
Game Music na Internet: uma análise de covers de YouTube¹

Schneider Ferreira Reis de SOUZA²
Secretária de Estado de Educação, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Este artigo visa apresentar uma análise que vem sendo produzida sobre vídeos de covers de game music no YouTube. Esta prática cultural produzida por fãs deste tipo de música se mostra importante para a criação de sociabilidades que se estendem para além do momento de jogo. A partir de uma pesquisa qualitativa de caráter etnográfico, foram produzidos dados que levaram ao desenvolvimento de categorias que sintetizam os tipos de vídeos pelos quais a game music circula e fundamentam a análise. A análise tem mostrado que a game music possibilita com que diversas outras culturas possam fluir por meio dela. Nesse sentido, outros valores, afetos, conflitos e percepções se associam a game music na produção de sentido dos interlocutores.

Palavras-chave: Game music; performance musical, YouTube; cover; fã

Introdução

Este artigo tem como objetivo analisar as práticas musicais da cultura da game music que acontecem dentro do contexto do YouTube. Para isso, serão utilizados dados produzidos durante pesquisa de caráter etnográfico já publicada (SOUZA, 2019) em que buscava-se entender as motivações dos atores da rede em produzir uma cultura de práticas de game music que estão fora do contexto do jogo, realizadas tanto em contextos online quando offline. Em outras palavras, a ênfase da pesquisa está nos fãs que produzem e consomem versões de game music, covers ou remixes, não na música durante o momento de jogo.

Considerando as diversas possibilidades sociais de estudos com esta temática, pretendo aqui direcionar o debate para questões referentes aos aspectos da performance musical e da identidade dos sujeitos. Esta análise pretende, portanto, evidenciar reflexões sobre a relação que os atores da game music possuem entre si e com os conteúdos dentro desta cultura.

Game music é, grosso modo, qualquer música produzida para games (COLLINS, 2008). Essa afirmação é um tanto quanto óbvia, mas é necessário expô-la logo no início para evitar confusões em torno do conceito que faz com que pessoas achem que game music possa se enquadrar facilmente como um gênero musical,

¹ Exemplo: Trabalho apresentado no GP de Games, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação Social pelo PPGCOM-UFF. E-mail: schneidersouza@gmail.com

situação na qual me deparei em diversos momentos ao expor o assunto no meio acadêmico. Os estudos sobre gêneros musicais ganharam muito força dentro das pesquisas de música popular e têm produzido material importante para área, mas parece que há uma confusão no trato com conceitos que definem um tipo de música. É importante, nesse sentido, compreender que esses encaixes epistemológicos feitos de modo acelerado podem tanto levar a entendimentos enganosos quanto até mesmo forçar subjetividades colonizadoras.

Um fator importante corroborado tanto por interlocutores da pesquisa quanto por outros pesquisadores (COLLINS, 2008, MENEGUETE, 2016, SHUM, 2008) é que a definição de *game music* está ligada diretamente ao seu uso, dentro dos games, e na sua função, como componente da experiência dos jogos. Apesar dessa relação direta com os jogos, a *game music* pode ser encontrada facilmente em diversos outros locais sendo reproduzidas por seus fãs que procuram modos de consumi-la fora do momento de jogo. Destaca-se nesse processo o número expressivo de práticas de consumo e produção de versões de *game music* que acontecem no ambiente digital da internet, principalmente no site YouTube que se destaca por ser como um “ponto de encontro” de fãs de *game music*.

Devido a indicação constante de fãs sobre o site como sendo local de consumo dessa música, a pesquisa se direcionou ao YouTube para compreender o uso que os fãs de *game music* fazem dele e o papel que cumpre dentro da rede da cultura *game music*. Devido ao caráter etnográfico adotado, a pesquisa tem apontando diversas questões que surgiram, porém apresentarei somente um recorte dos dados produzido que demonstram os aspectos do consumo e produção de *game music* que edificam sociabilidades dos interlocutores.

Dentro das limitações do formato de publicação, apresentarei, como parte do recorte de pesquisa, uma análise dos vídeos produzidos por fãs de *game music* no YouTube baseada em categorias que tentam explicar o formato de apresentação dessa música. Logicamente, a análise proposta não é somente dos vídeos, mas também das interações sociais que provocam nos fãs. O que trarei, portanto, é um jogo entre questões de consumo e produção dessa música. Nisso, de antemão, destaco a questão da performance musical e de identidade, assim como da produção de sentido e valor que se apresenta nas sociabilidades notadas em campo.

