

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN

ELISA MARIA RODRIGUES BARBOZA

**MÚSICA, AUDIOVISUAL E INTERATIVIDADE:**  
**Um estudo sobre videoclipe interativo a partir da banda Arcade Fire**

Juiz de Fora

2015

ELISA MARIA RODRIGUES BARBOZA

**MÚSICA, AUDIOVISUAL E INTERATIVIDADE:  
Um estudo sobre videoclipe interativo a partir da banda Arcade Fire**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens da Universidade Federal de Juiz de Fora para obtenção do título de Mestre.

Linha de pesquisa: Cinema e audiovisual

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Puccini

Juiz de Fora

2015

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

BARBOZA, ELISA MARIA RODRIGUES.

MÚSICA, AUDIOVISUAL E INTERATIVIDADE: : Um estudo sobre videoclipe interativo a partir da banda Arcade Fire / ELISA MARIA RODRIGUES BARBOZA. -- 2015.

118 f. : il.

Orientador: Sérgio Puccini

Coorientador: Raquel Rennó

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design. Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, 2015.

1. videoclipe. 2. interatividade. 3. narrativas digitais. 4. arcade fire. I. Puccini, Sérgio, orient. II. Rennó, Raquel, coorient. III. Título.

Nome: Elisa Maria Rodrigues Barboza

Título: Música, audiovisual e interatividade: um estudo sobre videoclipe interativo a partir da banda Arcade Fire

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens da Universidade Federal de Juiz de Fora para obtenção do título de Mestre. Linha de Pesquisa: Cinema e Audiovisual.

Aprovada em:

Banca Examinadora:

---

Professor Doutor Sérgio José Puccini Soares (Orientador)  
Universidade Federal de Juiz de Fora

---

Professora Doutora Raquel Rennó Nunes  
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

---

Professor Doutor Sérgio Nesteriuk Gallo  
Universidade Anhembi Morumbi

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, Elza Branquinho, e ao meu pai, Daniel Silva, por acreditarem tanto em mim e me apoiarem nas minhas escolhas.

Aos meus irmãos, Daniano Barboza e Laís Barboza.

Ao meu namorado, Gabriel Martins, meu presente de saturno.

A todos meus amigos, especialmente ao Filipe, ao Mateus e ao Marcelo.

Ao meu orientador, Sérgio Puccini, à minha co-orientadora, Raquel Rennó, e ao professor convidado para a qualificação e para a banca final, Sérgio Nesteriuk, obrigada por acreditarem na minha pesquisa.

Ao professor Pau Waelder Laso, por sua orientação e ajuda à distância.

Ao Eduardo Jesus, que foi quem começou comigo e com meus amigos, ainda no trabalho de conclusão de curso, na PUC MG, essa investigação sobre videoclipes interativos.

Aos meus amigos de trabalho de conclusão de curso, Alfredo Guerra, Ana Cláudia, Bárbara Pamplona e Franciele Soares, que me inspiraram na graduação e que, certamente, influenciaram a minha escrita até aqui.

À cidade de Juiz de Fora, que me recebeu tão bem e onde conheci tantas pessoas tão preciosas... entre elas Camila Neves, Blenda Viana, Rodrigo Souza, Elis Candian, Tálisson Melo, Ronan Rangel, Henrique Hopke, Taís Marcato...

Ao Instituto de Artes e Design da UFJF e, especialmente, ao professor Luis Alberto (com quem tive aulas tão incríveis sobre cinema brasileiro).

Aos professores Cacá Falci, André Brasil e Carlos Magno por me aceitarem para suas surpreendentes disciplinas na UFMG, já na prorrogação do segundo tempo.

Ao Vincent Morisset, por abrir as portas do Studio Aatoaa e me conceder uma entrevista tão enriquecedora.

À OiKabum! Belo Horizonte, por ter me permitido ter as minhas primeiras experiências (em níveis de discussão já tão avançados!) na área da educação.

Enfim, muito obrigada a todos que estiveram do meu lado nessa empreitada.

Era uma vez, na China, uma senhora belíssima que fazia enlouquecer de amor todos os homens da cidade; uma vez caiu nas profundezas de um lago e assustou os peixes.

**John Cage**

## RESUMO

Inicialmente tido como um produto audiovisual principalmente televisivo, o videoclipe, nos últimos anos, tem se expandido e ganhado força no ambiente virtual. Abarcando as transformações tecnológicas, principalmente no âmbito da interatividade na *web*, culmina com a aparição dos videoclipes interativos. Que, por sua vez, combinam aspectos de diversos meios, como, por exemplo, da televisão, do cinema e da arte digital, para criar narrativas nas quais os espectadores podem modificar os resultados através da sua intervenção em um meio digital.

Uma das bandas que se destaca nessa vertente é o Arcade Fire, que teve, ao longo de seu trajeto, quatro projetos audiovisuais interativos realizados por dois diretores, Vincent Morisset e Chris Milk e, em alguns casos, em parceria com a Google. Os videoclipes em questão são: *Neon Bible* (Vincent Morisset, 2007), *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (Vincent Morisset, 2010), *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010) e *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013).

Através da investigação do que é o videoclipe (inicialmente em seu formato não interativo), do ambiente no qual florescem as experiências interativas desse formato, da sua conexão com as narrativas digitais, bem como do aprofundamento acerca dos elementos envolvidos na produção dos clipes interativos feitos para o Arcade Fire, será produzida uma análise sobre os trabalhos realizados para a banda.

Palavras-chave: Videoclipe, interatividade, Arcade Fire

## ABSTRACT

Initially had as an audiovisual product turned primarily to the television, the music video, in recent years, has expanded and gained strength in the virtual environment. Embracing the technological changes, particularly in the context of interactivity on the web, it culminates with the appearance of the interactive video clips. Those, in turn, combine aspects of various media such as television, film and digital art to create narratives in which the viewers can modify the results through their intervention in a digital environment.

One of the bands that stands out in this aspect is Arcade Fire, who had, along its path, four interactive audiovisual projects carried out by two directors, Vincent Morisset and Chris Milk and, in some cases, in partnership with Google. Their music videos are: Neon Bible (Vincent Morisset, 2007), Sprawl II (Mountains beyond mountains) (Vincent Morisset, 2010), The Wilderness Downtown (Chris Milk, 2010) and Just a Reflektor (Vincent Morisset, 2013).

We propose an analysis of the interactive music videos produced for Arcade Fire, through the investigation of the music video (initially in its non-interactive format), the environment in which the experience of this interactive format flourished, its connection with the digital narratives, as well as a focus on the elements involved in the production of the band's interactive videos.

Keywords: Music video, interactivity, Arcade Fire

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2 VIDEOCLÍPE INTERATIVO E SUAS RELAÇÕES COM AS NARRATIVAS DIGITAIS.....</b>	<b>13</b>
2.1 DEFINIÇÃO DO VIDEOCLÍPE .....	14
2.1.1 Entre o artístico e o comercial .....	17
2.1.2 Questões sobre uma linguagem múltipla.....	19
2.2 INTERATIVIDADE & VIDEOCLÍPE.....	21
2.3 VIDEOCLÍPE & NARRATIVAS DIGITAIS .....	24
2.3.1 A banda Arcade Fire e sua trajetória na produção da videoclipes interativos.....	31
<b>3 REALIZADORES E CONEXÕES .....</b>	<b>38</b>
3.1 <i>GOOGLE CREATIVE LAB</i> E <i>ARCADE FIRE</i> : ENTRE A SINCRONIA E A COMPREENSÃO DE DOIS TEMPOS .....	40
3.2 AARON KOBLIN.....	45
3.3 CHRIS MILK .....	49
3.4 AARON KOBLIN & CHRIS MILK: APROXIMAÇÕES ENTRE ARTE DIGITAL E VIDEOCLÍPE INTERATIVO .....	57
3.5 VINCENT MORISSET .....	61
3.6 AUTORES E AUTORIA .....	65
<b>4 APROFUNDANDO AS RELAÇÕES DO VIDEOCLÍPE INTERATIVO E O ARCADE FIRE: UMA ANÁLISE DOS CLIPES INTERATIVOS DA BANDA .....</b>	<b>68</b>
4.1 <i>NEON BIBLE</i> (VINCENT MORISSET, 2007).....	69
4.2 <i>SPRAWL II (MOUNTAINS BEYOND MOUNTAINS)</i> (VINCENT MORISSET, 2010) ....	74
4.3 <i>THE WILDERNESS DOWNTOWN</i> (CHRIS MILK, 2010) .....	80
4.4 <i>JUST A REFLEKTOR</i> (VINCENT MORISSET, 2013).....	87
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>96</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>102</b>
<b>ANEXO: ENTREVISTA COM O DIRETOR VINCENT MORISSET .....</b>	<b>109</b>

## 1 INTRODUÇÃO

*Gesamtkunstwerk*, em alemão, ou “obra de arte completa” em português. Termo que vem do romantismo alemão do século XIX e geralmente é associado ao compositor Richard Wagner. Em seu contexto originário, o termo se referia principalmente às óperas, por conjugarem em um único espetáculo teatro, música, artes plásticas, literatura, dança e canto. Ao longo de quase duzentos anos após a introdução do termo para se referir à ópera, temos uma transformação profunda e significativa em todos os níveis sociais, culturais, técnicos, tecnológicos e econômicos da sociedade – de uma sociedade sobretudo rural para uma sociedade principalmente cosmopolita, da pintura à fotografia digital, dos instrumentos acústicos à captação e distorção eletroacústica, entre tantas outras transformações que foram incorporadas às formas já existentes ou criaram novas formas. No passar desse tempo, a ópera e a cultura erudita perdem espaço para as multidões (e também para os nichos) da música popular, mas nem por isso o espetáculo deixa de lado sua sofisticação e requinte. As mudanças passam desde o hábito de assistir a um show de música, bem como a configuração do próprio evento se difere de outrora, além das suas formas de divulgação e as operações por trás do espetáculo também se distinguem expressivamente dos tempos passados. Não apenas a experiência por si só, mas também as repercussões são agraciadas pelo desenvolvimento tecnológico. Se, por um lado, a ópera trata-se de um espetáculo que exige a presença física do sujeito no lugar de sua apresentação, por outro lado, nos dias de hoje, é possível assistir pela TV ou pela internet uma quantidade expressiva de peças musicais feitas no mesmo formato daquela época, ou ainda de peças contemporâneas, que jogam com o mesmo esforço de associar as mais diversas formas artísticas. Para além da documentação de um espetáculo, outras formas artísticas também surgem com o mesmo propósito, como é o caso dos filmes musicais possibilitados pelo início do cinema sonoro na década de 20 e, por que não, o clipe musical tal como propagado pela MTV norte-americana a partir da década de 80?

Curiosamente, um dos dois ensaios em que o compositor alemão discute a ideia da “obra de arte completa” é intitulado “A obra de arte do futuro” (Richard Wagner, 2003)<sup>1</sup>, o que é bastante irônico se consideramos os tempos atuais e o que o “futuro” se tornou e vem se tornando. Embora, se por um lado a *Gesamtkunstwerk* de Richard Wagner falava da aproximação

---

<sup>1</sup> O segundo ensaio é o “A arte e a revolução” (Richard Wagner, 1999).

de formas artísticas de sua época - o teatro, a música, a dança, canto, literatura e as artes plásticas; o videoclipe, por outro lado, pode ser visto como um apanhado dessas formas atualizadas para o tempo presente e que conta, ainda, com a adição de novos artifícios possibilitados pelo desenvolvimento tecnológico (seja pela fotografia, TV, internet, computação gráfica, celulares e tudo o que surge em decorrência e é possibilitado por essas tecnologias).

Apesar de associar inúmeras formas de expressão, destaquei três itens capazes de dizer pelo todo e que servirão como balizadores para as discussões presentes neste trabalho: a música, o audiovisual e a interatividade. De um modo geral, temos, a partir da combinação desses três elementos entre si, diversas manifestações artísticas. Como, por exemplo, entre música e audiovisual, podemos citar os musicais, o videoclipe, algumas ações de videoarte ou da videoperformance; enquanto pelo encontro entre audiovisual e interatividade temos como exemplo instalações tal como as instalações interativas de Luc Courchesne, entre elas, *Portrait of Claude Jutra* (1991), *Where are you?* (2005) e *You are here* (2010) ou o aplicativo *Biophilia* da cantora Björk feito especialmente para o álbum homônimo, que cria diferentes interfaces gráficas para cada faixa do álbum e permite que elas sejam manipuladas pelo toque; e, por fim, entre interatividade e música, trabalhos como o aplicativo *N* do músico argentino Jorge Drexler que permite ao usuário compor a música instantaneamente a partir de determinadas escolhas feitas na interface; ou o aplicativo *NodeBeat*, desenvolvido pela InfinityBlue, que tem como objetivo a composição de músicas através do toque na tela, por meio da conexão ou desconexão de diferentes “nódulos” que produzem sons específicos (e que se baseiam na tecnologia de mesas sensíveis e que produzem o mesmo efeito, mas em maior escala); e ainda *softwares* (como o FaceOSC) que permitem a manipulação ou composição de músicas através de movimentos faciais captados por uma *webcam*. Esses seriam apenas alguns exemplos da amplitude que tais elementos podem ter se combinados separadamente. De modo específico, me interessa observá-los dentro da indústria fonográfica, pensando na sinergia em que a interseção entre todos eles representa para a formação do que tratarei como “videoclipe interativo” - que agrupa todas essas formas, tal como a ópera, segundo Richard Wagner consegue fazer, jogando com as expressões artísticas que lhe concernem.

Dentro desse viés, uma banda que tem se destacado pela produção de videoclipes interativos é a canadense Arcade Fire. Fundada em 2003 na cidade de Montreal, com um estilo peculiar entre *indie* e rock alternativo, já produziu quatro clipes feitos especialmente para serem

assistidos (e manipulados) pela internet. São eles: *Neon Bible* (Vincent Morisset, 2007), *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (Vincent Morisset, 2010), *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010) e *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013). A escolha da banda se deu principalmente por ser uma das poucas que apostou na versão interativa do clipe musical dentro de uma sequência e não apenas como uma ação isolada. Exceto pela sequência de clipes interativos apresentada pelo Arcade Fire, a única possível alternativa no horizonte seria a banda japonesa Androp, com os clipes das músicas *Bell* (2011) e *Bright Siren* (2011), dirigidos por Masashi Kawamura (que, entre outros clipes, é responsável pelo, também interativo, *Mirror* [2010], da banda Sour), ambas as canções do álbum *relight* (2011). Entretanto, é a partir da Arcade Fire que se desenha um cenário de colaboração entre a banda, o diretor de projetos audiovisuais e interativos Vincent Morisset, o diretor Chris Milk e o artista das novas mídias Aaron Koblin. A iniciativa da produção desse formato interativo parte da agência criativa Aatoa (de Vincent Morisset) que é a responsável pelos dois primeiros clipes *Neon Bible* (Vincent Morisset, 2007) e *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (Vincent Morisset, 2010); e posteriormente, em *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010) e, na sequência, *Reflektor* (Vincent Morisset, 2013), com o incentivo do *Google Creative Lab*. Investigar o modo como se dão os laços entre as partes envolvidas é importante para entender o contexto, as referências e interesses implícitos na produção do videoclipe interativo.

Apesar de grande parte da produção acadêmica que se dedica à pesquisa do videoclipe se basear principalmente nos estudos da comunicação, pretendo me aprofundar no meu objeto, criando uma aproximação maior entre o campo artístico e a narrativa cinematográfica, colocando-os em relação a arte produzida para as novas mídias. A disposição da minha investigação está dividida em quatro capítulos, conclusão e a transcrição de uma entrevista com o diretor Vincent Morisset. O segundo capítulo tem como objetivo criar uma base teórica para introduzir o que é o videoclipe interativo e posteriormente relacioná-lo à trajetória do Arcade Fire. Inicialmente, a definição do que é o videoclipe interativo é feita a partir de um panorama histórico do formato partindo de sua – não tão determinada - origem até a versão interativa. Em seguida, uma discussão sobre a interatividade como um novo modo de contar histórias dentro de uma lógica que joga principalmente com a não linearidade, característica intrínseca do ambiente virtual. Por fim, uma apresentação e discussão sobre a banda Arcade Fire, pensando especialmente no modo como ela assimilou a produção interativa do clipe musical em sua carreira.

O terceiro capítulo visa aprofundar no modo como a empresa *Google* se utiliza do *Google Creative Lab* para possibilitar produções experimentais com um viés artístico (tal como os clipes apoiados pela empresa) criando visibilidade para seus produtos e servindo como mostruário para lançamento de novas tecnologias, uma vez que, curiosamente, esse laboratório criativo se posiciona entre uma agência de publicidade e um espaço de experimentação tecnológica ao mesmo tempo. Finalmente, investigar a relação entre Aaron Koblin, Vincent Morisset e Chris Milk, para entender como esses personagens, com seus perfis pautados em diferentes áreas, se entrelaçam para a criação de um novo formato.

No quarto capítulo, o intuito é criar uma análise dos clipes interativos produzidos pelo Arcade Fire utilizando as discussões desenvolvidas nos capítulos anteriores. Levando em conta, portanto, as discussões sobre o que a interatividade representa para o formato, a aproximação com as formas artísticas nos ambientes programáveis, bem como o imbricamento entre cinema, arte digital, música, vídeo e todos os aspectos que se juntam para constituir essa forma contemporânea de “obra de arte completa”.

Apesar das transformações que aconteceram desde a “obra de arte completa” de Richard Wagner, os interesses ainda se convergem para pensar em uma forma artística e/ou comercial que integre as possibilidades de seu tempo. No caso do videoclipe interativo, o resultado é uma aproximação de áreas, por vezes tão distantes (como, por exemplo, o cinema e o vídeo), por meio do que o computador permitiu através da programação digital. Uma tendência que afeta, para além da produção de clipes, uma extensa área de multimeios, que por sua vez, não deixa de resvalar no cinema, na TV, no campo artístico, na indústria fonográfica, etc. Para além de influenciar um campo ou outro das imagens em movimento, o desenvolvimento técnico e tecnológico vem transformando a sociedade de modo profundo no que concerne, desde o comportamento, a filosofia, até o modo como lidamos com as imagens (não apenas as imagens em movimento).

## 2 VIDEOCLÍPE INTERATIVO E SUAS RELAÇÕES COM AS NARRATIVAS DIGITAIS

*MTV, what have you done to me?  
Save my soul, set me free!  
Set me free!  
What have you done to me?  
I can't breathe! I can't see!  
Windowsill – Arcade Fire*

O videoclipe além de ser, por natureza, um formato comercial que dialoga desde o seu princípio incerto com a estratégia de comunicação de bandas e cantores, sobretudo, é um formato de ampla abertura e experimentação. E, por isso, talvez, seja o produto audiovisual que mais está na borda entre o artístico e o comercial e que sabe lidar com uma aproximação entre essas formas. Apesar da existência de uma enorme camada produtiva que replica as formas consagradas de sucesso (por exemplo, clipes em que a banda ou artista canta a canção ao longo do vídeo, ou narrativas que apresentam de modo literal a letra das músicas), por outro lado, algumas bandas ou cantores buscam no videoclipe uma forma de produzir diálogo com as novas formas artísticas e/ou com as novas mídias. Para Turim (2007) “como uma alternativa para servir como um nicho de mercado dentro de uma rede conglomerada de mídia cultural de massa, os interessados nos parâmetros mais experimentais, tanto de expressão musical como imagética, se voltam para a Internet.” (Beebe; Middleton ed., 2007, p. 88, tradução da autora<sup>2</sup>). E isso explica, de alguma forma, a relação do Arcade Fire com a produção voltada para a internet. Já que a banda procura se posicionar dentro de um nicho (entre *rock* alternativo e *indie*) e não propriamente como uma banda do cenário *pop*.

Para além disso, nesse contexto, outro tema importante desenvolvido ao longo do capítulo é a narrativa dentro das novas mídias. Para Manovich (2001, p. 227, tradução da autora<sup>3</sup>), uma narrativa interativa “(que também pode ser chamada de hipernarrativa, em analogia ao hipertexto)

---

<sup>2</sup> Tradução livre de: As an alternative to serving as a niche market within a mass cultural media conglomerate network, those interested in the more experimental parameters of both musical and imagistic expression find themselves turning to the Internet.

<sup>3</sup> Tradução livre de “(which can be also called a hypernarrative in an analogy with hypertext) can then be understood as the sum of multiple trajectories through a database.”

pode ser entendida como a soma de múltiplas trajetórias através de um banco de dados”. Mais a frente em seu texto, o autor critica o uso do termo narrativa quando usada como sendo qualquer trabalho feito para novas mídias e que se utiliza de banco de dados, uma vez que informações arbitrárias obtidas desse aglomerado não resultaria em uma série de eventos conectados. Gosciola (2003, p. 116), por sua vez, fazendo uma relação com a narrativa cinematográfica, retoma Sergei Eisenstein para demonstrar como o cineasta “utilizou a narrativa descontínua para despertar no espectador o senso crítico à realidade”. Para ele

a narrativa por desconstrução era um recurso para encontrar as maneiras mais expressivas do meio cinematográfico, explorando todos os recursos já conhecidos somados à descontinuidade promovida pela inserção de eventos, de planos e de sonoridades que quebravam a sequência lógica e cronológica da história. (GOSCIOLA, 2003, p.116)

Através dos dois autores citados anteriormente, podemos extrair duas concepções que são importantes para pensar o videoclipe interativo: uma delas é a ideia de múltiplas trajetórias e outra é a de descontinuidade - ambas estão presentes no formato e serão desenvolvidas mais profundamente ao longo dos subcapítulos apresentados a seguir.

Para além disso, um outro fato que torna possível as relações propostas ao longo desse capítulo é a relativa novidade viabilizada pela produção majoritariamente digital que se tem nos tempos atuais. Uma vez que ela converge múltiplas mídias em um único espaço, no caso, um computador (por vezes necessariamente conectado à internet), fazendo com que elas apresentem fronteiras cada vez mais tênues - pensando na estética, no seu modo de produção, no seu aparato de gravação, reprodução e assim por diante. Como, por exemplo, o vídeo e o cinema, campos que outrora divergiam tanto, mas que na configuração atual, estão cada vez mais contaminados e associados em um único produto. Portanto, isso proporciona uma maior facilidade de deslocamento no debate dessas áreas, pensando-as dentro do espaço computadorizado.

## 2.1 DEFINIÇÃO DO VIDEOCLIFE

Para definir o termo “videoclipe interativo”, se faz necessário, antes de mais nada, entender a origem e a linguagem do videoclipe tal como conhecido na sua versão anterior à sua

inserção na internet. Para Soares (2012, p. 23) “a princípio, o clipe foi chamado simplesmente de número musical. Depois, receberia o nome de promo, numa alusão direta à palavra ‘promocional’. Só a partir dos anos 80, chegaria finalmente o termo videoclipe”. O autor inclui que a própria nomenclatura desse formato já diz bastante acerca de suas características. Para ele, o conceito de clipe, que significa “recorte” (para os veículos midiáticos), além de pinça ou grampo, se relaciona com o modo como é feita a sua montagem rápida e sua estrutura enxuta. Não obstante, essas qualidades do clipe musical enfocam ainda o seu caráter comercial, de modo que as imagens e sua conjugação com as músicas devem funcionar como uma extensão da presença da banda ou dos cantores com a finalidade de promover a sua divulgação. Características sempre recorrentes usadas para definir o videoclipe são cortes rápidos (muitas vezes no mesmo ritmo da música), a descontinuidade, a presença da banda ou do cantor performando, fragmentação, uso recorrente de efeitos na edição, entre outras. Entretanto, devido à falta de especificidade na sua linguagem (aspecto que será aprofundado posteriormente), pode-se perceber a impossibilidade de alcançar um consenso que defina a produção de videoclipes como um todo. Em suma, todas as definições desse formato se baseiam em tendências gerais assumidas pelo clipe desde suas primeiras versões.

Um primeiro ponto acerca do mesmo é quanto à sua origem. O desejo de associar imagem e música vem desde antes da consolidação do formato tradicional do clipe tal como propagado principalmente pela MTV norte-americana a partir da década de 80 (e pela MTV brasileira na década de 90 e adiante). Passando desde o *Color Organ*, desenvolvido por Luis Bertran Castel, na França, no ano de 1734, que ao soar a nota, também emitia luzes coloridas (com base na teoria das cores desenvolvida por Newton), e outras versões posteriores; até os artistas plásticos do início do século XX, tais como Morgan Russell, Macdonald-Wright e Wassily Kandinsky que procuravam, através de suas pinturas, representar o ritmo e o movimento através dos espaços e cores em suas telas. Estes também demonstram o desejo de associar a imagem ao som. Enquanto, no campo da imagem em movimento, na década de 20, a partir de algumas técnicas de pintura em película alguns artistas, entre eles Hans Richter (*Rhythmus 21*, 1921), Viking Eggeling (*Symphonie Diagonal*, 1924) e Walter Ruttmann (*Lichtspiel: Opus I*, 1921), produziram filmes silenciosos que pretendiam dar a impressão da existência de uma música através dos movimentos e das formas. E talvez seja devido à essa recorrente construção de uma relação visual com

música, que o videoclipe, tal como difundido principalmente pela MTV (inicialmente), tenha tido uma origem tão incerta.

Segundo Shore (1985), um programa que traça a história dos vídeos promocionais uma vez citou um curta-metragem feito em 1934 como o antecedente dessa forma. Jornalistas escreveram sobre o assunto mencionando rotineiramente videoclipes promocionais de jazz feitos na década de 1940, por vezes referidos pelo nome da marca dos *Soundies*, e a *Jukebox Scopitone* desenvolvida na França na década de 1960. Outras fontes citadas são de vários filmes da década de 1950 sobre cultura jovem, *rock and roll* que contêm sequências não distintas das de hoje. Na televisão, na década de 1960, houve a série na TV *The Monkees*, e outros pop televisuais, como *The Archies* e *The Partridge Family* são sempre mencionados. Os Beatles são sempre introduzidos no debate, assim como alguns críticos citam o filme inicial dos Beatles (*A Hard day's night, Help!*), e mais tarde os videoclipes promocionais ("*Penny Lane*", "*Strawberry Fields Forever*") e o especial para a TV "*Magical Mystery Tour*". Mas, o mais popular para o título de "primeiro" videoclipe é o de seis minutos de Jon Roseman/Bruce Gowers para o hit número um "*Bohemian Rhapsody*", feito em 1975. (GOODWIN, 1992, p.29, tradução da autora<sup>4</sup>)

Como observado na citação de Goodwin, embora haja algumas especulações sobre seu início, não é possível afirmar categoricamente qual é a origem exata do videoclipe na história do audiovisual. Indícios dessa origem remetem à década de 20 com as vanguardas históricas e suas insinuações da relação entre som e imagem, como o filme *O cantor de Jazz* (Alan Crosland, 1927), o primeiro com áudio gravado e sincronizado, ou seja, um musical para inaugurar o cinema sonoro. Ainda entre as década de 20 e 30 podem ser citados os "números filmados" de nomes do *jazz*, tais como Duke Ellington e Woody Herman. E foi a partir de 1949 que a música ganharia mais força na TV, através do programa *Paul Whiteman's Teen Club*, no canal da norte-americana ABC. Enquanto no cinema, pode-se também buscar essa origem na década de 50, com o fenômeno Elvis Presley e seu primeiro filme, *Love me tender* (Clint Reno, 1956). Presley atuou em uma lista extensa de filmes que abriu "novas frentes de divulgação musical, principalmente com a atuação do cantor no cinema, em filmes cuja narrativa - com raras exceções - incluía números musicais." (Janotti *et al*, 2011, p.37). Por outro lado, na década de 40 a Disney lançou o

---

<sup>2</sup> Tradução livre de: Following Shore (1985), a BBC-TV program tracing the history of promotional videos once cited a short film made in 1934 as an antecedent of the form. Journalists writing about the subject routinely mention the promotional jazz film clips made in 1940s, sometimes referred by their brand name of Soundies, and the Scopitone jukebox developed in France in the 1960s. other sources cited ate the various 1950s movies about youth culture and rock and roll that contain sequences not unlike today's promos. On television, in the 1960s, there was The Monkees TV series, and other televisual pop, such as The Archies and The Partridge Family is often mentioned. The Beatles are often introduced into the debate as critics cite the early Beatles films (*A Hard Day's Night, Help!*), later promotional film clips ("*Penny Lane*", "*Strawberry Fields Forever*"), and the *Magical Mystery TV* special. But the most popular candidate for the title of "first" music is the Jon Roseman/Bruce Gowers six-minuties clip for Queen's number-one hit record "*Bohemian Rhapsody*", made in 1975.

filme *Fantasia* (Ferguson, 1940), que apresenta uma forte relação sinestésica entre animação e trilha. Em uma outra vertente, com produções musicais voltadas inicialmente para o teatro, a Broadway também alcançou as telas de cinema com seus musicais que foram vistos ao redor do mundo, como *A noviça rebelde* (Robert Wise, 1965) e *Cantando na chuva* (Stalen Doney, 1952), que se tornou referência central do gênero.

### 2.1.1 Entre o artístico e o comercial

Retomando a citação de Goodwin, outro fenômeno pioneiro nos musicais voltados para o rock e o público jovem foram os *Beatles* que, inspirados no sucesso dos filmes de Elvis, lançaram *A hard day's night* (Richard Lester, 1964), filme que mescla música e documentário e que também se tornou uma referência importante para a origem do videoclipe tal como é conhecido. Além da música em si, esses filmes musicais, tanto no caso de Elvis quanto no dos *Beatles*, apresentavam um caráter comercial, já que ampliavam a cobertura e visibilidade dos artistas pelo seu público; uma forma de saciar os fãs que não poderiam acompanhar a banda pessoalmente. Reforçando esse caráter comercial, Janotti Jr *et al* (2011), citando Frith, mostra que a gravadora de Elvis, a RCA, intencionalmente, cria a imagem de um ídolo romântico, de bom coração, que não fosse agressivo, justamente para contrapor a tendência de bandas com um perfil anárquico na época. O fato dos *Beatles*, tanto em *A hard day's night* (Richard Lester, 1964) como em *Help* (1965) contratarem Richard Lester, um realizador de comerciais de televisão para viabilizar o filme, dando um aspecto diferente ao material final, também demonstra a preocupação da banda em realizar um trabalho que pudesse ser uma forma de divulgação comercial da banda.

Por outro lado e em outra direção, Nam June Paik, integrante do grupo *Fluxus*, inspirado pelo filme *A hard day's night*, criou, dois anos depois, o vídeo *Beatles Eletroniques* (1966). Certamente, o desejo de Paik era comentar e estabelecer relações críticas com o universo da cultura midiaticizada da época. Através de sintetizadores de vídeo, Paik distorceu eletronicamente e manipulou de forma radical o som e a imagem do documentário musical da banda ícone do *pop*. O uso dessa referência por Paik demonstra a importância do filme não apenas para o desenvolvimento do videoclipe até chegar ao formato em que se encontra atualmente, mas

também pelos inúmeros desdobramentos no campo do audiovisual e nas imagens da cultura *pop*. De um modo geral, a produção de Paik e do *Fluxus* tinha como norte o desenvolvimento de uma arte mais ligada aos circuitos de comunicação que emergiam naquele momento com muita intensidade. Não apenas o *Fluxus* refletiu e ainda reflete no que é o videoclipe hoje, como a videoarte, de modo geral, foi de grande importância para um processo de construção do formato, principalmente no que diz respeito às possibilidades que ela criou no ambiente da imagem em movimento. Para Machado (2000),

(...) o videoclipe aparece como um dos raros espaços decididamente abertos a mentalidades inventivas, capaz ainda de dar continuidade ou novas consequências a atitudes experimentais inauguradas com o cinema de vanguarda dos anos 20, o cinema experimental dos anos 50-60 e a videoarte dos anos 60-70. (MACHADO, 2000, p. 173)

Especificamente quanto à influência da videoarte sobre o videoclipe, tem-se como herança, principalmente, a manipulação da imagem eletrônica e as possibilidades de criação de uma estética que ainda não aparecia de forma dominante no cinema, além da libertação dos cânones do cinema clássico. Indubitavelmente, esse contexto histórico dos anos 50 e 60 do século passado cria também um ambiente fértil que contribui nas origens do videoclipe.

