes catalogados pelas características de acordo com o ano de produção, os gêneros musicais, os dispositivos e os tipos de interação. Abaixo, apresentamos um quadro com a coleta realizada.

Quadro 1– Lista de videoclipes interativos de 2007-2016.

Ano: 2007: <i>Arcade Fire – Neon Bible, MGMT – Electric Feel.</i>
Ano: 2008: <i>Radiohead – House of Cards, Black Mirror / rorriM kcalB.</i>
Ano: 2009: <i>Julian Perreta – Ride My Star, Scoop! Placebo, Cold War Kids – “I’ve Seen Enough”, Soy Tu Aire – Labuat, Boy Crisis – Feelings Are Are Real.</i>
Ano: 2010: <i>Tapa na Cara – Zezé de Camargo e Luciano, The Wilderness Downtown, Myspace Fan Video, Broken Bells – October Interactive Video, Lissie: Cuckoo Weather, Shihad – Sleepeater, Andy Grammer – Keep Your Head Up, Au Revoir Simone – The Knight of Wands, The Johnny Cash Project, Black Moth Super Rainbow – Dark Bubbles, Robyn – 3D Interactive Video, Sprawl II – Arcade Fire, BEP 360.</i>
Ano: 2011: <i>All Is Not Lost, Yoni Bloch – Pretend to Be Happy, Skankplay, Björk: Biophilia, Evelyn, by ABBY, EGO IS by Mobley, Strange Talk – Climbing Walls, 3 Dreams of Black, Ellie Goulding's Lights, GHOST II, The Polyphonic Spree – Bullseye, Sour – Mirror, The Shoes Refuse To Face, One Frame of Fame, Androp’s B- Bell.</i>
Ano: 2012: <i>Pieces/Together, Daniel Koren – life of mars, The Bravest Man In The Universe, Red Hot Chili Peppers – Look Around, EXO, Arlissa, Birthday song for Miku, Austin & Ally – Disney, Chairlift's 'Met Before', Tanlines – Brothers, The World's First Interactive Shoppable Music Video, The Amplifetes, Linkin Park Lost In The Echo Staging, Just A Friend Interactive Music Video.</i>
Ano: 2013: <i>Queens Of The Stone Age – “The Vampire Of The Time And Memory”, HELLO, AGAIN: BECK 360° EXPERIENCE, Califone. Stitches, Alb – Golden Chains, TOKiMONSTA – ‘Clean Slate’, Bruno Mar’s Treasure Dance, Guinevere: ‘Ran for My Life’, QMoones – Better Energy – Drunk In Session, Just A Reflektor, Happy: Pharrell Williams, Tanlines – Not the Same, DO NOT TOUCH – Kilo, IO Echo – ‘Ministry Of Love’, A STEVE ANGELLO, Bob Dylan – Like a Rolling Stone, RAEL – DIFERENÇAS, Perambulations – Perhaps Contraption.</i>
Ano: 2014: <i>Tiny Robots – Manolo Panic, TY SEGALL – MANIPULATOR, THE PRESETS – “NO FUN”, WE WERE EVERGREEN – Daughters, Leather Jacket, SAME DAYS, Jon Pardi - What I can't put down, Lucinda Belle – Where have all the good men gone, Wiz Khalifa – Stayin out all Night, Coldplay ink, Something / Nothing, David Guetta – Dangerous, Bombay Bicycle Club's – "Carry Me", Taylor Swift – Blank Space, Craigslist Is the Setting, SBTRKT – Look Away feat. Caroline Polachek, Nightbus – when the night times comes, Rixton – Wait on me, Aloe Blacc – love is the answer, Trey Songz – Touchin, Lovin, ASOS PRESENTS: COLOUR CONTROL ft. JUCE! – "THE HEAT".</i>

