

CINEMA E INTERATIVIDADE: DA ESTAÇÃO DE *CIOTAT* RUMO AO VIDEOCLIP INTERATIVO

Susana Costa¹

Bruno Mendes da Silva²

RESUMO

As tecnologias informáticas e os meios audiovisuais têm vindo a caminhar para uma progressiva e dominante utilização de interfaces que possibilitam um maior diálogo com o utilizador/espetador. Esta abertura redimensiona a relação entre obra-autor-público. A conceção de conteúdos audiovisuais tem vindo a mudar e, por seu lado, o papel do espetador também sofreu alterações, tem vindo a assumir uma postura progressivamente mais ativa na construção da narrativa. É neste contexto que surge o videoclip *Tempo Estado* da Banda algarvia Orblua, que servirá de pretexto para uma contextualização da evolução da interatividade audiovisual, tendo em conta que os indícios de interatividade, no audiovisual analógico, nomeadamente no cinema, remontam às suas origens. Este artigo procura, portanto, traçar o percurso evolutivo da ideia de interatividade relacionada com a imagem em movimento.

Palavras chave: interatividade, cinema, audiovisuais, videoclip, tempo



Figura 1: proposta de portal para o videoclip interativo *Tempo Estado*.

¹ Susana Costa é colaboradora do CIAC. Licenciada em Línguas e Literaturas Modernas pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto, colaborou em projetos de investigação na área da Media Arte Digital, nomeadamente no âmbito do projeto RECARDI (Rede de Cultura e Arte Digital). Foi bolseira de investigação do Centro de Computação Gráfica e é atualmente bolseira do Centro de Investigação em Artes e Comunicação. E-mail: susanaraquelcosta@gmail.com.

² Bruno Mendes da Silva é investigador do CIAC. Pós-doutorado em Cinema Interativo e doutorado em Literatura e Cinema (Literatura comparada) pela UAlg, pós-graduado em Gestão das Artes pelo Instituto de Estudos Europeus de Macau (IEEM) e licenciado em Cinema e Vídeo pela Escola Superior Artística do Porto (ESAP). É professor adjunto na Escola Superior de Educação e Comunicação (ESEC) da UAlg. Foi realizador e produtor da Teledifusão de Macau (TDM) entre 1995 e 2000.

Introdução

A democratização do uso das tecnologias da informação favoreceu o desenvolvimento de novas formas de experimentação ao nível dos meios digitais. É neste contexto, nos anos 80, que surge a noção de interatividade digital: a possibilidade de participação do espectador em determinado conteúdo audiovisual. A fusão da linguagem informática com a linguagem audiovisual invade vários contextos das expressões artísticas da contemporaneidade: a literatura, o cinema, a música, performances artísticas, entre outros. É assim que surgem os videoclipes interativos, feitos exclusivamente para a Internet, atualmente, o principal espaço de divulgação deste tipo de expressão artística. Este artigo propõe um percurso por alguns momentos-chave da curta, embora rica, história do audiovisual interativo. A casa de partida é o Éden, a primeira sala de cinema do mundo, em *La Ciotat*, França.

Interatividade

Os indícios de interatividade nos media audiovisuais remontam às origens do cinema, mais concretamente às experiências dos irmãos Lumière. No entanto, o *boom* do seu desenvolvimento, só teve início nos anos 80, numa fase de franca expansão das, na altura, novas tecnologias da informação e da comunicação. A forma de mostrar um conteúdo, de contar uma história, foi sendo repensada, reinventada, e constantemente experimentada, seja de um ponto de vista técnico, novas interfaces, novos equipamentos, novos ecrãs, seja do ponto de vista da narrativa e da evolução dos conceitos de autor e de espectador.

Parece consensual definir interatividade enquanto troca bidirecional e recíproca entre duas ou mais entidades. Atualmente, a interatividade aplicada aos meios audiovisuais implica a troca entre a máquina e o ser humano, permitindo um fluxo bidirecional de informações entre a máquina (um computador ou outro dispositivo eletrónico) e um utilizador/espetador. O utilizador/espetador intervém, por meio de uma ação e a máquina/equipamento responde por meio de outra ação. Por outro lado, a noção de interatividade aplicada a meios audiovisuais implica também a utilização de algum tipo de *software*, aliás, a maior parte dos media atuais é criado

e acessado por algum tipo de software, que Manovich, investigador e experimentalista na área dos novos media, identifica como “cultural software” (Manovich, 2013, 43). Ainda de acordo com Manovich, vivemos na era do *software*: “We live in a *software* culture – that is, a culture where the production, distribution, and reception of most content is mediated by *software*” (Manovich, 2013, 39).