A game music no YouTube

O YouTube é um site popular em que circulam diversos vídeos diariamente são publicados e compartilhados por seus usuários em que sua popularidade se deve muito ao fato do site ter uma interface simplificada que facilita a publicação e da gratuidade de armazenamento dos vídeos (Burgess e Green, 2009). Em relação a game music, o site se destaca como um dos mais utilizados pelos seus fãs devido a essa facilidade de acesso tanto para produtores quanto para consumidores (SOUZA, 2014).³ Neste site, podemos encontrar desde pessoas que estão demonstrando seus primeiros passos no aprendizado de suas músicas favoritas até artistas com produções complexas de *covers* de *game music* e que conseguem certo renome dentro desse espaço.⁴

Para entender o sistema do YouTube empreendi uma pesquisa de cunho etnográfico baseada, principalmente, em autores que falam sobre a etnografia no lado virtual como Christine Hine (2000) Robert Kozinets (2009) Joan Planells (2002) e Michal Wesch (2008) que fundamentaram a base procedimental da pesquisa no âmbito digital online. Ressaltando que procurei criar uma convergência entre esses procedimentos e aquilo que é produzido tradicionalmente pelo método etnográfico. Desse modo, concordando com Fragoso, Amaral e Recuero (2011), as variáveis possíveis no online e offline são importantes para a pesquisa e etnografia no ciberespaço e devem ter seus encaixes dispostos e problematizados.

Apesar desta fala, a diferenciação de contato presencial faz com que certos desafios se imponham a pesquisa, portanto, para conseguir uma aproximação maior com o campo, criei um canal de YouTube no qual produzi vídeos de game music procurando replicar a prática realizada pelos fãs de game music na plataforma. Em resumo, procurei adaptar observação participante, prática comum na etnografia, para o contexto digital do YouTube.

Devido as condições materiais e da força de trabalho disponível, a pesquisa ocorreu com o acompanhamento a 23 canais⁵ que possuem versões de game music como seu principal conteúdo. O acompanhamento constante desse corpus possibilitou

3 Este fato inclusive é corroborado por entrevistas, nas quais alguns entrevistados evidenciam o quão comum em, seu cotidiano, é ir ao YouTube para consumir esse tipo de conteúdo. Informação que pode ser encontrada em trabalho publicado anteriormente (SOUZA, 2019).

4 Artistas como Family Jules e RichaadEB, por exemplo, possuem mais de 100 mil inscritos em seus canais de YouTube, local no qual compartilham vídeos com versões heavy metal de *game music*.

5 Os canais acompanhados foram: Jonny Atma, Insaneintherainmusic, RichaadEB, Family Jules, LittleVmills, Chequerchequer, LennartAlsing, Guitar Geek, Songe, ToxicEternity, Bateragamer, String Player Gamer, Lara6683, Smooth Mcgroove, Megafive, Bruno Shinkou Guitar Dreamer (nostalgic sound), Nostalgica, Taioo, Andrew Malefice, GuitarWanker90, Hari Sivan e Beatgames VGM Tribute

notar uma diversidade grande de práticas sociais relacionadas a game music. A partir disso, foram criadas as seguintes categorias para embasar a análise: (1) o *herói do instrumento*, (2) *banda de uma pessoa*, (3) *artistas sem rosto*, (4) *artista não visível e artista não visível*.

O herói do instrumento

A categoria *herói do instrumento* se refere a vídeos de cover de game music que destacam constantemente as habilidades técnicas do artista com o instrumento musical, a virtuosidade.⁶ Nessa categoria, pode-se dizer que a técnica musical é parte importante do conteúdo audiovisual e representam um valor, ou seja, um tipo de *poder simbólico* (BOURDIEU, 1989) que é expresso e reproduzido entre os atores. A narrativa que é produzida no vídeo, portanto, destaca as habilidades musicais dos instrumentistas, onde a técnica é elemento estético de alto valor.

Ao assistir os vídeos, fica evidente o quanto a expressão de fã se torna uma forma de empoderamento no processo de criação de versões daquilo que gosta (JENKINS, 2015). Este fã demonstra poder por se apropriar do conteúdo musical e usá-lo para expor suas habilidades técnicas no instrumento. Pode-se dizer que é importante demonstrar o domínio técnico sobre o instrumento musical que é algo que muitos outros fãs não possuem. Nisso, apesar da simples diferença entre os que fazem e os que não fazem versões já ser suficiente para produzir distinções de poder, o *herói do instrumento* estabelece uma relação mais enfática na medida que se entrelaça as relações históricas de poder que envolve os virtuosos na música. Desse modo, a técnica no instrumento musical baliza a narrativa proposta no vídeo e constitui, portanto, elemento estético na experiência apreciativa.