Ano: 2015: YARA'NYARED, LYD, Dennis: *A Music Video, Tweetflight, Deja vu / KAMRA, LIVYATANIM-Myth, O Lado Escuro da Lua – Capital Inicial, Nobody Praying For Me – Seether, Wallace, Facehawk – Dangrous, COORS SO CRUEL, Song for Someone – U2, Who is fancy? Goodbye, Cash Cash – Surrender, Ceelo Green – Robin Williams, Foals – Mountain At My Gate, Noa Neal 'Graffiti' 4K 360° Music Video Clip, Welcome [360 Version] – Fort Minor, The Dilla Dimension, Jazz.Computer, Above the Clouds: A mesmerizing journey above the Earth, Jabberwocky – Holding Up Wild Edit, Triangles, Golden Touch] (from New Album [genic]), That Black Bat Litorice, Nosso Filme – Sam Alves, Cego Para as Cores, Whispers Under The Moonlight, Obsessed with Sound, Rester Avec Toi, AIJ – Interactive cluster, Led Zeppelin – Trampled under foot, Carly Rae Jepsen – Run away with me, Visual Beat – Interactive Music Video, Bjork– "Stonemilker" VR Music Video, Avicii – Waiting For Love (Jump VR Video).*

Ano: 2016: DEO's *Interactive Love Greeting, Because Recollection, Carruagens de Fogo, An deiner Seite, USHER – CHAINS, The Playing with Fire – Elizabeth Rose, Best Day of My Life – Yemi Alade, "Ghost" Vince Staples, Hello play! presents "THE FUTURE OF MUSIC", Lazars From My Heart, SALLY // INTERACTIVE MUSIC VIDEO, #Musicjelly, ONE THOUSAND REASONS, Elves LEGO.com, Pigments, SAVIO : NIGREDO, Out of Line – Crowdsourced interactive music video, BRIGHTLY – RUGBY, NETSKY – WORK IT OUT, Jeff Buckley – Just Like a Woman, Rytm & Octatrack, Hilltop Hoods, "can't get enough of myself", CLINIQUE'S INTERACTIVE MUSIC VIDEO, Damon Albarn – Heavy Seas Of Love, DUNE RATS DROP CHAOTIC DRUG-FILLED, How is your body performing?.*

TOTAL: 152 videoclipes interativos.

FONTE: Elaborado pelo autor a partir do site <https://interactivemusicvideo.blogspot.com/>

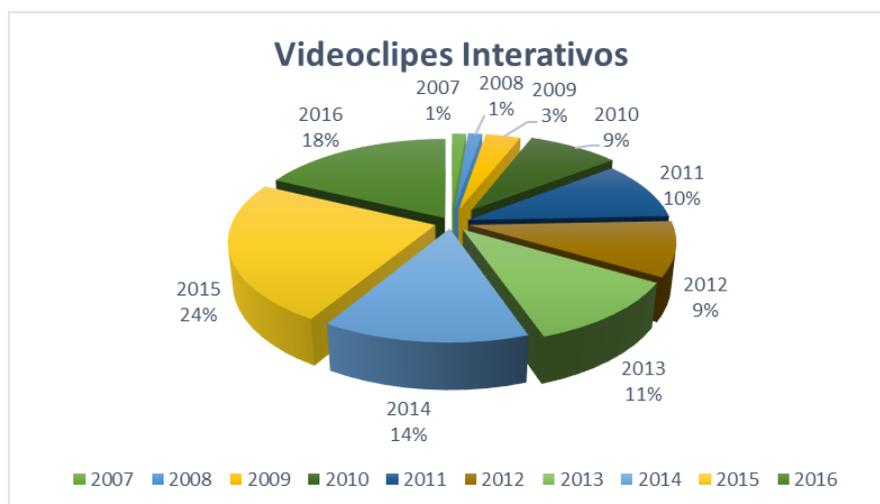
No quadro acima, foi realizada uma catalogação a partir dos seguintes pontos: título do videoclipe interativo; link do projeto; ano de produção; se é executável em todos navegadores ou não; em quais ferramentas o projeto possibilita a interação; se a interação é durante a reprodução; se a interação antes ou depois da reprodução; se a interação é pela imagem; se a interação se dá pelo som; se a interatividade interrompe a música; qual tecnologia computacional foi utilizada na produção do clipe; qual o suporte ou dispositivo no qual o projeto pode ser executado; qual o formato de tela; qual o nome da banda/conjunto/artista; o nome da música; se possui um clipe não interativo; em qual gênero musical se enquadra a música; e, por fim, um campo de comentários acerca do projeto interativo. Todos esses dados estão disponíveis no banco de dados online desenvolvido nesta pesquisa³.