Vários autores, mais pessimistas em relação à comunicação mediada por computador, como Braudillard ou Lunenfeld, têm questionado o valor real da interatividade entre a máquina e o homem e têm sido definidos diferentes níveis de interação. Um sítio na Internet responde ao utilizador quando este interage, mediado por uma interface externa, por exemplo, através do hipertexto. Num jogo de vídeo, o jogador pode controlar as ações de uma personagem, através de interface ou de um sensor cinético. Os média sempre permitiram algum nível de interatividade, no entanto, os novos media permitem níveis de interação progressivamente mais elaborados e efetivos.

A interatividade é uma forma de o utilizador/espetador se relacionar com um conteúdo audiovisual, manipulando, explorando, influenciando e mudando a forma como o utilizador/espetador pode fruir de determinado conteúdo, mostrando diferentes perspetivas e permitindo uma aproximação mais verdadeira da realidade, que é múltipla. De acordo com Miller (2004, 57) esta é uma forma mais ativa de experimentar o visionamento de um conteúdo audiovisual e opõe-se à simples visualização passiva em que o utilizador não pode intervir. Miller fala de “lean back” and “lean forward” experiences” (2004, 57) respetivamente.

Nos anos 90, o interesse pela interatividade digital cresceu exponencialmente. Vários estudos e experiências foram desenvolvidos nesta área. A palavra interatividade aparece, muitas vezes, associada a qualquer experiência digital, com o objetivo de atrair os utilizadores.

A tarefa de nos aproximarmos de uma definição de interatividade aplicada aos meios audiovisuais é difícil. Vários autores como Manovich (2011), Jensen (2003), Downes e McMillan (2000) defendem que só há verdadeira interatividade quando um objeto audiovisual pode ser influenciado em “tempo real”. Seguindo esta linha de pensamento, muitos foram os autores que, como Lunenfeld (2005) ou Williams (2004), ditaram a morte do cinema interativo. Lunenfeld situa o cinema interativo no domínio do mito e sublinha as dificuldades de produção, divulgação e expansão deste tipo de cinema. Há, no entanto, outros investigadores, como

Manovich (2013) ou Castells (2004) e vários artistas contemporâneos, como veremos mais à frente, que continuam a interessar-se por esta área, vendo-a como um campo em plena ascensão, aberto a novas possibilidades e trazendo consigo novas problemáticas.

Tendo em conta as várias experiências ao nível do cinema interativo, tentamos, em investigações anteriores, encontrar modelos que possam resumir os trabalhos que atualmente existem nesta área. Identificamos, deste modo, quatro modelos (SILVA, TAVARES, REIA, COSTA, 2016):

“O modelo arborescente, com base numa escolha simples e pontual em determinados momentos da narrativa, onde o espetador que intervém pode optar pelo caminho A ou B. A título de exemplo, poderemos utilizar o filme *Last Call*.

O modelo construtivo, que implica múltiplas possibilidades de leitura, tendo em conta as hipóteses oferecidas pelo programa, onde se pode enquadrar o filme experimental *Neblina*.

O modelo emparelhado, que possibilita a incorporação de conteúdos externos à narrativa, como acontece no filme *Take This Lollipop*.

O modelo fértil, cujo processo de interatividade entre espetador que intervém e filme implica a criação de novos conteúdos, embora ainda não exista, atualmente, nenhum filme assim”.

Esta divisão por modelos de projetos interativos audiovisuais pode ser aplicada a qualquer género. Neste sentido, embora não seja o objetivo central deste trabalho, tentaremos aplicar estes modelos aos videoclips interativos analisados na terceira parte do artigo.