Um dos elementos característicos dessa expressão do virtuoso é o solo instrumental que aparece adicionado como um componente extra no arranjo criando um momento em que e expressam criatividade musical. Vale ressaltar que ele é adicionado como uma seção extra, não alterando, portanto, a melodia principal do arranjo que ainda se mostra destacada o suficiente para ser reconhecida como cover (remix) pelos fãs de game music.

⁶ Devido a grande quantidade de guitarristas que produzem versões de game music no YouTube, esta categoria faz referência direta ao herói da guitarra que é uma figura emblemática na história da música popular devido a altíssima técnica musical e que foi midiaticizado durante um período. Há também uma referência a série de jogos Guitar Hero (2005) que possibilita ao jogador ter a experiência de ser um guitarrista.

O momento de solo é aqui destacado por evidenciar a conceituação proposta de *herói do instrumento* porque para produzi-lo o artista precisa criar uma seção específica na música em que ele atrai toda a atenção para si. É, portanto, não apenas um momento de expressão musical mas também um em que o artista pode alterar o consumo realizado durante a performance.

Colin Campbell (2004) nos lembra que o fã ao produzir nesse tipo de caso está sendo também consumidor. Nisso, o autor aponta para o fato que essas alterações no material apropriado pelo fã é um tipo de personalização em que ele subverte parcialmente os sentidos produzidos ao alterar a aquele produto específico. Pode-se dizer que é um processo no qual o artista encontra um espaço de expressividade em meio ao próprio ato de produzir.

Do mesmo modo que este tipo de situação pode ser um ponto em que o artista encontra liberdade para essa expressão, pode ser também um momento de imposição, pois cada gênero musical demanda que certos critérios sejam respeitados para que o material adicional seja reconhecido como parte do tipo de música proposta. Nisso, é importante as análises de Pierre Bourdieu em *Regras da Artes* (1992) em que mostra como as bases estéticas de um tipo de arte são construídas historicamente em meio a conflitos sociais e, por isso, impõe aos artistas uma necessidade constante de adequação ideológica, moral e técnica para que não fique de fora do campo artístico. O que quero apontar é que cada tipo de música possui seus próprios critérios estéticos que acabam se impondo culturalmente, afetando a produção dos arranjos de game music também.

Um dos músicos de game music disse, em entrevista, que é sempre bom ter solo para agradar os “caras chatos que ficam criando expectativas” (sic) (SOUZA, 2014; 2019). Essa fala mostra a interpretação que este fã produtor tem de sua própria prática e notamos que a adição desse elemento nem sempre é algo feito por total vontade espontânea, pelo contrário, ele percebe que está se submetendo as demandas do social. Esse tipo de percepção se assemelha muito a algo que também senti ao fazer os covers para observação participante, pois muitas das vezes parecia que minha mente sempre tentava adicionar um solo mesmo em arranjos nos quais não sentia vontade espontânea de fazê-lo.

Fabbri (1980) nos lembra que os gêneros musicais são construídos por convenções historicamente produzidas na relação cotidiana dos sujeitos. Sendo assim,

tanto arranjo quanto performance desses covers de game music são moldados pelo poder que cada gênero musical tem em se impor historicamente a cada sujeito que se propõe a praticá-lo.

Por fim, fazer covers de game music como um *herói do instrumento* possibilita ao fã produtor de versões de game music de fruir a identidade do virtuoso, porém impondo a ele condicionantes técnicos específicos. Por outro lado, toda essa performance tem uma perspectiva diferente do que temos nos estudos musicais que procuram compreender a performance em eventos do ao vivo, pois a temporalidade do produto no contexto do YouTube, como já dito, é condicionada ao tempo corrido de um videoclipe gravado. Diante disso, o que esse artista apresenta para o público pode ser previamente selecionado antes da publicação do vídeo na plataforma. Assim, independente da interpretação do tipo de pressão social que sofre do público, pode haver um certo controle daquilo que vai ser apresentado pelo artista no vídeo, considerando que ele pode tanto planejar um roteiro de vídeo quando editá-lo.