³ Entende-se neste trabalho que não seja necessário apresentar cada descrição individual dos 152 videoclipes interativos, pois ficaria muito extenso. Por esse motivo produzimos o banco de dados disponível no link: <https://interactivemusicvideo.blogspot.com/>. Acesso em: 1 dez. 2019.

Prosseguindo, apresentaremos alguns apontamentos quantitativos com foco nos seguintes tópicos: Videoclipes interativos 2007-2016; *Timeline* dos videoclipes interativos 2007-2016; Ferramentas de interação; *Timeline* das Ferramentas de interação; Interação imagem e/ou som; *Timeline* Interação imagem e/ou som; Suporte; *Timeline* do Suporte; Formato; *Timeline* do Formato; Videoclipes Interativos ativos e inativos; *Timeline* dos Videoclipes Interativos ativos e inativos; Gênero Musical; *Timeline* do Gênero Musical.

No gráfico “Videoclipes interativos 2007-2016”, podemos observar os anos que obtiveram maior concentração na produção dos clipes. O período do ano de 2015 foi o que apresentou maior concentração de produções, com destaque para a inserção de vídeos 360 graus no YouTube, o início das produções em Realidade Virtual da Within, empresa do diretor Chris Milk, além do aumento de produções interativas pelo Interlute.

Gráfico 1 – Videoclipes interativos 2007-2016



Fonte: Elaborado pelo autor.

Essa evolução e concentração de conteúdos no ano de 2015 fica evidente no Gráfico 2, onde podemos analisar a linha do tempo da produção de clipes. Isso se deve ao fato de que em 2015 a inovação tecnológica foi intensa, com a chegada da VR, da internet das coisas, de novas experiências em algoritmos e inteligência artificial, além de uma substancial melhora na velocidade e no armazenamento dos dispositivos móveis.

Um exemplo dessa convergência tecnológica é o videoclipe interativo *LIVYATANIM-Myth*⁴. Esse projeto se propõe a ser uma experiência que hibridiza três modos de fruição: *desktop* ou *laptop*, *VR Headset* e *mobile* ou *tablet* com áudio binaural. Em cada suporte, as ferramentas de interação se ajustam a *touchscreen*, mouse e teclado, finalizando pelas ações do giroscópio da VR. Essa linha crescente mostra a evolução digital buscando soluções convergentes, ubíquas, e, claro, interativas, propiciando ao interator imersão e experiência inéditas.

Gráfico 2 – Timeline dos videoclipes interativos 2007-2016

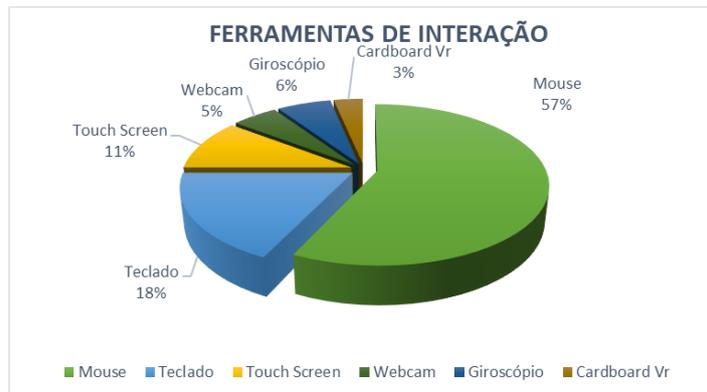


Fonte: Elaborado pelo autor.

Outro dado que merece atenção refere-se às ferramentas de interação. No total, conforme mostra o Gráfico 3, de 2007 a 2016, o *mouse* foi a ferramenta de interação mais utilizada nos videoclipes interativos. Com 18% do total, o teclado se apresenta em segundo lugar, seguido do *touchscreen*, que computou 11%. Entende-se que o uso de *webcam*, giroscópio e *cardboard VR* se apresenta reduzido pelo seguinte motivo: para se programar um videoclipe com esses dispositivos é necessária uma sofisticação que muitas vezes o produtor ou diretor acaba dispensando por questão de gastos e também por escassez de profissionais que consigam produzir um clipe interativo com um padrão de qualidade e objetividade que faça jus à utilização desses recursos.

⁴ Disponível em: < <http://film.livyatanim.com/>>. Acesso em: 1 dez. 2019.