No catálogo da mostra “This is not a love song: cruce de caminos entre videocreación y música pop”, que ocorreu em Barcelona, Cuevas (2013) relata um momento que também demonstra essa confluência entre os meios artísticos e comerciais no campo da música:

Ao longo de sua carreira como banda, os Beatles desenvolveram fortes associações com artistas visuais tanto socialmente como através de seus trabalhos. Mas apesar do tema, quem introduziu a fundo a banda aos círculos vanguardistas de Londres não foi Lennon, mas sim McCartney. Seu amigo, o negociante de arte e galerista Robert Fraser, lhe apresentou aos artistas Peter Blake e Richard Hamilton, que mais adiante criaram as capas dos discos *Sgt. Pepper's Lonely Heart Club Band* (1967) e *The White Album* (1968), respectivamente. Nesse momento se considerava uma grande novidade que um artista reconhecido como Peter Blake trabalhasse para um grupo *pop* de primeira linha. (CUEVAS, 2013, p. 49, tradução da autora<sup>5</sup>)

---

<sup>5</sup> Tradução livre de: A lo largo de su carrera como grupo, los Beatles desarrollaron fuertes asociaciones con las artes visuales tanto socialmente como a través de su trabajo. Pero a pesar del tópico, quien introdujo a fondo el grupo en los círculos vanguardistas de Londres no fue Lennon sino McCartney. Su amigo, el marchante de arte y galerista Robert Fraser, le presentó a los artistas Peter Blake y Richard Hamilton, que más adelante crearon las fundas de los discos del *Sergeant Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967) y el *White Album* (1968), respectivamente. En su momento se consideró toda una novedad que un artista reconocido como Peter Blake trabajara para un grupo pop de primera línea.

De modo que é inegável a existência de um fluxo entre os movimentos artísticos e comerciais que atravessam o universo do videoclipe desde seus primeiros passos até o atual momento, como é o caso, por exemplo, da banda R.E.M., que em *Collapse Into Now*, (2011), lançou em seu canal virtual clipes musicais para cada uma das faixas de seu álbum, cada um dirigido por um diretor diferente, muitos vindos do ambiente da arte contemporânea. Entre os nomes estão artistas estrelados como a francesa Sophie Calle, Lance Bangs (que já dirigiu clipes de bandas como Nirvana, Arcade Fire, Belle&Sebastian, entre outras), Sam Taylor-Wood (diretora e fotógrafa ligada ao campo das artes), Dominic De Joseph (que tem co-produções com Lance Bangs além de já ter feitos trabalhos para o próprio R.E.M.), entre outros diretores.

### 2.1.2 Questões sobre uma linguagem múltipla

Para além da confluência entre os ambientes artísticos e comerciais, todo o panorama apresentado até então sobre a origem e influências do videoclipe nos encaminha para uma discussão acerca da linguagem do mesmo. O projeto de concepção de clipes para cada faixa do álbum do R.E.M. (citado anteriormente) é apenas um dos apanhados desse formato que demonstram a multiplicidade de configuração do clipe. Um outro exemplo seria o da cantora Marina and the Diamonds, que lançou em 2010 o seu primeiro álbum gravado em estúdio para o qual foram produzidos videoclipes da maioria de suas faixas, sendo que cada um apresenta um tema e uma estética completamente diferentes – o único ponto em comum é a participação da cantora em todos os vídeos. Com uma musicalidade entre o *indie* e o *pop*, a cantora fez videoclipes que também se encaixam nessas inúmeras possibilidades.

Por outro lado, saindo de uma análise a partir de uma única banda e/ou cantor, também é possível perceber a versatilidade na produção em geral do videoclipe, que se apropria das mais variadas técnicas (animação, sobreposição de imagens, edições mais elaboradas, colagens, etc), gêneros (documentário, drama, fantasia, romance, suspense, ação, entre outros) e manifestações artísticas – desde a imagem em movimento até a pintura, literatura e artes plásticas – para compor uma cena essencialmente híbrida. Como exemplo, podem ser citados alguns videoclipes de animação como o *stop motion* da música *Fell in love with a girl* (Michel Gondry, 2002), da

banda The White Stripes, tal como a animação mais tradicional e, ao mesmo tempo, insólita, do clipe da música *The Rip* (Nick Uff, 2008) da banda Portishead. Assim como o videoclipe *Do the evolution* (Kevin Altieri e Todd McFarlane, 1998), da banda Pearl Jam, entre outros. Apesar de todos serem animações, ainda assim é possível perceber como seus processos e estilos são bem distintos entre si. Também podem ser citados videoclipes que se inspiram em outras técnicas diversas. No caso de *Bad Day* (Tim Hope, 2003), da banda R.E.M., é feita uma referência clara ao telejornalismo: os atores do clipe cantam a música como se estivessem apresentando ou sendo entrevistados pelo jornal. Ou ainda o videoclipe *Praise You* (Spike Jonze, 1999), registro de uma *performance* realizada por uma grupo de dança no *hall* de entrada de um cinema.

Os exemplos citados acima apenas contribuem para a ideia da inexistência de uma linguagem delineada para o clipe musical. Para Soares (2012, p. 16), o videoclipe pode ser enquadrado segundo “três concepções: o hibridismo, a transtemporalidade e o neobarroco”. O hibridismo, devido à aproximação que ele propõe entre o cinema, a natureza televisiva e a retórica publicitária, tendo como resultado uma linguagem não específica. A transtemporalidade seria devido a capacidade que o clipe tem de abarcar as mais diversas referências, independente de uma hierarquia histórica, de modo que existe uma recorrente negociação entre presente e passado. E, finalmente, neobarroco pois

ao unir ferramentas de montagem de vanguardas cinematográficas, cinema gráfico, videoarte e elementos tipicamente surrealistas, notamos que o videoclipe aponta o desejo por uma estética talvez galgada no êxtase da superficialidade, remontando-nos a uma espécie de cultura do escombros, da ruína e do desperdício, propondo (...) um prazer através da série, da repetição, do gosto desta série e do mesmo. O mais do mesmo. (...) O clipe localiza-se no que o próprio Calabrese<sup>6</sup> pontua como prazeres neobarrocos, evocando, assim, uma dinâmica das fissuras do desejo pela completude, quando tudo que o clipe pode oferecer é o incompleto, o corte, o rasgo. (SOARES, 2012, p. 52)

Lembrado por Soares (2012) em seu livro “O Elogio da Desarmonia”, outro autor que aponta características múltiplas do videoclipe é Canclini (1997, s.p.). Para o autor, o videoclipe “é o gênero mais intrinsecamente pós-moderno. Intergênero: mescla de música, imagem e texto. Transtemporal: reúne melodias e imagens de várias épocas, cita despreocupadamente fatos fora de contexto; retoma o que haviam feito Magritte e Duchamp, mas para públicos massivos”. Segundo Canclini (1997), o videoclipe, devido à seu caráter híbrido, contribui para uma não

---

<sup>6</sup> CALABRESE, Omar. A idade neobarroca. Lisboa: Edições 70, 1987.

hierarquização dos bens culturais e, por consequência, auxilia a desmistificação da existência de uma arte culta.

Junto às histórias em quadrinho, aos videogames, as fitas cassetes e as fotocopiadoras, o videoclipe, ainda segundo Canclini, seria responsável por uma não só não-hierarquização dos fenômenos culturais, mas também por uma banalização dos bens culturais simbólicos que se reconheciam “intocáveis”. (SOARES, 2012, p. 35)

Por todos esses aspectos evocados para definir o videoclipe e por sua natureza múltipla e multifacetada, Soares (2012) defende a ideia de que o clipe seria uma boa representação para compreender o que é o pós-modernismo. Machado (2007) também explora essa mesma premissa criando relações estritamente entre a linguagem do vídeo e a contemporaneidade. Segundo ele, a complexidade estrutural do vídeo demonstra a própria complexidade contemporânea. Embora o vídeo seja apenas uma das camadas na sobreposição de formatos que constituem o videoclipe (como comentado anteriormente através da videoarte), é uma fonte que deixa como herança, principalmente, a maleabilidade da imagem eletrônica.

## 2.2 INTERATIVIDADE & VIDEOCLIFE

A partir desse debate é possível introduzir mais diretamente a discussão do que seria o videoclipe interativo propriamente dito. Uma vez que, de um lado, no momento vivido pela videoarte a partir dos anos 60, a possibilidade de manipulação do espectro de luz do tubo de raios catódicos, além da maior facilidade de acesso ao equipamento de gravação, faz da TV (em sua versão analógica) e do aparato videográfico um objeto de experimentação que deixou um forte legado estético para o videoclipe; por outro lado, nos dias de hoje, o desenvolvimento técnico e tecnológico da internet participa como mais uma camada nessa justaposição de referências, e tem reflexo direto no formato e na distribuição do clipe musical. Esse processo faz parte do que Krauss (1999) pontua como a condição pós-midiática, em que não é mais possível apontar uma especificidade dos meios e é essa mesma falta de especificidade que deve ser explorada pela arte através de seus desdobramentos, tais como a confluência de mídias, de linguagens e de valores artísticos. Tal argumento que, por si só, dialoga com a natureza do vídeo - apontado pela autora como sendo o responsável por estilhaçar a noção de especificidade do meio (KRAUSS, 1999) - e,

por conseguinte, do próprio clipe musical. Krauss salienta como o advento do *portapak* - um dispositivo leve, barato e com visor para produzir vídeos - fez com que surgisse uma nova demanda de produção de narrativas (KRAUSS, 1999), tal como a popularização dos computadores conectados à internet banda larga também tensiona os tradicionais modos narrativos.

O próprio declínio da MTV, enquanto emissora estritamente pautada na veiculação de videoclipes, demonstra a mudança que a internet trouxe para o formato. Na introdução do livro “Medium Cool – Music videos from soundies to cellphones” (2007), Beebe aponta alguns momentos de transição na grade de conteúdo da MTV, emissora que surgiu principalmente com o objetivo de difundir o clipe musical, e que atualmente investe mais em conteúdos de entretenimento tal como *reality shows*, séries, e outros programas que não tem como base o videoclipe propriamente dito. Entretanto, essa mudança é o reflexo de uma transformação no hábito dos espectadores que encontraram na internet um veículo mais flexível de visualização e consumo desses produtos audiovisuais. Apesar de que no caso específico da MTV, a emissora foi pioneira e teve grande sucesso (visto através da sua expansão em nível mundial e importância na construção da cultura *pop*) até que o desenvolvimento da internet, bem como de seus atributos técnicos, pressionou o canal para a sua transformação a ponto de o “Music” de [M]usic [T]ele[V]ision ter perdido força na programação.

Antes disso acontecer, em setembro do ano 2000, a emissora lançou um projeto nomeado *Webeos*, que consistia nos primeiros investimentos na criação de videoclipes interativos. Foram realizados três clipes para diferentes artistas, entre eles estão *I’ve seen it all* (Floria Sigismundi, 2000), para a cantora Björk, *Make Noise* (Tamra Davis, 2000), para o Busta Rhymes e *Porcelain* (Ian Chia, 2000), para Moby. Naquele momento, o diretor Nicholas Butterworth, da repartição que cuidava das ações na internet da MTV (chamada de MTVi), já assumia a necessidade de pensar em videoclipes que dialogassem com as possibilidades da internet. Na época, Butterworth apontou o *Webeos* como um complemento às ações da emissora e salientou que esse formato não conflitaria com os videoclipes tradicionais realizados para a TV (MIRAPPAUL, 2000). De fato, o que existe é uma concomitante existência das duas formas, mas a exibição do videoclipe na TV tal como acontecia (com uma programação dedicada exclusivamente a eles), acabou caindo em desuso a partir do momento que ele ganhou força na internet.

Essa ascensão do videoclipe na internet e a sua conseqüente decadência na TV é apenas um dos pontos que contribuem para o surgimento da versão interativa desse formato, que já se estabelece em um momento de desgaste acerca do uso demasiado do termo “interatividade”. Para alguns autores, entre eles Machado (2007), Paul (2000), Murray (2003) e Primo e Cassol (1999), o uso desse verbete tem sido banalizado diante da sua utilização irrestrita para qualquer tipo de atividade ligada à um aparato eletrônico, desde o simples clique do *mouse* para ser encaminhado para uma outra página dentro de um navegador até o apertar de um botão em um controle remoto. Murray (2003, p. 128), reforça que “devido ao uso vago e difundido do termo ‘interatividade’, o prazer da agência<sup>7</sup> em ambientes eletrônicos é frequentemente confundido com a mera habilidade de movimentar um *joystick*, ou de clicar com um *mouse*”. No caso do videoclipe interativo, especificamente, é possível notar os mais diversos níveis de agência, mesmo dentro dessa faixa criticada pelos autores. Por exemplo, no caso dos clipes de *Like a Rolling Stone* (Vania Heymann, 2013), de Bob Dylan ou do clipe *Happy* (Yoann Lemoine, 2013), de Pharrell Williams, ambos acontecem em um navegador e a ação do usuário é limitada por um clique. Enquanto no clipe da música de Dylan o usuário navega como se estivesse trocando de canal em uma TV; no de Pharrell é possível escolher, através de um clique na interface, qual momento das 24 horas de imagens o usuário quer visualizar. Ambos os clipes são tidos como interativos, apesar do baixo grau de possibilidade de manipulação, e assim são chamados todos os demais videoclipes feitos diretamente para um navegador e que possibilitam mesmo a mais restrita participação. De outro lado, temos como exemplo o *The Johnny Cash Project* (Chris Milk, 2010), clipe da música *Ain't no grave*, do músico Johnny Cash, que explora a participação efetiva dos usuários. No *site* do projeto é possível contribuir desenhando quadros do clipe a partir da interface da página, e toda a extensão da animação é composta por quadros feitos por diferentes interatores. É possível ainda escolher dentre os estilos de desenho e a cada nova escolha, um novo clipe se desenha na tela.

O que é importante destacar é o modo expressivo com o qual o empenho para a criação de narrativas digitais tem sido explorado a partir do advento da informática, seja por meio do videoclipe, dos jogos, ou do cinema interativo. Apesar de uma grande maioria do que se tem hoje como narrativas no ciberespaço ser marcada por estruturas simples de ramificações e escolhas, é

---

<sup>7</sup> MURRAY (2003, p.127) define que “agência é a capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados das nossas decisões e escolhas”

valeroso como uma nova potencialidade narrativa se ergue para dar lugar à exemplos cada vez mais expressivos. Além disso, é notável o que esse esforço representa enquanto mudança no hábito de se relacionar com as histórias - tal como o surgimento do cinema ou do vídeo fora outrora. Portanto, esse aspecto se mostra prioritariamente relevante para se pensar na interatividade voltada para o videoclipe: o fato de trazer uma transformação no formato que se relaciona também com uma mudança mais ampla no hábito de se ver e fazer narrativas no ambiente digital.

### 2.3 VIDEOCLIFE & NARRATIVAS DIGITAIS

Em 2004 a banda canadense Arcade Fire inaugurava a sua carreira com o primeiro álbum gravado em estúdio, *Funeral* que é seguido por *Neon Bible* (2007), *The Suburbs* (2010) e *Reflektor* em 2013. Algo recorrente no trabalho da banda é a concepção de álbuns conceituais que contenham e representem uma temática. Como por exemplo, o último álbum, em que o integrante Win Butler, em entrevista para o site *Rolling Stone* (2013), aponta como referências que nortearam *Reflektor* (2013) principalmente a música haitiana e jamaicana, e enquanto como temática, o ensaio *The present age* (1846) do filósofo e teólogo Kierkegaard. Não obstante, o projeto de trabalho da banda não se encerra apenas no que diz respeito às músicas: desde o segundo álbum, a banda investe em produções audiovisuais interativas, de curta-metragens, além de uma instalação em seu *show* no festival de música Coachella de 2011 em que procuram estabelecer diálogo com suas proposições narrativas.

Ao tomar como objeto de estudo os clipes interativos produzidos pelo Arcade Fire, tem-se uma estrutura que se difere daquela em que o usuário é quem aperta o *play* (no caso da internet) para assistir os vídeos ou acompanhá-los em uma programação (no caso da TV). Pressupõe-se que, no caso do videoclipe interativo, o espectador é um polo importante para a construção do produto final. Portanto, nesse novo formato, o clipe assume inúmeras facetas que jogam principalmente com o apelo à experimentação tecnológica, que, no caso da produção do Arcade Fire, têm funcionado, em alguns casos, como amostra do desenvolvimento de novas programações apoiadas pelo laboratório criativo da *Google*. Entretanto, esse fato não elimina a

produção de clipes que ainda tenham um formato tradicional de visualização, mesmo para a banda em questão. O que acontece, nesse contexto, é uma complexificação e um imbricamento das formas narrativas.

Se expandirmos para além desse caso isolado, também é perceptível o modo como esse tipo de narrativas tem ganhado cada vez mais representatividade, principalmente no campo da arte digital. Gaudreault (2009), define a narrativa como sendo um objeto material que tem começo e fim (apesar de existirem diferentes modos de se contar a história), discurso e acontecimento e propõe que não existe um fosso entre narrativa enquanto discurso e a percepção da mesma. Para o autor, a narrativa cinematográfica é aquela que sugere enunciados através das imagens e sons (e o conjunto deve conter um sentido enquanto unidade e ter lógica se analisado como um todo). Embora o conceito venha do universo do cinema, ele pode ser usado para se pensar na sua aplicação nas novas mídias, acrescentando o que Murray (2003, p. 149) diz sobre o autor das narrativas digitais como sendo aquele que tem o papel de “coreógrafo que fornece o ritmo, o contexto e o conjunto de passos que serão executados”.

Especificamente sobre a narrativa vista diretamente a partir do videoclipe, Sedeño (2007) elege a corrente semiótica “Grupo de entrevernes”<sup>8</sup> para tratar a narrativa no clipe musical e discute como esse formato tem uma natureza anti-narrativa, como uma oposição frente às estruturas rígidas do cinema clássico. A autora aponta esse fato como sendo resultado do agrupamento de três temporalidades diferentes: a música, a imagem e o texto. Sendo que apesar de se entrecruzarem no clipe musical, nem sempre significa que elas estão em congruência, portanto, assumindo tempos diferentes em um mesmo espaço; o que resulta em uma percepção fragmentária, descontínua e movediça (SEDEÑO, 2007, s.p.). Ainda para a autora, enquanto o “cinema clássico baseia seu desenvolvimento temporal na articulação narrativa das cenas que vão criando sequências com uma unidade temporal de capítulos diferenciadas por mínimas elipses

---

<sup>8</sup> Definição da frente de estudo do Grupo de Entrevernes pela autora: “De acordo com este grupo de especialistas em semiótica, a análise de componente narrativa é o estudo da sucessão de estados e mudanças que caracterizam o sujeito e o objeto do discurso e os papéis que assumem nas ações de mudança. Se diz que existe narrativa com a existência de um programa narrativo. O programa narrativo é a sequência de estados e mudanças que são amarrados sobre a relação entre um sujeito e um objeto (havendo personagens ou qualquer coisa, mas de papel, noções que definem posições consecutivas), ou seja, o número de passos ou mudanças de uma condição (relação entre um sujeito e um objeto) para outra.” Tradução livre de: “Según este grupo de especialistas en semiótica, el análisis del componente narrativo es el estudio de la sucesión de estados y cambios que caracterizan a sujeto y objeto en el discurso y los papeles que asumen en las actuaciones de cambio. Se dice que existe narratividad con la existencia de un programa narrativo. El programa narrativo es la sucesión de estados y cambios que se encadenan en la relación de un sujeto y un objeto (siendo estos no personajes o cosas sino papeles, nociones que definen posiciones correlativas), es decir, la serie de pasos o cambios de un estado (relación de un sujeto y un objeto) a otro.” (Sedeño, 2007: s.p.)

temporais”<sup>9</sup> (SEDEÑO, 2007, s.p.), o videoclipe permite qualquer temporalidade e investe em uma intensificação dos estímulos audiovisuais, o que faz com que a coerência de unidade narrativa seja rompida.

Por outro lado, Goodwin (1992), ao estabelecer uma relação entre narrativa, videoclipe e música, aponta a existência dos elementos narrativos também na construção musical:

Na teoria clássica da narrativa, a resolução é alcançada temporariamente através dos desdobramentos resultantes dos conflitos de uma perturbação do equilíbrio que é assim restaurado. Porque a lógica do *rock* e da música *pop* não é linear, é frequentemente assumido que o seu estado atemporal nega a possibilidade de resolução. E ainda, até mesmo o mais amador dos músicos (...) sabe que a tensão e o conflito são centrais para a música e estão presentes tão logo um acorde é atingido na guitarra ou o ritmo é colocado em ação pelo baixo ou bateria. Conflitos e resoluções existem na música, mas eles são tocados simultaneamente. (GOODWIN, 1992, p. 83, tradução da autora<sup>10</sup>)

Para o autor a música e o videoclipe oferecem um modo narrativo outro que não o que se está habituado a ver nos sistemas narrativos que adotam a literatura para fornecer um senso de realidade. Em seu estudo sobre a relação de narrativa e videoclipe, Carvalho (2008, p. 3) pontua que “a narratividade não é uma propriedade do relato, mas das relações que são estabelecidas entre os diferentes elementos envolvidos numa forma expressiva para configurar o sentido”.

De um modo geral, a narrativa do videoclipe se aproxima do que Eco (2010) apresenta como “obra aberta” ou “obra em movimento” (mais especificamente para a versão interativa do clipe por dizer respeito à participação efetiva do usuário para a construção do objeto final). Apesar de se ter um objeto material, que contém um começo e um fim, os enunciados não são facilmente decifráveis, como propõe Gaudreault (2009). Na introdução do livro “Obra aberta” (2010), Cutolo descreve um pouco do que Eco (2010) discute posteriormente:

A arte moderna, contestando os valores “clássicos” de “acabado” e “definido”, propõe uma obra indefinida e plurívoca, aberta, verdadeira rosa de resultados possíveis, regida e governada pelas leis que regem e governam o mundo físico no qual estamos inseridos. Propõe e procura uma alternativa bem “aberta”, que se vem configurando como um feixe de possibilidades móveis e intercambiáveis mais adaptadas às condições nas quais o homem moderno desenvolve suas ações. Algo que substitua e suplante o conceito de

---

<sup>9</sup> Tradução livre de: “(...)cine clásico basa su desarrollo temporal en la articulación narrativa de escenas que van creando secuencias con una unidad temporal de capítulos diferenciadas por mínimas elipsis temporales(...)”

<sup>10</sup> Tradução livre de: In classic narrative theory, resolution is reached temporally through unfolding of conflict resulting from the disturbance of an equilibrium that is thus restored. Because the logic of rock and pop music is not linear, it is often assumed that its timeless state negates the possibility of resolution. And yet even the most amateur of musicians (...) knows that tension and conflict are central to music and are present as soon as a chord is struck on a guitar or a rhythm is set into motion by bass and drums. Conflict and resolution exist in music, but they are played out simultaneously.

“ordem”, rigorosa e univocamente entendido como neutra codificação de comportamentos estereotipados, engastados num remanso. (ECO, 2010 p. 12)

Todavia o autor fale sobre a arte moderna, é possível deslocar o sentido do seu texto para o objeto aqui proposto, não se fechando apenas nele. Um exemplo clássico que joga com a desconstrução narrativa tradicional, na internet, e insere o espectador efetivamente na construção do trabalho é *My boyfriend came back from the war* (Olia Lialina, 1996)<sup>11</sup>. A obra acontece no navegador e a cada novo clique os quadros se desdobram na tela de modo que quem interage com a obra determina o caminho a ser seguido. Um trabalho mais recente e que, por outro lado, apresenta uma abordagem documental é o *The Whale Hunt* (Jonathan Harris, 2007)<sup>12</sup>, em que o artista Jonathan Harris acompanhou durante uma semana uma tradicional caçada de baleias no Alasca, Estados Unidos. Durante todo o tempo que Jonathan Harris ficou na aldeia foram feitas fotos com intervalos máximos de cinco minutos que compõem um *website* com diversas interfaces organizadas pela frequência de imagens tiradas, pelos diferentes personagens, entre outros parâmetros. Apesar de apresentar um relato imagético linear da empreitada, a sequência de 3.214 imagens certamente dialoga com a ambiguidade da crescente disseminação de imagens no cotidiano e, ao mesmo tempo, a incapacidade de processá-las, revisitá-las e seguir a linearidade como é dada. A própria quantidade de informações provenientes da viagem dos artistas ao descreverem o projeto<sup>13</sup>, bem como o modo como se organiza e se navega pelo *site The Whale Hunt* - que tem uma diversa forma de apresentação dos dados - demonstram essa relação. De modo que somos convidados a estruturar a nossa própria passagem diante de inúmeras informações que cruzam não apenas imagens mas também textos e nos lançam em um labirinto de significações. Como aponta Christiane Paul (2013):

Como um sistema que está em constante fluxo e reorganização, a internet parece desafiar um arranjo sistemático de seus elementos. *Links* permitem ligar textos e recursos visuais com a rede contextual no qual eles são incorporados, e de visualizar uma rede de referências que normalmente seriam separados pelo espaço físico. (PAUL, 2003, p. 116, tradução da autora)<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Disponível em: <http://www.teleportacia.org/war/war2.htm> Acesso em 10 de dezembro de 2013.

<sup>12</sup> Disponível em: <http://thewhalehunt.org/> Acesso em 10 de dezembro de 2013.

<sup>13</sup> Disponível em: <http://thewhalehunt.org/statement.html> Acesso em 10 de dezembro de 2013.

<sup>14</sup> Tradução livre de: “As an informational system that is in constant flux and reorganization, the Internet seems to defy a systematic arrangement of its constituent elements. Links make it possible to connect texts and visuals to the contextual network in which they are embedded, and to visualize a network of references that would normally be separated by physical space.”

Tal rede que compõe não apenas o mundo virtual, mas que passa antes pela própria complexidade da natureza do pensamento humano. Uma obra que demonstra de antemão essa proposição de uma narrativa não linear e que mostra que essa discussão não se restringe apenas à internet, mas também aparece no campo da literatura é “O jogo da amarelinha”, de 1963. Neste livro o escritor argentino Julio Cortazár já trazia um pouco do que seria essa desconstrução narrativa. Em sua obra existem dois livros, um primeiro sequencial, do capítulo 1 ao 56, e um segundo com uma sugestão de capítulos que retomam também as partes do primeiro livro, fazendo com que o leitor tenha um caminho pouco convencional ao entrar em contato com seu romance. Cortázar adverte o leitor acerca disso desde o início de sua obra, ao dar as coordenadas de como ela deverá ser lida: “À sua maneira, este livro é muitos livros” (CORTAZÁR, 1968, p. 5). Ainda na literatura, outro livro frequentemente citado é “*Un coup de dés*” (1897) de Mallarmé, que tem um projeto de leitura aberto, em que as páginas estão soltas e não tem uma ordem predefinida.

Nas narrativas digitais, o recurso da descontinuidade aparece quase como uma premissa do próprio suporte, no caso, o computador – mas que, nem por isso, deixa de lado as questões que essa discussão acrescenta ao debate cinematográfico. Como fica claro no livro “Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço” de Janet Murray (2003), que tampouco essa é uma discussão recente, principalmente por ser uma preocupação recorrente no universo dos *videogames* e, atualmente, dos jogos digitais. Um exemplo de vídeos interativos que fazem proposições diretamente relacionadas aos jogos, desta vez, criando relações menos ligadas ao entretenimento e mais disparadoras de uma visão crítica das temáticas propostas, são os trabalhos do grupo Molleindustria. Um exemplo é o clipe da *Inside a Dead Skyscraper* (Molleindustria, 2010), de Jesse Stiles, no qual o interator é um personagem que voa pelo desenho do cenário estático do ataque às torres gêmeas no onze de setembro enquanto som e imagens se relacionam dependendo do obstáculo que o personagem encontra. Um segundo, do mesmo grupo, é o *Unmanned* (Molleindustria e Jim Munroe, 2012), e se trata da história de um combatente de guerra e seus conflitos – os espectadores devem responder a questões que vão encaminhando a história para diferentes caminhos, tendo como recompensa medalhas ou a não conquista delas, dependendo das respostas.

Independente dos níveis de complexidade, do suporte físico ou do aparato tecnológico, as formas narrativas que jogam com a descontinuidade são habitualmente relacionadas com o

“hipertexto”. Em uma referência às obras da literatura que são escritas hipertextualmente, Murray (2003, p. 65) propõe que, embora “não seja novo como formato para reflexão e organização de experiências, foi somente com o desenvolvimento dos computadores que a escrita hipertextual foi produzida em larga escala”. Pensando para além da escrita textual, mas também na escrita do código de programação, é devido a essa ampla aplicação possibilitada pelo sistema computacional que se faz pertinente a retomada das antigas reflexões acerca do termo “hipertexto” – para fortalecer a compreensão da narrativa digital e suas implicações.

Primeiramente utilizado por Vannevar Bush em seu artigo *As we may think*, de 1945, e discutida por Lévy (2004, p. 16) em seu livro “As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento da era informática”, o conceito de hipertexto é recorrente para abordar narrativas que apresentam proposições de descontinuidade. Segundo Lévy (2004), Bush se inspirou no comportamento da mente humana que funciona principalmente por associações, e não por uma ordenação hierárquica, para criar a ideia do Memex (uma máquina conceitualmente similar à alguns aspectos do computador tal como conhecemos hoje). Portanto, se faz coerente refletir a natureza das narrativas digitais através desse conceito, uma vez que a apreensão das características intrínsecas desse formato apenas reitera essa flexibilidade se comparado às estruturas rígidas de uma grande maioria das narrativas. O autor defende que

(...) a estrutura do hipertexto não dá conta somente da comunicação. Os processos sociotécnicos, sobretudo, também têm uma forma hipertextual, assim como vários outros fenômenos. O hipertexto é talvez uma metáfora válida para todas as esferas da realidade em que significações estejam em jogo. (LÉVY, 2004, p.15)

Ao apresentar essa argumentação, Lévy (2004) leva a discussão para um campo mais abrangente que permite pensar na ideia do hipertexto como a representação de uma certa possibilidade de escapar da utopia de um pensamento organizado por estruturas rígidas. De modo que se o conceito pode ser usado para descrever a cognição, portanto, ele também pode refletir tudo o que vem a partir dela, incluindo as próprias produções artísticas, independente de ser no campo literário, visual ou musical.

Para descrever o hipertexto, Lévy (2004) também teve como base a ideia de “rizoma” instaurada por Deleuze e Guattari (1995) no primeiro volume dos textos que compõem a obra “Mil Platôs – Capitalismo e esquizofrenia” (1995). Deleuze e Guattari (1995) definem que

o rizoma conecta um ponto qualquer com outro ponto qualquer e cada um de seus traços não remete necessariamente a traços da mesma natureza; ele põe em jogo regimes de signos muito diferentes, inclusive estados de não-signos. (...) Ele não tem começo nem fim, mas sempre um meio pelo qual ele cresce e transborda. (...) O rizoma é antigenealogia. É uma memória curta ou uma antimemória. O rizoma procede por variação, expansão, conquista, captura, picada. (DELEUZE; GUATTARI, 1995, s.p)

Murray (2003, p. 132), ao articular rizoma e hipertexto, discute o que ela trata como um dos “labirintos digitais” e que deriva da “teoria literária pós-estruturalista e não possui heróis nem soluções. Como um conjunto de cartões indexados que foram espalhados pelo chão e, então conectados com múltiplos segmentos de fios emaranhados, eles não apresentam um ponto final e nem uma saída”. Portanto, essa seria uma possível forma de visualização da potencialidade e da maneira como as narrativas na internet se apresentam, embora uma crítica feita pela própria autora é de que dentro dessa estrutura indeterminada de narrativas hipertextuais, existe uma frustração no desejo de agência narrativa, uma vez que as ações dos sujeitos seguem apenas um fluxo de escolhas significativas, mas não provocam, necessariamente, uma relação de causalidade dentro de um sistema narrativo (MURRAY, 2003).

Deleuze e Guattari (1995, s.p.) enunciam alguns dos princípios do rizoma que também influenciaram posteriormente nas características do hipertexto listados por Lévy (2004). São eles: “1º e 2º - Princípios de conexão e de heterogeneidade(...); 3º - Princípio da multiplicidade(...); 4º - Princípio de ruptura e a-significante (...); e, por fim 5º e 6º - princípio de cartografia e de decalcomania” . Enquanto Lévy (2004) propõe também seis itens para os princípios do hipertexto, foram destacados apenas dois, por melhor se adequarem para criar relação com as narrativas no contexto digital:

#### *1. Princípio de metamorfose*

A rede hipertextual está em constante construção e renegociação. Ela pode permanecer estável durante um certo tempo, mas esta estabilidade é em si mesma fruto de um trabalho. Sua extensão, sua composição e seu desenho estão permanentemente em jogo para os atores envolvidos, sejam eles humanos, palavras, imagens, traços de imagens ou de contexto, objetos técnicos, componentes destes objetos, etc.

#### *2. Princípio de heterogeneidade*

Os nós e as conexões de uma rede hipertextual são heterogêneos. Na memória serão encontradas imagens, sons, palavras, diversas sensações, modelos, etc., e as conexões serão lógicas, afetivas, etc. Na comunicação, as mensagens serão multimídias, multimodais; analógicas, digitais, etc. O processo sociotécnico colocará em jogo pessoas, grupos, artefatos, forças naturais de todos os tamanhos, com todos os tipos de associações que pudermos imaginar entre estes elementos. (LÉVY, 2004, p. 25)

Se tomamos essas duas características aqui destacadas para associá-las às narrativas não-lineares, destacando as narrativas virtuais, é possível perceber que existe não apenas uma força, mas sim múltiplas, que se cruzam, se chocam e se confrontam em uma sinergia trazida por inúmeros processos afetivos e técnicos que estão em constante mutação. Ao passo que não existe apenas um modo de se apresentar ou perceber uma determinada intenção; nesse contexto, o tempo, o espaço e o sujeito (elementos aqui ulteriores) são, por si próprios, componentes importantes a serem considerados para a construção narrativa.