Outro aspecto importante é a comunicação dos atores na construção da identidade virtuosística, pois o virtuoso existirá somente quando o público atestar sua habilidade e conferir-lhe esse status. O público, neste caso, faz um papel importante expressando ideias que comunicam a aceitabilidade ou não de certas atitudes apresentadas em vídeo, estimulando certas ações ao mesmo tempo que desestimula outras. Nos comentários deixados nas páginas dos vídeos, o público mostra o que na música lhe agrada ou não e apresentam nisso todas suas críticas positivas e negativas. No caso do virtuosismo aqui comentado, as falas demonstrando aceitação é um estímulo para que o músico possa continuar explorando o elemento elogiado.

Essa performance por representar poder tende a demonstrar a confiança do músico em suas habilidades. Diversos artistas utilizam-se de simbolismo diversos para demonstrar isso: o hiperfoco da câmera nos dedos tocando instrumento, movimentação corporal provocativa e expressões cofiantes em vídeo. Diversos elementos que, portanto, indicam a ideia de “não tenho nada a esconder” ou de “eu sei o que estou fazendo”. Comportamento semelhante aos músicos considerados virtuosos em performance ao vivo.

Banda de uma pessoa

A segunda categoria trabalhada é a *banda de uma pessoa*⁷ que são vídeos produzidos por um indivíduo que grava diversas tomadas de si mesmo tocando a música e as expõe em cortes que quando apresentados simultaneamente aparentam uma banda. É um modo de fazer vídeo recorrente no YouTube entre músicos multi-instrumentistas indicando um outro sistema de valor no qual a habilidade em diversos instrumentos é valorizada.

Destaca-se nisso o modo como a tecnologia de gravação possibilitou com que elementos sonoros pudessem ser unidos depois de gravados. Isso que atualmente é visto como banal – considerando que gravar sons é função comum na maioria dos dispositivos computacionais – historicamente alterou a relação do ser humano com o consumo da música que não precisava mais ocorrer somente estando presente enquanto o (a) artista a (re) produzia.

Dentro do contexto do YouTube, uma pessoa aparecer replicada em um mesmo momento se tornou um tipo de estética muito utilizada por diversos artistas. No caso da game music, o músico conhecido como String Player Gamer é um exemplo dessa prática ao utilizar a edição de vídeo para construir um estilo próprio de performance da game music.



Figura 1. Performance da Mini Mario Orchestra em vídeo⁸

Em seu vídeo intitulado *The Ultimate Nintendo Medley" (Fan Orchestral Cover/Remix) || String Player Gamer* (Figura 1) o músico grava a si mesmo diversas vezes vestido de Super Mario tocando diversos instrumentos. A partir disso, ele

⁷ Esse termo, vale destacar, é baseado no conceito de *banda de um homem* que historicamente designa artistas que vão a público com mais de um instrumento para tocá-los simultaneamente (BRENNAN, 2015).

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=d718wZ9J3aU&t>. Acesso em: 29 Jan. 2019.

constrói por meio da edição um vídeo de performance orquestral mesmo sendo o único músico que gravou.

Michel Chion (1994) com o conceito de *contrato audiovisual* diz que a correlação feita entre som e imagem no vídeo é algo que acontece porque há uma aceitação do modo de funcionamento desta mídia em um processo cognitivo que une esses elementos. Então, podemos pensar que o modo como esse artista apresenta a junção dos elementos sonoros e visuais faz com que o nosso cognitivo faça a junção daquilo que se vê com aquilo que se ouve em nossas mentes.

Desse modo, o que fazemos, no caso deste vídeo, é aceitar a possibilidade de haver uma orquestra de Super Marios tocando em nossa frente, pois nossa imaginação aceita a correlação o que ouvimos e vemos possibilitando a percepção da prática performada coletivamente. Desse modo, temos na ideia de *banda de uma pessoa* um indivíduo que por meio de técnicas de edição se mostra coletivizado. Contudo, se por um lado, o grupo ali presente tenta representar uma orquestra, por outro, o faz sem as individualidades somadas dos músicos, como aconteceria em uma apresentação ao vivo. É o somatório de interpretações diversas, causada pela diferença técnica e da percepção subjetiva dos músicos, que proporciona a experiência de performance coletiva orquestral. O que quero apontar é que não há indivíduos ali, mas um somatório do mesmo indivíduo replicado em momentos diferentes. Mesmo consciente que a *performance* apresentada não foi realizada simultaneamente e que há um único indivíduo replicado nos quadros, somos convidados cognitivamente a estabelecer a relação entre sons e imagem de modo a preencher essa “brecha”.