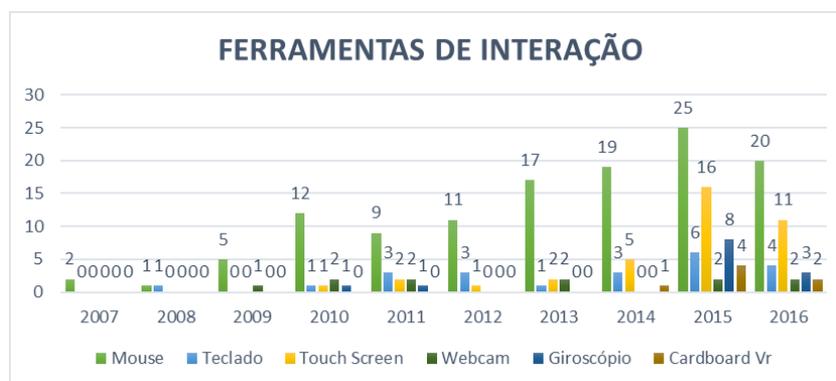
Gráfico 3 – Ferramentas de interação



Fonte: Elaborado pelo autor.

Observando a linha do tempo das ferramentas de interação (Gráfico 4), podemos notar que a partir de 2014 o uso do *touchscreen* ultrapassa o da ferramenta teclado. Isso evidencia que, com o crescimento dos dispositivos móveis e com a inauguração das possibilidades de vídeos 360 graus, as produções iniciam um processo de migração do *desktop* para o *mobile*. No ano de 2016, a taxa de experiências que utilizam o *touchscreen* sobe mais que o dobro. Como o uso do *mouse* continua estabilizado, isso demonstra que mesmo com o crescimento do *mobile* temos experiências que utilizam duas plataformas, tanto o *desktop* quanto o *mobile*, demonstrando a convergência de suportes midiáticos.

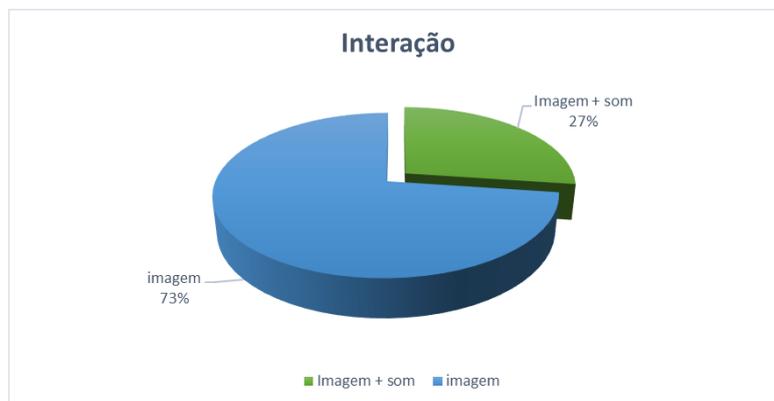
Gráfico 4 – Timeline das Ferramentas de interação



Fonte: Elaborado pelo autor.

Outro ponto observado foi o fato de a interação ocorrer apenas pela imagem ou pela imagem e pelo som conjuntamente. Como resultado, notamos que 73% da interatividade acontecem apenas pela imagem, sendo que apenas 27% dos vídeos interativos foram desenvolvidos para uma experiência de interação pela imagem e pelo som conjuntamente. Acreditamos que isso ocorra pelo mesmo motivo notado no uso das ferramentas de interação, já que desenvolver um clipe interativo com ocorrência de possibilidades interativas na imagem é relativamente mais fácil do que desenvolver uma solução interativa que junte som e imagem.

Gráfico 5 – Interação imagem e/ou som

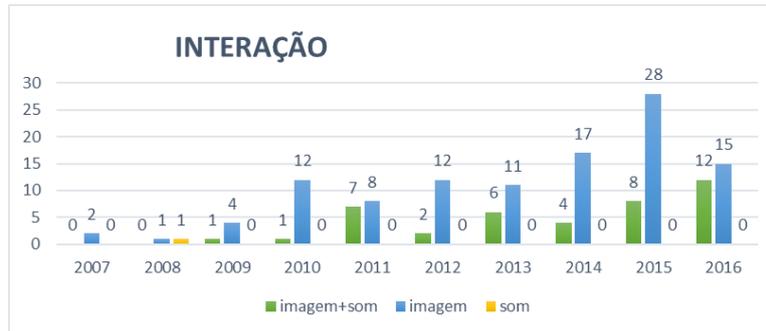


Fonte: Elaborado pelo autor.