Sobre essa confluência e, mais especificamente, sobre a relação entre homem e máquina, Couchot (2003) aponta que existe uma relação produtiva quando ambos trabalham juntos, entretanto, para que essa relação seja possível, é exigida uma recodificação do que é o corporal e gestual para uma linguagem numérica, como aponta o autor:

Todas essas trocas acontecem através das interfaces diversas de entrada ou saída, e o acoplamento toma a forma de um anel, sob controle computacional. De maneira que não é o ser corporal que interage com a máquina, mas uma espécie de “emanação” numérica, em consequência linguística, programática, deste ser. Até mesmo o observador se desdobrou parcialmente num conjunto de dados. Ele se tornou uma simulação. É só a este preço que se pode estabelecer um diálogo entre homem e a máquina e uma conversa entre duas espécies de línguas estrangeiras que só são “compreendidas” – entendamos aqui: que só tem efeitos – porque são traduzidas pelo computador em uma linguagem comum. (COUCHOT, 2003, p.171)

Através dessa colocação, pode-se perceber mais claramente como os sujeitos estabelecem essa relação entre seus gestos e a máquina, trazendo para a argumentação essa dimensão mais sólida do que é a interatividade no ambiente digital e como ela entrelaça as duas condições: humana e maquina. Essa tradução comum de duas línguas diferentes é potente, principalmente, pelo que Murray (2003, p. 166) aponta como uma “oportunidade de encenar as histórias ao invés de simplesmente testemunhá-las”. Enquanto habitamos esse encontro e tradução de línguas, vivemos um poder transformador porque assimilamos as ações como experiências pessoais.

### 2.3.1 A banda Arcade Fire e sua trajetória na produção de vídeos interativos

Tendo em vista todos os aspectos levantados anteriormente, enfatizando principalmente as narrativas no contexto digital, retorno ao ponto de partida da minha argumentação sobre a banda canadense Arcade Fire. Entre as obras derivadas de seus álbuns, destaco aqui principalmente a produção de videoclipes interativos, que desde o início da carreira da banda em 2004, somam quatro clipes; sendo que o primeiro é o clipe da música *Neon Bible* (Vincent Morisset, 2007)<sup>15</sup>, o segundo *Sprawl II (Mountains beyond Mountains)* (Vincent Morisset, 2010)<sup>16</sup>, o terceiro *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010)<sup>17</sup> e o quarto e último, *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013)<sup>18</sup>.

Oriundo de uma hibridação entre cinema e vídeo, a linguagem do clipe musical traz consigo uma carga narrativa que começa no texto/música e é recodificado segundo uma visualidade produzida por seus criadores. Principalmente no trabalho do Arcade Fire, o videoclipe já apresenta algumas das alternativas discutidas por Peter Greenway (2003, s.p.), ao argumentar sobre a polêmica do “fim do cinema” diante das novas tecnologias. O autor faz duras críticas fundamentalmente ao cinema que opera como mera cópia e transfiguração da palavra escrita. Para ele “o cinema não deve ser um anexo da livraria, servindo, ilustrando a literatura”. Mais a frente em seu texto, ele acrescenta, como uma alternativa “às atuais circunstâncias da moribunda tecnologia-estética chamada cinema, [que] impulsionado pela necessidade de aceitar as novidades da interatividade e as possibilidades revitalizadas da multimídia, (...) nos livremos dessas tiranias do texto, do quadro, do ator e da câmera.” (Greenaway, 2003, s.p). Enquanto, por um lado, Peter Greenaway (2003) incide suas críticas à um cinema fortemente ligado à palavra, Arlindo Machado (2000), vê no videoclipe uma tendência de reinvenção e transgressão do audiovisual. Para ele isso apenas acontece quando as “bandas tomam uma postura independente ou desconfiada em relação aos ditames das indústrias fonográfica e televisual (...), ou que naturalmente incorporam distorções, ruídos dissonantes e sonoridades pouco suportáveis a ouvidos tradicionais.” (Machado, 2000, p.178). Para Machado (2000), algumas das características e tendências que abrangem os clipes que assumem uma postura inovadora compreendem, por exemplo, a descontinuidade, a desconstrução dos cânones audiovisuais e a experimentação. O que é possível ser observado no trabalho do Arcade Fire que apesar de seguir temáticas dentro de

---

<sup>15</sup> Disponível em: <http://www.beonlineb.com/> Acesso em 10 de dezembro de 2013.

<sup>16</sup> Disponível em: <http://www.sprawl2.com/> Acesso em 10 de dezembro de 2013.

<sup>17</sup> Disponível em: <http://www.thewildernessdowntown.com/> Acesso em 10 de dezembro de 2013.

<sup>18</sup> Disponível em: <https://www.justareflektor.com/> Acesso em 10 de dezembro de 2013.

cada álbum, apresenta clipes que seguem suas próprias narrativas e que não correspondem à uma tradução literal das letras, trazendo portanto, múltiplas temporalidades para seus videoclipes.

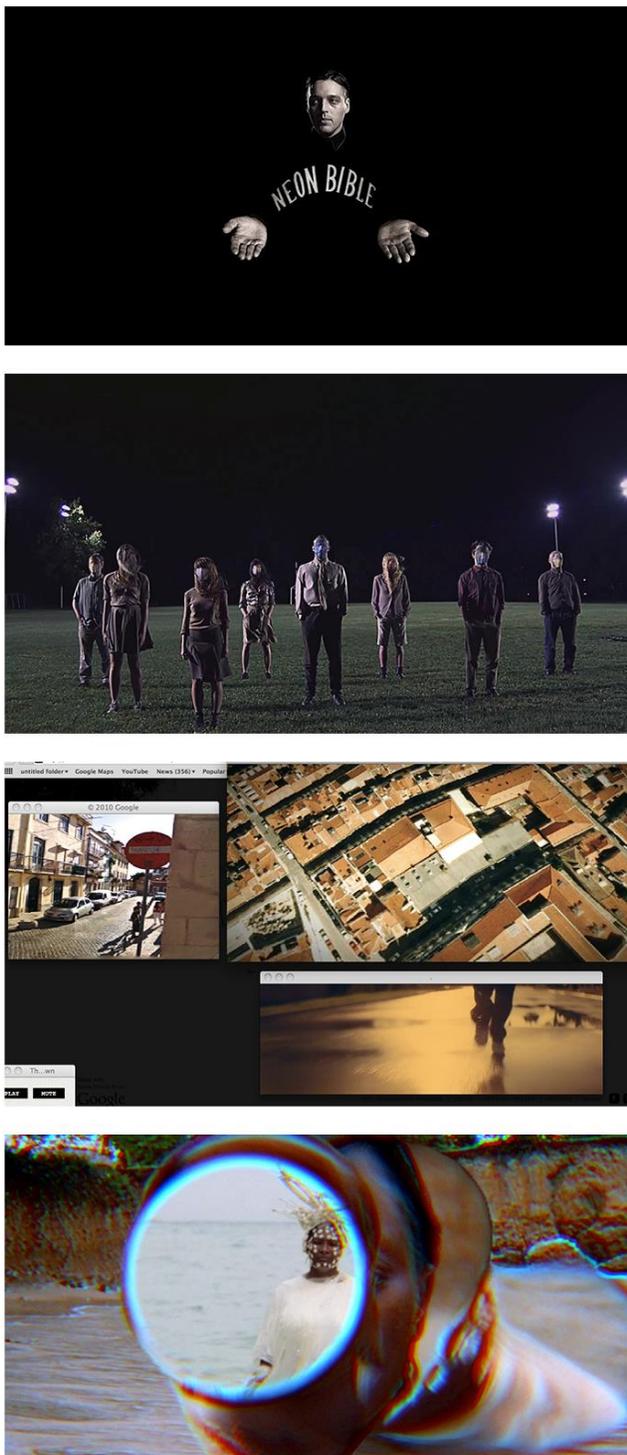


Figura 1 - De cima para baixo: Imagem dos clipes *Neon Bible* (Vincent Morisset, 2007), *Sprawl II* (Vincent Morisset, 2010), *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010), *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013).

Fonte: Colagem de quadros dos clipes

Ao ganhar força na internet, o videoclipe assume novas aparências que, ainda assim, dialogam com o cinema mas que se expandem para abarcar novas formas artísticas, por exemplo, a arte digital. Encontro tal que promove uma confluência de energias criativas e que no caso do Arcade Fire, tem como importante peça dessa interação o artista das novas mídias, Aaron Koblin. Ele contribuiu na concepção dos dois últimos clipes da banda através de parcerias com os diretores Vincent Morisset e Chris Milk promovendo esse laço entre o audiovisual e as artes digitais.

Mais especificamente sobre esse contexto de uma sobreposição de diferentes meios, logo no início do livro “O universo das imagens técnicas” (2008), Flusser (2008) já indica os sintomas do que ele chama de uma “revolução cultural” em que

Fotografias, filmes, imagens de TV, de vídeo e dos terminais de computador assumem o papel de portadores de informação outrora desempenhado por textos lineares. Não mais vivenciamos, conhecemos e valorizamos o mundo graças a linhas escritas, mas agora graças a superfícies imaginadas. (FLUSSER, 2008, p. 15)

Contudo, mais adiante, Flusser (2008) assume uma postura crítica sobre essa superabundância das imagens técnicas na atual sociedade (apontando para um deslumbramento que tem como consequência um indivíduo disperso, distraído e inconsciente; ou ainda a perda do senso do que é público, devido à forma individualizada como os sujeitos lidam com os objetos tecnológicos, o que levaria a sociedade a se tornar uma espécie de massa amorfa – enfim, de um modo geral o autor indica uma sociedade que nega a profundidade e vai de encontro à superficialidade), é perceptível no caso do videoclipe, que essa explosão de imagens como uma certa maneira de “produzir conhecimento” sobre a letra musical e/ou a música, integra o ritmo da produção de imagens para TV, o cinema e agora dos computadores. Seguramente é possível pensar nessas múltiplas relações entre as imagens e todas as informações por elas produzidas como sendo uma metáfora do hipertexto devido as associações estabelecidas entre elas, pelas variações em diferentes contextos ou, ainda, pela falta de uma organização rígida que dê conta do todo. Trazendo o mesmo pensamento para refletir sobre o clipe musical interativo, podemos dizer que essa lógica repercute no modo como a produção dos mesmos imagina e viabiliza as narrativas, cria desdobramentos e as desarticula das estruturas canônicas. No caso das produções do Arcade Fire, ainda são incrementados por inúmeros produtos derivados tais como *making of*,

*sites* paralelos para a experimentação da técnica utilizada, produção de imagens ou mensagens provenientes do clipe para serem compartilhadas pela rede, *hyperlinks*, entre outros que ainda estendem a quantidade de outras informações atreladas ao produto.

Para além de refletir sobre o que significa essa mudança no formato, se faz necessário apontar a maneira como a sociedade assimila essas novas formas interativas e o modo como elas, aos poucos, reprogramam o nosso próprio hábito de ver. Tampouco é recente essa constante reprogramação no modo como vemos as imagens técnicas. Na introdução do livro “A linguagem secreta do cinema” (1995), Carrière (1995) conta que logo após o término da Primeira Grande Guerra, administradores coloniais franceses organizavam sessões de cinema na África para as quais eram convidados importantes personalidades africanas e líderes religiosos. Sendo impossível recusar o convite, as pessoas iam às sessões e permaneciam com seus olhos fechados durante todo o tempo. A despeito dessa prática, Jean-Claude Carrière (1995) reflete:

Às vezes, acho que nós também não somos muito diferentes daqueles muçulmanos da África, quando vemos um filme. Ao contrário deles, conservamos nossos olhos abertos no escuro, ou pensamos fazer isso. Mas será que não abrigamos, no fundo de nós mesmo, algum tabu, ou hábito, ou incapacidade, ou obsessão, que nos impede de ver o todo ou uma parte do audiovisual que cintila fugazmente diante de nós? (CARRIÈRE, 1995, p.10)

Trata-se de forças opostas: por um lado as transformações na linguagem e por outro a resistência pelo hábito. De modo que há uma dialética entre essas duas forças que vem sendo sintetizada a cada nova transgressão no formato que reverbera em mudanças gradativas do modo de ver. O próprio sucesso de distribuição do clipe na internet, a sua adaptação ao espaço virtual e, por consequência, a mudança de estratégia da emissora dedicada à música, a MTV, mostram essa mudança que ultrapassa as discussões sobre linguagem e alcançam questões sociotécnicas no âmbito do “ver”. Passando principalmente pela atualização de um certo hábito causado pela constante renovação e crescente popularização das novas tecnologias.

Se, por um lado, para definir do videoclipe interativo, no primeiro subcapítulo, foi retomado o neobarroco para falar sobre a linguagem do videoclipe, por outro lado, retomo aqui o barroco, evocando Eco (2010), para pensar neste novo modo de ver. Para o autor

A forma barroca (...) é dinâmica, tende a uma indeterminação de efeito (em seu jogo de cheios e vazios, de luzes e sombra, com suas curvas, suas quebras, os ângulos nas inclinações diversas) e sugere uma progressiva dilatação do espaço; a procura do movimento e da ilusão faz com que as massas plásticas barrocas nunca permitam uma

visão privilegiada, frontal, definida, mas induzam o observador a deslocar-se continuamente para ver a obra sob aspectos sempre novos, como se ela estivesse em contínua mutação. Se a espiritualidade barroca é encarada como a primeira manifestação clara da cultura e da sensibilidade moderna, é porque nela o homem se abstrai, pela primeira vez, ao hábito do canônico (garantido pela ordem cósmica e pela estabilidade das essências) e se defronta, na arte como na ciência, com um mundo em movimento que exige dele atos de invenção. As poéticas do pasmo, do gênio, da metáfora, visam, no fundo, além de duas aparências bizantinas, a estabelecer essa tarefa inventiva do homem novo, que vê na obra de arte, não um objeto baseado em relações evidentes, a ser desfrutado como belo, mas um mistério a investigar, uma missão a cumprir, um estímulo à vivacidade da imaginação. (ECO, 2010, p.44)

Considerando a recepção, o videoclipe em sua forma televisiva já apresentava relação com o neobarroco. O que a sua versão interativa faz é reforçar a incompletude e destacar a importância do usuário como parte importante do processo de assimilação dessa narrativa. Não apenas como decodificador da narrativa mas também como atuante nela.

Ainda sobre a mudança do hábito de ver, o livro “A tecnologia na arte - da fotografia à realidade virtual”, de Couchot (2003), aponta uma diferença com relação às imagens previamente dominantes no cinema e na TV antes do aparecimento do computador, mas dessa vez na ótica da produção das imagens. O autor comenta que, no contexto digital, as imagens apresentam uma diferença representativa se comparada à outrora. Enquanto, na captação analógica, o resultado é um rastro de algo que realmente aconteceu, no universo das imagens digitais, o que se forma são pequenos pontos provenientes de algoritmos que constituem a visualização final. Para Couchot (2003) as imagens digitais tem um tempo diferente em que há uma síntese da própria relação da obra com o seu espectador.

O tempo ucrônico não substitui nem “o que foi”, se referindo ao passado, nem “o que é”, reenviando a um presente perpetuo, mas um “isso pode ser”, aberto a inúmeras eventualidades. A modalidade temporal dos mundos virtuais é a eventualidade. Ela resulta da interface que se estabelece entre o tempo do observador, este que ele viveu no momento em que vê a imagem, e o tempo da imagem no momento em que ela é engendrada pelo cálculo. (COUCHOT, 2003, p.169)

Portanto, a mudança no modo como as imagens são capturadas, geradas e processadas dialogam diretamente com o modo como as percebemos e com a ruptura no hábito de ver as coisas como verdade, como vestígio de algo que aconteceu. Em todos os cliques interativos da banda Arcade Fire são usados artifícios de simulação e manipulação das imagens, incluindo que o próprio vínculo produzido entre o clipe e o espectador se dá pela possibilidade de interferir e jogar com o tempo da tela, da música e da narrativa.

Todos os aspectos apontados nos encaminham para a evidência de uma sobreposição de técnicas e linguagens que tem ganhado força na produção dos clipes musicais principalmente no seu formato interativo. Manovich (2004, p. 34, tradução da autora<sup>19</sup>) argumenta que, “a proliferação de imagens híbridas nos leva para outro efeito – a libertação da técnica de um meio particular do seu material – e especificidade da ferramenta”. De modo que não é mais possível encaixar essas produções audiovisuais dentro de um determinado tipo de linguagem bem como não existe uma especificidade própria; existe, antes, uma confluência de códigos oriundos das mais diversas áreas como o cinema, o vídeo e a produção digital. Tomando-se como um panorama geral a produção de clipes interativos da banda Arcade Fire, isso se torna ainda mais claro. Utilizando-se de um único exemplo como no clipe *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010), é visível como a linguagem cinematográfica dialoga com a produção de efeitos gráficos, e que ainda se relaciona com a própria programação digital, temos ainda mais evidente essa hibridação, vide o modo como o clipe associa diferentes plataformas (*Google Earth* e o *Google Street View*) e a geração de efeitos 3D em tempo real.

É a partir dessa confluência que as narrativas digitais ganham força e abertura para se transformarem. Nesse contexto, o clipe musical aparece como um espaço de experimentação que se beneficia principalmente pelo modo como ele foi rápida e facilmente assimilado no ambiente virtual. O que explica, portanto, a maneira relativamente antecipada com que as reflexões sobre o seu formato resultaram em mudanças na sua configuração.

---

<sup>19</sup> Tradução livre de: “This proliferation of hybrid images leads us to another effect—the liberation of the techniques of a particular medium from its material- and toolspecificity.”

### 3 REALIZADORES E CONEXÕES

*They heard me singing and they told me to stop  
"Quit these pretentious things and just punch the clock"  
These days my life I feel it has no purpose  
But late at night the feelings swim towards the surface  
"Cause on the surface the city lights shine  
They're calling at me, "Come and find your kind!"  
Sometimes I wonder if the world's so small  
That we can never get away from the sprawl  
**Sprawl II (Mountains beyond mountains) – Arcade Fire***

Três realizadores protagonizam a direção dos clipes interativos do Arcade Fire: os norte-americanos Aaron Koblin e Chris Milk, e o canadense Vincent Morisset. Cada um deles traz referências de diversas áreas, tais como o cinema, o vídeo, a *webdesign* e as artes digitais. Por conseguinte, o que acontece é uma sobreposição de interesses, passando também pela percepção do modo como esses diretores se conectam entre eles e com a instituição que está presente como pano de fundo, no caso a *Google*, que na maioria das vezes também provocou esses encontros.

Um aspecto a ser retomado, levantado por Chion (1994) e ressaltado ao longo do segundo capítulo, é quanto a própria maleabilidade do clipe musical em absorver diferentes meios sem qualquer pudor. Para o autor, “uma vez que eles [*os videoclipes*] não são intelectualizados em seu processo de produção, [*eles*] não se preocupam com a forma como combinam dispositivos que podem ser opostos em abstrato” (Chion, 1994, p. 167, tradução da autora<sup>20</sup>). Sobre o aspecto da “não intelectualização”, isso acontece essencialmente devido ao fato de que os clipes, em sua maioria, estão a serviço da publicidade por meio do entretenimento e pouco ou nada se preocupam com a pureza de sua linguagem. Especificamente sobre a absorção de diversos meios, se, a princípio, os clipes musicais já conjugavam vídeo, cinema e rádio em sua produção, na sua forma interativa, os limites entre essas barreiras são ainda mais tênues e abrangem ainda outras áreas, como é o caso do universo da informática, portanto, também das narrativas digitais. A sua despreensão intelectual, de certa maneira, antecipou a convergência desses meios no tempo em que essas aproximações ainda eram ideias bastante ousadas. Nos tempos atuais, com o advento

---

<sup>20</sup> Tradução livre de: “Since they are not intellectualized in their production process, music videos don’t bother to be concerned about the way they combine devices that might be opposed in the abstract.”

do digital, essa combinação de mídias tem se tornado cada vez mais comum, a ponto de colocar em crise a defesa da existência da especificidade dessas linguagens (MACHADO, 2008). Assim, o que acontece ao videoclipe é a adição e absorção das ferramentas computacionais que possibilitam o surgimento do clipe interativo.

A própria televisão, como berço do videoclipe em seu formato tradicional, apesar de ter que se adaptar às suas limitações de formato, se alimenta de influências do cinema e do rádio. Murray (2003, 2003, p. 236), aponta que “uma das mais claras tendências a determinar o futuro imediato da narrativa digital é o casamento entre o aparelho de televisão e o computador”. No caso do videoclipe interativo, a junção de ambas mídias reforça a ideia dessa tendência principalmente devido ao modo como a internet interferiu significativamente na distribuição do clipe na TV. Grande parte da sua produção mantém as mesmas características que possuíam no ambiente televisivo, mas foi a partir desse “casamento” que as possibilidades do computador foram aproveitadas para a criação do formato interativo do clipe. Pode-se concluir que os passos dados pelo videoclipe em direção ao seu formato interativo acontecem principalmente porque, tal como Murray (2003, p. 237) coloca: “a televisão linear parecerá por demais passiva quando for exibida num meio digital, do qual os espectadores esperam uma ampla liberdade de movimentos.”

Morisset (2014)<sup>21</sup>, ao relatar sobre como aconteceram suas primeiras experiências de criar vídeos interativos para o Arcade Fire pontua que a ideia para o seu primeiro trabalho, *Neon Bible* (2007), surgiu, principalmente, devido à sua percepção quanto a mudança do interesse da MTV para um canal mais voltado para *Reality Shows* e outros investimentos que pouco tinham relação com o videoclipe. Portanto, esse capítulo visa compreender as relações que surgem a partir desse momento ao aprofundar nos realizadores que compõe esse cenário, o envolvimento da Google e o modo como eles se articulam. A finalidade é perceber o ambiente em que florescem algumas das primeiras experiências audiovisuais interativas voltadas para o videoclipe.

---

<sup>21</sup> MORISSET, Vincent. [nov. 2014]. Entrevistadora: Elisa Barboza. Montreal: 2014. Arquivo MP3 (41'12''). A transcrição da entrevista encontra-se na íntegra no Anexo dessa dissertação.

### 3.1 GOOGLE CREATIVE LAB E ARCADE FIRE: ENTRE A SINCRONIA E A COMPREENSÃO DE DOIS TEMPOS

Uma das maiores empresas do mundo de serviço *online* na atualidade é a Google. Para qualquer usuário da *world wide web*, é praticamente impossível navegar pela rede sem acessar algum *site* ou se beneficiar de alguma ferramenta utilitária que a companhia fornece. Sua abrangência vai além de pesquisa *online*, passando também por armazenamento e publicação de vídeos (*YouTube*), e-mail (*Gmail*), mapa (*Google Maps*), rede social (*Google+*), ferramenta de tradução de idiomas (*Google Translator*), *drive* com espaço para salvar arquivos na internet (*Google Drive*), bem como ainda tem investido em aparelhos de uso pessoal tais como o dispositivo móvel *Nexus* e vem aperfeiçoando também os “óculos tecnológicos”, *Google Glass* – e a lista de pontos de contato com o usuário e a empresa na internet se estende para além desses serviços e itens citados. De um modo geral, os serviços básicos para usuários regulares da Google são todos fornecidos gratuitamente, a sua principal fonte de lucro são os anúncios pagos por meio do *AdWords*.

Além de manter certa gama de atividades principais (navegador de busca, *e-mail*, rede social, armazenamento de dados *online*, etc), a empresa investe permanentemente em projetos menores, como por exemplo, a compra de *startups*<sup>22</sup> que possam ampliar ou propor inovação ao seu negócio. Tendo isso em vista, tudo encaminha para um contexto em que o *Google Creative Lab*<sup>23</sup> funciona, conseqüentemente, como um desses espaços de abertura criativa e experimentação (embora ele não tenha partido de uma aquisição externa da empresa). Fundado em 2007, além de ter criado alguns vídeos publicitários, como é o caso do “*Parisian Love*” (*Google Creative Lab*, 2009), o “*Dear Sophie*” (*Google Creative Lab*, 2011) ou o vídeo que simula a utilização do *Google Glass*, “*One Day*” (*Google Creative Lab*, 2012), o laboratório criativo da Google financiou e atuou, por meio de seu ex-diretor, Aaron Koblin, na co-direção dos clipes interativos *The Johnny Cash Project* (Chris Milk, 2010), *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010), *Rome* (Chris Milk, 2011) e *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013) - dos três projetos citados anteriormente, apenas a homenagem ao artista Johnny Cash não está listado

---

<sup>22</sup> *Startups* são empresas em fase embrionária normalmente ligadas à algum projeto inovador de mercado, sendo frequentemente associadas à tecnologia - seja ela voltada para a internet ou para a criação de equipamentos eletrônicos.

<sup>23</sup> Disponível em: <http://www.creativelab5.com/> Acesso em 01 de março de 2015.

também no site do *Google Chrome Experiments*<sup>24</sup>, que é um dos projetos gerenciados pelo laboratório criativo.

Conquanto o laboratório criativo da Google se dedique, em certo nível, às inovações tecnológicas, uma boa parte de seu trabalho está relacionada ao desenvolvimento de soluções criativas para a divulgação da empresa (MCMILLAN, [2012?]). Portanto, de algum modo, ele se ocupa principalmente de demandas internas de comunicação da companhia, apesar de ter um funcionamento mais difuso e complexo do que o de uma agência interna de publicidade, principalmente porque as suas atividades não se encerram aí, como é o caso dos videoclipes interativos apoiados por eles – que não foram feitos apenas internamente, mas sim em parceria com outros diretores e, ao mesmo tempo, com a co-direção de tecnologia do então membro, Aaron Koblin.

Embora a atuação do *Google Creative Lab* apresente esse aspecto difuso e certamente híbrido (entre publicidade e experimentação), fica claro que o pano de fundo de todas as suas ações e relações está no potencial de criar visibilidade para as tecnologias e inovações desenvolvidas pela Google. Além de, relativamente, gerar aproximação dos usuários regulares e/ou programadores com a tecnologia apresentada. Desse modo, funciona até mesmo como uma espécie de ambiente “educativo”- uma vez que todos os projetos experimentais feitos para o *Google Chrome* tem seus códigos disponibilizados e, por vezes, esmiuçados em outros *links* com o trabalho realizado.

Tendo isso como base, é possível estabelecer algumas reflexões para pensar sobre o contexto de realização desses clipes em parceria com o *Google Creative Lab*. Um primeiro ponto para se tomar nota é que, no ano de 2007, três anos antes do primeiro clipe interativo produzido em parceria com o laboratório criativo da Google, o diretor Vincent Morisset realizou o seu primeiro trabalho nesse estilo, *Neon Bible*, tendo como base unicamente a empresa então fundada por ele, a Aatoa. O seu próximo videoclipe interativo seria mais uma vez para a banda Arcade Fire, já no ano de 2010, para a música *Sprawll II (Mountains beyond mountains)*, com o mesmo esquema de produção do trabalho anterior. Ou seja, duas produções “independentes” que inauguram a realização de clipes interativos para a banda e que estão na linha de frente da

---

<sup>24</sup> Site lançado em março de 2009, disponível para programadores darem visibilidade aos seus experimentos, trabalhos artísticos e projetos interativos feitos estritamente para um navegador, no caso o *Google Chrome*. Disponível em: <https://www.chromeexperiments.com/> Acesso em 01 de março de 2015.

parceria que se formaria posteriormente não apenas com o diretor Vincent Morisset, mas também com Chris Milk e o laboratório criativo da Google.

Sobre a atuação do *Google Creative Lab* e, mais especificamente sobre sua parceria para a criação de videoclipes interativos, dois pontos parecem convergir: por um lado, a exploração de um trabalho que envolva a música, nesse caso, principalmente personagens da música popular, por outro, a importância que esses projetos têm, tanto por sua participação em processos de desenvolvimento tecnológico (por menores que sejam), quanto pelo modo como estabelecem contato entre esses processos e a audiência. Em suma, os projetos realizados tomam proveito da abrangência da música popular (especificamente no caso do Arcade Fire, do *rock* alternativo e/ou *indie*, contando com um estilo musical grandiloquente) e da própria característica *mainstream* que o videoclipe possui e ainda se apropriam da tecnologia para estabelecer um lugar de experimentação que, antes de mais nada, é um espaço de pesquisa, desenvolvimento e implementação que coloca em contato, mesmo que de forma sutil, novas tecnologias com usuários domésticos.

Primeiramente, quando proponho pensar no Arcade Fire, e nesse caso também incluo o músico Johnny Cash, como música popular, quero dizer que, embora representem diferentes gêneros músicas, ambos têm um potencial significativo para a comercialização, tal como definido por Shuker (1999) e reforçado por Villaça (2002):

[...] a rigor, qualquer gênero musical pode gerar produtos ou artistas *pop*. Basta que estes estejam, por assim dizer, sintonizados com um certo tipo de predisposição a ser consumido com facilidade por algum segmento significativo do mercado num determinado momento” (VILLAÇA, 2002, s.p.)

Pensando não apenas no consumo mas também no que tornou possível essa forma de consumo, Frith (1996) aponta três estágios da música: o “estágio *folk*” em que a música está gravada no corpo e nos instrumentos, o segundo é o “estágio da arte”, em que a música está gravada através de notações e ainda pode ser alcançada apenas através da performance, como no estágio anterior. E, por fim, a música em seu “estágio *pop*”, em que “é armazenada em um fonograma, disco ou fita e recuperada mecanicamente, digitalmente, eletronicamente. Isso transforma a experiência material de música: ela pode agora ser ouvida em qualquer lugar; é móvel através das barreiras anteriores do tempo e do espaço; torna-se uma mercadoria, uma

possessão” (Frith, 1996, p. 227, tradução da autora<sup>25</sup>). Portanto, assim como a prensa móvel revolucionou o mundo literário, também a possibilidade de gravação e reprodução do áudio tem profundo reflexo no mundo da música de um modo geral, e essa mudança incide principalmente sobre o seu potencial mercadológico.

Ainda que o Arcade Fire não seja, necessariamente, exemplo de uma banda ícone da cultura *pop* exploração (se compararmos, por exemplo, com a abrangência da popularidade do próprio Johnny Cash), a banda se destaca dentro do presente contexto virtual, que tem como características principais a pulverização e segmentação do consumo – muito diferente de outrora em que o consumo de massa da música, por exemplo nas décadas de 80 e 90, era regido por uma “eleição” de um pequeno número de artistas e bandas, para serem amplamente reconhecidos mundo afora, devido essencialmente ao sistema de distribuição, divulgação e a força da indústria fonográfica estadunidense e britânica (ou artistas locais dentro do mercado nacional). Ademais, o Arcade Fire é uma banda que já nasceu inserida no contexto virtual e que, talvez por isso, assume uma postura de acordo com seu tempo diante da transformação no modo de consumo musical, que foi profundamente afetado desde que a internet (e tudo o que ela abarca) se firmou no uso doméstico mundial. Principalmente por assumir tal postura diante dessa mudança no mercado da música, é que torna-se possível encontrar pontos de interesses em comum entre a banda e o *Google Creative Lab*, ou seja, por ambos estarem em sintonia, falando a mesma língua, em um mesmo momento.

Retomando a citação de Frith (1996), é possível perceber que foi a partir do “estágio *pop*” que se tem o ápice do consumo musical como mercadoria devido às múltiplas potencialidades permitidas pelos avanços na gravação, transmissão e reprodução da música. O que ainda concatena com as sugestões de Armes (1999) ao longo de seu livro “On Video – o significado do vídeo nos meios de comunicação”, que propõe que foi apenas com a percepção de que o cinema, a fotografia, o vídeo e a música poderiam ser explorados de modo comercial que estes meios conseguiram se desenvolver tecnicamente e tecnologicamente. Ou seja, foi somente com a criação de mercados através dos quais esses itens pudessem ser consumidos por um público não especializado e amplo (como por exemplo, a adaptação do princípio da fotografia para que ela pudesse ser usada de modo doméstico ou a criação de salas de cinema) que permitiu que eles

---

<sup>25</sup> Tradução livre de “music is stored on phonogram, disc, or tape and retrieved mechanically, digitally, electronically. This transforms the material experience of music: it can now be heard anywhere; it is mobile across previous barriers of time and space; it becomes a commodity, a possession.”

pudessem ganhar investimentos necessários em pesquisa para serem aprimorados. Armes (1999) argumenta, por meio da história do desenvolvimento dessas áreas, como elas puderam se expandir e crescer tanto no âmbito de popularidade quanto tecnicamente e aponta alguns caminhos que contribuíram nesse contexto, como, por exemplo, a facilidade de acesso financeiro, a criação da necessidade do consumo doméstico (exceto no caso do cinema), ter uma aproximação com o entretenimento, ter capacidade de propagação, reprodução ou transmissão e a ausência da formação de um monopólio nessas áreas.