Uma situação que chamou a atenção é o tipo de brincadeira que o vídeo de String Player Gamer propõe em seu vídeo e o que isso provoca no público. Além de usar o cosplay de Super Mario, ele se apresenta também como regente que, musicalmente, não exerce objetivamente nenhum papel na produção sonora nesse tipo de vídeo. A soma do imagético, da indumentária e o comportamento dos personagens adiciona um caráter lúdico a performance por meio de uma teatralidade cômica. E o que chama atenção é o tipo de reação do público a isso. Um exemplo interessante é uma *thread* na seção de comentários que mostra os fãs estendendo o momento lúdico e expandido-o em conversas para além da performance apresentada.

- 1: Aquele com o chapéu de Mario mandou muito bem.
- 2: Eu sei, certo? (resposta ao 1)
- 3: Então, todos menos o regente? (resposta ao 1)

- 2; Talvez
4: O regente fez um trabalho ruim, sim. (resposta ao 3)
5: bem, aquele com chapéu foi o melhor. (resposta ao 1)
6: Mas o regente é literalmente aquele que está tocando os instrumentos.
7: Você está mentindo. Esses são definitivamente, absolutamente, 120% 2
pessoas diferentes. (resposta ao 6). (Transcrição e tradução do autor;
SOUZA, 2019, p. 181)

Todo o fio da conversa é um jogo de ambiguidades que os usuários utilizam a imprecisão identificatória causada pela multiplicidade de um mesmo sujeito apresentar-se simultaneamente no vídeo para construir retóricas comunicativas também. É um tipo de brincadeira referenciada na identificação que se tem com algum ou todos os elementos representados no vídeo. Sendo necessário um gatilho para iniciar a conversa e que alguém que esteja lendo os comentários de continuidade a brincadeira.

Artistas sem rosto: exposição parcial da identidade

Os vídeos dos *artistas sem rosto* são produções que apresentam uma performance na qual os artistas não expõem suas faces no vídeo. Esse são vídeos em que a gravação da câmera enfatiza o instrumento, assim como no caso do *herói do instrumento*, porém esse direcionamento da câmera ao instrumento é quase total a ponto de não conter a face do artista no vídeo. O destaque ao instrumento musical valoriza a técnica, porém não do mesmo jeito que no herói do instrumento, pois os comportamentos dos músicos são mais contidos, menos espalhafatosos, uma vez que o exagero no movimento pode revelar seus rostos.

O que chama atenção nesse tipo de vídeo é que ao excluir o rosto temos uma performance sem esse marcador de identidade considerado muito importante em nossa sociedade fazendo com que possamos questionar o quão relevante seria é essa exposição facial para um artista de game music. Ao iniciar a pesquisa, inicialmente pensei que esse tipo de vídeo tinha o intuito de esconder a identidade dos artistas, por motivos de privacidade, no entanto, alguns artistas produzem vídeos ou publicam fotos em que seus rostos aparecem. Isso indica que a lógica dessa produção não pode ser pensada somente pela ideia de que alguém está escondendo parte de sua identidade. Além disso, a quantidade de vídeos constantes no YouTube nesse formato, inclusive em outros tipos de música, pode ter criado um tipo de estética específica para produções audiovisuais, onde certos elementos significativos da identificação do sujeito não são entendidos como essenciais para uma valoração da experiência

proposta. Mãos, braços, troncos e colos, nesse contexto, protagonizam junto com o som o produto audiovisual e medeiam a experiência estética.

Uma hipótese surgiu em meio a análise de que talvez a construção desse tipo de estética de vídeo recorrente na plataforma YouTube tenha se iniciado por causa de condições materiais que os artistas precisavam lidar nos primeiros anos de plataforma. O que quero apontar é que percebi durante a produção dos primeiros vídeos criados para observação participante. Neles pude notar que mesmo tendo experiência em palco como músico, senti-me inseguro e constrangido, pois para produzir para o YouTube havia uma habilidade técnica específica do audiovisual que, inicialmente, não dominava: a filmagem. Estar diante de uma câmera, sob as condições de gravação para o YouTube, é diferente de estar em frente ao público.