Examinando o Gráfico 6, que traz os dados referentes à linha do tempo da interação imagem e/ou som, temos um dado importante em relação à solução de interatividade: no ano de 2016, quase que se igualam os vídeos que só utilizam imagem e os que optam por interatividade em imagem e som. Esse dado corrobora a hipótese de que, talvez, o videoclipe interativo traga soluções de uma interatividade que não utilize o som apenas como um pano de fundo, mas uma forma que hibridiza som e imagem em soluções criativas e inovadoras.

Podemos comprovar isso observando os dados referentes ao ano de 2011. As experiências, mesmo que limitadas em sua interface, já apontavam para a interatividade que possibilita mudança de gênero musical e criação musical.

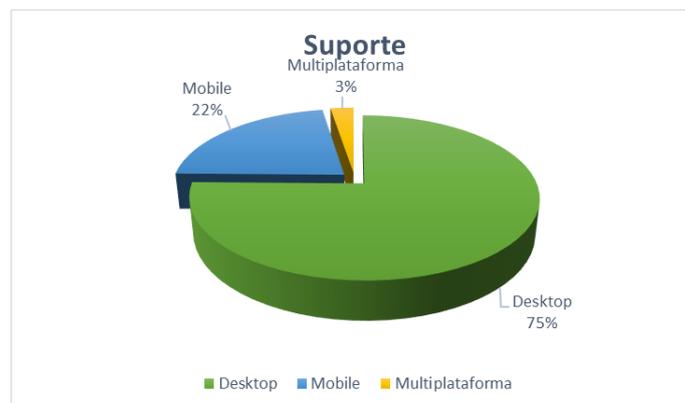
Gráfico 6 – Timeline Interação imagem e/ou som



Fonte: Elaborado pelo autor.

Avançando os apontamentos, chegamos ao tópico do suporte. O Gráfico 7 nos mostra a informação que coloca o *desktop*, com a porcentagem esmagadora de 75%, como o suporte mais utilizado para a fruição e produção de vídeos interativos.

Gráfico 7 – Suporte

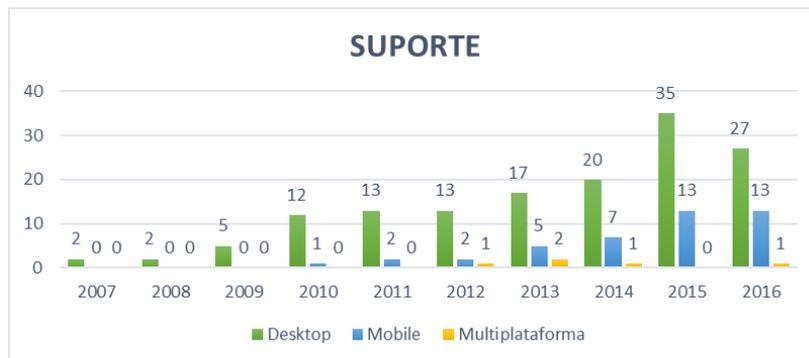


Fonte: Elaborado pelo autor.

Examinando o Gráfico 8, podemos observar que, ao longo dos anos, essa porcentagem de 75% apresentada no gráfico anterior apresenta um acúmulo de experiências que só poderiam ser produzidas no suporte *desktop*, já que os dispositivos *mobile* ainda engatinhavam em termos de rapidez de processamento e conexão à internet rápida. Entretanto, o *desktop* se manteve como suporte mais utilizado para produção desse conteúdo. Outro dado que nos chama atenção é o total de 3% de obras produzidas em multiplataformas. Esse tipo de produção requer um grande esforço por

parte do realizador de videoclipes interativos em relação a soluções criativas, soluções em programação e soluções em interação; além disso, no ambiente digital, essas experiências mostram-se tecnologicamente possíveis somente na internet, com uma interface específica hibridizando o *desktop* e o dispositivo móvel. Esse ponto retornará no capítulo específico de interatividade multiplataforma.