A partir do panorama traçado, proponho adaptar as ideias discutidas por Armes (1999) para pensar a assimilação do videoclipe interativo pelo *Google Creative Lab*. Inicialmente, se pensarmos no computador por si só, temos algo similar ao das outras mídias apresentadas (cinema, a fotografia, o vídeo e a música), isso porque foi apenas com o uso domiciliar do equipamento que este pôde sofrer transformações gigantescas quanto a interface, tamanho, formas de uso, etc - inclusive, a sua função tem cada vez mais convergido o cinema, a fotografia, o vídeo e a música todos em um único lugar. Por mais que a perspectiva aqui apresentada seja somente a do computador, é impossível não estabelecer um paralelo entre ele e a internet que, a princípio, é comportada através da programação computacional. Portanto, por meio do desenvolvimento do aparelho físico, transformações em estruturas de *softwares* são possibilitadas, tais como as inovações propostas para o navegador *Google Chrome*.

Enfim, o que acontece é o aproveitamento da abrangência que a música popular tem, por si só, para, por um lado, colocar em prática e dar visibilidade às novas tecnologias e, por outro, servir como um espaço de experimentação em que as potencialidades tecnológicas podem ser ampliadas. Ou seja, no caso do Arcade Fire, o que acontece é uma combinação de aspectos que se convergem para a realização da parceria com o *Google Creative Lab*, quer dizer, a aglutinação da sua afinidade com os projetos do laboratório criativo e a sincronia entre os tempos da banda e do mercado musical por meio da compreensão do momento em que a mesma está inserida. A banda e os diretores obtém êxito por serem financiados em um projeto que amplia a visibilidade de ambos e a Google, além de visibilidade, se beneficia por ter um projeto que compele atitudes de inovação e avanço - o que tem como resultado uma aproximação cada vez maior entre os usuários e a tecnologia.

### 3.2 AARON KOBLIN

Dos personagens apresentados nesse trabalho, Aaron Koblin<sup>26</sup> é o que tem participação mais significativa no universo das artes digitais. Koblin nasceu em 1982, nos Estados Unidos e se formou em *Design e Media Art* na Universidade da Califórnia em Los Angeles. Desde fevereiro de 2015 atua, juntamente com Chris Milk, em um projeto chamado VRSE, recentemente fundado por eles e que inicialmente trata-se de um aplicativo de realidade virtual, com visualização de conteúdo audiovisual em 3D e em 360 graus. Antes dessa empreitada, Koblin era o responsável pela direção do time de Artistas de Dados no *Google Creative Lab* e foi por meio dessa posição que ele participou na co-direção de todos os clipes produzidos pela companhia, até então. Entretanto, o seu primeiro trabalho de criação de videoclipe interativo foi mesmo antes do seu envolvimento profissional com a Google. Em 2008, Aaron realizou (como diretor técnico) juntamente com James Frost (diretor geral), o clipe para a música *House of Cards*<sup>27</sup> para a banda Radiohead. O clipe é um mapeamento 3D de imagens da banda e outros objetos e lugares em que o espectador pode rotacionar as imagens para acompanhá-las em diversos ângulos ao longo da música.



Figura 2 - Quadro do clipe *House of Cards* (James Frost, 2008)  
Fonte: *Site do artista*

Em sua passagem pela Google, Koblin assina como diretor de tecnologia todos os clipes feitos pela empresa em parceria com os diretores Chris Milk e Vincent Morisset, sendo eles: *The*

---

<sup>26</sup> Disponível em: <http://www.aaronkoblin.com/> Acesso em 12 de março de 2013.

<sup>27</sup> Disponível em: <http://www.aaronkoblin.com/work/rh/index.html> Acesso em 16 de maio de 2014

*Johnny Cash Project* (Chris Milk, 2010), *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010) e *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013). Além dos videoclipes, Aaron está a frente de diversos projetos artísticos digitais e algumas de suas obras fazem parte da coleção permanente dos museus Centre Pompidou Paris, MoMA New York, Victoria & Albert Museum (V&A) London e o Art Institute of Chicago. Ademais, o artista também foi premiado no festival de Sundance, no Grammy Awards, no Emmy Awards, no Cannes Lions, entre outros.

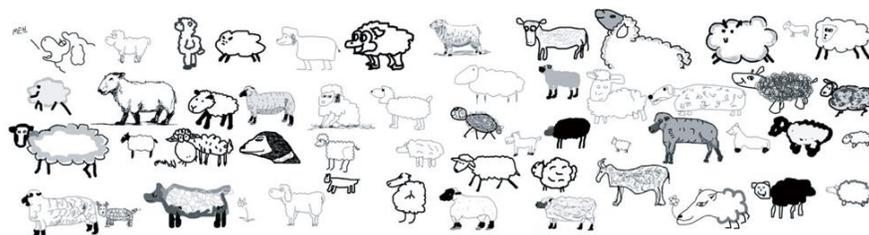


Figura 3 - Exemplo dos desenhos das ovelhas para o projeto *The Sheep Market* (Aaron Koblin, 2006)  
Fonte: Captura da tela do *site* do projeto

Entre suas principais obras estão trabalhos colaborativos, tais como o *The Single Lane Superhighway*<sup>28</sup> (Aaron Koblin, 2001), que é um projeto feito para um navegador, em que o artista convida os sujeitos a desenharem carros que ficam passando em uma única estrada desenhada na página – 50 mil carros foram submetidos para o *site*. No mesmo estilo, mas utilizando-se de uma ferramenta chamada *Amazon's mechanical turk* (que os usuários recebem quantias irrisórias para realizarem pequenas tarefas), do próprio *site* da *Amazon*, Koblin criou o *The Sheep Market* (Aaron Koblin, 2006)<sup>29</sup>, em que a proposta era que as pessoas desenhassem ovelhas viradas para a esquerda. A cada desenho feito, a quantia de US\$0,02 era paga - posteriormente a essa ação no *site* da *Amazon*, os desenhos foram transferidos para um navegador. Outra obra colaborativa produzida com o mesmo mecanismo foi *Ten Thousand Cents*<sup>30</sup> (Aaron Koblin e Takashi Kawashima, 2008), em que o artista particionou uma nota de cem dólares em mil pedaços, que deveriam ser redesenhados, parte por parte, até que a nota pudesse novamente ser remontada a partir do desenho de suas micro partes. Ainda usando a mesma lógica e a mesma ferramenta, mas dessa vez trabalhando com áudio, Aaron criou o *Bycicle Built for two thousand* (Aaron Koblin e Daniel Massey, 2009). Dessa vez, a música *Daisy*

<sup>28</sup> Disponível em: <http://www.thesinglelanesuperhighway.com/> Acesso em 24 de março de 2014.

<sup>29</sup> Disponível em: <http://www.thesheepmarket.com/> Acesso em 10 de abril de 2013.

<sup>30</sup> Disponível em <http://www.tenthousandcents.com/> Acesso em 24 de março de 2014.

*Bell (Bycicle built for two)*<sup>31</sup> foi destrinchada em mais de dois mil pedaços que deveriam ser reproduzidos por vozes humanas através do *Amazon's mechanical turk* – o resultado final também deu origem a um site em que é possível escutar cada voz gravada separadamente, grupos de vozes e também a versão original. O que os trabalhos citados anteriormente têm em comum é o fato de que os usuários que contribuíram com os trabalhos não estavam cientes do que seria o produto final. Certamente, no caso dessas obras coletivas, existe uma crítica incidida sobre essa forma de trabalho em que um grande número de pessoas realiza pequenas tarefas que não poderiam ser feitas por um computador, ao mesmo tempo que elas não têm consciência do resultado final (numa uma espécie de atualização do filme “Tempos Modernos” de Chaplin, 1936) – o que passa, antes, por uma reflexão sobre a mudança provocada pela relação do homem com a tecnologia.

Koblin também elaborou projetos de instalação tais como o *eCloud*<sup>32</sup> (Dan Goods, Nik Hafermaas, and Aaron Koblin, 2010) que esteve no aeroporto da cidade de San José na Califórnia e apresenta diversas placas luminosas penduradas em um teto de vidro e que reage (acendendo ou apagando as luzes desses suportes) de acordo com o clima de diversas cidades ao redor do mundo; além do *Unnumbered Sparks*<sup>33</sup> (Janet Echelman e Aaron Koblin, 2013) que trata-se de uma enorme rede de pesca pendurada entre os prédios no centro de Vancouver, no Canadá, em que os transeuntes podiam interferir nas projeções que eram mapeadas nessa superfície, através de aplicativos baixados em seus aparelhos telefônicos. O artista também produziu trabalhos de visualização de dados como o *New York Talk Exchange*<sup>34</sup> (Aaron Koblin, Kristian Kloeckl, Andrea Vaccari e Francesco Calabrese, 2008), que mostra graficamente como foi a utilização de chamadas de longas distâncias e o uso da internet dos telefones de Nova York dentro do prazo de 24 horas; o *Flight Pattern*<sup>35</sup> (Aaron Koblin, 2008) mostra todos os voos monitorados que aconteceram no território norteamericano no dia 12 de agosto de 2008 e o *Light Echoes*<sup>36</sup> (Aaron Koblin e Ben Tricklebank, 2013) em que, por meio de *lasers* transmitidos na paisagem, se

---

<sup>31</sup> Originalmente composta por Harry Dacre em 1892, foi a primeira música interpretada por um computador que emulava uma voz humana em 1962. Disponível em: [www.bicyclebuiltfortwothousand.co](http://www.bicyclebuiltfortwothousand.co) Acesso em 24 de março de 2014.

<sup>32</sup> Disponível em: <http://www.ecloudproject.com/> Acesso em 23 de abril de 2014.

<sup>33</sup> Disponível em: <http://www.unnumberedsparks.com/> Acesso em 12 de abril de 2014.

<sup>34</sup> Disponível em: <http://www.aaronkoblin.com/work/NYTE/index.html> Acesso em 04 de setembro de 2014.

<sup>35</sup> Disponível em: <http://www.aaronkoblin.com/work/flightpatterns/index.html> Acesso em 04 de setembro de 2014.

<sup>36</sup> Disponível em: <http://www.lightecho.es/> Acesso em 02 de maio de 2014.

formam imagens que só podem ser visualizadas inteiramente por meio de uma fotografia feita de longa exposição.

Em entrevista para Hoffman (2012), Koblin discorre principalmente sobre suas obras de visualização de dados, em que ele se coloca como o sujeito que visualmente transforma e revela essas informações para que elas possam ganhar um olhar reflexivo. Mesmo em seus trabalhos não deliberadamente sobre visualização de dados (tal como os que envolvem uma produção coletiva), a maioria deles tem como característica formar um banco de dados ou utilizar-se de algum. Sobre esse assunto, Manovich (2001) propõe, ao sugerir uma relação com os estudos da narratologia, que as novas mídias criam informação demais (e propõe uma associação desta com a “descrição”) e narrativas de menos - elementos tão significativos principalmente para as culturas tradicionais (como os mitos e a religião). Sendo que, na narrativa, as partes se integram, através do *plot*<sup>37</sup>, construir um sentido, enquanto na descrição/informação elas funcionam separadamente como modo de caracterização dos objetos, lugares e personagens. No contexto da informática contemporânea, o número de informações é exponencialmente maior do que antes do advento do computador, o que acaba viabilizando o investimento criativo e artístico sobre essa matéria, que se tornou tão corriqueira com a expansão do digital. Exatamente devido à existência desse mar infinito de dados é que esse passa a receber uma atenção maior enquanto estética, pensando desde a forma com a qual ele é apresentado, até o recorte e as reflexões que podem partir dele. Como Couchot (2003) pontua:

O avanço tecnológico, a transmissão elétrica da imagem fixa, o cinema, o rádio, o videotelevisão, mas também outras técnicas que, sem relação direta com a imagem, não deixam de ter efeitos tecnestésicos consideráveis modificando a percepção do mundo, das coisas e da sociedade. Até o momento em que o numérico, contaminando toda esfera das técnicas de figuração, e seu modo de socialização, coloca o sujeito doravante *aparelhado* para essa nova máquina – o computador – intimidando-o a se redefinir uma vez mais, e a arte a se repensar. (COUCHOUT, 2003, p. 18)

Nesse sentido, uma das evidências dessa redefinição que o numérico provoca, passa pela sensibilização dos artistas quanto ao aproveitamento dessas informações para propor novos significados e modos de apreender o mundo. Portanto, o que Koblin tem feito, principalmente com seus trabalhos de visualização de dados, é experimentar um novo caminho utilizando-se da matéria-prima central na era numérica: a informação. Especificamente no caso do artista Aaron

---

<sup>37</sup> *Plot* (estrutura dramática) é toda e qualquer sequência de conflitos principais que constituem uma narrativa. BERMAN. Robert A. Fade-in: the screenwriting process. Studio city: Michael Wiese. 2ª edição, 1998 p.7

Koblin, na maioria das vezes, as propostas de reflexão retomam o próprio contexto atual, seja através da monitoração dos voos, das chamadas realizadas ou da ferramenta utilizada por ele para criar grande parte de seus trabalhos coletivos.

Mais adiante em seu texto, Couchot (2003) coloca outro aspecto em pauta para a arte na era digital que reforça como o numérico agrega e possibilita um deslocamento fluído entre os mais diversos campos e as relações humanas. Para o autor:

O numérico não se restringe às atividades figurativas, ele invade todos os domínios da comunicação e da indústria. Jamais uma técnica terá tido uma força de contaminação tão potente, e suas consequências sobre a quase totalidade das atividades humanas, ligando tudo a tudo e impondo – principalmente entre as ciências, as técnicas e as artes – ligações de uma natureza diferente. (COUCHOT, 2003, p. 18)

Tem-se de um lado, o crescimento do uso de banco de dados para criar manifestações artísticas, sendo que tais dados abrangem e compreendem os mais diversos campos do conhecimento (estatística, ciências, história, etc) e relações humanas; e do outro lado, a arte figurativa, que busca no contexto artístico digital uma nova maneira de ser construída, apropriando-se das ferramentas possibilitadas pelo computador. Nesse contexto, os artistas das novas mídias tem um papel fundamental no sentido de ampliar o uso dos dados informáticos como expressão artística e promover um espaço ainda mais aberto de troca entre “as ciências, as técnicas e as artes”. Retomando as colocações de Manovich (2001) sobre bancos de dados, apesar do uso crescente da “descrição” pela arte digital, as narrativas (arte figurativa<sup>38</sup>), em sua forma interativa, ainda têm um papel importante no presente contexto enquanto transformadoras da percepção dos sujeitos. Deste modo, utilizando dos videoclipes interativos produzidos por Koblin em parceria com Chris Milk, será dissertada (ainda nesse capítulo) a relação existente entre a associação desses artistas e a arte digital.

### 3.3 CHRIS MILK

---

<sup>38</sup> Essa aproximação entre arte figurativa e narrativa se dá ao passo que na narração se cria, necessariamente, uma representação de um universo por meio de formas humanas, fantasiosas ou da natureza, e que se propõe como uma expressão inteligível, fazendo oposição à abstração.

Chris Milk<sup>39</sup> nasceu em 1975 em Glen Cove, no estado de Nova York, e se graduou no curso de cinema na Academia de Artes em São Francisco, na Califórnia. O diretor é representado, por um lado pela *@radical.media*<sup>40</sup> para trabalhos que englobem videoclipes, comerciais e projetos digitais; enquanto, por outro lado, pela *William Morris Endeavour (WME)*<sup>41</sup> para produções de longa-metragens. A *@radical.media* é uma agência com sede em várias cidades no mundo tais como Nova York, Sydney, Londres, Shangai e Berlim. É uma empresa com atuação em áreas e mídias diversas, tais como entretenimento para TV, produção para publicidade, design e videoclipes. À ela estão associados clipes de cantores como Rihanna, Justin Bieber, David Guetta e Katy Perry. Já a *WME* surge a partir da fusão, em 2009, de duas companhias: a *William Morris Agency* e a *Endevour Agency*, sendo que a primeira foi fundada ainda em 1898 e desde então já realizou trabalho para inúmeros nomes de relevo da música e entretenimento, tais como Elvis Presley, Frank Sinatra, Marilyn Monroe e Charlie Chaplin (WILLIAM, 2013). A *William Morris Endeavour* é uma empresa com base nos Estados Unidos e apresenta trabalhos nas áreas de produção de longa-metragem, para televisão, música, teatro, digital e publicação literária.

Em sua carreira, o diretor tem realizado principalmente clipes musicais, embora também seja o responsável por vídeos comerciais, curta-metragem, documentário e alguns projetos artísticos no âmbito digital. Chris Milk dirigiu a segunda parte do documentário biográfico *A Mother's Promise* (2008)<sup>42</sup> de Barack Obama, apresentado antes de seu discurso na Convenção Nacional Democrática de 2008; também dirigiu comerciais para marcas tais como *Nike*, *Chevrolet* e *L. L. Bean*, além de assinar o curta-metragem *Last Day Dream* (2009). Seu trabalho como diretor de videoclipes se inicia no ano de 2003 no qual realizou o clipe da música *The Golden Path* (2003), para a banda The Chemical Brothers. Desde então, Milk já dirigiu trabalhos para artistas tais como The Chemical Brothers, Kanye West, Modest Mouse, Audioslave, Gnarls Barkley, uma parceria entre *Green Day* e *U2*, Johnny Cash, Courtney Love, Arcade Fire e a dupla Danger Mouse & Daniele Luppi.

Em entrevista para o *Blog Globocat*, Chris Milk aponta como inspiração para o seu trabalho os diretores Mark Romanek, David Fincher e Spike Jonze (GLOBOCAT, 2013). Romanek foi o diretor de clipes de grandes nomes da música tais como Madonna (*The Rain*,

---

<sup>39</sup> Disponível em: <http://milk.co/> Acesso em 14 de abril de 2014.

<sup>40</sup> Disponível em: <http://www.radicalmedia.com/> Acesso em 14 de abril de 2014.

<sup>41</sup> Disponível em: <http://www.wmeentertainment.com/> Acesso em 24 de março de 2014

<sup>42</sup> Disponível em: <http://www.imdb.com/title/tt1259006/> Acesso em 24 de março de 2014

1993), David Bowie (*Jump They Say, Black Tie White Noise*, 1993), Michael Jackson (*Scream*, 1995), R.E.M. (*Strange Currencies*, 1995), Lenny Kravitz (*If you can't say no*, 1998) e Johnny Cash (*Hurt*, 2002). David Fincher, além de diretor dos filmes “O curioso caso de Benjamin Button” (2008) e “A rede social” (2010), também é responsável pelo clipe musical de inúmeros músicos entre eles Madonna (*Express Yourself* e *Oh Father* em 1989; *Vogue*, 1990; *Bad Girl*, 1993), Aerosmith (*Janie's got a gun*, 1989) e Justin Timberlake (*Suit & Tie*, 2013). E o diretor Spike Jonze, responsável pelos longa-metragens “Quero ser John Malkovich” (1999), “Adaptação” (2002) e “Onde vivem os monstros” (2009), bem como também dirigiu videoclipes para Fatboy Slim (*Praise you*, 1998 e *Weapon of choice*, 2000), Björk (*It's is all so quiet*, 1995; *It's in our hand*, 2002 e *Triumph of a heart*, 2005), Kanye West (*Flashing lights*, 2008; co-dirigido com o músico) e para o Arcade Fire, que além do clipe da música *The Suburbs*, 2010, Jonze também dirigiu e escreveu juntamente com os integrantes da banda Win Butler e seu irmão, Will, o curta-metragem *Scenes from the suburbs*, 2011, que também é uma ação da banda para o álbum homônimo ao clipe.

Pode-se notar em suas referências, através dos diretores citados acima, que todos têm em comum o fato de trabalharem com importantes artistas, principalmente da música popular norte-americana. Entretanto, todos eles são diretores que, apesar de transitarem entre o cinema e a produção de videoclipe, nunca estiveram envolvidos de perto com projetos que tivessem alguma vertente que explorasse a produção audiovisual pensada para o ambiente virtual. Embora Chris Milk tenha seguido alguns de seus passos no que diz respeito a trabalhar com algumas bandas que já compõem o portfólio dos diretores que lhe influenciaram, os seus projetos de videoclipe interativos demonstram que o que ele propõe é uma ponte entre o clipe musical tradicional e a exploração das ferramentas proporcionadas pela programação de páginas na internet. Em entrevista para o *The Guardian*, Milk pontua que “a MTV, um canal unidirecional para videoclipes, deu lugar para a interatividade do *YouTube* – enquanto ainda a maioria da produção se aproxima do videoclipe como se fosse apenas um começo” (Kiss, 2013, s. p. tradução da autora<sup>43</sup>) e ainda completa “e se o realizador aceitar que o meio internet e a comunicação bilateral

---

<sup>43</sup> Tradução livre de: “MTV, a one-directional feed for music videos, gave way to the interactivity of YouTube – yet most production still approaches the music video as if it is being broadcast and distributed through traditional TV, said Milk.”

é dominante e que o videoclipe nunca mais irá passar através da televisão?” (Kiss, 2013, s.p. tradução da autora<sup>44</sup>).

Dentre os trabalhos de Chris Milk para videoclipes apenas três são projetos interativos: o primeiro foi o clipe da música *Ain't no grave*, que corresponde ao *The Johnny Cash Project*<sup>45</sup> (2010), uma parceria com o artista e designer especializado em dados e tecnologias digitais, Aaron Koblin. O site é uma estratégia de promoção do *Google Chrome*, produzido pela *@radical.media*, e consiste em um tributo ao cantor Johnny Cash, que faleceu em 2003, e completaria, no ano de lançamento do clipe, 78 anos, se estivesse vivo. O projeto acontece através de um *website* em que os espectadores são convidados a colaborar (mas não necessariamente precisam contribuir para assistir ao resultado) com o vídeo a partir de uma técnica de desenho para filmes animados, chamada rotoscopia. Cada indivíduo que acessa o *site* desenha por cima de um quadro do vídeo para construir uma animação colaborativa e o resultado é um videoclipe feito com desenhos enviados por inúmeros usuários. Vários milhares de quadros já foram adicionados desde o início do *site* e a cada nova visualização o que se assiste é uma combinação diferente de quadros, portanto, um vídeo diferente. Além disso, pode-se escolher visualizar por categorias tais como “quadros realistas”, “quadros abstratos”, “quadros mais recentes”, “quadros randômicos”, entre outros.

Milk dirigiu para o Arcade Fire, em sua segunda experiência com clipes interativos, a música *We used to Wait*. Esse projeto é conhecido como *The Wilderness Downtown*<sup>46</sup> (2010) e será aprofundado mais adiante nesta dissertação. Novamente, uma parceria entre o *Google Chrome*, Chris Milk e Aaron Koblin. Em entrevista ao jornal *Times*, Milk revela como surgiu a parceria:

Eu e Aaron Koblin estávamos discutindo o interesse do Google em encontrar algum modo demonstrar as possibilidades do HTML5. Aaron trabalha no *Google Creative Lab*<sup>47</sup>. Eu era amigo de Win [*integrante do Arcade Fire*] na banda e sabia que eles estavam procurando por algo visualmente interessante para o futuro álbum. Depois de poucas conversas ficou claro que se encaixaria perfeitamente. (CASTILHO, 2013, tradução da autora<sup>48</sup>)

---

<sup>44</sup> Tradução livre de: “(...) but what if the filmmaker was to accept that the internet medium, and the two-way interaction, is dominant, and that music videos will never play out through TV again?”

<sup>45</sup> <http://www.thejohnnycashproject.com/>

<sup>46</sup> Disponível em: <http://www.thewildernessdowntown.com/> Acesso em 4 de maio de 2014.

<sup>47</sup> Aaron deixou de atuar no *Google Creative Lab* em fevereiro de 2015.

<sup>48</sup> Tradução livre de: “Aaron Koblin and I were discussing Google’s interest in coming up with some way to showcase what was possible on the web with HTML 5. Aaron works at Google Creative Lab. I was friends with Win

A banda Arcade Fire desenvolveu, não apenas esse videoclipe com Chris Milk. Além do clipe, o diretor criou duas instalações, sendo que uma delas é a *The Wilderness Machine* (2010), que consiste em uma máquina que cria o mesmo efeito estético do clipe *The Wilderness Downtown* e gera cartões postais a partir da interação com os visitantes das mostras que até então aconteceram no espaço *Wired Magazine* na cidade de Nova York, na exibição *New Frontier*, no *Sundance Film Festival* de 2011, e também em alguns concertos da banda. A outra instalação recebe o nome de *Summer into dust* (2011) e aconteceu no festival de música Coachella. Milk idealizou uma cascata de centenas de bolas (iluminadas em seu interior através de um led) que caíam sobre os espectadores na última música, “*Wake up*”, do show da turnê do álbum *The Suburbs*, produzindo um efeito luminoso sobre grande parte da platéia.



Figura 4 – Imagem da instalação *The Wilderness Machine* (2010)  
Fonte: Site do diretor Chris Milk

---

in the band and knew they'd be looking for something visually interesting for the upcoming album. After a few conversations it became clear that it was a perfect fit.”



Figura 5 - Imagem da instalação *Summer into Dust* (2011)  
Fonte: Site do diretor Chris Milk

O último videoclipe interativo de Milk é o da música *Black*. O projeto recebe o nome de *Rome* (Chris Milk, 2011)<sup>49</sup>, que é o mesmo nome do álbum da dupla de produtores musicais, o norte americano Danger Mouse e o italiano Daniele Luppi. O álbum foi inspirado nos filmes italianos de faroeste e contou com a participação de cantores, tais como Norah Jones e Jack White. O videoclipe foi feito também em parceria com Aaron Koblin e, bem como o clipe da banda *Arcade Fire*, *Rome* tem o intuito de divulgar a tecnologia de programação para internet, o *WebLG*, que acelera a geração de gráficos em 3D sem precisar instalar nenhum *plug in* adicional. O clipe da música *Black* é uma mistura de *live action*, animação em 2D e animação em 3D. A narrativa se constrói principalmente através de uma câmera subjetiva. Nesse clipe o espectador pode direcionar a câmera através do *mouse* ou do movimento facial, quando conectado à *webcam*, como se fosse um cenário de *videogame*, e por onde o *mouse* ou a face guiar o deslocamento surgem novas animações em 3D, como um rastro desse caminho. Outra personalização está na possibilidade de adicionar objetos 3D ao cenário e/ou explorar outras formas de indivíduos que já contribuíram anteriormente. O código da programação do clipe está inteiramente disponível para que os usuários interessados possam investigar o modo como ele foi feito. Para além desse videoclipe para o álbum, Milk também dirigiu outro – uma animação 2D tradicional, para a música *Two agaisnt one* (2012) interpretada por Jack White.

---

<sup>49</sup> Disponível em: <http://www.ro.me/> Acesso em 12 de maio de 2014.



Figura 6 - Instalação *The Treachery of Sanctuary* (2012)  
Fonte: Site do diretor Chris Milk

Além dos clipes interativos, Milk também é responsável por outras duas instalações artísticas além das outras duas citadas anteriormente feitas para a banda *Arcade Fire*. Todas suas instalações estão associadas ao *The Creator Project*<sup>50</sup>, que surgiu a partir de uma parceria entre as empresas Vice e Intel, e que se define como uma rede global de artistas que desenvolvem trabalhos que envolvam arte e tecnologia. Um deles é o *The Treachery of Sanctuary* (2012), que trata-se de três painéis brancos com projeções dos corpos que são percebidos por um sensor de presença. Cada painel tem uma animação diferente. No primeiro, os sujeitos ganham asas; no Segundo, são atacados por pássaros; no terceiro, o corpo se desfaz gradativamente, se transformando em pássaros que voam quadro afora.



Figura 7 - Instalação *The Exquisit Forest* (2012)  
Fonte: Site do diretor Chris Milk

<sup>50</sup> Disponível em: <http://thecreatorsproject.vice.com/> Acesso em 3 de maio de 2014.

A outra instalação está disponível *online* mas ficou durante um ano, de julho de 2012 à julho de 2013, na galeria *Tate Modern* em Londres e, novamente, trata-se de mais um trabalho em parceria com Aaron Koblin. A instalação recebe o nome de *The Exquisite Forest*<sup>51</sup> (2012) e é um projeto colaborativo de animações curtas que são apresentadas na forma visual de uma floresta e cada árvore possui uma temática que começa com o desenho inicial de seu caule. As ramificações dos galhos das árvores comportam trechos de desenhos animados e cada um dos ramos menores possui trechos de animação com aproximadamente três segundos, ao passo que toda sua extensão varia pela combinação das ramificações desenhadas, podendo chegar até a dez segundos. Os visitantes do *site*/instalação são convidados a colaborar fazendo pequenos trechos de desenhos animados (quadro a quadro), criando uma nova animação ou continuando alguma que já tenha sido feita.

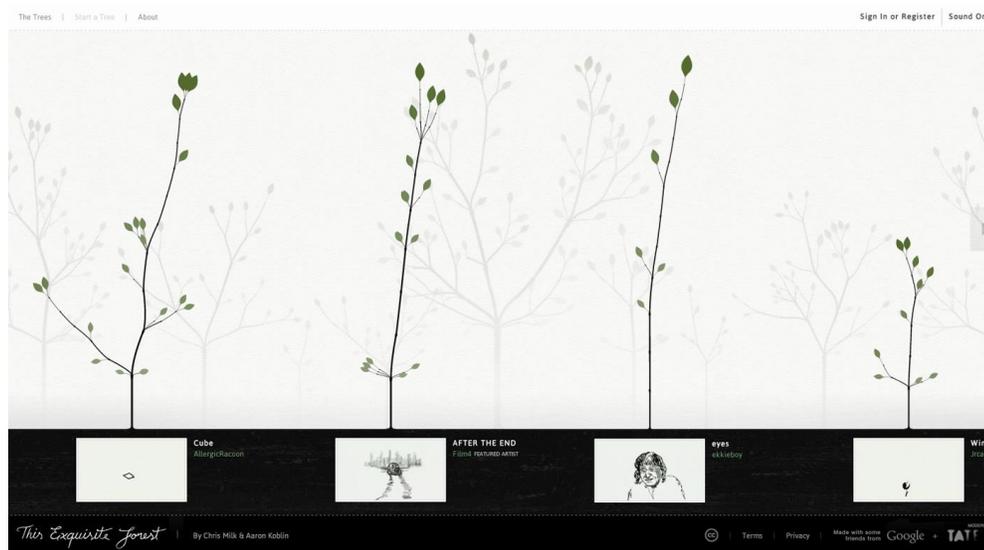


Figura 8 - Tela do projeto The Exquisite Forest (2012)  
Fonte: Captura da tela do site

Outro trabalho de Chris Milk que envolve interatividade na *web* e também música, é a gravação do concerto do músico Beck para a música *Sound and vision*<sup>52</sup>, de David Bowie. O projeto *Hello, Again* (2012) foi demandado pela *Lincoln Now*<sup>53</sup> (proveniente da *Lincoln Motor Company*), através da agência *@radical.media*. A demanda do projeto é basicamente usar algo que já é pré-estabelecido e fixado nos campos da música, do design, das artes e do cinema e transformá-lo, trazendo um novo olhar e uma nova perspectiva. No caso, esse objeto foi um

<sup>51</sup> Disponível em <http://www.exquisiteforest.com/> Acesso em 12 de maio de 2014.

<sup>52</sup> Disponível em: <http://www.hello-again.com/beck360/main/beck360/> Acesso em 10 de maio de 2014

<sup>53</sup> Disponível em: <http://now.lincoln.com/hello-again/> Acesso em 10 de maio de 2014.

concerto e o que Milk fez foi transformar trecho dele em uma experiência 360° para a *web*. Ao acessar o site, através do movimento do rosto captado pela *webcam*, é possível visualizar a performance da música *Sound and Vision* nos mais diversos ângulos e posições.

Finalmente, tendo em vista esse panorama da carreira do diretor Chris Milk, do artista Aaron Koblin (no subcapítulo anterior), bem como suas conexões e motivações, pode-se delinear algumas questões acerca das relações e dissonâncias de seus projetos no contexto da produção artística digital.

### 3.4 AARON KOBLIN & CHRIS MILK: APROXIMAÇÕES ENTRE ARTE DIGITAL E VIDEOCLIQUE INTERATIVO

Uma primeira questão primordial para pensar nas aproximações entre os trabalhos de Chris Milk, Aaron Koblin<sup>54</sup>, a arte digital e o videoclipe interativo, é discutir até onde as produções desses artistas podem ser, de fato, enquadradas no que se tem como “arte digital”, “arte interativa”, “arte midiática”, “arte das novas mídias”, “arte eletrônica”, entre outros. Por hora, adotarei o termo “arte digital”, tal como defende Pau Waelder (2008, p. 12, tradução da autora<sup>55</sup>), por ser um “(...) termo genérico, arte digital engloba numerosas manifestações de diversas índoles, (...) em que se desenvolvem o encontro da arte e da tecnologia nas últimas décadas”

Não apenas no que diz respeito a diversidade de termos adotados, também são variadas as definições do que seria a arte digital. Para Mark Tribe (2013, s.p., tradução da autora<sup>56</sup>) a “(...) arte das novas mídias não é definida por tecnologias (...); mas sim pelo modo como o desenvolvimento dessas tecnologias presta à formular propostas críticas e experimentais”.