Simon Frith (1996) nos lembra que a performance musical é um momento de comunicação direta e dinâmica entre artista e público que acontece por um período de tempo e termina, sendo, portanto, efêmera. Porém, a câmera não interage de forma dinâmica como o público e isso somado a intenção de compartilhar o material via internet adiciona uma dimensão virtual ao objeto, na qual ele representa os olhos do potencial público que assistirá aos vídeos. Olhos estes que registram algo que em formato de vídeo pode ser assistido em momentos distintos, reproduzido inúmeras vezes e, no contexto do YouTube, ganhar alcance de visibilidade mundial. As lentes da câmera passam a representar os olhos de sujeitos estranhos em momentos e locais desconhecidos, virtualizando também um palco no local de gravação, que, como podem ser vistos nos vídeos, foi meu próprio quarto, o que implica também na exposição de um espaço reconhecido como privado.

Se considerarmos o YouTube como um grande palco, podemos ver que o medo da exposição pública pode ter condicionado inicialmente esse tipo de produção audiovisual. Maciente (2016) que realizou um estudo sobre medo de palco de músicos em apresentações ao vivo, aponta que a performance pública causa um medo de exposição da identidade do sujeito que está com o foco da atenção sobre ele. É um tipo de situação que pode fazer o *performer* se posicionar de modo defensivo para proteger sua intimidade, fazendo com que isso afete o tipo de performance musical gravada e exposta. O que quero apontar é que esse tipo de percepção pode impor algum tipo de pressão sobre esse fã que pretendia compartilhar suas experiências musicais no

YouTube. Com o tempo a alta incidência de vídeos nesse formato pode ter produzido esse tipo de formato de produção.

Importante nessa hipótese levantada é que raramente vi algum comentário do público pedindo para que o artista mostre seu rosto. A proposta do vídeo era compreendida dentro do formato apresentado. Nisso, vale apontar um fato curioso no qual o artista Taioo (2016) em postagem no Facebook agradecia os fãs por ter chegado a marca de 90 mil inscritos no YouTube. Nessa postagem ele comentou da possibilidade de fazer uma revelação de seu rosto ao atingir 100 mil. Nessa postagem chama atenção é o fato de que em 18 respostas que recebeu ninguém comentou sobre a possibilidade de ver o rosto do artista. No caso específico desse artista, os fãs preferiram só responder uma outra pergunta, também feita por ele, sobre quais as músicas que gostariam de ouvir.

Artista não visível

A última categoria, *artista não visível* se refere aos vídeos em que o cover ou remix de *game music* apresentado é acompanhado por imagens estáticas ou filmes de *gameplay*, ambos relacionados aos jogos de origem da música. O artista, produtor do arranjo, não aparece na imagem do vídeo e sua presença só é percebida na produção sonora.

As imagens que me refiro são colagens de artes originais dos games que compõem o fundo do vídeo sem movimentação fazendo com que a experiência de consumo seja semelhante à de escutar uma música enquanto se olha um quadro baseado no jogo. Não há, portanto, uma performance musical no vídeo, apenas aquela que pode ser percebida pelo som. Esse modo de apresentação faz com que a atenção seja mais direcionada ao conteúdo sonoro do que ao imagético.

Por ser uma imagem baseada no jogo, ela provoca uma restrição na fruição estética, mínima, porém suficiente para limitar o horizonte da experiência. Desse modo, a imagem pode ter um valor para instigar o processo subjetivo e abstrato da experiência de escuta. Contudo, o seu caráter estático pode desestimular o fã consumidor a continuar olhando para a tela, fazendo com que o vídeo seja acessado somente para escutar a música em si.



Figura 2. Quadro do vídeo de MegaDriver⁹

Nota-se também que a imagem é composta por elementos da cultura gamer. Primeiro, há à esquerda uma imagem com jovens impressionados enquanto olham em direção a uma tela, posicionada no lugar de quem estava observando a arte. Dois dos jovens estão segurando os controles do arcade enquanto os outros estão acompanhando o jogo. Ao fundo, algumas máquinas de arcades para complementar a ambientação do cenário. Essa imagem claramente remete ao ato de ir jogar games nos arcades nas décadas de 1980 e 1990.

Se, por um lado, a imagem estática não convida o ouvinte a ficar atento a ela, por outro, estimula uma experiência estética a nível cognitivo baseada em lembranças que o sujeito possa ter com esse jogo ou com a identificação construída com os personagens representados. Logicamente, esse tipo de direcionamento não é garantido. Há uma lacuna entre as intenções dos artistas e aquilo que o público entende de seus produtos.

