

Game music como produto cultural autônomo: como ela ultrapassa os limites do jogo e se insere em outras mídias

Camila Schäfer¹

RESUMO

A música, nos jogos eletrônicos, além de servir como fundo, também é utilizada como forma de potencializar a experiência de imersão e interatividade do jogador. Considerando seu papel no *game* como de extrema importância, este artigo procura analisar como a música de videogames se tornou um produto cultural autônomo. Depois de realizada a pesquisa bibliográfica, foi analisado o movimento de autonomização da *game music* para identificar em quais mídias esse tipo de música se insere atualmente e como ela está se tornando uma manifestação cada vez mais visível também fora do universo dos videogames. A partir desses estudos, da análise dos processos de autonomização, concluiu-se que a *game music*, além de sua importância para os jogos, constitui-se num novo fenômeno midiático que a cada dia cresce e contagia mais pessoas ao redor do mundo.

Palavras-chave: *game music*, música, jogos eletrônicos.

ABSTRACT

The game music as an autonomous cultural product: How it exceeds the limits of the video games and falls in other media. The music in the video games, besides of working as a background, is also used as a way to leverage the experience of immersion and interactivity of the player. Considering its role in the game as extremely important, this article seeks to analyze how the game's music has become an autonomous cultural product. Based on literature research, I analyzed this movement of the vgmusic empowerment in order to identify which media in this type of music is used today and how it is becoming a visible manifestation outside the universe of videogames. Based on the analysis of the empowerment processes, it was concluded that the game's music, besides its importance to the game itself, it is also a new media phenomenon that is continuously growing and attracting more people around the world.

Key words: *game music*, music, videogames.

Introdução

Qualquer estudo na área de videogames é um desafio. Mesmo fazendo parte de nossas vidas há décadas, essa mídia de entretenimento sempre foi vista como brinquedo de criança e apenas hoje ela ganha contornos mais sérios. A música, por outro lado, que é uma forma de arte, sempre refletiu modismos e características da sociedade de cada época. Agora, com a evolução tecnológica dos séculos XX

e XXI, o impacto dela tem se expandido em várias áreas e uma delas é a de videogames.

Na década de 1980, com a substituição dos programadores por pessoas com conhecimento musical, a *game music* ganhou maior qualidade. Essa época foi tão propícia à música de videogame que muitas delas são lembradas até hoje. Como exemplo, podemos citar a música tema do jogo *Super Mario Bros.*, que, segundo pesquisa realizada com 47 estudantes universitários, ainda é lembrada por 66% deles, mesmo que não joguem há anos (Pidkameny, 2002).

¹ Jornalista, graduada em 2010 pela Unisinos. Atua como jornalista e diagramadora na agência de comunicação TRCOM. Também escreve para os blogs Console Sonoro e sites Nintendo Blast e Ponto V! TRCOM. Av. Flores da Cunha, 1050, sala 604, Cachoeirinha, RS, Brasil. E-mail: camila_scf@yahoo.com.br

O sucesso das músicas nos *games* inspirou muitas produtoras e resultou na venda das canções à parte do jogo. Compositores e músicos, que antes trabalhavam em filmes ou faziam música popular, estão cada vez mais envolvidos na produção de jogos musicais e canções para *games*, na medida em que elas ganham maior notoriedade.

Portanto, pensando nesse movimento e no processo de autonomização pelo qual a *game music* está passando, este trabalho tem como objetivo principal realizar um estudo sobre esse fenômeno, através de uma abordagem que busca evidenciar suas atualizações em diferentes mídias. O objetivo é analisar, principalmente, o cenário que vem se consolidando no Brasil e responder à questão: Como a música de videogames está se tornando um produto cultural autônomo, para além dos videogames?

***Game music:* importância e funções**

Segundo Murray (2003), nas décadas de 1970 e 1980 as pessoas viam os videogames como algo diabólico, porque eles adicionaram interatividade ao encantamento sensorial da visão, do som e do movimento. Muitos condenaram a estimulação fácil dos jogos, achavam que eram viciantes e que poderiam representar o abandono dos livros. Porém, essa visão “apocalíptica” não se confirmou e atualmente os videogames estão ganhando cada vez mais relevância no universo audiovisual.

A trilha sonora é de extrema importância em um jogo e possui várias funções, como ambientar a cena e dar sinais ao jogador, além de tornar a experiência do jogo mais interativa, imersiva e divertida. Em *games* como *Super Mario Bros.*, por exemplo, é quase impossível jogar sem som, pois diversos sinais são dados ao longo do *game* através do áudio. Whalen (2004) traz dois termos da linguística para descrever duas funções-chave da *game music*: metáfora e metonímia. A função metafórica é a que proporciona uma sensação de espaço, caracterização e atmosfera em um jogo. É a música de fundo ou que representa certo ambiente (dia ensolarado, caverna escura etc.). Já a função metonímica é a que mantém a estrutura sintática do jogo, obrigando o jogador a progredir na narrativa do *game*. Como exemplo, temos as músicas que sinalizam para o jogador quando o

inimigo se aproxima. Analisando essas funções, podemos perceber que a trilha sonora dos videogames não serve mais apenas como “plano de fundo” de um *game*. Cada canção, cada efeito sonoro, está em seu lugar, cumprindo sua função de ambientar o jogo.