---

<sup>54</sup> Aaron Koblin assina a co-direção de tecnologia do videoclipe interativo *Just a Reflektor*, dirigido por Vincent Morisset (2013), mas a sua parceria com o diretor Chris Milk tem sido numericamente mais expressiva. Em todas as produções de cliques interativos de Milk, Aaron se responsabiliza pela direção de recursos tecnológicos e, no início de fevereiro de 2015, a dupla fundou uma plataforma de realidade virtual para conteúdo audiovisual, chamada VRSE Inc., o que reforça essa associação entre ambos. Por estabelecerem uma parceria mais sólida na produção de conteúdo interativo para a internet é que os dois foram agregados em um subcapítulo.

<sup>55</sup> Tradução livre de: “(...) termo genérico, el arte digital engloba numerosas manifestaciones de muy diversa índole, (...) en que se ha desarrollado el encuentro entre arte y tecnología en las últimas décadas.”

<sup>56</sup> Tradução livre de: “New Media art is not defined by the technologies discussed here; on the contrary, by developing these technologies for critical or experimental purposes”

Christiane Paul (2003), ao analisar historicamente as relações entre arte e tecnologia, aponta algumas características que a arte digital traz de outros movimentos artísticos:

Arte Digital também não se desenvolve em um vácuo da história da arte, mas, ao contrário, cria uma forte conexão com movimentos artísticos anteriores, entre eles Dada, Fluxus e arte conceitual. A importância desses movimentos pra arte digital reside na ênfase em instruções formais e no foco em conceito, evento e participação da audiência, em contraposição aos materiais unificados como objeto. (PAUL, 2003, p. 11, tradução da autora<sup>57</sup>)

Tendo em vista algumas abordagens do que seria a arte digital é possível perceber que um questionamento recorrente é a questão entre o uso deliberado da tecnologia “pela tecnologia” e a defesa de que nesse contexto a arte deve-se, antes de tudo, atentar para interpelações conceituais que se beneficiem das potencialidades do desenvolvimento tecnológico. Levando em consideração os videoclipes de Milk em parceria com Koblin, pode-se perceber que, na maioria das vezes, suas obras surgem a partir de uma demanda comercial e que, apesar de desenvolver novas experiências estéticas na relação entre música e tecnologia/imagem, estão sempre amparadas por um pano de fundo que é, especialmente, comercial. Isso é reforçado, principalmente, ao destacar que essa parceria tem a Google como financiadora, que se beneficia, sobretudo, no aspecto de divulgação de alguma nova tecnologia de programação através do *buzz* que esses trabalhos geram. O próprio videoclipe, antes de um produto artístico, trata-se de um produto de divulgação de bandas e cantores, que assume um papel relevante quanto à construção de uma estratégia mercadológica dentro da indústria fonográfica.

Também não deixa de ser relevante o modo como a Koblin e Milk aproveitam a oportunidade para investir nas ferramentas do digital para se fazer o videoclipe, como o próprio Milk sugere, o que ele está fazendo é experimentar um novo format, tendo em vista o cenário atual. Milk coloca os clipes que faz como experimentos - para além de pensar em um novo paradigma o diretor vê seus investimentos criativos como uma maneira diferente de imaginar esse tipo de produção. Principalmente pensando no presente contexto, já que a realidade desde algum tempo vem forçando a permanência do clipe no ambiente virtual, uma vez que a própria MTV americana, que antes tinha cerca de oito horas de programação dedicada ao clipe musical em

---

<sup>57</sup> Tradução livre de: “Digital art did not develop in an art-historical vacuum either, but has strong connection to previous art movements, among them Dada, Fluxus, and conceptual art. The importance of these movements for digital art resides in their emphasis on formal instructions and in their focus on concept, event, and audience participation, as opposed to unified material objects.”

2000, no ano de 2008, viu esse quadro despencar para três horas por dia (KISS, 2013).

Quanto às produções dos diretores é possível destacar duas diferentes vertentes em seu trabalho: em uma delas o espectador tem a possibilidade de responder à estímulos, limitados, como é o caso de *Three Dream of Black* (2012) e *The Wilderness Downtown* (2010), deixando de ser um receptor passivo e se tornando um receptor ativo (DINKLA, 1994), passando portanto a assumir “uma relação dialógica entre espectador e obra de maneira que são as ações do primeiro que dão forma à esta última, de modo que não existe uma ‘obra’ se não existe um espectador interagindo com ela” (Waelder, 2008, p.12, tradução da autora<sup>58</sup>). Já que, nos dois clips citados, o espectador é guiado por uma narrativa que delimita o caminho que ele vai seguir, suas ações fazem parte do processo (é possível interagir com o teclado, o mouse, os movimentos na *webcam*) mas elas não são capazes de transformar o resultado final, sua participação é limitada no sentido de que os clips têm um formato fechado. A segunda, que apesar de englobar também a primeira vertente, cria um outro nível de imersão, como é o caso do *The Johnny Cash Project* (2010), em que os espectadores são colaboradores da obra. Constituindo, de algum modo o que Christiane Paul (2003) aponta como uma “forma complexa de interação”:

As possibilidades da interação complexa vão além do simples ‘apontar e clicar’ que oferece nada mais do que uma sofisticada forma de olhar um trabalho, ou o tipo de interatividade em que o ato dos usuários desencadeia uma resposta específica. Mudanças muito mais fundamentais têm lugar com objetos que têm ‘informações narrativas’ de finais-abertos com uma estrutura flutuante, lógica, e encerramento, em que o controle sobre o conteúdo, contexto, e tempo é mudado para um respectivo recipiente através da interação. (PAUL, 2003, p. 67-68, tradução da autora<sup>59</sup>)

Os espectadores contribuem para o resultado final, que é aberto devido à possibilidade constante de colaborar com novos quadros, constituindo, mais especificamente, um trabalho que se aproxima da arte interativa. Acerca desse tema, Mulder (2007) pontua:

Arte interativa não é composta de produtos finais que têm a capacidade de influenciar seus espectadores, como bons quadros ou estátuas fazem; ela pretende continuar o processo de mudança mútua entre o criador e o trabalho pelo qual pinturas e estátuas

---

<sup>58</sup> Tradução livre de: “(...) una relación dialógica entre espectador y obra de manera que son las acciones del primero las que dan forma a esta última, hasta el punto en que la obra no ‘existe’ si no hay un espectador interactuando con ella.”

<sup>59</sup> Tradução livre de: “The possibilities of complex interaction in digital art go far beyond the simple ‘pointing and clicking’ that offers nothing more than a sophisticated form of looking at a work, or type of interactivity where a user’s act triggers one specific response. Far more fundamental changes take place with virtual art objects that are open-ended ‘information narratives’ with a fluctuating structure, logic, and closure, where control over content, context, and time is shifted to the respective recipient through interaction.”

passam a existir - mas desta vez não com o artista, mas com o espectador. A arte interativa se recusa a defender a separação forçada entre arte e mundo na qual os reais artistas são produtores, por um lado, e o mundo exterior, por outro, é onde estão as pessoas regulares que consomem arte. O visitante continua o processo criativo e o experimenta pessoalmente. O visitante não completa uma obra de arte interativa, como é reivindicado frequentemente. Ela nunca está acabada; ele sempre pode começar de novo e partir para resultados totalmente diferentes. (MULDER, 2007, p.56, tradução da autora<sup>60</sup>)

Nesse jogo de relações entre o artista e o espectador, outro ponto a ser considerado é o modo como o primeiro influencia na resposta do segundo. No caso de Milk, sua relação afetiva com a música e suas referências com base em experiências pessoais (KISS, 2013) produzem uma certa lógica que guia o seu trabalho. Como propõe Manovich (2001, p.74, tradução da autora<sup>61</sup>), “as mídias interativas pedem para que nós nos identifiquemos com a estrutura mental de outros”. O autor completa:

Antes nós olháramos pra uma imagem e mentalmente seguiríamos nossa própria associação para outras imagens. Agora as mídias informáticas interativas nos pedem para, ao invés de fazermos isso, clicarmos em uma imagem para ir para outra imagem. Antes, nós leríamos uma frase de uma história ou a linha de um poema e pensaríamos em outras linhas, imagens, memórias. Agora, as mídias interativas querem que nós cliquemos em uma frase destacada para ir para outra frase. Em resumo, nós somos requisitados a seguir associações pré-programadas, objetivamente existentes. Coloque timidamente no que pode ser lido como uma nova versão do conceito de “interpelação” do filósofo francês Louis Althusser, em que nós somos convidados à confundir a estrutura da mente de outro alguém com a nossa própria. (MANOVICH, 2001, p.74, tradução da autora<sup>62</sup>)

Antes de ser interativo, o videoclipe, já representava um modo de produzir imagens acerca de uma letra, ou musicalidade, que está associado também à sinestesia (GOODWIN, 1992). Não sendo, deste modo, uma questão exclusiva da interatividade, o que esse recurso fez foi provocar novos e mais complexos destrinchamentos nas cadeias do pensamento. Portanto,

---

<sup>60</sup> Tradução livre de: Interactive art is not made up of final products that have the ability to influence their viewers, as good paintings or statues do; it seeks to continue the process of mutual change between the creator and the work by which paintings and statues come into being – but this time not with the artist but with the viewer. Interactive art refuses to uphold the forced split between and art world in which real artists are productive on the one hand and an outside world where regular people consume art on the other. The visitor continues the creative process and experiences it personally. The visitor does not complete an interactive artwork, as is often claimed. It is never finished; it can always start over and lead to totally different results.

<sup>61</sup> Tradução livre de: The interactive media asks us to identify with somebody's else mental structure.

<sup>62</sup> Tradução livre de: “Before we would look at an image and mentally follow our own private associations to other images. Now interactive computer media asks us instead to click on an image in order to go to another image. Before we would read a sentence of a story or a line of a poem and think of other lines, images, memories. Now interactive media asks us to click on a highlighted sentences to go to another sentence. In short, we are asked to follow pre-programmed, objectively existing associations. Put diffidently, in what can be read as a new updated version of French philosopher Louis Althusser's concept of "interpellation," we are asked to mistake the structure of somebody's else mind for our own.”

uma conclusão plausível pode ser que o clipe musical passa, independente do meio, principalmente, por uma relação em que o diretor é um “decodificador” do texto/música em imagem que, de todo modo, não convida o espectador a criar a sua própria interpretação da música, no máximo, a colaborar para aquela primeira decodificação já realizada.

Pode-se perceber através dessas aproximações, que apesar de existirem algumas conexões, existem, igualmente, problemáticas provenientes dos diferentes objetivos de cada manifestação artística, tanto no campo da arte digital bem como no campo do videoclipe, que se propõe enquanto um produto midiático. Apesar das divergências e contradições, é possível visualizar como o videoclipe interativo transita nesses territórios, compondo (mais uma vez) um cenário híbrido por natureza.

### 3.5 VINCENT MORISSET

Dos diretores apresentados nesta dissertação, Vincent Morisset é o que tem maior representatividade quantitativa nos trabalhos produzidos para o Arcade Fire. O diretor nasceu em Montreal, no Canadá, cidade na qual ainda reside e também onde fundou o Studio Aatoaa, que mantém com uma equipe reduzida de profissionais e que está por trás de grande parte de seus vídeos interativos. Morisset, amigo pessoal de membros do Arcade Fire desde seus 16 anos<sup>63</sup>, além de ter dirigido três clipes interativos para a banda (*Neon Bible*, 2007; *Sprawl II*, 2010 e *Just a Reflector*, 2013), também assina o documentário *Mirror Noir* (2009) e se responsabiliza pelo site do grupo. Ainda no cenário musical, o diretor também realizou um documentário, *Inni* (2008), para a banda islandesa Sigur Rós e, ainda, um videoclipe interativo para a música *Sleeping Sickness*<sup>64</sup> (2008), do grupo City and Colour.

Nos últimos anos, o diretor tem se concentrado principalmente na realização de filmes para a internet, em um modelo que ele propõe como filmes “web-friendly”, que em tradução literal seria, filmes web-amigáveis. Propondo, deste modo, trabalhos de vídeo que tenham, desde a sua concepção, um vínculo com as ferramentas específicas da rede mundial de computadores.

---

<sup>63</sup>MORISSET, Vincent. [nov. 2014]. Entrevistadora: Elisa Barboza. Montreal: 2014. Arquivo MP3 (41’12’’). A transcrição da entrevista encontra-se na íntegra no Anexo dessa dissertação.

<sup>64</sup> Disponível em: <http://www.aatoaa.com/cityandcolour/> Acesso em 02 de março de 2015.

Em entrevista concedida por Vincent Morisset em Montreal, em 2014 (transcrição anexada à presente dissertação), o diretor propõe que as estruturas dos filmes tradicionais, pensando principalmente em uma narrativa que apresenta um começo, meio e fim (não necessariamente nessa ordem), se deram, essencialmente, devido ao aspecto físico de sua gravação e as limitações que ele impõe. Para Morisset, uma vez que o suporte digital amplia essas limitações de ordem física, isso permite que os modos de se apresentar uma história também estejam sujeitos a sofrerem transformações, e aponta que, apesar disso, “temos centenas, milhares de anos de tradições, então [existe] uma espécie de tensão entre tradição e inovação” (Morisset, 2014, tradução da autora<sup>65</sup>).

Excluindo os videoclipes interativos dirigidos por Morisset, dois foram os filmes realizados exclusivamente para serem experienciados na internet, o primeiro é o *Bla Bla*<sup>66</sup> (Vincent Morisset, 2012) e o Segundo, *Way to go*<sup>67</sup> (Vincent Morisset, 2015). Ambos foram feitos em parceria com a National Film Board, agência governamental de fomento ao audiovisual canadense. *Bla Bla* (Vincent Morisset, 2012) é uma animação dividida em seis capítulos (que podem ser acessados a qualquer momento) em que o espectador interage com o trabalho através do clique no *mouse*. O escopo da narrativa desse curta-metragem é a comunicação humana, e ele apresenta uma forte relação entre áudio, animação e interatividade. O filme ganhou diversos prêmios, entre eles o Webby Awards (categoria NetArt) e o SXSW Interactive Awards Champion 2012 (categoria arte). Enquanto *Way to go* (Vincent Morisset, 2015) é o último trabalho lançado por Morisset e se trata de uma caminhada, 360 graus, dentro de uma floresta – o filme foi feito para ser visualizado por meio de um navegador e está disponível em versão com realidade virtual. O espectador pode fruir o trabalho por tempo ilimitado, dependendo somente da sua própria disposição em interagir com o personagem ao longo de seu caminho mata adentro.

Nesses dois trabalhos de Vincent Morisset, *Bla Bla* (2012) e *Way to go* (2015), é interessante pensar na ponte que eles buscam estabelecer com as narrativas fílmicas e também essa tensão apontada pelo diretor entre tradição e inovação. Morisset propõe que os trabalhos realizados por ele são, sim, de “modesta forma” (como ele mesmo coloca), filmes interativos mas que prefere chamá-los de “*web-friendly*”, e sua busca consiste em combinar a linguagem

---

<sup>65</sup> Entrevista concedida por Vincent Morisset em Montreal, em 2014. Verificar Anexo. Tradução livre de: “we have still, a hundred, a thousand of years of traditions, so, it is kind of tension between tradition and innovation.”

<sup>66</sup> Disponível em: <http://blabla.nfb.ca/#/blabla> Acesso em 04 de maio de 2014.

<sup>67</sup> Disponível em: <http://a-way-to-go.com/> Acesso em 07 de março de 2015.

cinematográfica com as ferramentas do computador, articulando-os de maneira incomum (MORISSET, 2014). Ao ser questionado sobre o termo interatividade, o diretor coloca que se trata, não de criar infinitas possibilidades, mas está mais no sentido de

(...) ser uma ponte invisível entre nós, nossa ação e a obra se desdobrando na nossa frente. Portanto, uma tensão entre o espectador e o que está sendo apresentado a sua frente. Então, pra mim, isso é o que eu relaciono com interatividade. É aquele momento em que o espectador faz algo e existe essa espécie de eco ou reação disso. (MORISSET, 2014, tradução da autora<sup>68</sup>)

Portanto, a noção de interatividade do diretor, passa pelas questões apontadas por Murray (2003) relativas ao desejo de agência dos sujeitos que interagem com uma peça interativa, ou seja, o anseio por ter a sensação de que se está no controle, alterando todo o ambiente por meio daquela interação técnica, tal como acontece em muitos jogos digitais. Apesar das questões relacionadas à interatividade sempre retomarem pontos associados a jogos, outra questão que está em evidência nesse tipo de trabalho é um certo ponto de ruptura que essas narrativas constituem diante da tradição cinematográfica ultrapassando os pontos que dizem respeito a linguagem, alcançando uma reflexão sobre o próprio hábito de assistir a um filme em uma sala de cinema. Ruptura não proporcionada apenas pelas narrativas em formato digital, mas antes pela própria importância que a informática tem na sociedade atual. Como Flusser (2008) aponta:

A dispersão da sociedade, a dissipação de grupos em grãos, vai transformando a humanidade em massa aparentemente amorfa. A ex-família em torno da TV não mais se estrutura por laços intra-humanos, ela se desintegrou. As pessoas em cinema, geometricamente ordenadas pelas poltronas, não se estruturam mais por laços intra-humanos: não são grupo, mas massa informe. A criança que brinca com computador dá as costas uns aos outros, e quando adulto não mais terá nem “consciência social”, nem de família, nem de classe, nem de povo: desintegrou-se. (FLUSSER, 2008, p. 90)

Alegando uma espécie de solidão, em que os sujeitos se encontram atomizados nas extremidades pelas quais essas imagens são distribuídas, Flusser (2008), pontua como isso resulta em uma sociedade dispersa. O autor mostra como essa dispersão corrobora sobretudo para a constituição de um sujeito distraído dentro de uma massa que ele chama de “coletivo inconsciente”, e reforça o enlaçamento dessa proposição com a ideia de “cultura da massa”, de uma sociedade composta por indivíduos inconscientes que buscam o divertimento por meio das

---

<sup>68</sup> Entrevista concedida por Vincent Morisset em Montreal, em 2014. Verificar Anexo. Tradução livre de: It's just more a sense of being this invisible bridge between ourself, our action and the piece unfolding in front of us. So, it is that tension between the spectator and what we present in front of them. So, for me, that is what I relate with interactivity. It's that moment when the spectator do something and there is this kind of echo or reaction to it.

imagens. Como o próprio autor coloca: “O consenso em prol da dispersão e do divertimento seria consenso em prol da inconsciência, do desmaio” (Flusser, 2008, p. 92).

Por ocupar um lugar central e decisivo nas relações humanas e na sociedade atual, é que a tecnologia, e na presente dissertação, mais especificamente, as narrativas digitais, devem ser vistas com um olhar, ao mesmo tempo crítico, mas relativizado. Se, por um lado, Flusser (2008) destaca essa preocupação com a consequência de uma sociedade dispersa, por outro, ainda é cedo para afirmar que esse é um único horizonte possível. Como o próprio autor defende, quem está na condição de vislumbrar uma perspectiva melhor e que pode revolucionar esse fato são os sujeitos que estão à frente da produção dessas imagens, *softwares* e narrativas. Diretamente sobre narrativas eletrônicas, Murray (2003) propõe que:

Narrativas eletrônicas já estão sendo usadas para ensinar habilidades tais como aprendizado de línguas, medicina militar e tomada de decisões em empresas. Elas também podem ser empregadas para ensinar modos de ser no mundo, ensinar, por exemplo, como resolver conflitos, como ter sucesso na busca por emprego, como educar bem os filhos, como ser melhor pai ou cônjuge. Se esses assuntos forem embutidos em narrativas interativas romanceadas na medida certa para serem envolventes mas não ameaçadoras, tais histórias poderiam ser tão eficazes para promover mudanças comportamentais quanto o caminhar de um paciente acrofóbico sobre uma ponte virtual. (MURRAY, 2003, p. 167)

Não é por vislumbrar atitudes intelectualizadas diante do uso da internet que isso encerra qualquer possibilidade de entretenimento na narrativa digital, uma vez que ambas podem ocupar simultaneamente esse vasto espaço eletrônico. Por mais que os trabalhos do diretor Vincent Morisset não assumam qualquer postura deliberadamente politizada ou de engajamento, seus trabalhos cumprem o papel de propor novas experiências com as formas narrativas no ambiente virtual. Fato tal que, por si só, tem valor enquanto parte de um processo em etapa ainda embrionária desse tipo de construção narrativa.

Apesar de produzir trabalhos que se aproximam principalmente do entretenimento, Morisset demonstra interesse político em promover essa área, para que ela seja, futuramente, reconhecida como uma manifestação artística independente, tal como o cinema e as artes plásticas o são. Isso porque o diretor, para além de ser um realizador, também busca engajar-se para que essas atividades no âmbito da criação de narrativas digitais sejam reconhecidas pelo governo canadense e possam receber investimento, desde a concepção até a distribuição. Morisset assinou, juntamente com outros oito profissionais da área, atuantes em Quebec, Canadá,

o *Digital Storytelling Manifesto*<sup>69</sup>. Nesse manifesto, os autores reivindicam além dos pontos já citados acima, que Quebec é a província líder em criação interativa, que a distribuição constitui também parte do ato criativo, que haja preservação dos trabalhos já realizados, que se crie condições favoráveis à emergência da cultura de escrita interativa, entre outros tópicos. Para o diretor

Vai demorar, mas é muito importante que as instituições, o público e todo mundo mude como eles veem isso. Não é apenas uma coisa *geek* tecnológica. É um outro jeito de conectar pessoas e contar histórias e, principalmente nos dias de hoje, que consumimos tudo através dessa plataforma [*a internet*], então ela nos dá oportunidades, novas possibilidades que podemos aproveitar ou não, mas ela está lá. (MORISSET, 2014, tradução da autora<sup>70</sup>)

Morisset tem se tornado uma peça importante nesse cenário da criação de narrativas eletrônicas não apenas pelos trabalhos feitos por ele mas também por fazer parte de articulações que tem o objetivo de defender esse tipo de manifestação artística como algo concreto. Por mais que as narrativas digitais conjuguem diferentes meios e formas artísticas, elas precisam ser reconhecidas enquanto um formato que tem relevância por si só, para que possam se desenvolver e serem aprofundadas não apenas à sombra do cinema, do vídeo ou da literatura.

### 3.6 AUTORES E AUTORIA

Por se tratar de um tipo de produção em que os autores fornecem comandos para que os interatores possam modificar o resultado de seus trabalhos, uma questão que se faz pertinente é pensar na autoria, no que se refere aos vídeos interativos. Por mais que esse tipo de obra forneça frestas de entradas para os espectadores, sua participação é sempre limitada por comandos previstos ou estipulados por seus autores. Portanto, não se pode falar propriamente de uma co-autoria, uma vez que o modo com que os espectadores “jogam” com a obra não constitui um

---

<sup>69</sup> Disponível em: [http://nouvellesecritures.org/index\\_en.html](http://nouvellesecritures.org/index_en.html) Acesso em março de 2014.

<sup>70</sup> Entrevista concedida por Vincent Morisset em Montreal, em 2014. Verificar Anexo. Tradução livre de: It will take a while but it is really important that... Institution, the public and everyone change how they look at this. It's not just geek techno stuff. It's just another way to connect with people and tell stories and mainly these days we just consume everything through this platform, so... They give you opportunities, new possibilities, we can take advantage of it or not, but it is just there.

sistema aberto, mas sim um sistema de aparente abertura, que se dá por meio das ramificações previamente roteirizadas pelos diretores. Nesse sentido, a real abertura na participação das obras interativas está tão inserida no campo da cognição tal como acontece no cinema ou no vídeo. Ou seja, a possibilidade de modificar a obra interativa, por meio dessas ramificações, não interfere no papel do diretor enquanto autor da obra. Morisset (2014) coloca sua visão como autoria da seguinte forma:

Eu não os considero como co-autores [*os espectadores*] do que eu faço. Existe uma premissa, existe uma tipo de progressão, sabe... É um pouco como dançar ou jogar com o *Kite* (surfe), o vento sopra e você se equilibra com ele. Então, para mim, tal como a proposição, a autoria é minha - nós e as pessoas entramos nela, nessa experiência, e é algo que eu tenho que estar pressionando e lutando para ter reconhecimento. Também, essa noção de autoria, eu é que fui um dos primeiros a dizer 'Oh, projeto por Vincent Morisset', mas isso não era algo muito comum em meados de 2000, era mais como anônimo ou assinado por um estúdio ou empresas, mas algo feito por um indivíduo, como 'dirigido por', era algo bastante incomum. (MORISSET, 2014, tradução da autora<sup>71</sup>)

A ideia da existência de premissas (essas criadas pelo autor), com as quais os interatores devem jogar, é um tópico crucial quando o assunto é autoria de histórias audiovisuais interativas. Murray (2003), nomeia esse tipo de autoria, em que o autor é responsável pelas proposições com as quais o espectador vai interagir, de autoria procedimental, que ela define como:

Autoria procedimental significa escrever as regras pelas quais os textos aparecem tanto quanto escrever os próprios textos. Significa escrever as regras para o envolvimento do interator, isto é, as condições sob as quais as coisas acontecerão em resposta às ações dos participantes. Significa estabelecer as propriedades dos objetos e dos potenciais objetos no mudo virtual, bem como as fórmulas de como eles se relacionarão uns com os outros. O autor procedimental não cria simplesmente um conjunto de cenas, mas um mundo de possibilidades narrativas. (MURRAY, 2003, p.149)

Especificamente quanto aos interatores de obras interativas, tanto Murray (2003) quanto Broeckmann (2005) discutem a ideia de que eles assumem um papel participativo no trabalho e que está em contraste com as estruturas limitadas pela programação proposta por seus autores. Enquanto Murray (2003) trata esses interatores como sujeitos que encenam um papel criativo, em

---

<sup>71</sup> Entrevista concedida por Vincent Morisset em Montreal, em 2014. Verificar Anexo. Tradução livre de: I don't consider them as co-author in what I do. There is a premise, there is kind of a progression in it and they, you know... It's a bit like dancing or playing with the Kite (surf), the wind blows and you kind of gauge with it, so, for me, how the proposition and how it's authored by me - us, and the people get into that, on that experience, and it is something that I've been pushing and fighting to acknowledge, also, this notion of authorship and that I was one of the first person to say 'Oh, project BY Vincent Morisset', but that was not something really common in mid 2000, it was more kind of anonymous or signed by a studio or companies, but something by an individual, as 'directed by', something quite uncommon.

que eles “podem apenas atuar dentro das possibilidades estabelecidas quando da escritura e da programação de tais meios” (Murray, 2003, p.149), Broeckmann (2005) evoca a ideia da performance para fazer essa comparação e defende que:

Diferente de uma performance, onde a execução é realizada por um ator principal, em sistemas interativos, a pessoa que interage não está na maioria das vezes executando um programa mais ou menos aberto, mas sim está incluído no sistema técnico como um fator secundário, ou como um gatilho, que pode observar passivamente os resultados programados de sua ação. (BROECKMANN, 2005, s.p., tradução da autora<sup>72</sup>)

Mais a seguir, em seu texto, Murray (2003, 2003, p. 150) completa ao propor que “talvez se possa dizer que o interator é o autor de uma performance em particular dentro de um sistema de história eletrônico, ou um arquiteto de uma parte específica do mundo virtual, mas precisamos distinguir essa autoria derivativa da autoria original do próprio sistema”, e encerra salientando a existência da clara distinção entre autoria, que é o que o diretor (no caso dos vídeos interativos assume), e a agência, ou seja, a capacidade que o interator tem de modificar e ver o resultado de suas modificações dentro daquele sistema.

Analisando particularmente o papel do autor-diretor, Gosciola (2003) traz uma abordagem da autoria no contexto da realização hipermídia como uma atividade profissional, tal como se tem um roteirista no cinema, e que no caso da produção digital, ele nomeia como *authoring*, que traduzido para o português seria “autoração”. Inicialmente, um profissional de autoração era o responsável por construir menus e *links* em DVDs ou CDs *room*, mas tendo em vista as atuais possibilidades dos sistemas informacionais, o seu papel estaria principalmente na criação desses arranjos interativos, seja em narrativas, conteúdos digitais, *softwares* ou sistemas.

Portanto, pensando essencialmente nas narrativas digitais e nos vídeos interativos, por mais que os espectadores-interatores possam ter diferentes experiências a cada nova visualização, elas ainda não escapam de um processo de respostas previstas e criadas por seus autores. O que faz com que exista uma clara distinção de onde termina o trabalho do autor e onde começa a interação dos espectadores.

---

<sup>72</sup> Tradução livre de: Unlike in a performance, where the execution is conducted by a main actor, in interactive systems the interacting person is mostly not executing a more or less open programme, but is included in the technical system as a secondary factor, or as a trigger, who can then observe passively the programmed results of his or her action.

#### 4 APROFUNDANDO AS RELAÇÕES DO VIDEOCLÍPE INTERATIVO E O ARCADE FIRE: UMA ANÁLISE DOS CLIPES INTERATIVOS DA BANDA

*We watched the end of the century  
Compressed on a tiny screen  
A dead star collapsing and we could see  
Something was ending  
Are you through pretending?  
We saw signs in the suburbs  
**Deep blue – Arcade Fire***

Inicialmente, foram apresentados aspectos do videoclipe, tanto na sua forma televisiva quanto no que diz respeito à sua apropriação no contexto da internet e sua consequente adaptação para um formato interativo. Posteriormente essas questões foram cerceadas para que pudessem ser discutidas diretamente no contexto proposto para esta dissertação, trazendo a perspectiva dos principais realizadores e instituições envolvidos para a criação dos vídeos da banda Arcade Fire. Neste capítulo, os quatro clipes interativos realizados para a banda, *Neon Bible* (Vincent Morisset, 2007), *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (Vincent Morisset, 2010), *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010) e *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013), serão observados de perto e analisados segundo os aspectos abordados anteriormente nesta dissertação.

A maior parte dos clipes, *Neon Bible* (Vincent Morisset, 2007), *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (Vincent Morisset, 2010) e *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013), é dirigida por Vincent Morisset e apenas um é assinado por Chris Milk, *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010), e é visível o processo de amadurecimento que se tem desde o primeiro ao último trabalho. No primeiro clipe, *Neon Bible* (Vincent Morisset, 2007), pode-se perceber claramente o desejo de potencializar o formato televisivo e estabelecer conexões com as ferramentas do ambiente virtual, mas pouco se propõe em relação à interatividade ou quanto aos recursos tecnológicos. A sensação de que se está, substancialmente, exercendo qualquer tipo de influência sobre o vídeo ainda é bem rasa, a interface é pouco explorada e, visualmente, este não apresenta qualquer tipo de novidade. *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (Vincent Morisset, 2010), na sequência, trabalha de modo conceitual a interface e estabelece um vínculo sagaz entre videoclipe, interatividade e música. Utiliza pouco recurso de efeito no processamento das imagens e consegue fazer um jogo que aproveita o artifício da montagem para estabelecer sua

interatividade, o que produz um efeito interessante não pela adição e sobreposição de janelas ou efeitos tecnológicos, mas pelo próprio conceito do trabalho. *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010) é o primeiro videoclipe do Arcade Fire produzido em parceria com a Google e, ao contrário do clipe de *Sprawl II*, esbanja de efeitos de 3D, sobreposição de janelas e conexão com outras plataformas da empresa (tal como *Google Earth* ou *Google Street View*). Foi o primeiro clipe a ter maior projeção na mídia – pouco se falou dos dois clipes anteriores (dirigidos por Vincent Morisset), enquanto o número de notícias sobre *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010) é bastante representativo. O último clipe a ser analisado é *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013), também patrocinado pela Google. Nesse clipe, Vincent Morisset apresenta uma narrativa entre o ficcional e o documental, os efeitos visuais da tela do computador são produzidos por uma segunda tela conectada à primeira (através de um *tablet* ou dispositivo móvel). Neste clipe o diretor não economiza em efeitos e truques – diferentemente dos dois clipes anteriores realizados por Morisset, desta vez ele apresenta uma proposta bastante ousada e impregnada de artifícios tecnológicos, o que acabou lhe rendendo bastante visibilidade. De todo modo, a narrativa, as imagens, o modo como ele emprega a interatividade ficam bem resolvidos e bem contextualizados.

Esses e outros aspectos serão abordados e aprofundados ao longo deste capítulo. Uma vez que todos os clipes aqui listados estão disponíveis na internet, para que haja uma plena compreensão das questões analisadas, é altamente recomendado que eles sejam experimentados utilizando as recomendações ideais de visualização descritas no *site*. Por exemplo, caso o *site* tenha sido idealizado para que os usuários se movam diante da *webcam*, que a utilização desse recurso seja feita – seja para efeitos de enredamento ou posicionamento crítico.