Outro tipo de produção é aquela em que há um vídeo de *gameplay* (um vídeo do jogo) enquanto a música é tocada. O *gameplay*, portanto, é o próprio vídeo que acompanha a música. Esses vídeos de são recortados e editados para se encaixarem ao tempo da versão musical apresentada. O resultado disso são vídeos em que a experiência de jogo não se expressa por eles de forma completa, pois o *gameplay* adquire um caráter secundário, sendo apenas pretexto referencial para a experiência musical.

Como já dito, os vídeos do tipo *artista não visível* tendem a direcionar a experiência estética mais para o material sonoro, a música em si. Apesar de essas

⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1fzGhEUXPiQ>. Acesso em: 17 Fev. 2019.

imagens poderem criar algum tipo de imaginação subjetiva quando aliadas à expressão musical, em um *contrato audiovisual* (CHION, 1994), ela induz a dar mais importância à experiência auditiva do que ao audiovisual, como acontece com outros tipos de vídeo.

Contudo, é também possível pensar que a experiência audiovisual produzida leva a um tipo específico de produção performática da *game music* que possibilita outras estéticas desse produto. Pode-se pensar que a performance existe, na verdade, não de um modo corporal mas sim *imaginado* (FRITH, 1996; HARGREAVES, 2012). Simon Frith (1996, p.211) fala sobre o como a imaginação é importante na experiência de escuta, pois adicionamos imagens para complementar a performance em nossas mentes, podendo ser até a imaginação dos movimentos dos artistas.

A ideia de Frith é importante por apontar o fato de que a imaginação do ouvinte procura preencher as brechas daquilo de que sente falta na experiência. É, portanto, uma possibilidade de construirmos parte dessa experiência por meio de uma base sugerida pelo material musical que entramos em contato.

Hargreaves (2012) vai além dessa ideia e sugere a imaginação como base cognitiva da atividade musical. Para ele, a ideia de que a imaginação como algo essencial na criação musical é algo óbvio. No entanto, esse direcionamento nubla o olhar sobre as capacidades criativas na escuta musical. Ele propõe, a partir disso, que a imaginação na escuta é simultaneamente criativa e dinâmica, pois o “ouvinte e o contexto estão em constante estado de interação mútua”¹⁰ (HARGREAVES, 2012, p. 553) e isso representa uma mudança constante nas preferências individuais, nos gostos, influenciando na *performance* musical pensada de modo amplo, como formas de interpretação, expressão, composição e improvisação.

Nesse sentido, os vídeos em que o artista não é visível parecem conduzir para um tipo de *performance* da própria experiência de jogar que insurge em processos mnemônicos cognitivos devido ao conhecimento do fã em relação os conteúdos apresentados, tanto imagéticos quanto sonoros. A *performance* apresentada nesses tipos de vídeo seria a da experiência de jogo comunicada, porém com abertura suficiente para uma apropriação imaginativa que abre espaço, no consumo, para um agenciamento da fruição estética e da produção de sentido.

10 Tradução de: *the listener and the context are in a constant state of mutual interaction.*

Considerações finais

Este artigo procurou apresentar em síntese das categorias que venho trabalhando para conseguir entender as práticas consumo e produção de game music que acontecem no YouTube. Como puderam notar, as quatro categorias tomam como ponto de partida o modo de fazer, pois é em cima dessas iniciativas que os fãs utilizam para comunicar seus afetos em relação a game music e também o fato do endereço eletrônico de cada vídeo ser um espaço onde os fãs consomem e se socializam. O que quero apontar é que esses vídeos promovem espaços em que os fãs podem fruir experiências estéticas significativas em que a cultura dos games é exaltada como algo comum entre os sujeitos.

Devido ao fluxo amplo de subjetividades possíveis que podem ser associadas a game music, podemos pensar que essas próprias possibilidades sejam uma característica importante deste tipo de música. O que quero apontar é que a imprecisão de elementos característicos fixos dessa música é uma abertura para uma apropriação conceitual para criação de expressões únicas por meio dela. Nesse sentido, o que realmente sugiro é a utilização dessas categorias como base para pensar a relação que esses modos de fazer têm com a cultura dos games tem no sentido amplo, não apenas com a música. A game music não apresenta elementos característicos exclusivos, porém é no entrelaçamento com outras práticas culturais que ela se impulsiona em meio a tantas outras.

Quero dizer que o game está sempre presente na experiência da game music. O contato com a game music acessa a memórias que remetem a experiências que tiveram com os jogos em outros momentos. Então, cada elemento identificatório da cultura dos games presente nos vídeos são elementos importantes porque estendem, expandem, a experiência para além da música. E o que soma-se a isto é que outras culturas também ficam em fluxo nas práticas da game music, como os gêneros musicais que se associam primeiramente pela sonoridade, mas que acabam possibilitando a ligação entre culturas diferentes. Nisso, a questão do virtuoso, do uso do instrumento, da fruição expressiva do artista no vídeo, tem base cultural reconhecida em outras práticas músicas que temos contato.