Cinema Interativo

Conforme referimos na introdução, podemos encontrar indícios de interatividade nas primeiras projeções dos irmãos Lumière. Estes primeiros filmes, com um carácter ao mesmo tempo documental e experimental, mostravam, num só plano, uma pequena narrativa. O primeiro filme projetado, *Arrivée d'un train en gare à La Ciotat* (1895), deixou os espetadores assustados e impressionados com aquela nova tecnologia nunca vista. Muitos foram os que, à chegada do comboio, fugiram da sala com medo de serem atropelados por aquela máquina que chegava. Aqui temos os primeiros indícios de interatividade entre o meio audiovisual e o espetador. Poucos anos depois, em 1903, Edwin S. Porter realiza o filme *The great train robbery*, um marco na história do cinema, pelo seu carácter inovador (utilização da narrativa paralela). Neste filme, no plano final, o líder do grupo de bandidos dispara

a sua arma na direção do público. Mais uma vez, os espetadores da altura tentaram fugir da sala com receio da imagem em movimento.



Figura 2: fotograma do filme *Arrivée d'un train en gare à La Ciotat* (1895).

Podemos encontrar outros indícios de interatividade ao longo da história do cinema. Woody Allen, por exemplo, em vários dos seus filmes, usa como estratégia narrativa os apartes dos atores para os espetadores.

Outro exemplo paradigmático da busca da interatividade, no cinema, é o filme *Smoking/No Smoking* do realizador francês Alain Resnais (1993). Aqui, a interatividade não é suportada por nenhuma nova tecnologia além daquela que é necessária para a realização e projeção de um filme numa sala de cinema.

Neste filme, são adaptadas oito peças de Alan Ayckbourn (nunca representadas no teatro) em dois filmes (*Smoking* e *No smoking*). Dois atores propõem várias versões das suas vidas, um professor, Toby Tesdale, e a sua esposa, Celia Teasdale, propondo uma reflexão sobre o tempo e um interessante olhar sobre como a vida de um indivíduo pode assumir diferentes voltas com base nas escolhas pessoais. Ambos os filmes, embora se complementem, podem ser vistos sem qualquer sequência ou ordem. Este filme oferece ao espetador seis finais diferentes. Podemos encontrar aqui indícios de interatividade, no entanto o

espetador não tem, realmente, nenhuma influência na narrativa, pode apenas escolher a sequência de visualização dos filmes.

A partir dos anos 60, surgem várias experiências que permitem falar de interatividade efetiva no cinema: *Kinoautomat - one man and his house*, criado em 1967, (a estratégia narrativa, mediada na sala de cinema por um ator, permitia aos espetadores, por várias vezes, escolher entre duas propostas de continuidade do filme). *Eu sou o seu homem*, realizado em 1992, e *Mr. Payback* (1995) recorrem à cadeira equipada com botões para que os espetadores possam escolher diferentes caminhos dentro da narrativa. Estes três filmes que apontamos como exemplos de interatividade efetiva no cinema enquadram-se no modelo que atrás definimos como arborescente.

Estas experiências de cinema interativo que temos vindo a mencionar têm como denominador comum a visualização coletiva, em salas de cinema e a escolha dos diferentes caminhos possíveis é feita coletivamente, num processo democrático.

Mais tarde, nos anos 2000, começam a surgir projetos que promovem a experiência de cinema interativo individual, possível, por exemplo através do hipertexto, nos CD's e DVD's e na Web, através da tecnologia cinética ou de outros *hardware* e *software*. Descrevemos, a título de exemplo a experiência *Soft Cinema* de Lev Manovich e o filme *Neblina* de Bruno Mendes da Silva, ambos exemplos do modelo construtivo.

Na experiência *Soft Cinema*, levada a cabo por Lev Manovich, os espetadores podem, em tempo real, construir a sua narrativa audiovisual, a partir de uma base de dados que contém 4h de vídeo e animação, 3h de narração e 5h de música. Embora se possa encontrar aqui o princípio da montagem, a intriga narrativa é inexistente. Este projeto propõe uma experiência de interatividade que pode ser vivida individualmente.