#### 4.1 *NEON BIBLE* (VINCENT MORISSET, 2007)

Proveniente do segundo álbum homônimo da banda, *Neon Bible* (2007) é o primeiro videoclipe interativo realizado para o Arcade Fire, bem como também é o primeiro trabalho audiovisual feito estritamente para a internet dirigido por Vincent Morisset. O diretor relata (MORISSET, 2014) que o clipe foi idealizado após uma sequência de outros conteúdos

desenvolvidos para a banda quando ainda estavam no início de sua carreira. Inicialmente o diretor acompanhou o Arcade Fire em turnês fazendo registros fotográficos, criou o *site* [arcadefire.com](http://arcadefire.com) (pelo qual ainda se responsabiliza) e fez algumas concepções visuais para a banda. Quando o diretor frequentava o curso de cinema na universidade, teve conhecimento sobre a abertura do curso de multimídia, começou o seu interesse pela produção audiovisual voltada para a internet e aprendeu também a programar. Segundo Morisset (2014), a ideia de realizar um clipe que fosse interativo tinha pouco a ver com uma intenção deliberada de produzir algo que pudesse ser inovador ou de ordem publicitária, tinha muito mais relação com um desejo de criar um clipe que pudesse dialogar melhor com o tempo no qual foi realizado, ou seja, que aproveitasse as ferramentas oferecidas pelo computador.

Nas palavras de Morisset (2014, tradução da autora<sup>73</sup>), *Neon Bible* (2007) “foi mais como um velho ‘Méliès’, como um mágico estranho experimental mas não foi realmente uma história por ela mesma, mas um tipo de humor”. No clipe, Win Butler, um dos integrantes do Arcade Fire, ganha movimentos através das ações do *mouse*. Apenas seu rosto e suas mãos parecem flutuar em uma tela escura e o caminhar do cursor por ela ou o clique fazem surgir ou sumir diferentes elementos ao longo da extensão do clipe. Em um primeiro momento, duas maçãs (uma embaixo de cada mão), que aparecem e somem, saindo da janela e voltando para a proximidade da mão que a escondia a cada clique em uma delas; em outro momento, aparece também o nome da música; mais adiante as mãos, ora seguram uma luz, ora fazem chover um fluxo enorme de água que simula a inundação de toda a tela; e, por fim, alguns elementos geométricos aparecem desenhados em algumas cartas que as mesmas mãos dispõem pela tela. O tempo todo a cabeça de Win Butler canta a letra enquanto suas mãos continuam interagindo com os itens que aparecem; apenas quando o cursor repousa em cima dos olhos dele é que o rosto do integrante fica apagado, apenas é possível ver seus olhos, e surge uma fumaça em que aparecem os dizeres da música que estão sendo cantados naquele momento.

---

<sup>73</sup> Tradução livre de: was more kind of old ‘Méliès’, kind of experimental weird magician but not really a story in itself but more just kind a mood.



Figura 9 - Captura da tela do clipe *Neon Bible* (2007)  
Fonte: *Site do clipe*



Figura 10 - Captura da tela do clipe *Neon Bible* (2007)  
Fonte: *Site do clipe*



Figura 11 - Captura da tela do clipe *Neon Bible* (2007)  
Fonte: *Site do clipe*

Resgatando a referência mencionada por Morisset (2014), é irônico pensar como o seu clipe interativo inaugural, e uma das primeiras experiências realizadas na área, retoma Méliès, um importante nome do ilusionismo e um dos precursores do cinema. Um dos filmes mais lembrados de George Méliès é o “Uma viagem à lua” (*Une voyage dans la lune*, 1902), e seu nome está sempre associado à criação de ilusões e efeitos especiais no universo cinematográfico. Méliès representa um ponto decisivo na criação de ficções cinematográficas, uma vez que, até antes de suas criações, as possibilidades do cinema se restringiam ao registro documental. O ilusionista vislumbra, através das possibilidades da linguagem do cinema que estava nascendo, a criação de outros universos. Por mais que Morisset (2014) anuncie a inexistência de uma narrativa, *Neon Bible* (2007), através da ambientação de seu “humor”, cria uma aproximação entre linguagem audiovisual e informática. Apesar de esse não ser o primeiro exemplo desse encontro, o atual momento é onde essas articulações estão sendo desenvolvidas em uma espécie de primórdio de uma vertente do “cinema” na era digital. Não apenas essa relação pode ser estabelecida, mas também a própria questão da ilusão que os sistemas numéricos constituem, por si só. Isto porque todas as imagens que se desdobram diante de nossos olhos nos aparelhos eletrônicos não passam de números por detrás das “cortinas”. Da mesma forma que as narrativas de Méliès criavam ilusões por meio das experimentações da linguagem cinematográfica, na informática, isso se repete, mas dessa vez com o código de programação, que, por sua vez, constitui a própria ilusão. Manovich (2001) propõe que Méliès seria o pai da computação gráfica, mas em sua contextualização o autor o relaciona mais diretamente com o 3D foto-realístico. Ao analisar especificamente o papel das imagens no momento atual, Manovich (2004) assinala que

(...) a computadorização tornou possível que essas imagens [*fotografias, filmes e videos, diagramas, planos arquitetônicos, etc*] funcionassem em vários jeitos novos “adicionando” interatividade, através da transformação dessas imagens estáticas em espaços virtuais navegáveis, através da abertura dessas imagens para todo o tipo de manipulações matemáticas que podem ser codificadas em algoritmos. (MANOVICH, 2004, p. 339, tradução da autora<sup>74</sup>)

*Neon Bible* (2007) traduz esse universo proposto na citação, principalmente pelo modo como se utiliza da manipulação matemática, para propor um videoclipe que inaugura essa relação entre audiovisual e interatividade na trajetória do Arcade Fire. Retomando a referência de Méliès,

---

<sup>74</sup> Tradução livre de: (...) more importantly the computerization made possible for these images to function in various novel ways by “adding” interactivity, by making turning static images into navigable virtual spaces, by opening images to all kinds of mathematical manipulations which can be encoded in algorithms.

apontada por Morisset (2014), tem-se na experiência cinematográfica, a percepção de que o aparato cinematográfico poderia proporcionar outros modos de se fazer que tinham uma relação muito mais estreita com a ficção do que com a realidade. Enquanto na experiência do audiovisual no computador, a adição de interatividade possibilita uma maior abertura e o espectador atua sobre esse produto de forma direta. Isso consiste em um outro modo de se relacionar com o audiovisual que se diferencia do cinema principalmente devido às possibilidades provenientes da manipulação matemática, possibilitadas pelo uso do computador. Ambas percepções de que se poderia explorar as ferramentas pensando criativamente nas suas características intrínsecas abrem caminhos que possibilitam novos modos de fazer e experienciar formas pré-existentes (no caso do videoclipe, por exemplo, o seu formato não interativo).

Se tomamos a definição de hipertexto segundo Murray (2003, p. 64), na qual ela diz que se trata de um “conjunto de documentos de qualquer tipo (imagens, textos, gráficos, tabelas, vídeos) conectados uns aos outros por *links*”, *Neon Bible* (2007) se aproxima do hipertexto mais por relações estabelecidas através de um banco de dados. Ao contrário de *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010) que propõe o cruzamento de diferentes plataformas exteriores ao próprio clipe (como o *Google Street View* ou o *Google Earth*), *Neon Bible* (2007) se encerra nele mesmo, uma vez que não conecta sua exibição a nenhum *link* externo. O clipe acontece por meio das ações do *mouse*, que mesmo não se associando a outros pontos exteriores, envia comandos para um banco de imagens programadas para terem um determinado comportamento a partir do clique ou do passar o cursor sobre a tela.

O efeito disso para o videoclipe é que toda a sua extensão acontece por meio dessas bifurcações acionadas ou não pelas ações dos espectadores, o que permite que se tenha resultados minimamente diversos a cada nova visualização do mesmo. Se compararmos, por exemplo, ao trabalho *My boyfriend came back from the war* (Olia Lialina, 1996) (em que a narrativa se desenvolve por bifurcações na tela ocasionadas pelo clique), *Neon Bible* (2007) estabelece uma maior fluidez uma vez que coloca essas bifurcações de modo mais sutil – se apropriando da fluência da imagem em movimento.

Por se tratar do primeiro videoclipe criado para o Arcade Fire, bem como o primeiro dirigido por Vincent Morisset, *Neon Bible* (2007) constitui um importante ponto de partida enquanto disparador para os outros vídeos que vieram a seguir. Entretanto, se colocado em relação aos demais, pouco ele se destaca – seja pela escassa complexidade de seu “humor”, pelos

elementos que são apresentados para se interagir, pela sua interface ou pelo modo como se interfere no clipe (apenas com as ações do *mouse*). *Neon Bible* (2007) é, sobretudo, um clipe que experimenta e “brinca” com a linguagem de forma despretensiosa (como Morisset (2014) argumenta e como exposto no início da análise desse clipe) e o que vem como consequência disso já representa um benefício para impulsionar outros investimentos na área.

#### 4.2 *SPRAWL II (MOUNTAINS BEYOUND MOUTAINS)* (VINCENT MORISSET, 2010)

*Sprawl II (Mountains beyound moutains)* (2010) é o segundo videoclipe interativo realizado para o Arcade Fire e também tem a direção assinada por Vincent Morisset. Além da versão interativa do clipe, outra versão sem interatividade foi lançada pelo grupo. Ao contrário de *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013), que possui dois videoclipes bastante diferentes um do outro (e que inclusive não foram feitos pelo mesmo diretor), *Sprawl II (Mountains beyound moutains)* (2010) apresenta dois clipes, versão interativa e não interativa, de uma mesma realização mas com uma montagem diversa. Morisset, em entrevista a Pedrosa (2012), para a página *Top of the Clips*, aponta a movitação para a realização do clipe como sendo a declaração da integrante da banda, Régine, de que no álbum *The Suburbs* (2010) haveria uma música com uma sonoridade mais dançante. O diretor declara que no clipe “Régine foi uma espécie de protagonista, presa nos subúrbios enquanto ecoa a letra de sua música” (Morisset, 2014, tradução da autora<sup>75</sup>).

*Sprawl II (Mountains beyound moutains)* (2010) faz parte do mesmo álbum da música *We used to wait* (2010), que corresponde ao videoclipe interativo *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010). Seja devido à diferença de recursos financeiros empregados ou pela escolha dos diretores, os dois clipes se diferenciam bastante um do outro. *Sprawl II (Mountains beyound moutains)* (2010) se aproxima mais da visualidade e da complexidade de sua estrutura com o primeiro clipe, *Neon Bible* (2007), do que com o clipe que vem a seguir, *The Wilderness Downtown* (2010), que emprega um número maior de conexão com *links* externos, bem como apresenta recursos mais avançados na geração de efeitos visuais, de interface e de animação. Por

---

<sup>75</sup> Tradução livre de: Régine was some kind of the protagonist, stuck in the suburbs and just kind of echoing the lyrics

mais que os dois clipes, *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (2010) e *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010), tenham sido realizados no mesmo ano, ambos apresentam uma grande diferença, tanto visual, quanto na tecnologia empregada. É importante ressaltar que o clipe dirigido por Chris Milk é o primeiro clipe para o Arcade Fire apoiado pela Google através do *Google Creative Lab* e o segundo após o bem-sucedido *The Johnny Cash Project* (Chris Milk, 2010) – bem-sucedido principalmente pela viralização que o projeto obteve na internet. *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* foi realizado pela produtora do diretor Vincent Morisset, a Aatoaa, e teve apoio financeiro do governo canadense.



Figura 12 - Captura da tela do clipe *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (Vincent Morisset, 2010)  
Fonte: Site do clipe



Figura 13 - Captura da tela do clipe *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (Vincent Morisset, 2010)  
Fonte: Site do clipe



Figura 14 - Captura da tela do clipe *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (Vincent Morisset, 2010)  
Fonte: Site do clipe

Em entrevista a Pedrosa (2012), Morisset apresenta apresenta o clipe:

A ideia é afetar o tempo do filme com os seus movimentos. Você é convidado a dançar em frente a *webcam*. Não existem regras específicas, sem complicados truques “*minority report*”. Apenas um convite a mover seus braços ou seu quadril na música. O mais rápido que você se move, mais rápido os quadros passam. Você diminui a velocidade, os personagens no vídeo vão mais devagar. Você congela e o vídeo começa a se repetir na batida, criando uma nova coreografia na coreografia. Também é possível interagir com o

*mouse*, no caso de você não ter uma camera ou você quer mudar de dançar para clicar. (Pedrosa, 2012, s.p., tradução da autora<sup>76</sup>)

Durante toda a extensão do clipe interativo, os personagens estão fazendo uma coreografia, devido exatamente a característica apontada na entrevista, referente a interação, em que os usuários podem dançar para reverberar no andamento do clipe. Diferentes momentos da coreografia em conjunto, em trio ou solo são intercaladas com os passos da integrante Régine Chassagne – ela é a única que não possui uma máscara cobrindo seu rosto ou, por vezes, uma grande cabeça de papel marchê. O clipe foi todo gravado em Montreal e, em todas as cenas, os bailarinos estão em cenários que aparentam um certo abandono, todos os espaços estão vazios e/ou escuros, por hora podemos ver grandes descampados de estacionamentos de áreas comerciais, grandes espaços gramados, áreas internas de um *shopping* e fachadas de casas típicas dos subúrbios de países como o Canadá. Na versão não interativa do clipe, apesar de a ambientação ser a mesma, Régine nem sempre aparece dançando, por vezes ela perambula pelo subúrbio, enquanto canta a canção que parece escutar em seu fone de ouvido. As sutis diferenças entre a versão tradicional e a interativa demonstram como os clipes foram pensados para se adequarem ao modo como seriam experimentados. A versão não interativa consegue imbutir em sua extensão passagens em que Régine não está dançando mas sim caminhando pelas ruas deste subúrbio no qual está “presa”; enquanto na versão interativa, como o que está em jogo é a coreografia que é feita no clipe ou o movimento de quem interage com o computador (por meio da captação dos movimentos pela *webcam* ou pelos cliques no *mouse*), essas caminhadas são inexistentes – a única ação presente é a dança. Além dessa diferença na estruturação das duas versões (interativa e não interativa), é notável a escolha para que existissem ambas alternativas, o que demonstra que, ao invés de se anularem, elas se complementam – inclusive eles parecem se arrematar, um no desenrolar do outro. O que indica, sobretudo, que a existência de videocliques em versão interativa não é uma tendência de superação do outro formato, mas sim de

---

<sup>76</sup> Tradução livre de: The idea is to affect the pacing of the film with your movements. You are invited to dance in front of your webcam. There is no specific rules, no complicated "minority report" tricks. Just an invitation to move your arms or your butt on the music. The quicker you move, the faster the frames play. You slow down, the characters in the video slow down. You freeze and the video starts to loop on the beat, creating a new choreography in the choreography. It is also possible to interact with your mouse, in case you don't have a camera or you want to switch from dancing to clicking.

sobreposição ou complexificação do cenário de produção desse tipo de produto audiovisual. Tal como Machado (2007) argumenta:

Do espaço isotópico da figuração clássica, baseado na continuidade e na homogeneidade dos elementos representados, passamos agora ao espaço politópico, em que os elementos constitutivos do quadro migram de diferentes contextos espaciais e temporais e se encaixam, se encavalam, se sobrepõem uns sobre os outros em configurações híbridas. (MACHADO, 2007, p. 240)

Essa relação de sobreposição de dois formatos diversos também acontece, mas de outro modo, para a música *Reflektor*. Neste caso, foram realizados dois videoclipes que têm pouca ou nenhuma relação um com o outro, sendo que uma versão é interativa e a outra não. Outro fato que diverge do clipe da música *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* é que eles foram dirigidos também por diferentes diretores – a versão interativa é assinada por Morisset e a não interativa foi dirigida por Anton Corbijn, ambas feitas no ano de 2013.

Sobre os aspectos de interatividade, *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (2010) foi pensado para que tivesse uma interface livre de cliques ou *links* externos. Da mesma forma como acontece em *Neon Bible* (2007), o clipe acontece através de um banco de dados que é alterado pelo movimento dos usuários na frente da *webcam* e também por meio do clique. Paul (2003) aponta que

Interatividade é outro aspecto do meio digital que tem profundo impacto nos filmes narrativos ou não-narrativos, e isso está indissolavelmente ligado ao conceito de base de dados, a possibilidade de montar e reconfigurar elementos de uma compilação de sequências de imagens. (PAUL, 2003, p. 97, tradução da autora<sup>77</sup>)

O que acontece no clipe de *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (2010) passa por essa questão da edição (por meio da interatividade), das imagens que estão associadas a um banco de dados criado pelas filmagens produzidas pela equipe de produção. Através da interação estabelecida entre videoclipe e espectador, a montagem vai sendo feita e ganhando, a cada nova visualização, um diferente andamento para a coreografia. Enquanto, ao abordar especificamente o modo como os visitantes do *site* interagem com o clipe (no caso da opção pela captação dos movimentos da *webcam*), é como se o próprio espectador fosse convidado a fazer parte daquele

---

<sup>77</sup> Tradução livre de: Interactivity is another aspect of the digital medium that has a profound impact on narrative and non-narrative film, and is inextricably connected to the concept of databases, the possibility of assembling and reconfiguring elements from a compilation of image sequences.

grupo que dança na tela. Ou seja, ele “empresta” seu corpo e seus movimentos para que o clipe possa fluir ao invés de cair dentro de uma repetição incessante de quadros.

Um exemplo de artista que aproveita o movimento do corpo para produzir suas obras é Rafael Lozano-Hemmer. Em um de seus trabalhos, *Body Movies – Relational Architecture n° 6* (2001-2003), em uma tela gigante montada em uma cidade (a instalação já passou por diversas cidades, entre elas Liverpool, Lisboa e Hong Kong), são projetadas fotografias de diferentes sujeitos enquanto uma potente fonte de luz branca sobre essas imagens (que se encontra no nível de passagem dos transeuntes) faz com as imagens projetadas sejam ofuscadas pelo brilho do refletor. As fotografias apenas ficam realmente visíveis quando as pessoas que passam em frente ao olofotes fazem sombra com seus corpos. Quando todas as fotos se tornarem visíveis para o público, novas imagens de outros sujeitos começam a ser projetadas sobre a tela novamente. Enquanto o trabalho de Rafael Lozano-Hemmer propõe uma relação dos corpos com a cidade e também com a obra, no clipe *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (2010), o corpo e o seu movimento estão conectados ao andamento da coreografia do vídeo. Mas, de fato, ambos articulam a presença do corpo e a relação que ele tem com a obra. Ao tratar mais especificamente instalações artísticas que fazem uso do corpo do espectador, Waelder (2008) argumenta:

O espectador se converte, assim, em um agente ativo da obra com a sua mera presença, captada pela camera, que capta sua posição e envia esses dados ao computador para que ele processe uma resposta. Gestos corporais, posição referente a um espaço determinado, contato físico com outros participantes ou incluindo partes do corpo como a face são reconhecidos pelo programa e interpretados de diferentes maneiras. (WAEELDER, 2008, p. 88, tradução da autora<sup>78</sup>)

Mais adiante, Waelder (2008) ainda pontua o modo como esse tipo de instalação cria uma relação mais intuitiva entre espectador e obra. Por mais que os trabalhos façam essa conexão com os gestos corporais como uma maneira de obter modos de interação mais intuitivos, isso não quer dizer que os visitantes do *site* (no caso do clipe aqui analisado) estejam dispostos a oferecer os movimentos de seus corpos para participar de um filme interativo. E, se o caso for o da apatia, de algum modo, isso pode ter a ver com o contexto de se assistir ao clipe sentado na frente do computador, muitas vezes sozinho, e não ter nenhuma ferramenta de interação com outros

---

<sup>78</sup> Tradução livre de: El espectador se convierte así en agente activo de la obra con su mera presencia, captada por la cámara que capta su posición y envía estos datos al ordenador para que procese una respuesta. Gestos corporales, posición respecto a un espacio determinado, contacto físico con otros participantes o incluso partes del cuerpo como la cara son reconocidos por el programa e interpretados de diferentes maneras.

usuários, seja ela relacional (de múltiplos espectadores participarem ao mesmo tempo) ou de compartilhamento.

A proposição de associar audiovisual com o movimento do corpo proposta por *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (2010), é um dos elementos mais expressivos desse clipe. Isso porque ele consegue reunir música, dança e ainda colocar o espectador como uma peça importante na montagem, por meio da interatividade. Mas, nesse sentido, talvez ele seja o videoclipe que mais exige uma disposição do usuário para interagir com as imagens, o que pode ser problemático no sentido de que, se não existe essa pré-disposição, a potencialidade da forma interativa é quebrada e retomada para o ponto de interação pelo clique.

#### 4.3 *THE WILDERNESS DOWNTOWN* (CHRIS MILK, 2010)

O videoclipe para a música *We used to wait*, do álbum *The Suburbs* (2010), que acabou tendo seu projeto nomeado como *The Wilderness Downtown* (que se refere a um dos versos da música), foi o primeiro produzido em parceria entre o Arcade Fire e o *Google Creative Lab*, dirigido por Chris Milk, e teve a supervisão de tecnologia assinada por Aaron Koblin. O projeto foi realizado com a linguagem de programação HTML5, de onde pode-se deduzir que o interesse no apoio por parte da Google está, sobretudo, na difusão da própria linguagem, na ampliação do uso do seu navegador *Google Chrome* (uma vez que o videoclipe só pode ser experienciado através dele), em colocar usuários regulares em contato com as possibilidades desse tipo de programação e, claro, em criar valor para a sua marca, pensando na inovação do projeto e ainda na associação entre a empresa e o Arcade Fire. Principalmente devido à banda em questão ter se destacado nos últimos anos em inúmeros festivais musicais e já apresentarem um histórico de projetos que envolvem o videoclipe interativo - visto as outras duas experiências prévias com o diretor Vincent Morisset para *Neon Bible* (2007) e *Sprawl II (Mountains Beyond Mountains)* (2010).

Em entrevista, Milk aponta que as suas principais motivações para a criação do clipe estavam, principalmente, associadas à nostalgia da juventude (CASTILHO, 2010). O próprio álbum no qual a música está presente, *The Suburbs* (2010), assume, em seu todo, esse mesmo

tom nostálgico. Na página inicial do clipe, os espectadores são convidados a inserir o endereço do local no qual cresceram e é a partir daí que se desenrola a narrativa do vídeo. Através desse dado inserido no início, novas páginas se abrem ou fecham com novas imagens, um personagem não identificado aparece correndo no endereço indicado por meio de uma simulação utilizando as imagens do satélite do *Google Earth* e do *Google Street View*, que se tornam também um espaço diegético. Silhuetas de pássaros sobrevoam a região e permeiam toda a extensão do clipe como se compusessem o cenário. Através de um jogo de câmera ou de sua simulação (no caso dos mapas utilizados de outras fontes) se cria a sensação de que esse mesmo personagem está correndo e/ou observando a vizinhança indicada no primeiro momento. Aproximadamente no meio da música, surge uma nova janela em que se é convidado a escrever uma mensagem para um “você” quando ainda era mais jovem. Utilizando-se do *mouse* ou do teclado, é possível escrever uma mensagem que, mais tarde, é tomada pelos mesmo pássaros que sobrevoam os mapas. Posteriormente, novas janelas se abrem com imagens, agora em animação 3D, do mesmo personagem correndo em um plano branco enquanto começam a crescer, instantaneamente, grandes árvores ao longo do caminho que ele percorre. Aparecem novas janelas, ainda do *Google Street View* e do *Google Earth*, em que, na vizinhança onde o interator cresceu, essas mesmas árvores começam a surgir na sua rua e no passeio de sua casa. No fim do clipe o espectador tem a opção de ver novamente o clipe, compartilhá-lo, enviar a mensagem que escreveu ou responder à uma mensagem recebida (sendo que as últimas opções tem relação com uma instalação *The Wilderness Machine*, apresentada anteriormente no subcapítulo 3.3 desta dissertação).

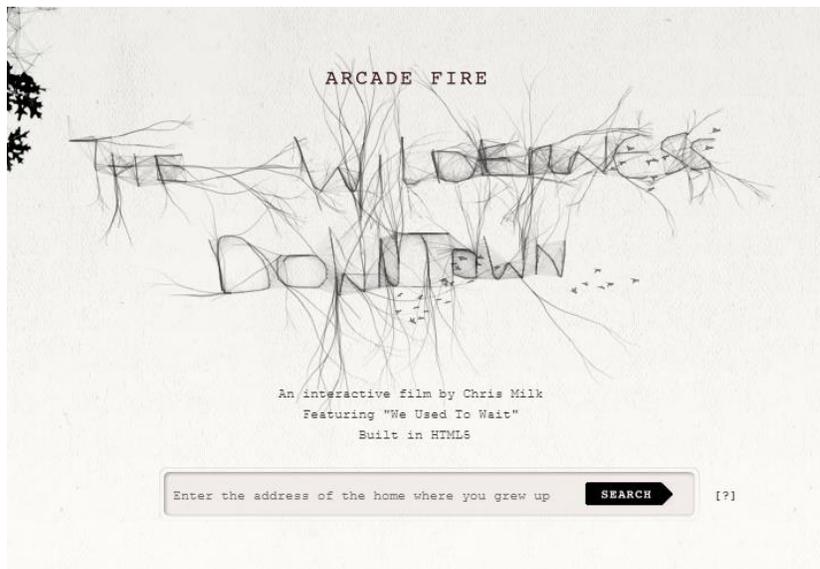


Figura 15 - Tela inicial do clipe *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010)  
Fonte: Site do clipe

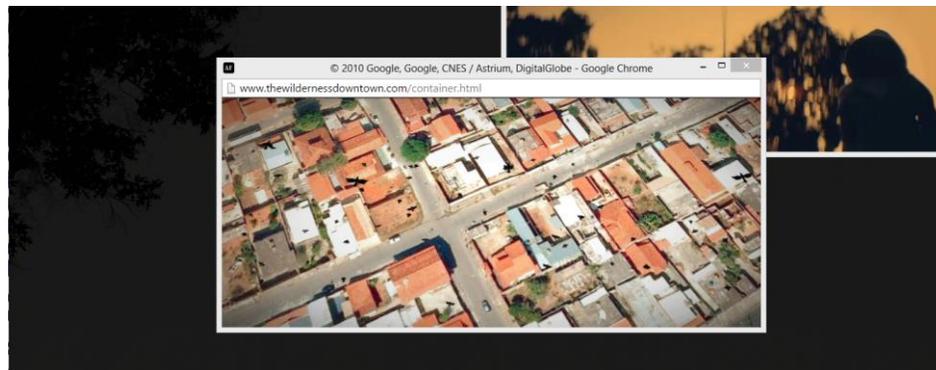


Figura 16 – Captura da tela do clipe *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010)  
Fonte: Site do clipe



Figura 17 – Captura da tela do clipe *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010)  
Fonte: Site do clipe



Figura 18 - Captura da tela do clipe *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010)  
 Fonte: Site do clipe

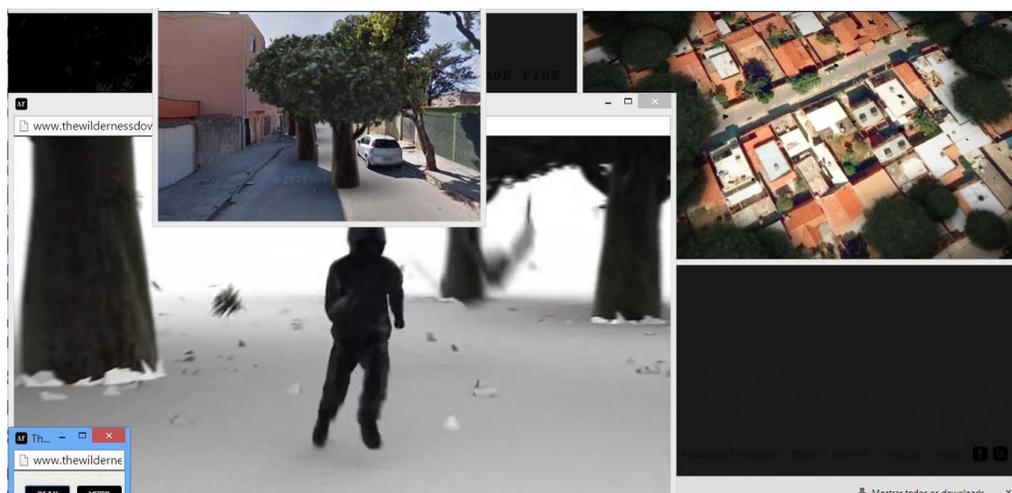


Figura 19 - Captura da tela do clipe *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010)  
 Fonte: Site do clipe

O clipe foi lançado no dia 30 de agosto de 2010 e no dia seguinte já somava mais de um milhão de visualizações. Além do destaque pelo grande número de acessos, *The Wilderness Downtown* (2010) ganhou diversos prêmios, entre eles Cannes Grand Prix Lion, Webby (Melhor uso de vídeo e melhor trabalho experimental) e, também, a categoria de *site* do ano de 2011, no festival FWA. Por se tratar de um projeto que tem como objetivo a divulgação de uma nova linguagem de programação, o clipe interativo para a música *We used to wait* tem duas vias pelas quais pode encontrar seus primeiros possíveis interessados, ou seja, tanto os aficionados em música (que podem ser ou não fãs da banda), como os *geeks*, programadores ou *designers*, ávidos por novos avanços na tecnologia. Sobretudo, tendo em vista o seu contexto de realização (o

encontro entre a Google e o Arcade Fire), *The Wilderness Downtown* (2010) constitui uma relativa novidade e por isso, inevitavelmente, tem potencial para ter uma distribuição tão ampla a ponto de se tornar um viral, como aconteceu.

Ruiz e Castaño (2011), ao analisarem o videoclipe em questão, recorrem a Jenkins (2001; 2008; 2009)<sup>79</sup> para defender a ideia de que o surgimento desse tipo de clipe faz parte do processo de convergência que ocorre em cinco níveis da sociedade, sendo eles:

Convergência *tecnológica*: a tecnologia digital permite a circulação de conteúdos multimídia através de diferentes plataformas – em sua maioria *softwares* abertos, o que dará lugar ao ecossistema da *Web 2.0*. Em segundo lugar, há a convergência *econômica* ou *corporativa*, consubstanciada na tendência de mesclar diferentes setores produtivos multinacionais em busca de sinergias. Em terceiro lugar, a convergência *social* ou *orgânica* já que é o próprio usuário que integra os conteúdos deste ecossistema midiático e multi-plataforma como uma experiência única. (...) Em quarto lugar, está a convergência *cultural*, que se refere a como essa possibilidade de hibridação entre diferentes tecnologias e gêneros fomenta fenômenos de apropriação discursiva e remixagem. Finalmente, em quinto lugar (...), [a] convergência *global*, enquanto a conectividade entre as redes tem permitido o desenvolvimento de comunidades de interesses e práticas não restritas geograficamente, que transcendem a cultura local e nacional, chegando a favorecer o que se chama de *pop* cosmopolitismo. (CASTAÑO; RUIZ, 2011, p. 157-158, tradução da autora<sup>80</sup>)

Para os autores, esses processos de convergência afetam as indústrias culturais ao mesmo tempo que as força a reverem o seu modelo de negócio e promoverem profundas transformações. No caso do *The Wilderness Downtown* (2010), eles destacam principalmente a luta para alcançar audiências que estão cada vez mais fragmentadas, sujeitos multitarefas e ainda apontam a crescente desintermediação dos polos de produção, autor, distribuição e consumidor final (Castaño; Ruiz, 2011). Portanto, a difusão desse tipo de conteúdo acaba obtendo êxito pelo

---

<sup>79</sup> JENKINS, Henry. Convergence? I Diverge. *Technology Review*. Junho de 2001. Disponível em: <<http://www.techreview.com/business/12434>> Acesso em 23 janeiro de 2014.

\_\_\_\_\_. *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 2008.

\_\_\_\_\_. *Fans, bloqueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós, 2009.

<sup>80</sup> Tradução livre de: Convergencia tecnológica: la tecnología digital permite la circulación de contenidos multimedia a través de diferentes plataformas – en su mayoría de software abierto, lo que dará lugar al ecosistema de la Web 2.0 –. En segundo lugar, se encuentra la convergencia económica o corporativa, encarnada en la tendencia a la fusión de multinacionales de diferentes sectores productivos en busca de sinergias. En tercer lugar se halla la convergencia social u orgánica, ya que es el propio usuario quien integra los contenidos de este eco-sistema mediático y multiplataforma como una única experiencia. (...) En cuarto lugar está la convergencia cultural, que hace referencia a cómo esta posibilidad de hibridación entre diferentes tecnologías y géneros fomenta fenómenos de apropiación discursiva y remezcla. Finalmente, en quinto (...), una convergencia global, en tanto que la conectividad entre redes ha permitido el desarrollo de comunidades de intereses y prácticas no constreñidas geográficamente, que trascienden la cultural local y nacional, llegando a favorecer lo que denomina cosmopolitismo pop.

compartilhamento nas redes sociais de cada indivíduo e não necessariamente por um esquema amplo de distribuição do conteúdo por meio de ações publicitárias.