Por fim, o YouTube tem sido espaço para troca de experiências de consumo e produção de game music que não ficam somente no campo dos jogos. A pesquisa tem demonstrado o como os sujeitos projetam suas individualidades em meio ao social por

meio da abertura que as práticas sociais de game music tem possibilitado a eles, diferentemente de outras expressões musicais que possuem seus limites expressivos mais evidentes. Como a game music possui uma definição genérica, como já dito, ela possibilita um uso conveniente dos atores para encontrar espaço de expressão de suas subjetividades em meio a diversos campos. Desse modo, surgem tanto expressões que promovem a convergência dos sujeitos quanto aquelas que estimulam o conflito e a exclusão.

Referências bibliográficas

BECKER, Howard. **Art Worlds**. University of California Press: Londres, 1982.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

_____. **O Poder Simbólico**. Porto: Difel, 1989

BRENNAN, Matt. One is the loneliest number: “one-man bands” and doing-it-yourself versus doing-it-alone. In: **Keep it Simple, Make it Fast! An approach to underground music scenes**. Org. GUERRA, Paula; MOREIRA, Tania. Universidade do Porto. Faculdade de Artes e Humanidades: Porto, 2015.

CAMPBELL, Colin. O Consumidor Artesão: Cultura, Artesania e Consumo em uma Sociedade Pós-Moderna. **Antropolítica**, n. 17, pp. 45-67, 2º semestre 2004. Disponível em: http://www.uff.br/antropolitica/revistasantropoliticas/revista_antropolitica_17.pdf.

CHION, Michel. **Audio-Visio: Sound on Screen**. Columbia University Press: Nova Iorque, 1994.

COLLINS, Karen. **Game Sound: Introduction to the History, theory, and practice of Video Game Music and Sound Design**. Cambridge (MA): Massachusetts Institute of Technology Press, 2008.

FABBRI, Franco. A theory of musical genres: Two applications. In: **Popular Music Perspectives**, ed. Ed. Horn and P. Tagg, Göteborg e Exeter: International Association for the Study of Popular Music, p. 52-81, 1980.

FRAGOSO, Suely; AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FRITH, Simon. **Performing Rites**. Oxford University Press: New York, 1996

GUITAR Hero. Cambridge: Harmonix Music Systems, 2005. 1 jogo eletrônico.

HARGREAVES, David. Musical imagination: Perception and production, beauty and creativity. **Psychology of Music**, 40, Vol. 5, 2012.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. Sage Publications: California. 2000.

JENKINS, Henry. **Textual poachers: television fans and participatory culture**. Taylor & Francis e-Library, 2015.

KOZINETS, Roberts. **Netnography: Doing Ethnographic Research Online**. Londres: Sage Publications, 2010

MAYANS I PLANELLS, Joan. Nuevas Tecnologías, Viejas Etnografías. Objeto y método de la antropología del ciberespacio. **Fuente Original:** Revista Quaderns de l'ICA, 17-18, p. 79-97. 2002. Disponível em: <<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=23>>. Acesso em 03 janeiro de 2014.

MENEGUETTE, Lucas Correia, **A afinação do mundo virtual: identidade sonora em jogos digitais**. 232 f. Tese (Doutorado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2016.

SOUZA, Schneider. **A Video Game Music na Internet: Nostalgia e estética no YouTube**. 158 f. Dissertação (Mestrado em Música – *Musicologia*) Programa de Pró-Graduação em Música, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2014.

_____. **A cultura da game music: práticas de consumo e produção de fãs em momentos além jogo**. 264 f (Doutorado em Comunicação Social) Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2019.

TAIOO. **90.000 subscribers already! Thank you very much! Now the countdown for 100K (and a face reveal?) begins! I'm back and I would like to hear your requests once more. What would you like me to play next? Make your suggestions below!**. Internet, 2016. Facebook: taioopiano. Disponível em <https://www.facebook.com/taioopiano/posts/1179041262166678>. Acesso em: 11/08/2021

WESCH, Michael. **An anthropological introduction to YouTube**. Vídeo. Youtube. 2008. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=TPAO-lZ4_hU>. Acesso em 7 de março de 2018.