No âmbito do projeto *Os caminhos que se bifurcam*, foi produzido o filme *Neblina*, pensado para as salas de cinema convencionais e para computadores ou outros dispositivos. Através da imersão na narrativa interativa, *Neblina* pretende criar um efeito de espelho entre o espetador que intervém e o protagonista da ação, tornando-se um espetador-protagonista (SILVA, COSTA, 2015, 391). De acordo com o autor, apesar de a narrativa ser pré-definida, a forma como é vivenciada depende diretamente das escolhas do espetador-protagonista. *Neblina* divide-se em três fluxos distintos: um central e dois laterais, estando um escondido à esquerda e o

outro escondido à direita. A escolha dos fluxos é realizada pelo espectador-protagonista. Cada fluxo transmite-lhe uma experiência distinta da narrativa. A título de exemplo, as personagens coprotagonistas mudam de género conforme o fluxo selecionado. Este projeto permite quer uma experiência de interatividade coletiva, na sala de cinema, quer uma experiência individual, em *laptops*, *tablets* ou *smartphones*.

Qualquer um dos exemplos de cinema interativo descritos anteriormente procuram envolver o espectador na narrativa com o objetivo de o imergir. Na verdade, um dos objetivos principais do cinema interativo é a capacidade de imersão. De acordo com Miller (2004, 56):

“One of the hallmarks of a successful interactive production is that it envelopes the user in a rich, fully-involving environment. The user interacts with the virtual world and the characters and objects within it in many ways and on many levels. Interactivity stimulates as many of the five senses as possible: hearing, seeing, touching and, in some virtual reality environments, even smelling. (No one seems to have worked out a way yet to involve the fifth sense, tasting.) In other words, the experience is immersive. It catches you up in ways that passive forms of entertainment can never do.”

Em 2010, a banda *Arcade Fire* lançou o videoclip interativo *The Wilderness Downtown*³ para a música *We use to wait*. Podemos encontrar neste trabalho uma preocupação especial com o grau de imersão que o trabalho pode conferir ao espectador/utilizador, dando-lhe a ideia de que está a ver um conteúdo feito exclusivamente para ele. Inicialmente é solicitado ao utilizador/espetador a indicação do local onde viveu a sua infância. O vídeo abre várias janelas simultâneas onde correm distintas imagens, tanto “reais”, como animadas. Neste sentido, podemos encontrar uma correspondência com o projeto *Soft Cinema* de Lev Manovich. No entanto, ao contrário do que acontece no *Soft Cinema*, a ordem de aparição destas janelas é constante. Por outro lado, o referido processo de imersão ganha força quando surgem janelas com diferentes pontos de vista do local onde crescemos, via Google Maps e Google Street. Principalmente, quando animação de outras janelas, bandos de corvos e árvores que nascem espontaneamente, são incorporadas nas imagens desse local. Este trabalho incide, a nível de conceito, na ideia de *tempus fugit* (o tempo foge) e culmina com a oportunidade do espectador/utilizador escrever uma carta a um eu mais novo. Tendo em conta a incorporação de conteúdos externos à narrativa de base, este vídeo corresponde ao modelo emparelhado (conforme foi definido na segunda parte do artigo).

³ <http://www.thewildernessdowntown.com>

Videoclips interativos

A interatividade digital ganhou novo ímpeto com a democratização e acesso quase universal à internet. Produzir conteúdos audiovisuais interativos especificamente para a Internet em várias áreas é atualmente comum. Parte do sucesso do desenvolvimento tecnológico nasce de um espírito colaborativo que permite a distribuição sem fronteiras de códigos fonte, possibilitando que os utilizadores os utilizem e aperfeiçoem (Castells, 2004, 83).

Existem, como verificámos, filmes interativos disponíveis na internet, bem como publicidades e videoclips. A interatividade tecnológica assume-se como uma promessa da pós-modernidade que tem vindo a cumprir-se.

A origem do videoclip está intimamente ligada à origem do cinema sonoro. Por sua vez, também a música esteve ligada ao cinema desde que os filmes passaram a incorporar o som. Desde as primeiras exhibições cinematográficas, no final do século XIX, que a experiência visual no cinema era, muitas vezes, acompanhada por músicos que tocavam durante o filme. No entanto, foi apenas em 1927 que pela primeira vez um filme sonoro foi projetado: *The Jazz Singer*, de Alan Crosland. Este é considerado o primeiro filme a incorporar falas e música (o cantor de jazz e a banda que o acompanhava) com um sistema sonoro eficaz, o Vitaphone, que tinha sido lançado em 1926, pela Warner Bros. Na década de 30 os musicais de Hollywood tiveram grande destaque, no entanto é difícil precisar quando apareceu o primeiro videoclip. Goodwin (1992, 29) identifica como precursores dos videoclipes, alguns vídeos promocionais de jazz feitos na década de 40. No entanto, parece ser consensual identificar os Beatles como os pioneiros a apresentar um vídeo associado às suas canções. Esta banda, inspirada no sucesso das atuações cinematográficas de Elvis Presley, convida Richard Lester para realizar os videoclips das músicas “Hard day’s night” (1964) e “Help!” (1965).