Nesses diferentes tipos de convergências levantadas pelos autores é possível constatar que há uma complexificação no mercado da música. Por exemplo, partindo inicialmente da convergência econômica ou corporativa, o que acontece é uma junção da sinergia de duas partes, Arcade Fire e Google, que, a princípio, não possuem interesses comuns, mas que ambas se beneficiam com o resultado do processo. Pela convergência social ou orgânica, a síntese de diversas experiências no ambiente midiático tem como resultado a construção de um imaginário personalizado que promove uma relação direta com o Arcade Fire. No caso do videoclipe *The Wilderness Downtown* (2010), isso acontece devido ao fato de ele integrar em um único projeto diferentes plataformas e imagens através da utilização do *Google Street View*, do *Google Earth* e vídeos produzidos para o próprio clipe. Ou seja, o clipe cria laços entre a experiência pessoal do sujeito, a música e a mídia, promovendo uma aproximação entre esses três elementos.

A condução do videoclipe acontece por meio dessa mesma convergência. O personagem do clipe sempre aparece em uma penumbra e com um capuz, por isso sua presença acaba tendo um papel de subjetividade. É como se na falta da identificação daquele jovem que corre, se pudesse assumir que se trata de quem digitou o local onde cresce. E a corrida dele pelas ruas constitui uma retomada daqueles momentos na memória, como se houvesse uma volta ao tempo, a simulação dos movimentos de câmera no *Google Street View* ainda coloca essa sensação em evidência. A conclusão se dá no momento em que as árvores em 3D crescem abruptamente por todo o cenário.

Não apenas se participa enquanto personagem que observa sua própria história, mas também se interage com ela. Dois são os momentos em que, efetivamente, se participa do clipe: o primeiro momento, em que se digita o endereço de onde se cresceu e o segundo, quando se escreve uma mensagem para si próprio mais jovem, mas mesmo assim não é obrigatória nenhuma dessas participações para se ver o videoclipe. Por mais que esses sejam os momentos deliberadamente pensados para que houvesse uma interação, quem assiste ao *The Wilderness Downtown* (2010) pode ainda movimentar as janelas que se abrem, fechá-las ou criar um novo arranjo para essas telas. Telas essas que somem, se multiplicam e parecem ter vida própria, contribuindo para que se faça um caminho entre elas e, também, dentro de cada uma, separadamente, como em um mosaico de telas. O que acaba colocando o clipe em relação ao que

Murray (2003, p. 155) descreve como “estrutura caleidoscópica” que, segundo a autora, “traz inúmeras possibilidades para a narrativa. Uma das mais atraentes é a capacidade de apresentar ações simultâneas de múltiplas formas”.

*The Wilderness Downtown* (2010) recebe a assinatura *Google Experiments* e constitui um dos projetos desenvolvidos pelo *Google Creative Lab* – a produção foi realizada pela Radical Media. O videoclipe em questão foi a segunda experiência interativa musical patrocinada pela Google, sendo que a primeira se tratava de uma homenagem póstuma ao Johnny Cash (*The Johnny Cash Project*, Chris Milk, 2010), projeto que também teve grande repercussão na mídia e se tornou um viral na internet. Ao tecer relações entre os dois momentos, *The Wilderness Downtown* (2010) e *The Johnny Cash Project* (2010), é importante constatar que o clipe para o Arcade Fire é o primeiro realizado para uma banda atuante na contemporaneidade e que a parceria ainda ganha continuidade mais adiante com o clipe *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013). Isso confirma a relação de interesse da Google pelos atributos que o Arcade Fire pode exprimir por meio de sua carreira, ou seja, uma banda que se preocupa com o conteúdo, a temática e atenta para as questões da distribuição de sua música pela internet – seja pelas produções de clipes interativos realizados anteriormente ou, ainda, como no caso do álbum *The Suburbs* (2010), que possui diversas capas que mudam constantemente nos aplicativos de escutar música nos aparelhos compactos (tais como celulares, *iPod*, *tablets*, etc). Não obstante, demonstra o modo como o Arcade Fire, a partir de então, consegue ampliar sua projeção no universo musical, o que fica ainda mais claro por meio das premiações que vieram subsequentes à parceria com a Google - em 2011 a banda ganhou prêmio de melhor álbum e melhor grupo internacional no *BRIT Awards*, além de álbum do ano no *Grammy*, entre outras premiações.

O clipe para a música *We used to wait* inaugura a parceria entre Arcade Fire, Chris Milk e Aaron Koblin. Aaron que, por sua vez, já trazia a experiência de dirigir um clipe interativo para a banda Radiohead e posteriormente esteve presente como diretor de tecnologia do videoclipe interativo da música *Ain't no grave* de Johnny Cash e Chris Milk, que, na ocasião de *The Wilderness Downtown* (2010), também estava produzindo o seu segundo trabalho de vídeo interativo. O encontro dos dois diretores deu fruto ao novo empreendimento, a VRSE Inc., fundada em fevereiro de 2015, a empresa mescla em um aplicativo imagens em movimento e realidade aumentada. Por mais que os diretores em questão apresentem, relativamente, modesta

atuação enquanto realizadores de filmes interativos, são essas parcerias que firmam o princípio de uma investigação e desdobramentos desse tipo de trabalho. Como Murray (2003) aponta:

Embora a tecnologia do holodeck de Jornada nas Estrelas continue provavelmente distante e os jogos nos formatos de quebra-cabeça e tiroteio, além dos emaranhados *web sites* da metade da década de 1990, tenham apenas começado a arranhar o potencial expressivo do novo meio, essas primeiras experiências com a narrativa digital despertam, essencialmente entre os jovens, apetites por histórias participativas que ofereçam uma imersão mais completa, uma agência mais satisfatória e um envolvimento mais prolongado dentro de um mundo caleidoscópico. (MURRAY, 2003, p. 235)

*The Wilderness Downtown* (2010) obtém méritos enquanto uma experiência inovadora de videoclipe na internet. É, visivelmente, mais audacioso, tendo em vista as primeiras produções de clipes digitais produzidas pela MTV nos anos 2000, no projeto denominado *Webeos* (apresentado no segundo capítulo), ou ainda do que os videoclipes interativos anteriores do Arcade Fire [*Neon Bible*, Vincent Morisset, 2007; *Sprawl II (Mountains beyond mountains)*, Vincent Morisset, 2010], mas ainda consiste em um projeto que explora pouco o “potencial expressivo do novo meio” - isso porque a participação é superficial e a sensação de agência é pouco satisfatória, ou seja, não se tem a sensação de realmente modificar o ambiente por meio da ação dos usuários. Apesar disso, *The Wilderness Downtown* (2010) é um projeto que fornece uma nova visão sobre o videoclipe na contemporaneidade e, por consequência, sobre a própria criação de imagens em movimento no ambiente virtual.

#### 4.4 JUST A REFLEKTOR (VINCENT MORISSET, 2013)

*Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013) é o quarto videoclipe interativo realizado para a banda Arcade Fire e o terceiro a ser dirigido por Vincent Morisset, mas desta vez, em parceria com o diretor de tecnologia Aaron Koblin, por meio do *Google Creative Lab* e também da produtora Unit9. A música que dá origem ao projeto é a primeira faixa do álbum *Reflektor*, homônimo da canção, lançado no ano de 2013. As imagens para o clipe foram gravadas em Montreal (Canadá) e em Porto Príncipe (Haiti), sendo que grande parte dos protótipos e experiências prévias para o clipe foram pensados e testados na cidade canadense e, a maior parte das imagens, gravadas em território haitiano. Apesar de ter origem em Montreal, a banda apóia o

Haiti fazendo campanhas de arrecadação financeira para a reconstrução da capital, Porto Príncipe, devastada pelo terremoto de 2010 – além disso, o país é, também, onde os pais da integrante Reginé Chassagne nasceram.

*Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013) conquistou diversos prêmios desde o seu lançamento e, certamente, é o clipe no qual o diretor Vincent Morisset obteve mais destaque na mídia, comparado aos dois outros precedentes, *Neon Bible* (Vincent Morisset, 2007) e *Sprawl II (Mountains beyond mountains)* (Vincent Morisset, 2010). Entre as premiações agraciadas, os principais são o Emmy Award (Categoria “Marcante realização criativa” – Programa interativo original), Webby Award (Net Art, Videoclipe e Vozes da Net Art), SXSW Prêmio de interatividade (Música), Cannes Bronze Lions (Vídeo interativo e uso inovador da tecnologia) e no FWA Site do mês.

Tal como sucede no clipe *Sprawl II (Mountains Beyond Mountains)* (Vincent Morisset, 2010), a música *Reflektor* possui outro clipe em versão não interativa, esse, por sua vez, assinado por Anton Corbijn e também lançado em 2013 – diferentemente do caso da música *Sprawl II (Mountains Beyond Mountains)* (Vincent Morisset, 2010), que possui duas versões do clipe (interativa e não interativa) assinadas pelo mesmo diretor. Outro aspecto a ser pontuado é que, no caso dos clipes de *Reflektor*, as visualidades e os motes são bastante diferentes um do outro, o único elemento que perpassa os dois clipes é o reflexo, que aparece em ambos seja por meio de algum espelho ou da água. Exceto por esse item, toda a construção é bastante diversa – o clipe do diretor Corbijn é todo preto e branco, nele são intercaladas imagens de Reginé Chassagne e Win Butler em um automóvel similar à um *jeep* de guerra, com imagens de todos os integrantes da banda tocando a música, imagens de um personagem completamente vestido em um traje todo espelhado, além de cenas em que os integrantes da banda interagem com espelhos e imagens refletidas sobre luzes artificiais ou a luz solar. Ao contrário da versão interativa, que é uma ficção híbrida, que mescla imagens documentais do Haiti com imagens do conto imaginado por Morisset, e que em momento algum mostra os integrantes da banda.



Figura 20 – Quadro do videoclipe *Reflektor* (Anton Corbijn, 2013).  
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=7E0fVfectDo>



Figura 21 - Quadro do videoclipe interativo da música *Reflektor* (Vincent Morisset, 2013).  
Fonte: <http://www.justareflektor.com/about>

No clipe interativo, uma personagem principal caminha entre dois mundos. Um deles é um mundo ficcional, que faz alusão a um cenário mítico, recheado de elementos como fogo, reflexos em espelhos e na água, os próprios figurinos e as intervenções realizadas por meio da interação com as imagens remetem à ideia de algo transcendente. O outro mundo é a cidade haitiana de Porto Príncipe, na qual a protagonista dança e caminha passando pelas manifestações culturais documentadas no local. Na descrição do projeto no *site* da produtora de Vincent Morisset, a Aatoaa, lê-se o seguinte relato:

Para mim, essa música é uma busca pela verdade. Uma metáfora sobre representação e identidade. Eu pensei sobre a Caverna de Platão. A real interação faz parte da mensagem. Nós criamos um muro invisível no mundo virtual. De um lado, o espectador, do outro lado, o protagonista preso na tela. Ficção e realidade se colidem. Esse foi, também, outro aspecto que eu queria explorar. Combinar estilo de captura de documentário com um mundo imaginário. Criar um confronto entre a primeira metade

interativa e o final, no qual o espectador é convidado a deixar acontecer. (AATOAA, [2013?], tradução da autora<sup>81</sup>)

No clipe, a protagonista trafega entre esses dois mundos e os espectadores parecem desvendar essa atmosfera ficcional da primeira metade do clipe através da interação com as imagens. Morisset, no *making of*<sup>82</sup> do clipe, aponta como essa dualidade de mundos sugere uma metáfora do que seria o *Reflektor*, e argumenta apontando que se trata de uma jovem que viaja entre o seu próprio universo e a realidade exterior.



Figura 22 - Imagem do making of do clipe *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013)  
Fonte: Site da produtora Aatoaa, do diretor Vincent Morisset

---

<sup>81</sup> Tradução livre de: “For me, this song is a quest for truth. A metaphor about representation and identity. I thought about Plato's Cave. The actual interaction was now part of the message. We created an invisible wall in the physical space. The spectator on one side, the protagonist trapped in the screen on the "other side". Fiction and reality colliding. This was also another thing I wanted to explore. Combine documentary style shooting to an imaginary world. Create a clash between the first interactive half of the clip and the end where the spectator is invited to let go.”

<sup>82</sup> O *making of* do videoclipe está disponível na opção “about” na tela principal do projeto interativo justareflektor.com.



Figura 23 - Captura da tela do clipe *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013)  
Fonte: Site do clipe

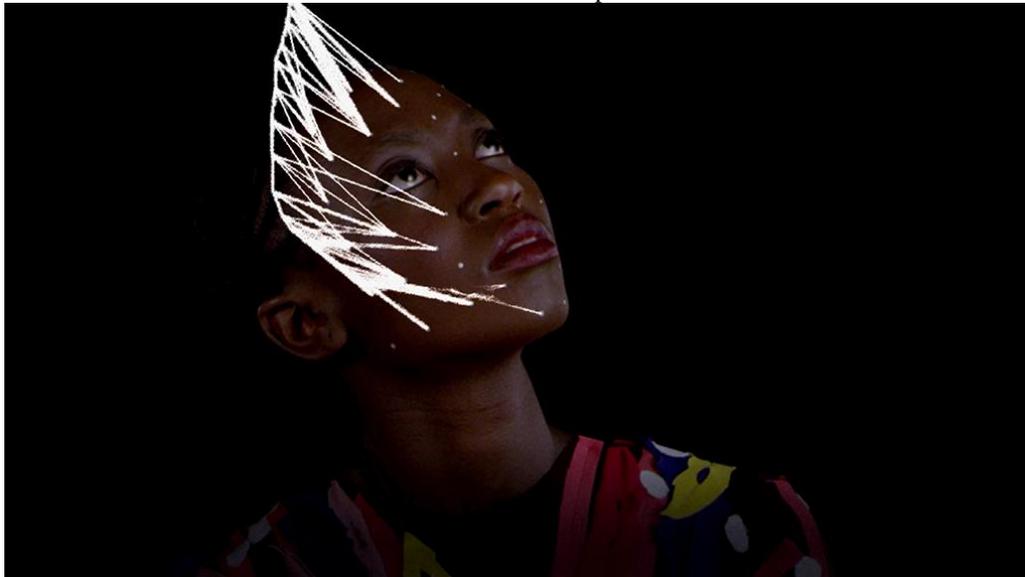


Figura 24 - Captura da tela do clipe *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013)  
Fonte: Site do clipe

Retomando a citação do *site* da Aatoaa, que descreve a divisão do videoclipe em duas partes, a primeira, na qual acontece a maioria dos pontos de interação e a segunda, em que os espectadores são convidados a deixar acontecer, pode-se destacar um importante fato que acontece na passagem entre esses dois momentos. Curiosamente, essa partição do clipe coincide exatamente com a cena na qual a personagem quebra um espelho, e nós nos vemos nos cacos do reflexo mostrados na tela (através da simulação feita por meio da imagem captada pela *webcam*).

A “quebra” desse muro virtual, no qual somos inseridos entre as duas realidades da protagonista, é também o momento no qual “somos percebidos” em frente a tela que observamos e que por alguns segundos nos observa. E se nós a observamos enquanto somos observados, entramos, então, em um ciclo infinito de espelhamento que apenas cessa quando acontece o corte para a segunda metade do clipe que mostra a realidade exterior da protagonista. Apesar de não haver qualquer evidência de uma relação referencial com a obra *TV Buddha* de Nam June Paik, esse momento do videoclipe traz essa mesma ideia do ciclo de se ver e ser visto, dessa vez em um modo atualizado e com uma outra proposição. Morisset (2014) defende que

a ideia era usar a tecnologia e a interatividade, mas como sendo realmente parte da mensagem, e o modo como a música fala sobre nossa idade narcisista, na qual constantemente tiramos selfies de nós mesmos e nos conectamos com a realidade do outro, como criamos um contraste com o nosso mundo e algo tão diferente como o Haiti, por ocasião. (MORISSET, 2014, tradução da autora<sup>83</sup>)



Figura 25 - Imagem da obra *TV Buddha* (Nam June Paik, 1974)

Fonte: <<http://mjsdigiart.umwblogs.org/2011/12/01/nam-june-paik-stephen-vitiello-john-blatter/>>

---

<sup>83</sup> Tradução livre de: “the idea was to use technology and interactivity but being really part of the message and how the song talks about our narcissistic age where we’re constantly taking selfies of ourselves and how we connect with others and how the other reality and how to create a contrast between our world and something really different like Haiti for instance”.

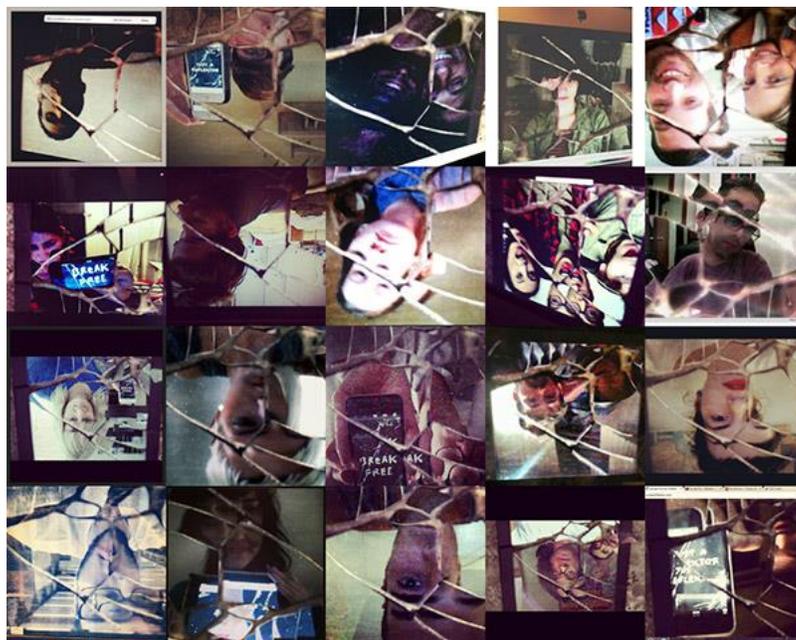


Figura 26 - Imagem copiada da tela do videoclipe *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013)  
Fonte: Site da produtora Aatoaa.

Na obra de Nam June Paik, os temas relacionados passam, por sua vez, por discussões sobre a percepção de si mesmo, o transcendentalismo, a questão sobre a simultânea presença dos tempos presente e passado, e a tecnologia; enquanto, no videoclipe de Morisset, a pauta está muito mais relacionada com o uso da tecnologia nos dias de hoje, pensando sobre o narcisismo. No contexto desse clipe, quarenta anos depois da obra de Paik, a tecnologia deixa de ser um aparato a ser explicitado e passa a ser algo que se deseja camuflar, para que as formas de interação com os aparelhos sejam cada vez mais sutis. Como Murray (2003) apresenta:

Nos sistemas de programação de computadores, as primitivas são os menores componentes (tais como simples cálculos aritméticos) a partir dos quais as operações maiores (tais como complexos cálculos de funções) são construídas. Numa narrativa interativa, as primitivas principais são as ações dos próprio interatores, como estruturadas pelo autor. (...) Quanto mais essas primitivas forem fáceis de aprender e menos chamarem a atenção para o computador – ou seja, quanto mais transparentes forem –, mais intensa será nossa imersão e mais forte o nosso sentido de encenação dramática. (MURRAY, 2003, p. 183)

Uma das preocupações demonstradas por Aaron Koblin, diretor de tecnologia do clipe, era que, ao visualizar e interagir com as imagens, os espectadores pudessem entrar na experiência

e se esquecer do aparato tecnológico<sup>84</sup>. Em *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013), o diretor propõe o uso de um segundo dispositivo que produz efeitos sobre a tela do computador – podendo se tratar de um *tablet* ou algum tipo de aparelho de dados móveis. Ao entrar na página do videoclipe, recebemos a instrução de acessar, em outro aparelho, um *link* para criar um vínculo entre as duas telas<sup>85</sup>. A ideia é que, ao utilizar essa segunda tela, o controle pelo *mouse* ou pelos comandos no teclado (elementos já habituais em trabalhos interativos em computadores) pudessem ser dispensados e que a interação acontecesse de modo mais fluído, com o próprio movimento do corpo que segura a segunda tela. O que caracteriza, portanto, um modo diferente de criar uma interface entre o vídeo e os interatores. Sobre a interface e a importância, Paul (2003) argumenta:

A interface serve como um dispositivo navegacional e como um tradutor entre duas partes, fazendo cada uma delas perceptível uma para a outra. (...) Interfaces sempre sutilmente mudam os paradigmas da comunicação, o *design* e a cultura das interfaces digitais, com suas convenções, particularidades estruturais, bem como promessas e limitações são profundamente interligadas com o modo como percebemos a arte digital. (PAUL, 2003, p. 70, tradução da autora<sup>86</sup>)

*Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013) propõe uma interface que busca diálogo entre duas telas em que uma provoca a geração de efeitos na outra. Além disso, a tela do segundo dispositivo também complementa o videoclipe com áudios exteriores ao da própria canção, emitidos pelo computador – ou seja, as duas telas são aproveitadas, pensando nos recursos disponíveis em cada uma delas. A utilização desses dois suportes diferentes em apenas um trabalho audiovisual interativo também contribui para a construção narrativa, tal como Murray (2003) aponta:

O poder caleidoscópico do computador permite-nos contar histórias que refletem com maior autenticidade nossa sensibilidade da virada do século. Não acreditamos mais numa realidade singular, numa visão única e integradora do mundo, nem mesmo na confiabilidade de um só ângulo de percepção. No entanto, retemos o desejo humano fundamental de fixar a realidade sobre uma tela apenas, de expressar tudo o que vemos de modo integrado e simétrico. A solução é a tela caleidoscópica, capaz de apreender o

---

<sup>84</sup> Informação extraída do *making of* do videoclipe, que está disponível na opção “*about*” na tela principal do projeto interativo [justareflektor.com](http://justareflektor.com).

<sup>85</sup> Esse é o modo ideal de visualização mas ele não é obrigatório, o espectador também pode optar pelo uso apenas do *mouse*.

<sup>86</sup> Tradução livre de: The interface serves as a navigational device and as translator between two parties, making each of them perceptible to the other. (...) Interfaces always subtly change the paradigms of communication, and design and culture of digital interfaces, with their conventions, structural particularities, as well as promises and limitations are deeply interconnected with the way we perceive digital art. (PAUL, 2003, p. 70)

mundo como se apresenta desde diferentes perspectivas – complexo e talvez incompreensível no final das contas, mas ainda sim coerente. (MURRAY, 2003, p. 159)

A esse argumento do poder caleidoscópico do computador se relacionam, não apenas as duas realidades apontadas pelo diretor para a construção do videoclipe, mas também a realidade de quem assiste, – tanto quando se interage com as duas telas ou quando as imagens captadas pela *webcam* são reproduzidas no clipe. As imagens, efeitos e dispositivos são sobrepostos em uma tela principal, a do computador, e é nela que a narrativa encontra a complexidade e corência de uma personagem que vive entre as duas realidades – a da imagem de si mesma no reflexo de um espelho e do “eu” fora dele.

*Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013), assim como os demais clipes do Arcade Fire, cria relação com a temática maior proposta para cada álbum, que, no caso de *Reflektor*, tem inspiração no ensaio *The Present Age* (1846), do filósofo Kierkegaard. Morisset (2014, tradução da autora<sup>87</sup>), adiciona outras referências presentes no álbum, ao mesmo tempo que explicita o modo como elas dialogam com o clipe, ao dizer que “o último álbum é sobre o Haiti, o mito do Orfeu, eles [*a banda*] tem esses pilares, que são como ponto de partida”. O clipe se destaca pela visualidade, pelos efeitos produzidos pela interatividade, pelas imagens documentais de Porto Príncipe, pela proposição inusitada de usar duas telas que se complementam, não apenas pelos resultados visuais, mas também pelo som. Dentre os clipes analisados neste capítulo, *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013) é o que combina de modo mais fluído imagem em movimento, narrativa, interatividade e música. Certamente, assim como os demais clipes interativos do Arcade Fire, *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013) ainda se encontra em um estágio embrionário da potência narrativa na era informática, mas nem por isso deixa de conquistar méritos pelo que representa.

---

<sup>87</sup> Tradução livre de: The last album is about Haiti, the Orpheus myth, they have these kind of pillars, that are kind of starting points.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

*Cause in my mind and in my car,  
We can't rewind we've gone too far  
Pictures came and broke your heart  
So put all the blame on VCR  
Video killed the radio star - The Buggles*

A exibição do primeiro videoclipe pela MTV norte-americana foi o da música *Video killed the radio star* (Russell Mulcahy, 1979), da banda The Buggles. Em sua tradução literal, o nome da música seria “O vídeo matou a estrela do rádio”, e é a segunda faixa do álbum conceitual *The plastic Age* (1979), que propõe provocações nostálgicas relativas às transformações tecnológicas que ganhavam vigor na década de 60, tal como a gravação de vídeo pelo *portapack*<sup>88</sup>, a transmissão televisiva, a sintetização sonora, bem como as demais invenções no campo da tecnologia que ganharam força desde o início do século XX, como a fotografia, o cinema e o rádio. A música do clipe que inaugura as transmissões do canal de televisão dedicado ao vídeo musical diz respeito ao modo como o vídeo provocou mudanças no universo musical daquele momento, no qual o rádio era a principal forma de transmissão musical. Ironicamente, a emissora que tem sua primeira exibição com um refrão que ecoa “*Video killed the radio star, video killed the radio star*” é a mesma que vê sua programação televisiva transformada devido às mudanças provocadas pela expansão do uso dos computadores e dispositivos móveis conectados à internet – que acaba propondo uma nova lógica no consumo musical, tal como sucedido com o surgimento do vídeo outrora.

A presente dissertação tem como objetivo compreender o passo que vem a seguir nessa cadeia de transformações tecnológicas, em que, fazendo uma analogia ao nome da música da banda The Buggles, “a internet mata a estrela da televisão”. O foco da investigação está inicialmente nas articulações entre videoclipe e interatividade no ambiente digital e tem como recorte os vídeos musicais interativos produzidos para a banda Arcade Fire, sendo eles: *Neon Bible* (Vincent Morisset, 2007), *Sprawl II* (Vincent Morisset, 2010), *The Wilderness Downtown* (Chris Milk, 2010) e *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013).

---

<sup>88</sup> O *portapack* foi desenvolvido pela Sony e lançado em 1967. Se trata de um equipamento de uso doméstico para gravação de vídeos.

Para alcançar as questões referentes, especificamente, ao formato interativo do videoclipe, inicialmente foi estabelecida uma relação com a obra de arte completa do músico Richard Wagner (2003), a *Gesamtkunstwerk*. Na medida em que, tal como o músico propõe que a ópera seja uma obra de arte total, por trazer em um único espetáculo a música, o teatro, a literatura, a dança, o canto e as artes plásticas; o videoclipe, em seu formato interativo, agrega todas essas formas e adiciona ainda a interatividade às elas.

Antes de adentrar nas questões específicas do videoclipe interativo, são trazidas discussões acerca da sua origem e também sobre sua linguagem (início do capítulo 2 desta dissertação: “Videoclipe interativo e suas relações com as narrativas digitais”). Pode-se constatar, que o clipe apresenta uma origem indeterminada, embora fossem diversos os exemplos que já tentavam mesclar imagem em movimento e música (tal como experimentos de vanguarda de artistas tais como Viking Eggeling, Hans Richter e Walter Ruttmann, os musicais da Disney, entre outros); tampouco possui uma linguagem específica, sendo que ele engloba um apanhado de referências da televisão, da videoarte, do cinema e da publicidade – sendo, por natureza, um formato marcado pelo hibridismo. Tal como Soares (2012) argumenta:

Quando nos remetemos ao videoclipe, estamos tratando de um conjunto de fenômenos de criação nos meios de comunicação de massa angariados na ideia do hibridismo. Como gênero televisual pós-moderno que é, o videoclipe agrega conceitos que regem a teoria do cinema, abordagens da própria natureza televisiva e ecos da retórica publicitária. (SOARES, 2012, p. 48)

Por sua natureza híbrida e múltipla, pode-se perceber como o videoclipe possui abertura para a experimentação. Apesar de haver um grande número de bandas e cantores que replicam “fórmulas de sucesso”, como por exemplo, clipes com cortes rápidos dos artistas cantando e tocando a música ou formas narrativas lineares que produzem relação direta com o que está sendo dito pela letra da música; quando a sua abertura criativa é explorada, tem-se um potencial expressivo comparado às manifestações experimentais do cinema de vanguarda da década de 20, ao cinema experimental dos anos 50-60 e a videoarte dos anos 60-70 (MACHADO, 2000). Mais especificamente sobre o modo como o videoclipe conta uma história, Goodwin (1992) defende:

O videoclipe, então, desafia os termos do debate sobre o “texto realista clássico” derivado dos estudos em cinema a partir de duas vertentes. Primeiro, a música em si conclui com êxito a resolução através da repetição, mais do que pelo desenvolvimento linear. Segundo, as letras das canções, frequentemente operam sem qualquer desenvolvimento temporal – e se a história é contada em palavras do início ao fim, o

método de contar é certamente inteiramente diferente do encontrado no cinema ou na TV. (GOODWIN, 1992, p. 84, tradução da autora<sup>89</sup>)

Ao ganhar força na internet, algumas experiências com videoclipe nesse ambiente passam a contar histórias utilizando-se da interatividade. O que resulta em narrativas mais multifacetadas e amplia as possibilidades da utilização de recursos próprios da programação computacional. Apesar de não representar grande novidade se colocadas em relação ao universo dos jogos, a interatividade, inserida na narrativa audiovisual, corresponde à uma relativa inovação. Pensando nesse aspecto, foram retomados alguns conceitos que se relacionam à lógica de funcionamento dos computadores e que são apropriados para a criação de narrativas digitais – o hipertexto e o rizoma. O hipertexto é discutido por Lévy (2004) e fala sobre uma alternativa às formas que se dão de modo linear (um livro de romance clássico, um filme linear, etc), pensando o modo como elas pouco representam como o pensamento funciona, ou seja, de modo fluído e estabelecendo diversas relações com tópicos diferentes, por vezes simultâneos. Para estabelecer essa proposição, Lévy (2004) teve como base o conceito de rizoma, de Deleuze e Guattari (1995), que discutem o termo dentro do pós-estruturalismo, e apontam como ele representa uma forma não hierárquica e multifacetada da estrutura do conhecimento.

Murray (2003), aponta que uma característica importante para as narrativas digitais é que os interatores tenham um sentido forte de “agência” ao experienciar esses formatos, ou seja, que eles tenham a sensação de que estão realmente modificando o ambiente com o qual estão interagindo – que as ações gerem impactos satisfatórios sobre a narrativa. Mas isso acontece pouco nas experiências de vídeos interativos citados ao longo da dissertação. Apesar de representarem uma nova maneira de fazer e um novo modo de “ver”, a sensação de “agência” discutida por Murray (2003) é pouco explorada e as experiências de vídeos interativos, em sua maioria, não passam de uma estratégia para chamar atenção das audiências dispersas da internet. Tal como Castaño e Ruiz (2011) apontam:

Não se deve esquecer, portanto, que a introdução de inovações tecnológicas no vídeo responde a um imperativo de negócios, na medida em que, de acordo com o Hayward<sup>90</sup>,

---

<sup>89</sup> Tradução livre de: Music video clips thus defy the terms of the debate about the "classic realist text" derived from film studies on two counts. First, the music itself achieves resolution through repetition, rather than linear development. Second, the song lyrics often operate without any temporal development — and even where a story is told in the words from beginning to end, the method of storytelling is certainly entirely different from that found in television or cinema.

a função deste formato é "atrair a atenção e ‘engancha’ o público por direito próprio - assim também transformando a atenção para a trilha sonora do vídeo.” (CASTAÑO; RUIZ, 2011, p.160, tradução da autora<sup>91</sup>)

Por mais que os videoclipes interativos representem, também, uma forma de angariar mais audiência no meio digital (o que é evidente, principalmente pelo caráter publicitário do produto), não se pode negligenciar o que seus investimentos interativos representam no contexto atual: ao invés de ignorar as possibilidades específicas da produção audiovisual no contexto da internet, os diretores se apropriam delas em favor de experiências participativas. Morisset (2014), diretor de três dos quatro clipes do Arcade Fire, *Neon Bible* (Vincent Morisset, 2007), *Sprawl II* (Vincent Morisset, 2010) e *Just a Reflektor* (Vincent Morisset, 2013), afirma que:

Ainda vai levar um tempo, mas é muito importante que as instituições, o público e todo mundo mude a visão que eles têm sobre isso [*produção de narrativas digitais*]. Não é apenas algo *geek*, tecnológico. É uma outra maneira de conectar pessoas e contar histórias e, principalmente agora que consumimos tudo através dessa plataforma. Elas te dão oportunidades, novas possibilidades, podemos tirar proveito delas ou não, ela está lá. (MORISSET, 2014, tradução da autora<sup>92</sup>)

Ao fornecer uma nova mirada para o formato, está se dando um primeiro passo para formas cada vez mais ousadas e que efetivamente fornecem o sentido de “agência”. Segundo Murray (2003, p. 260) “não poderíamos obter o avanço inovador de uma obra de arte duradoura sem a originalidade e a inventividade de histórias menos ambiciosas”. A própria contemporaneidade exige imagens que dialoguem mais de perto com as estruturas que a permeiam. Manovich (2014), reflete:

Qual o tipo de imagens são apropriadas para as necessidades de informação de uma sociedade global em rede – a sociedade que em todas as áreas precisam representar mais dados, mais camadas, mais conexões do que a sociedade industrial que a precedeu? Os sistemas complexos que tem se tornado super-complexos; o fácil acesso a informação em tempo real vinda de *feeds* de notícia, sensores de rede, câmeras de segurança, acesso mais fragmentado e limitada a respeito de qualquer assunto em uma economia de

---

<sup>90</sup> HAYWARD, Philip. Industrial light and magic: style, technology and special effects in the music video and music television. In: Hayward, Philip. (ed) Culture, technology & creativity in the late twentieth century. London: John Libbey, 1990.