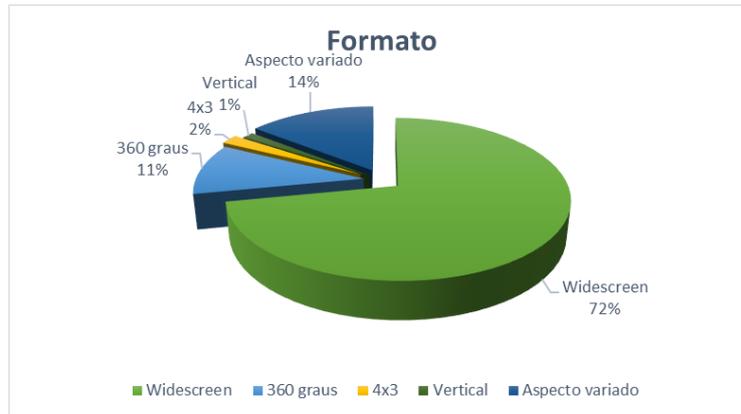
Gráfico 8 – Timeline do Suporte



Fonte: Elaborado pelo autor.

Na sequência, analisaremos o Gráfico 9, referente ao Formato. Com 72%, o formato mais utilizado foi o *widescreen*, o que demonstra como a linguagem audiovisual padrão no cinema e na televisão é apropriada e traduzida na *web*. Entretanto, outro dado nos chama atenção: o segundo colocado, aspecto variado, com 14%. Esse aspecto variado nos mostra produções que utilizam a interface comunicacional de uma maneira mais sofisticada, aproveitando as possibilidades que os navegadores e dispositivos oferecem.

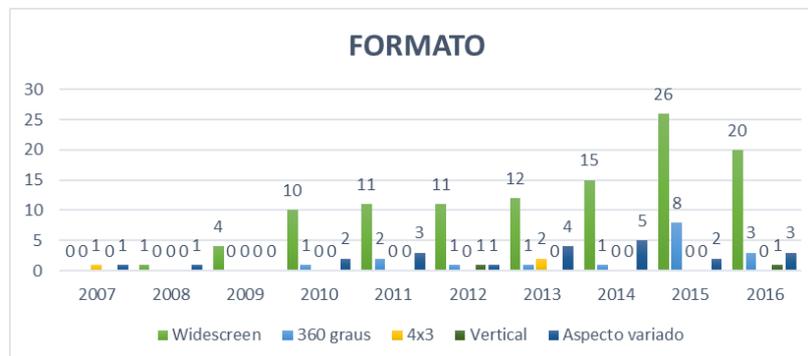
Gráfico 9 – Formato



Fonte: Elaborado pelo autor.

O Gráfico 10, por sua vez, nos revela que, mesmo que reduzido em comparação ao formato *widescreen*, o aspecto variado está presente desde o primeiro videoclipe, mantendo-se praticamente em todos os anos com experiências que buscavam aproveitar a linguagem da interface, além da lógica televisiva ou cinematográfica.

Gráfico 10 – Timeline do Formato



Fonte: Elaborado pelo autor.

O próximo gráfico é o de videoclipes interativos ativos e inativos (Gráfico 11), no qual temos 21% dos videoclipes inativos. Citamos primeiro os videoclipes inativos e não os ativos, pois os primeiros demonstram um dado muito importante para a produção de qualquer que seja o conteúdo na internet, isto é, um conteúdo que ficará “eternamente” no universo digital. Imagine que um consumidor, seja ele fã ou não de

determinado artista ou banda, perceba, ao acessar o link do videoclipe interativo, que esse link não funciona? Isso provoca uma quebra de contrato daquilo que existia como um bem simbólico para o espectador – quando o link está fora do ar, é como se o consumidor fosse furtado de usufruir novamente daquele produto. Outro ponto importante é a necessidade de um produtor de videoclipe interativo desenvolver um projeto que disponha de manutenção, principalmente quando linguagens de programação são alteradas ou desativadas.

Gráfico 11 – Videoclipes Interativos ativos e inativos



Fonte: Elaborado pelo autor.