No entanto, nesta altura, os videoclips eram ainda experiências isoladas que só ganharam força na década de 80, com o surgimento da *Music Television* (MTV) americana em 1981. Conforme escreve Señedo (2007):

“Institucionalizado gracias a MTV, el vídeo musical ha sido la más radical y al mismo tiempo financieramente rentable de las innovaciones de la historia de la televisión. Su aparición desde la interconexión de cultura pop, historia del arte y economía del marketing es la encarnación del discurso postmoderno tras la muerte de la vanguardia o su versión más populista”.

Durante as décadas de 80 e 90, os videoclips eram feitos quase especificamente para serem transmitidos através da televisão, incorporando elementos do vídeo experimental, da videoarte e dos filmes de animação (Señedo, 2007).

A ascensão das novas tecnologias da informação e da comunicação, bem como o acesso democratizado à Internet, tiraram à televisão o lugar de media privilegiado para a transmissão de videoclips e cada vez mais músicos, bandas e editoras começaram a utilizar a Internet para difundir videoclips. Esta nova forma de visualizar os videoclips levou também a alterações ao nível da produção e da estética. Os realizadores procuram inovar e proporcionar ao espetador/utilizador novas experiências ao nível da narrativa e da visualização. É neste contexto que surgem os videoclips interativos, que usam de diferentes linguagens, ao nível da programação, como o HTML5, procurando imergir o espetador/utilizador no processo de visualização, levando-o a ser coautor do videoclip final.

Estão disponíveis na Internet um sem número de videoclips interativos que apelam à experimentação tecnológica, por parte do espetador/utilizador e, inclusivamente, plataformas que reúnem este tipo de trabalhos, como o *Chrome Experiments* (no tema *Interactive Music Video*).

Os modelos de interatividade digital identificados acima aplicam-se igualmente aos videoclips, no entanto não pretendemos, no presente artigo, investigar exaustivamente a criação de videoclips ou a história dos videoclips, um trabalho extenso e ainda por fazer, mas que extravasa os limites do nosso estudo. Assim, destacamos alguns dos videoclips disponíveis mais icónicos, tentando analisar as suas implicações na forma como os percebemos e tentando apontar caminhos de estudo nesta vasta área.

Em 2013, Bob Dylan lança *Like a Rolling Stone*⁴, um videoclip interativo, do modelo arborescente, para uma música com mais de 40 anos. Neste vídeo, o espetador/utilizador pode passar por dezasseis canais de uma programação simulada de televisão. Em qualquer canal, os personagens estão a cantar a letra desta icónica música. O vídeo foi realizado e produzido pela *Interlude*, uma empresa criada com a uma visão: *to create a new type of interactive video that enables*

⁴ <http://video.bobdylan.com/desktop.html>

*creators to express themselves in a new way*⁵. *Like a Rolling Stone* tem, na sua totalidade, uma hora e quinze minutos e conta já com milhões de visualizações.

Também em 2013 Pharrell Williams lança um videoclip interativo inovador “o primeiro videoclip com 24h da história dos videoclips”⁶, num modelo construtivo, no sítio criado para o efeito, o utilizador/espetador pode escolher a hora ou parte do dia e então é possível ver pessoas mais e menos conhecidas a dançar o *single* do artista, em diferentes espaços.

A banda Arcade Fire, como já referimos, é conhecida pelos apontamentos inovadores dos seus videoclips. Desde o seu segundo álbum, *Neon Bible*, lançado em 2007, que a banda aposta na realização de videoclips interativos.