<sup>91</sup> Tradução livre de: No debe olvidarse, pues, que la introducción de innovaciones tecnológicas en el videoclip responde a un imperativo comercial, en la medida en que, según Hayward, la función de este formato es “atraer la atención y “engancha” a las audiencias por derecho propio – de ese modo también girando la atención hacia la pista musical del video”.

<sup>92</sup> Entrevista concedida por Vincent Morisset em Montreal, em 2014. Verificar Anexo. Tradução livre de: It will take a while but it is really important that... Institution, the public and everyone change how they look at this. It's not just geek techno stuff. It's just another way to connect with people and tell stories and mainly these days we just consume everything through this platform, so... They give you opportunities, new possibilities, we can take advantage of it or not, but it is just there.

consumo – tudo isso coloca uma nova pressão sobre os tipos de imagens que a cultura humana já desenvolveu e em última análise apela ao desenvolvimento de novos tipos. Isso não significa necessariamente inventar algo que seja completamente sem precedentes – ao invés disso, é aparentemente bastante produtivo simplesmente dar às velhas imagens novas pernas, isto é, expandir o que elas representam e como podem ser utilizadas. (MANOVICH, 2004, p. 339, tradução da autora<sup>93</sup>)

Por mais que não se trate da criação de imagens completamente inovadoras, o esforço para construir videoclipes interativos significa uma transformação no modo como essas imagens são produzidas e percebidas. Tal como aponta Couchot (2003, p. 56) ao argumentar que “cada técnica, cada máquina age insidiosamente sobre as faculdades perceptivas dos pintores e dos artistas, como, aliás, sobre todos nós, o que desencadeia uma renovação brutal na maneira de operar sobre a matéria e sobre as formas”. Murray (2003), sobre o futuro das narrativas digitais, aposta no crescimento do format, mas ressalta que grande parte do que é produzido ainda compõe uma grande massa sem algum grande destaque. Para a autora:

Parece-me bastante possível que um futuro Homero digital surja, combinado a ambição literária, a relação com uma vasta platéia e a peripécia computacional. Mas, por enquanto, precisamos prestar uma atenção muito grande para escutar, em meio à cacofonia do ciberespaço, os primeiros e hesitantes acordes do bardo que desperta. (MURRAY, 2003, p. 202)

O videoclipe, sua abertura criativa e seu caráter desde sempre experimental, servem como um espaço decididamente vasto e próspero para essas primeiras experiências interativas no ambiente digital. Por meio da integração de diferentes áreas, entre elas as que o videoclipe em sua forma não interativa já agregava, tal como cinema, televisão e rádio e, agora com a adição da interatividade, trabalhos iniciais no campo da narrativa digital são experimentados e testados. Por mais que, mesmo os cliques do Arcade Fire aqui analisados, ainda representem pouco do potencial de narração interativa, eles já representam um desejo de aprimoramento e certamente abrem caminho para experiências cada vez mais maduras e ousadas no campo da criação de projetos audiovisuais para a internet.

---

<sup>93</sup> Tradução livre de: What kind of images are appropriate for the needs of a global informational networked society – the society which in all of its areas needs to represent more data, more layers, more connections than the preceding its industrial society? The complex systems which have become super-complex; the easy availability of realtime information coming from news feeds, networks of sensors, surveillance cameras; more fragmented and limited access to the senses of any subject in a consumer economy – all this puts a new pressure on the kinds of images human culture already developed and ultimately calls for the development of new kinds. This does not necessary mean inventing something completely unprecedented – instead it is apparently quite productive to simply give old images new legs, so to speak, by expanding what they can represent and how they can be used.



## REFERÊNCIAS

AARON KOBLIN. [2012?] Disponível em: <<http://www.aaronkoblin.com/>> Acesso em 3 de março de 2013.

AATOAA. [2013?] Disponível em: <<http://www.aatoaa.com>> Acesso em 12 de agosto de 2014.

ARMES, Roy. **On Video – o significado do video nos meios de comunicação**. Tradução: SCHLESINGER, George. São Paulo: Summus editorial, 1999.

BEEBE, Roger; MIDDLETON, Jason (ed). **Medium cool – Music from soundies to cellphones**. Durham & London: Duke University Press, 2007.

BERMAN. Robert A. **Fade-in: the screenwriting process**. Studio city: Michael Wiese. 2ª edição, 1998 p.7

BROECKMAN, Andreas. **Image, Process, Performance, Machine. Aspects of a machine aesthetics**. Palestra manuscrita, Conferência Refresh!, Banff/Canadá, 29 de set. de 2005. Disponível em: <[http://www.mediaarthistory.org/wp-content/uploads/2011/05/Andreas\\_Broeckmann.pdf](http://www.mediaarthistory.org/wp-content/uploads/2011/05/Andreas_Broeckmann.pdf)> Acesso em 3 de março de 2014.

CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca**. Lisboa: Edições 70, 1987.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução: LESSA, Ana Regina e CINTRÃO, Heloísa Pezza. São Paulo: EDUSP, 1997. p.283-350: Culturas híbridas, poderes oblíquos. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cdrom/Garcia/garcia.pdf> Acesso em 3 de janeiro de 2014.

CARRIÈRE, Jean-Claude. **A linguagem secreta do cinema**. Tradução por: ALBAGLI, Benjamin; ALBAGLI, Fernando. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.

CASTAÑO, Lucía Caro; RUIZ, David Selva. **Estrategias de convergencia y desintermediación en la difusión del videoclip mediante autocomunicación de masas**. VI Congrès internacional comunicació | Realitat. Facultat de comunicació Blanquerna – Universitat Ramon LLULL. Trípodex extra. Barcelona, 2011. Disponível em: [https://www.academia.edu/10100902/Estrategias\\_de\\_convergencia\\_y\\_desintermediaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/10100902/Estrategias_de_convergencia_y_desintermediaci%C3%B3n)

n\_en\_la\_difusi%C3%B3n\_del\_videoclip\_mediante\_autocomunicaci%C3%B3n\_de\_masas  
Acesso em 04 de julho de 2013.

CASTILHO, Michelle. **The Wilderness Downtown's Creator Talks About What Motivated Him, What's Next.** Times: 10/09/2010. Disponível em: <[techland.time.com/2010/09/10/the-wilderness-downtowns-creator-talks-about-what-motivated-him-whats-next/](http://techland.time.com/2010/09/10/the-wilderness-downtowns-creator-talks-about-what-motivated-him-whats-next/)>. Acesso em 13 de Julho de 2013.

CARVALHO, Claudiane. **Sinestesia, ritmo e narratividade – interação entre música e imagem no videoclipe.** In: XVII Encontro da Compós, UNIP, São Paulo, SP, Junho de 2008.

CHION, Michel. **Audio-Vision: Sound on screen.** Columbia University. Press, New York, 1994.

CHRIS MILK. [2011?]. Disponível em: <<http://milk.co/>> Acesso 12 de abril de 2013.

CORTÁZAR, Julio. **O jogo da amarelinha.** Tradução de: FERRO, Fernando de Castro. São Paulo: Círculo do livro. 1968.

COUCHOT, Edmond. **A tecnologia na arte - da fotografia à realidade virtual.** Tradução de: REY, Sandra. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2003.

CUEVAS, F. Javier Panera. Tradução por: REES, Richard-Lewis. **This is not a love song: cruce de caminos entre videocreación y música pop.** Barcelona: [La virreina], 2013.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs – Capitalismo e esquizofrenia, vol. 1.** Tradução por: NETO, Aurélio Guerra; COSTA, Célia Pinto. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995. Disponível em: [http://www.ileel.ufu.br/lep/arquivos/textos\\_geral/Mil\\_Platos\\_1.pdf](http://www.ileel.ufu.br/lep/arquivos/textos_geral/Mil_Platos_1.pdf) Acesso em 12/12/2013

DINKLA, Söke. **The history of the interface in Interactive Art.** 1994. Disponível em: [http://www.kenfeingold.com/dinkla\\_history.html](http://www.kenfeingold.com/dinkla_history.html) Acesso em: 22 de Junho de 2013.

DOYLE, Patrick. **Win Butler Reveals Secret Influences Behind Arcade Fire's 'Reflektor'.** Rolling Stone. 22/12/13 Disponível em: <http://www.rollingstone.com/music/news/win-butler->

reveals-secret-influences-behind-arcade-fires-reflektor-20131022#ixzz2nr6pHmy2 Acesso em 10 de dezembro de 2013.

ECO, Umberto. **Obra Aberta: forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas.** Tradução por: CUTOLO, Giovanni. São Paulo: Perspectiva, 2010, 9ª edição.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas - elogio da superficialidade.** São Paulo: Annablume, 2008.

FRITH, Simon. **Performing Rites: on the value of popular music.** Cambridge: Harvard University Press, 1996.

GAUDREAU, André. Tradução por: MÜLLER, Adalberto. **A narrativa cinematográfica.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2009.

GLOBOCAT. **Interview: Chris Milk.** Disponível em: <[globecat.blogspot.com.br/2009/07/interview-chris-milk.html](http://globecat.blogspot.com.br/2009/07/interview-chris-milk.html)>. Acesso em 04 de Agosto de 2013.

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

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias – do cinema às mídias interativas.** São Paulo: Editora Senac, 2003.

GREENAWAY, Peter. **O cinema está morto, vida longa ao cinema.** In. Caderno SESC Videobrasil – Vol. 3, n. 3. São Paulo: Edições SESC SP, 2007.

HAYWARD, Philip. Industrial light and magic: style, technology and special effects in the music video and music television. In: Hayward, Philip. (ed) **Culture, technology & creativity in the late twentieth century.** London: John Libbey, 1990.

HOFFMAN, Jascha; KOBLEN, Aaron. Q&A Aaron Koblen – The data visualizer. Minneapolis, **Nature – international weekly journal of science**, v. 486, n. 2, p.33-33, 2012.

JANOTTI JR, Jeder Silveira; LIMA, Tatiana Rodrigues; PIRES, Victor de Almeida Nobre (orgs). **Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet**. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

JENKINS, Henry. **Convergence? I Diverge**. Technology Review. Junho de 2001. Disponível em: <<http://www.techreview.com/business/12434>> Acesso em 23 janeiro de 2014.

\_\_\_\_\_. **Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación**. Barcelona: Paidós, 2008.

\_\_\_\_\_. **Fans, bloqueros y videojuegos. La cultura de la colaboración**. Barcelona: Paidós, 2009.

KISS, Jemina. **Interactive filmmaker Chris Milk on the new frontier of the web**. The Guardian: 18/03/2013. Disponível em: <[www.theguardian.com/technology/blog/2013/mar/18/chris-milk-html5-arcade-fire](http://www.theguardian.com/technology/blog/2013/mar/18/chris-milk-html5-arcade-fire)>. Acesso em 2 de Agosto de 2013.

KRAUSS, Rosalind. *A voyage on the north sea – Art in the age of the post-medium condition*. Londres: Thames &Hudson, 1999.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência**. Tradução por: COSTA, Carlos Irineu da. São Paulo: Editora 34, 2004, 13a. Edição.

MCMILLAN, Sam. Google Creative Lab: Do Something epic. **Comunication Arts**. [2012?]. Disponível em: <http://www.commarts.com/columns/google-creative-lab> Acesso em 6 de janeiro de 2015.

MACHADO, Arlindo. Reinvenção do videoclipe. In: MACHADO, Arlindo. **A TV levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo. 2000. p. 173-186

\_\_\_\_\_. Pós-cinema: Ensaios sobre a modernidade. In: MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas: Papyrus, 2007. p. 172-262

\_\_\_\_\_. **O cinema e a condição pós-midiática.** Cinema sim: narrativas e projeções: ensaios e reflexões / organização Kátia Maciel. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media.** London: MIT Press, 2001. Disponível em: <[www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf](http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf)>. Acesso em 15 de julho de 2014.

\_\_\_\_\_. **Abstraction and complexity.** Site Oficial Lev Manovich, 2004. Disponível em: <http://www.mediaarthistory.org/refresh/Programmatic%20key%20texts/pdfs/manovich.pdf> Acesso em 01 de setembro de 2013. p. 339-354

MIRAPPAUL, Matthew. **Music videos enter the digital age.** New York Times. 21/08/2000. Disponível em: <http://partners.nytimes.com/library/tech/00/08/biztech/articles/21tune.html> Acesso em 04 de março de 2015.

MULDER, Arjen. The exercise of Interactive Art. In: BROUWER, Joke & MULDER, Arjen. **Interact or die!** Rotterdam: NAI Publishers, 2007, p. 52-69.

PAUL, Christiane. **Digital Art (World of art).** Londres: Thames and Hudson. 2003.

PEDROSA, C. **Arcade Fire, Sprawl II (Vincent Morisset).** Top of Clips. 15/02/2012. Disponível em: <http://www.topoftheclips.com/2012/01/arcade-fire-sprawl-ii-vincent-morisset.html> Acesso em 10 de março de 2015

PRIMO, Alex Fernando Teixeira; CASSOL, Márcio Borges Fortes. **Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias.** Revista do Programa de pós-graduação em Informática na Educação: teoria & prática, Rio Grande do Sul, V. 2 N°2, p. 65-80, out.1999

SEDEÑO, Ana María. **Narración y descripción en el videoclip musical,** Revista eletrônica Razón y Palabra. N° 56, 2007. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/asedeno.html>> Acesso em 10 de agosto de 2014.

SHUKER, Roy. **Vocabulário da música pop.** São Paulo: Hedra, 1999.

SOARES, Thiago. **Videoclipe: o elogio da desarmonia.** João Pessoa: Marca de Fantasia. 2012.

TRIBE, Mark. **New Media Art**. Disponível em: <https://wiki.brown.edu/confluence/display/MarkTribe/New+Media+Art> . Acesso em 17 de Junho de 2013.

TURIM, Maureen. Art / Music / Video.com. In: **Medium cool – Music from soundies to cellphones**. Beebe, R. & Middleton, J. (eds.). Durham & London: Duke University Press, 2007.

VILLAÇA, Renato Costa. **O Rock e as bases de uma cultura musical pop**. In: XI Encontro Anual da Compós, UFRJ, Rio de Janeiro, 04-7/6, 2002. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_119.PDF](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_119.PDF). Acesso em 21 de janeiro de 2014.

WAELDER, Pau Laso. **Arte Interactivo: Nuevas estrategias en la relación dialógica entre el espectador y la obra de arte**. Memória de investigación - Departamento de Ciències Històriques i Teoria de les Arts, Universitat de les Illes Balears. Illes Balears, 2008.

WAGNER, Richard. **A obra de arte do futuro**. Lisboa: Antígona, 2003.

\_\_\_\_\_. **Arte e revolução**. Lisboa: Antígona, 1999.

WILLIAM Morrison Endeavour. [Bervely Hills?]: Wikipedia.com, última atualização em 26/07/2013. Disponível em: < [http://en.wikipedia.org/wiki/William\\_Morris\\_Endavor](http://en.wikipedia.org/wiki/William_Morris_Endavor)> Acesso em: 04 de Agosto de 2013.

Entrevista

MORISSET, Vincent. [nov. 2014]. Entrevistadora: Elisa Barboza. Montreal: 2014. Arquivo MP3 (41'12''). A transcrição da entrevista encontra-se na íntegra no Anexo dessa dissertação.

Obras audiovisuais interativas

ARCADE Fire: **Neon Bible** (clipe interativo). Diretor: Vincent Morisset. Montreal, 2007. 2min18, col. Disponível em <http://bonlineb.com/> Acesso em 20 de março de 2013.

ARCADE Fire: **Sprawl II (Mountains beyond mountains)** (clipe interativo). Diretor: Vincent Morisset. Montreal, 2010. 5min41, col. Disponível em <http://www.sprawl2.com/> Acesso em 03 de junho de 2013.

ARCADE Fire: **The Wilderness Downtown** (clipe interativo). Local desconhecido: 2010. Diretor: Chris Milk, 4min55, col. Disponível em <http://www.thewildernessdowntown.com/> Acesso em 21 de novembro de 2013.

ARCADE Fire: **Just a Reflektor** (clipe interativo). Diretor: Vincent Morisset. Montreal e Haiti: 2013. 7min33, col. Disponível em <http://www.justareflektor.com/> Acesso em 15 de maio 2014.

BECK: **Hello, again** (performance interativa). Diretor: Chris Milk. Local desconhecido: [2010?]. 2min52, col. Disponível em <http://milk.co/hello-again> Acesso em 10 de junho de 2013.

JOHNNY Cash: **The Johnny Cash Project** (clipe interativo). Diretor: Chris Milk. Local desconhecido: 2010. 5min48, p&b. Disponível em <http://www.thejohnnycashproject.com/> Acesso em 10 de maio de 2012.

## **ANEXO: ENTREVISTA COM O DIRETOR VINCENT MORISSET**

A entrevista foi realizada pessoalmente e gravada em formato MP3. Durante a transcrição, procurou-se respeitar ao máximo o modo como o entrevistado se expressou, mas foram feitas algumas correções para facilitar a compreensão do texto. O texto foi mantido em inglês, idioma no qual a entrevista foi concedida, e apenas as partes utilizadas na dissertação foram traduzidas no momento em que foram citadas.

----

Interview granted in the AATOAA Studio, Montreal, on the 19th November, 2014.

Elisa: You have directed three interactive music videos for Arcade Fire: Neon Bible, Sprawl II and finally Reflektor.

Vincent Morisset: So... like, I didn't really directed but Mirror Noir, the interactive ask thing, ah! not Mirror Noir, Black Mirror. Black Mirror also is another one that I've done.

Elisa: Ok, I think it is the same, like, Neon Bible and Black Mirror, no?

Vincent Morisset: No, it's different.

Elisa: The first two were produced mainly by the AAtOaa and the last one with a partnership with Google Creative Lab. Is there any difference between these two different ways you produced those music videos? Regarding the creative process, access to technologies, workflow, or something else you would like to highlight?

Vincent Morisset: No, the same. Because Reflektor is... Almost everything was done here. Google mainly financed it, but the whole technology was designed and developed by Edward. Google did the synchronization of audio and the tech page, but all the technology was created here, in Montreal, by our small team. So, there is nothing different, and we had the same creative freedom. Yeah, they was just... when I talk, we discussed with Aaron at the beginning it was just kind “Ah, let’s”, like... we were looking at interesting technological premise of web technologies and how we could use those new possibilities to tell a story and that was just the goal and then it was really open and then we just kind of...

Elisa: And how did that happened, like... Aaron came to you or...?

Vincent Morisset: We met couple years ago in Barcelona at OFF and I knew his work. He had done at the time Johnny Cash, Radiohead... And I did the Neon Bible, Sprawl II and Blabla.

Elisa: But, did you have any connection before it, before the Reflektor?

Vincent Morisset: No, we never met before that.

So we met and we promised ourselves “let’s work together” and then we ping pong for many two years and then I was done to say “let’s do this”. And then we just started. So, it was just this desire of working together and at the beginning it was not even related to the Arcade Fire at all. Inclusive it was like... “Let’s do something together.” Really open... and by some coincidence, Arcade Fire was really recording a song that fitted with our idea, but it was not like “let’s do a music video for that song”. It was more like we were thinking “Oh, let’s connect a phone with this and that and then, like...

Elisa: So, the idea came before...

Vincent Morisset: Before the song, before anything. We wanted to tell, make a film with actors... It was nothing related at all with the Arcade Fire at the beginning. It was just kind of cool synchronicity.

Elisa: It's usual to refer to whatever kind of narrative on the internet as interactive, even with a very low level of interactivity. What does it mean that something is interactive for you? Which kind of things are you looking for when you are creating an interactive piece?

Vincent Morisset: As you said. I think it is a word that is being used so often and for everything that it kind of lost a bit of its essence. For me, it's kind of the way the spectator relates to the piece and how they connect. So, the idea is not necessarily to create infinite possibilities. It's just more a sense of being this invisible bridge between ourself, our action and the piece unfolding in front of us. So, it is that tension between the spectator and what we present in front of them. So, for me, that is what I relate with interactivity. It's that moment when the spectator do something and there is this kind of echo or reaction to it. But in a broader sense, anything that is not a hundred per cent linear is technically interactive.

So, I guess I tried not to pigeonhole what I do as just pure interactive. It is interactive but... Well, I don't know... Sometimes I prefer to say it is web friendly or whatever using other weird terms just to kind of make it fine.

Elisa: Do you see any difference between the three terms: digital storytelling, digital narratives or interactive video? If yes, which difference?

Vincent Morisset: I don't know. For me, they're just kind of words that hip words to kind of trying to define our medium but, you know, like... at the moment we're kind of excited about this narrative aspect, now everything is about storytellers and storytelling but I think what basically... I struggle, as you are, with how to define... In french, at the moment, what we use is "nouvelles écritures".

Elisa: "...novas escrituras", "new writings"?

Vincent Morisset: Yes, but in English it didn't fit that well but it's... I don't know, but it is that sense of, I don't know... A proposition of the human being of just kind just putting something together, but, again, it's something that will age not well, but we are just trying to get away from

transmedia or interactive “da da da da ”... Because sometimes... It’s like I think what I do is interactive films, like, what I do myself is that, but I have other colleagues that are doing things that I cannot really defined as that. It is sometimes more installation based, or more net art stuff, that don’t use video assets. But what I do is that I’m combining cinematic grammar and taking advantage of digital computer and just use that to articulate in differently. But, it is interactive films, I think.

Elisa: Do you think that it has to have a sense, like, the whole piece, like, in the final... When I think about cinema, for example, it has a beginning, a middle and an end, even if it is a little bit mixed. Do you think that, for your processes, it has to be this way, or no?

Vincent Morisset: This thing with film was designed like that a bit also because of a physical limitation, you had to put that on a tape, on film, that had that specific diameter and you couldn’t put more than two hours on a projector. So, a lot of the things were... like, the way we tell stories was like that because of physical stuff. An album is sixty minutes, a vinyl was sixty minutes length just because of the physicality of it. So, us now, these things change, for the new project, the end is... no end. You can continue endlessly, for days if you want, it just generates it, or you can stop after thirty seconds of the last scene and it’s fine. If you’re someone busy... So it just depends on this idea of time is elastic and change. Every aspect, I think there is something that you have history of... I don’t know ... Storytelling... and there is something comforting in playing with those codes but sometimes it is also exciting to fool around and cheat with those... But we have still, a hundred, a thousand of years of traditions, so, it is kind of tension between tradition and innovation.

Elisa: There are some efforts being designed and implemented within the digital narrative, can you imagine what could be the next steps of this type of narrative?

- How do you see this sort of narrative in the future? Not only about its format, but also about the effect that it has in people's life...

Vincent Morisset: I often have that question about the future and I don’t like to kind of project myself into ‘what is the next thing’ and I think that to have that perspective kind of alienate a bit

the creativity and all the medium, like, everybody is like “what is the next thing?” and we’re constantly looking for ‘oh, what is the future?’, and for me it creates a lot of noise. So, I prefer to say: ‘Ok, what is our canvas, 2014, we have these sets of tools of technology, what can we do with that? Let’s learn from what we’ve done in the last ten years...’. What I’ve done with ‘Neon Bible’, ‘Sprawl II’, ‘Reflektor’, ‘BlaBla’... We’ve tried tons of stuff and made a lot of mistakes when we worked on it a lot and learned and from that, let’s make something now. So, I’m really in the moment and not trying to be in the crystal ball and see what will be next, I think it is something that our community is obsessed and sometimes it is counter productive because everybody is kind of ‘Oh, ok, that is it so 2012, let’s...’. It’s not something in you. Sometimes we’re in synchronicity with our time, at the moment, we’re developing a project that is a V.R. Oculus thing. But when we thought of it three years ago the headset was not even existing. But it just happened that we were in phase with technology of today. But sometimes we do stuff that are using old technology... So, that is my two sense about future.

Elisa: You have signed a Quebec digital storytelling manifesto.

Do you think the music videos you have directed for Arcade Fire approach digital storytelling?

If yes, in which way do you think your music videos produced for them approach a storytelling and/or a narrative?

Vincent Morisset: I think in a modest way they are telling little stories, like, music video, I don’t know... The music videos are to create a universe, the song, the context, create some kind of visual extension of the album especially today, since almost nobody have physical disc anymore, so, the music video, the websites are all becoming some kind of the artwork, so, for me, I see these things as, they take that role. So, I don’t know... Neon Bible was more kind of old ‘Méliès’, kind of experimental weird magician but not really a story in itself but more just kind a mood, just kind of a weird ‘Woah, what is happening? I click, there is stuff happening, wah...’. Sprawl II was... Régine was some kind of the protagonist, stuck in the suburbs and just kind of echoing the lyrics, and in Reflektor we pushed the story for the use of the interactivity as part of the story. So, the idea was to use technology and interactivity, but being really part of the message and how the song talks about our narcissistic age where we’re constantly taking selfies of ourselves and how we connect with others and how the other reality and how to create a

contrast between our world and something really different like Haiti for instance. So, I think they all tell, they all present worlds, yeah, they are, in a modest way.

The manifesto was... I put together a group of people...

Elisa: All from here (Quebec, Canada), right?

Vincent Morisset: Right.

... to sensibilize the government here to support artists like us because we are a niche of medium that is not really acknowledged, like, you have film, you have television, you have radio, you have books, you have theater but digital interactive whatever, we don't really exist, we're kind of in the middle of all that but we are not acknowledged as some kind of a specific medium. So we wanted to kind of define ourselves and... ask the government to say 'we exist, we need program to support our practice' and adapt also the traditional practice.

Elisa: Is it working?

Vincent Morisset: Yeah, yeah... It's progressing really well. I'm part of a board now, it's slow, it is government... But, still, there are steps... The head of that part of culture was the head of NFB before, so she knows, she was kind of the producer of BlaBla, so, she understands that medium. So, it is good steps... It will take a while, but it is really important that... Institution, the public and everyone change how they look at this. It's not just geek techno stuff. It's just another way to connect with people and tell stories and mainly these days we just consume everything through this platform, so... They give you opportunities, new possibilities, we can take advantage of it or not, but it is just there... Just to be normal.

Elisa: Are you connected to the people that are producing here, I mean, producing things together, or just for this manifesto?

Vincent Morisset: It just appears, but I'm not like... Hugues (Hugues Sweeney, President, Board of Directors, Mutek) is my producer, he was part of the people of the manifesto, Pierre Mathieu, was a partner in another life, we had a studio together, so, it is usual aspects so, it still a small

community, but like minded people doing and sharing the same challenge, and experimenting all in different ways, but we connect through these points, but we try to still have these ten points manifesto... We exist, we are different from others, but at the same time we are part of that big cultural family, so...

Elisa: Both, you and Arcade Fire, are based in Montreal. Was the first contact for their Neon Bible music video motivated by your wish to produce an interactive music video or did the band invite you to do this work? Did the idea to produce an interactive video come up right from the beginning? How did that first contact develop?

Vincent Morisset: They are good friends, so I knew them forever, so before Régine... when we were sixteen years old, so, they started the band, they asked me if I was interested of doing a website for them so I did this brown website, I don't know if you remember, it was a bit like Mont Piton, like... anyway! and we had a lot of fun just developing stuff and it was a moment in which the music industry was changing like blogs were starting streaming and people started being and listening music on digital platforms, so it was really at that moment where there was this kind of shift in the industry so everything had to be figured out and we were just like that, like, really low fi, just let's do stuff, so we did the website, just really experimental creepy thing but fun and then they asked me if I wanted to go on tour with them doing photo and archive, take pictures, making visuals, and then, when they released the Neon Bible they... we continue, we did another website with all kind of little strange things and then they asked me if I was interested in doing the music video for the song and then I was like... It was a time when MTV was kind of like... crash..., but not crashing is the word... kind of shifting, video for reality TVs, so I would put a log of effort and they would put a lot of money on that and it will not even play on television. And, at that time, on YouTube, it was still a really small and shitty, so... It was like... 'All that work to kind to that tiny...' So, it was like, just a really pragmatic thing... I was like, 'Why not take advantage of the platform and present it in differently, and I learnt how to code, that was mainly doing at that time...

Elisa: At that time you learnt how to code...

Vincent Morisset: No, before that, I was in cinema, at the university, I was there and they were opening a new program, called multimedia. So, I went there a little bit by accident, so I learnt to code, to work with every software like Photoshop, After Effects, animate. So, I was doing a bit of everything, I was a kind of generalist, but I knew how to code and Flash, So, I could shoot and I'll code stuff and... It was a really pragmatic thing. Nobody was like 'Sure, let's do this...'

Elisa: How do you see the role of the interactors in your music videos? Do you think they participate as co-author in the work? How do you see the authorship in this kind of work? And already during the creation process, how do you conceive the role of the people that is going to interact with the music video?

Vincent Morisset: I don't consider them as co-author in what I do. There is a premise, there is kind of a progression in it and they, you know... It's a bit like dancing or playing with the Kite (surf), the wind blows and you kind of gauge with it, so, for me, how the proposition and how it's authored by me - us, and the people get into that, on that experience, and it is something that I've been pushing and fighting to acknowledge, also, this notion of authorship and that I was one of the first person to say 'Oh, project BY Vincent Morisset', but that was not something really common in mid 2000, it was more kind of anonymous or signed by a studio or companies, but something by an individual, as 'directed by', something quite uncommon. Some really pushing in the manifesto was also about that. Like, let's push some artist's voice, signatures of people that don't have vision on that purpose, something... When we design, and write those experiments, we try to... Everybody is really different, like, how they... some people are hyperactive, or some people are more kind of contemplative, the is a nature, people are different, but at the same time, and depending on your cultural background of your age... Like my mom won't play the same was as my nephew that is six years old, but still there is some kind of common human rules, like... You're always a bit frightened or suspicious about things you don't know, so, there is this kind of curve of things when you don't know, you just kind of click and then figure it out and then there is a moment for you 'Uh! You're up break the thing...', to kind of gauge the limits of your sand or square or your playground and then you re-appropriate that thing. It's just this design of re-appropriation and kind of making it your own... So, this kind of tension between but still people like to be taken by the hand, so this kind of tension 'Hey, we're going in'... I'm

telling a story and we are going there but at the same time people won't have that sense of control, so, we are always trying to balance and give this illusion of something alive or open and just different and not feel the computer behind it, so we are really working hard to give kind of variations that makes it feel alive and when we base the story in the behaviors, and programming is based on that.

Elisa: The music video is a format with strong commercial features. In the case of Arcade Fire, it seems they have an interest, at the same time, to explore the new medium as a creative form and also its potential to build new and consistent ways to reach their fans. In the other hand, they come up too with videos that are strongly related to their album's concept. Whenever they request your service, what matters the most for you? Being aligned to a concept and open to some level of experimentation, or produce something that will have a buzz in order to generate an impact in the media? Both? How do you conciliate this? Is this a matter in your creation process?

Vincent Morisset: When Carol (Caroline Robert) and I discuss with the band, they came up with a premise, like, the album, like: "This album have been influenced by this, and that...". The last album is about Haiti, the Orpheus myth, they have these kind of pillars, that are kind of starting points and it is important that it connects strongly with the album, and that is the first step. It's never like, "Oh! will it be a buzz...", I think internet is something you cannot... You shouldn't try to be viral. There is something like, you feel it, when people try to. For me I really believe that just make things that is genuine and fun and that people will like, so... We are trying to do something that is meaningful and that people will appreciate and we put a lot of love and energy in it but it's not a marketing strategy. It's more like, "let's make a good piece" and if people like it they will share it and good for us, but the most important thing is something that with which we will be happy, that we will be proud of that connects artistically with the album and since we're close with the band that exchange is easy and we start from the really beginning, so they're still recording the album when we hear the first song and we can exchange... "Let's do something that evolves organically".

Elisa: The digital narrative is at the beginning if we compare it to other kinds of narratives, for example the cinema. How do you look for references to inspire your work and what/who are they?

Vincent Morisset: I think it really depends, as you say you go picking other stuff in cinema, in art, or just really basic today life, like, the new project the main inspiration is kind of a walk in the wood and video games. That were the two mains inspiration, so sometimes it is not necessarily a piece it's more kind of a feeling, an experience that you have, and everyday life. For Reflektor it was more, "Ok! Bring that fun of just playing with the flash light or with shadow puppets, something really optical and tangible. So, sometimes the inspiration comes from real stuff because interactivity bring back that visceral, kind of really primitive feeling. So, we play with screen and buttons but how can we bring an experience we have in day to day.

Elisa: Thank you very much, Vincent.