Observando a linha do tempo dos videoclipes interativos ativos e inativos (Gráfico 12), percebe-se uma incidência maior de inatividade nos anos de 2010 e 2012. Esse período corresponde à entrada do HTML5 como linguagem de programação que a Google buscou desenvolver como concorrência ao Flash. Mesmo que o Flash ainda funcione na maioria dos navegadores, por motivos não explicados pelos artistas musicais, seus projetos não estão no ar, gerando, assim, um sentimento disfórico do fã para com o artista.

Gráfico 12 – Timeline dos Videoclipes interativos ativos e inativos



Fonte: Elaborado pelo autor.

Para finalizar esses apontamentos acerca do mapeamento de videoclipes interativos, apresentaremos os resultados do Gráfico 13, a respeito do gênero musical. Com 43%, o Rock e suas variantes (*indie* rock, rock alternativo etc.) ficaram com a maior fatia da produção de videoclipes interativos. Em segundo lugar, com 21%, estão o Pop e suas variantes, e em terceiro, com 19%, o gênero eletrônico.

Gráfico 13 – Gênero Musical



Fonte: Elaborado pelo autor.

Podemos notar na linha do tempo do gênero musical (Gráfico 14) que o gênero Rock dominou praticamente os sete primeiros anos. Observando os videoclipes das bandas, o *indie* rock foi um dos gêneros musicais variantes do rock que mais teve

videoclipes interativos. Isso evidencia a própria identidade do *indie* rock, um gênero mais experimentalista, mais independente e que foge dos padrões do mercado musical. Já o Pop sempre esteve presente nos indicadores, chegando a empatar com o Rock em 2012 e 2015, ao passo que o segundo colocado, o gênero eletrônico, ganhou força em 2015 e 2016.

Gráfico 14 – Timeline do Gênero Musical



Fonte: Elaborado pelo autor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A linguagem audiovisual é sincrética, e, ao longo de um século de seu desenvolvimento, foi e é marcada por hibridizações e remediações. Nesse sentido, entende-se que a partir do advento das tecnologias digitais de armazenamento, edição e circulação possibilitou-se o progresso de novas formas expressivas do fazer-audiovisual. Assim, o videoclipe interativo, um formato nativo do ambiente digital, é, em sua essência, um produto híbrido que se manifesta em suportes remediados que possibilitam uma sincretização de linguagens distinta das formas de textualização desenvolvidas até então na comunicação audiovisual.

Conforme observamos na coleta de dados realizada, o videoclipe interativo é o formato que pode e deve ser considerado uma evolução no processo de migração do audiovisual na internet, pois a convergência entre a linguagem audiovisual e a linguagem de programação constrói novas possibilidades de textualização audiovisual. Podemos ver isso desde os dois primeiros videoclipes interativos lançados em 2007:

*Neon Bible*⁵ e *Electric Feel Interactive Music Video Game*. A primeira experiência foi construída na estética mais aproximada ao *videogame* e a segunda muito mais parecida com uma proposta de subverter as imagens, trazendo o estilo de videoarte novamente em evidência na era digital. Outro exemplo inovador, de 2008, é o projeto *Radiohead House of Cards*⁶ que utilizou tecnologia 3D e mapeamento a laser para gerar imagens do cantor Thom Yorke. Por se tratar de uma experiência tridimensional, este pode ser considerado o primeiro videoclipe interativo em 360 graus.

Nessa linha de inovação e inauguração interativa audiovisual, o videoclipe interativo do cantor Julian Perreta, da música *Ride My Star*, produzido no ano de 2009, adiciona novas ferramentas de interação: a *webcam* e a realidade aumentada. Neste sentido, consideramos de suma importância observar os primeiros videoclipes, pois se observa que desses primeiros anos muitos projetos foram reiterados, em suas formas expressivas, semelhanças ou até ferramentas repetidas ou hibridizadas em novos suportes.

Após estes três primeiros anos, já em 2010, os videoclipes interativos foram marcados por três vertentes: o experimentalismo nos códigos de programação, com *The Wilderness Downtown*⁷ por exemplo, e as produções colaborativas, como *The Johnny Cash Project*⁸; a primeira experiência mobile (BEP 360⁹); e a primeira experiência brasileira¹⁰. Nessa trajetória, o videoclipe interativo teve entre os anos de 2011 e 2014 um equilíbrio de produção; entretanto, em 2015 os projetos têm seu maior pico, chegando a mais de 30 videoclipes interativos lançados na *web*.