Dois anos depois de *The Wilderness Dowton*, em 2013, a banda *Arcade Fire* lança o *single Reflektor*, do álbum homónimo. O videoclip interativo, do modelo emparelhado, pode ser visualizado na página da banda⁷. Para experimentar a interatividade deste videoclip, o utilizador/espetador precisa de combinar dois dispositivos, um computador e um *smartphone*, por exemplo, ou um computador e um *tablet*. Em qualquer um destes dispositivos, utilizador/espetador pode experimentar, ligando a câmara, visualizar o videoclip, como se estivesse a olhar um espelho e onde pode, ao mesmo tempo, alterar a imagem do vídeo, através de vários efeitos disponíveis.

A banda Moones, no mesmo ano, fez um videoclipe interativo, num modelo arborescente, da música *Better Energy*⁸, realizado para o YouTube, onde, graças à filmagem com quatro câmaras, é possível trocar o ângulo de visão, além de se poder controlar o nível de alcoolismo dos membros do grupo.

No mesmo ano, a banda holandesa Light Light, em parceria com o estúdio de design Moniker, lançou o videoclip interativo, num modelo emparelhado, do *single kilo*⁹, através do site “*Do Not Touch*”, uma página interativa e colaborativa. Ao visualizar este videoclip, a posição do rato é gravada e é através dele que é possível interagir com o vídeo, ao mesmo tempo que é possível visualizar a interação feita por outras pessoas.

⁵ <https://interlude.fm/company/aboutus>

⁶ <http://24hoursofhappy.com/>

⁷ <https://www.justareflektor.com>

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=VNRMSKSZY04>

⁹ <https://studiomoniker.com/projects/do-not-touch>

Em 2015, o Google começou a oferecer suporte para conteúdo 360° em 4K. Logo surgiram, no YouTube os primeiros vídeos neste formato. Esta tecnologia permite ver tudo o que acontece à volta do plano principal, possibilitando ao utilizador/espetador a escolha de uma entre várias perspetivas de visualização diferentes. Sem dúvida, esta é uma alteração que vai ao encontro do crescente interesse que tem surgido em volta da interatividade e da realidade virtual: procuram-se ambientes progressivamente mais imersivos que envolvam o espetador/utilizador, levando-o a fazer parte daquilo que está a ver.

Um dos primeiros exemplos de videoclips surgidos utilizando esta tecnologia 360° é o da música “Graffiti”, da cantora belga Noa Neal, onde podemos ver tudo o que acontece no ambiente de gravação, em todas as direções¹⁰. É neste contexto de plena expansão do videoclip interativo que surge videoclip interativo: *Tempo Estado* da banda Orblua.

Videoclip interativo *Tempo Estado*

Tempo Estado é uma faixa do álbum *Retratos Cinéfilos* da banda algarvia Orblua. O videoclip interativo desta música foi elaborado no âmbito da Unidade Curricular de Laboratório Audiovisual (lecionada por Bruno Silva e Miguel Gomes), do curso de mestrado de Design de Comunicação para Turismo e Cultura. A banda é constituída por três elementos: Nuno Murta, Inês Graça e Carlos Norton que tocam cerca de 20 instrumentos distintos, alguns ancestrais outros contemporâneos. O resultado é uma sonoridade que se encontra algures entre a experimentação e o folclore tradicional. A temática principal da faixa em causa é o tempo cronológico, embora haja uma clara referência relativa ao tempo meteorológico no nome da música. O conceito do videoclip inspira-se na ideia de livro-jogo que divide as páginas em tiras, proporcionando a ligação de partes de distintas imagens ou textos. Neste sentido, a ideia-motor foi dividir a imagem em três, possibilitando a mistura de imagens (em movimento) dos três elementos da banda. Os alunos da UC referida, aplicaram este conceito a diversas situações do quotidiano, vividas pelos músicos, na intenção de sublinhar a passagem do tempo. Esta passagem é, ainda, reforçada pelo surgimento pontual da versão mais velha do músico Carlos Norton e da versão

¹⁰ <http://canaltech.com.br/noticia/videos/youtube-divulga-primeiro-videoclipe-interativo-em-360-graus-37909/>

mais jovem da cantora Inês Graça. Assim, o espectador/utilizador pode encontrar simultaneamente o passado, o presente e o futuro da banda Orblua. Para possibilitar o visionamento simultâneo das diferentes imagens em tiras foi necessário desenvolver uma aplicação específica que manuseia nove vídeos em simultâneo. Os vídeos base são apenas três, um por cada membro da banda, no entanto, cada um deles está multiplicado por três, para que o espectador/utilizador possa escolher, através de setas laterais, qualquer um dos músicos em qualquer das tiras. O resultado final (quando selecionados os três diferentes vídeos em simultâneo) assemelha-se a um *Frankenstein* constituído por partes dos elementos da banda.