⁵ Disponível em: <<https://interactivemusicvideo.blogspot.com.br/2007/01/arcade-fires-neon-bible-interactive.html>>. Acesso em: 21 nov. 2018.

⁶ Disponível em: <<https://interactivemusicvideo.blogspot.com.br/2008/01/radiohead-house-of-cards.html>>. Acesso em: 27 nov. 2018.

⁷ Esse clipe interativo foi estudado por Caldas (2013) na dissertação intitulada *Videoclipe 2.0: interatividade e regimes de interação na era digital*. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/89510>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

⁸ Disponível em: <<http://www.thejohnnycashproject.com/>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

⁹ Esse objeto foi estudado por Médola e Caldas (2013) com profundidade no artigo publicado pela revista *Comunicação, Mídia e Consumo* da ESPM com o título: “Videoclipe em ambiente de convergência midiática: regimes de sentido e interação”. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/325>>. Acesso em: 28 nov. 2018.

¹⁰ *Tapa na cara* – Zezé de Camargo e Luciano, lançado no programa *Fantástico* da Rede Globo de Televisão. Disponível em: <<https://interactivemusicvideo.blogspot.com/2010/01/tapa-na-cara-zeze-de-camargo-e-luciano.html>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

Outro ponto de destaque diz respeito ao fluxo de produção desses videoclipes. Entende-se que a programação computacional não é inserida apenas no processo final da obra, mas, sim, desde a sua concepção. Verifica-se que na maioria dos projetos, o processo de interatividade se dá durante a execução sincrônica do visual com o sonoro, embora haja a ocorrência, em alguns videoclipes, de uma interatividade que se constrói para além do fluxo da música. Há, nesses casos, a produção de interfaces sofisticadas para elaboração de elementos visuais e sonoros manipuláveis, construindo um ambiente hipermediático. Assim, podemos afirmar que o videoclipe interativo não é apenas editado audiovisualmente, mas, articulado com a programação computacional. Essa lógica nos leva a entender que o formato audiovisual interativo é uma forma expressiva própria da internet como uma das primeiras manifestações que dão os indícios do desenvolvimento de uma linguagem específica para o meio digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLTER, Jay David, GRUSIN, Richard. **Remediation**: Understanding New Media. Cambridge: MIT Press, 2000.

CALDAS, Carlos Henrique Sabino. **Videoclipe 2.0**: interatividade e regimes de interação na era digital. 2013. 104 f. Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, 2013.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra - 2003.

FABBRI, Franco. Uma teoria dos gêneros musicais: duas aplicações. Marcio Giacomini Pinho (tradutor). In: **Revista Vórtex**, Curitiba, v.5, n.3, 2017, p.1-31.

GOODWIN, Andrew. **Dancing in the Distraction Factory**: Music Television and Popular Music. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.

HOLZBACH, Ariane Diniz. **Smells Like Teen Spirit**: a consolidação do videoclipe como gênero áudio-visual. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Programa de

Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KORSGAARD, Mathias Bonde. Music Video Transformed. In: RICHARDSON John, GORBMAN Claudia, VERNALLIS Carol. **The Oxford Handbook of New Audiovisual Aesthetics**. EUA: Oxford, OUP, 2015.

LEÃO, Lúcia. Poéticas do ciberespaço. In: LEÃO, L. (org.). **O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Editora SENAC, 2005.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2001.

MANOVICH, Levy. **The language of new media**. Massachussets: The MIT Press, 2001.

MÉDOLA, Ana Silvia Davi Lopes; CALDAS, Carlos Henrique Sabino. Videoclipe em ambiente de convergência midiática: regimes de sentido e interação. In: **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v.10 n. 29. 2013.

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

ROMANOWSKI, Joana Paulin; ENS, Romilda Teodora. As pesquisas denominadas do tipo "estado da arte" em educação. **Revista Diálogo Educacional**, PUCPR, v.6, p.37-50, 2006.

RUDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura: perspectivas, questões, autores**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

VERNALLIS, Carol. **Experiencing music video: aesthetics and cultural context**. New York: Columbia University Press, 2004.

Recebido em: 13 de maio de 2020

Aprovado em 26 de junho 2020