Figura 3: fotograma do videoclip interativo *Tempo Estado* (2015)

Conclusão

A história recente, nomeadamente este breve percurso que fizemos pela interatividade na área cinema e dos videoclips, mostra-nos que por meio dos meios de comunicação é possível interromper a inclinação macro-cultural para receção passiva por parte do espectador, permitindo e incentivando o potencial inerente para a interação e comunicação. É possível experimentar, envolver e imergir o espectador na obra criativa e no processo criativo. É possível, a cada visualização da obra criada, obter um novo conteúdo, individual, baseado em escolhas de visualização tomadas pelo utilizador/espetador.

O acesso à Internet, cada vez mais generalizado, trouxe alterações profundas ao cinema, à música à literatura, à arte. Trouxe novos conceitos e reinventou outros. O cinema digital, a literatura digital, a música digital, a

interatividade digital. Mudou profundamente a forma como o espectador se relaciona com a proposta artística, trouxe novas estratégias narrativas, esbateu fronteiras, entre autor e público, entre a obra artística e o utilizador/espetador, entre arte e tecnologia.

A Internet pode representar um desafio maior para o artista do que qualquer um dos meios de comunicação eletrônicos anterior. Um pouco como o desafio que a fotografia trouxe à pintura, no início do século XX. A Internet representa não apenas uma nova forma de produção (como pudemos ver através dos exemplos de cinema e videoclips interativos apresentados ao longo deste estudo), mas também um novo método de distribuição, muito mais rápido do que qualquer outro até agora, e passível de ser feito por qualquer um.

Referências

Castells, M. (2004). *A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

GOODWIN, A. (1992). *Dancing in the Distraction Factory – Music Television and Popular Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press

MILLER, C. (2004). *Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment*. Oxford: Focal Press.

JENKINS, H. (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo : Aleph.

JENSEN, J. (1999). Interactivity. "Tracking a new concept in media and communication studies" In: *Computer, Media and Communication*. P. Mayer (Org.). Oxford: Oxford University Press.

LUNENFELD, P. (2005). "Os mitos do cinema interativo". In *O chip e o caleidoscópio: Reflexões sobre as novas mídias*. Lúcia Leão (org). Editora Senac: São Paulo.

MANOVICH, L. (2011). *The language of new media*. Massachusetts: The MIT Press.

MANOVICH, L. (2013). *Software takes command*. New York: Bloomsbury.

MCMILLAN, S. J., DOWNES, E. J. (2000). "Defining Interactivity: A Qualitative Identification of Key Dimensions". *New Media and Society*, nº 2.

MCMILLAN, S.J. (2002). "A Four-Part Model of Cyber-Interactivity: Some Cyber-Places are More Interactive Than Others". *New Media and Society*, nº 4.

MURRAY, J. (1997). *Hamlet on the Holodeck: the future of narrative in cyberspace*. New York: Free Press.

SILVA, B., COSTA, S. (2015). “Personagens que saem e que entram no ecrã: interatividade e cinema” In *Arte, Tecnologia e Poéticas Contemporâneas*. Silva, B. e Sales, A. (orgs.). Fortaleza: Editora da Universidade Estadual do Ceará.

Silva, Bruno M.; Tavares, M.; Reia-Baptista, V. Costa, S. (2016). “Considerando o tempo (e o cinema [interativo]) – segunda parte”, in Carrega, J.; Fachine, I. (Cord.) - *Perspectivas luso-brasileiras em Artes e Comunicação*, Universidade de Paraíba.

SEÑEDO, A. M. (2007). “Narración y descripción en el videoclip musical”, *Revista Eletrônica Razón y Palabra*, (56), disponível em [http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/ asedeno.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/asedeno.html), consultado em 06/05/2016

WILLIAMS, R. (2004). *Television: Technology and cultural form*. Londres: Taylor & Francis e-Library.