Em qualquer audiovisual, o áudio tem tanta importância quando o vídeo. Na época das radionovelas, por exemplo, nas quais não havia o recurso da imagem, já se podia perceber como o som, os ruídos e as vozes podiam levar os ouvintes a ambientes imaginários em suas mentes, fazendo com que as pessoas imaginasse histórias, sentissem medo, alegria ou outras emoções. No quesito imersão, a música para videogames funciona quase da mesma forma que nas radionovelas ou no cinema, quando se busca a identificação do espectador através da emoção. O áudio funciona como forma de ambientar o espaço onde o *avatar*² se encontra, além de ter a função de despertar os mais diferentes sentimentos no jogador. Segundo Collins (2008), a imersão é o momento em que o jogador se identifica com o personagem, esquecendo temporariamente a fronteira que o separa do *avatar*. Ferreira (2008, p. 1) a define da seguinte forma: “[...] entendemos por imersão a capacidade de um sistema (ou dispositivo) de trazer seus espectadores ou usuários para dentro da realidade (virtual) por ele construída [...].” Murray (2003, p. 102) também traz sua contribuição: “a experiência de ser transportado para um lugar primorosamente simulado é prazerosa em si mesma, independentemente do conteúdo da fantasia. Referimo-nos a essa experiência como imersão”.

Murray (2003) cita como exemplo o jogo em CD-ROM *Myst*, afirmando que seu poder de imersão está relacionado ao som, que muda de acordo com cada área do jogo.

A trilha sonora faz parte da técnica do jogo: ela fornece pistas de que estou clicando com o mouse na direção certa [...], a solenidade da música reforça minha sensação de estar em contato direto com um terrível ato de perversidade. A música define minha experiência dentro daquela cena dramática, transformando uma simples descoberta num momento de revelação (Murray, 2003, p. 63).

Durante a década de 1990, alguns compositores e programadores de áudio tentaram criar sistemas de som interativo, em que o jogador atuaria diretamente sobre

² Em informática, *avatar* é a representação gráfica de um utilizador em realidade virtual.

a música. Uma das primeiras tentativas de colocar esse tipo de áudio em *games* foi através da tecnologia *iMUSE*, (*Interactive MUSic Streaming Engine*, patenteada em 1994), desenvolvida pela LucasArts em 1991. A tecnologia permitiu que a música mudasse de acordo com as decisões do jogador e os eventos do jogo.

Outra questão importante é a das sensações causadas pela música nos *games*. Collins (2008), em seu estudo, traz uma entrevista com o compositor B. Scott Morton. Nela, o músico defende que o jogador precisa saber quando está em uma fase importante do jogo e isso deve ser mostrado através da música. Ele precisa sentir isso sem fazer esforço algum. O compositor afirma ainda que medo, antecipação e ansiedade são facilmente evocados pela cuidadosa colocação de sons ambientais em um jogo.

Essas sensações causadas pela *game music* são as principais responsáveis pelo surgimento de bandas que fazem adaptações e comunidades virtuais de fãs de *game music*. Durante um jogo, o jogador passa horas em frente à tela e em contato com a música, portanto, é natural que ele guarde na memória as canções que tocaram por um longo tempo ou que caracterizaram um momento emocionante do *game*. Isso gera identificação e admiração por parte do jogador.

Processos de autonomização

A música, nos jogos eletrônicos, deixou de ser um simples complemento da imagem quando se percebeu que ela poderia agir no inconsciente do jogador. O sucesso dessas canções resultou na venda delas à parte do jogo, como acontece há anos no Japão. As pessoas começaram a perceber que as músicas dos jogos podiam ser interessantes fora deles, como qualquer outra composição. Segundo Santaella (2004, p. 2), “do mesmo modo que os games absorvem as linguagens de outras mídias, estas também passaram a incorporar recursos semióticos e estéticos que são próprios dos games”. Com o passar do tempo, a *game music* foi se tornando um produto cultural autônomo, saindo da esfera dos videogames e atingindo outras mídias, principalmente a internet. Bandas e fãs passaram a fazer versões para essas músicas, postando-as na rede de forma independente. Além disso, podemos ouvir parte das músicas originais dos jogos (ou os sons gerados pelos chips dos consoles) em trabalhos totalmente novos e originais.

Essas versões das músicas de videogame podem ser chamadas de *remix*, uma prática já bastante conhecida. De acordo com Lemos (2005), a noção de propriedade intelectual e de autor surgiu com o capitalismo e a imprensa no século XVIII. Com ela, os autores passaram a receber *royalties* para cederem seu direito de propriedade aos editores. Porém, em meados do século XX, esse sistema começou a decair, quando muitos artistas passaram a utilizar em suas obras materiais de outros artistas, fazendo recombinações. Dessa forma, os conceitos de obra, autor, autoria e propriedade entraram em crise, junto com a arte (Lemos, 2005). Da mesma forma, Manovich (2002) também afirma que as novas mídias trouxeram novos modelos de autoria. Com a cibercultura surge o *remix*, definido por Lemos (2005) e Sá (2006) da seguinte maneira:

Por remix compreendemos as possibilidades de apropriação, desvios e criação livre (que começam com a música, com os DJ's no hip hop e os Sound Systems) a partir de outros formatos, modalidades ou tecnologias, potencializados pelas características das ferramentas digitais e pela dinâmica da sociedade contemporânea (Lemos, 2005, p. 2).

A prática do *remix* – ou da versão – populariza-se durante a *disco music*. Num primeiro momento, tratava-se de adequar uma música, às vezes um sucesso pop, por exemplo, à pista de dança. Desta forma, o DJ utilizava-se de seus conhecimentos técnicos para produzir uma versão que funcionasse na pista [...]. Paulatinamente, o *remix* foi ganhando *status* de atividade criativa e a música original tornou-se pretexto para intervenções cada vez mais livres de DJs/produtores, alterando elementos tais como ritmo, textura, instrumentação e andamento ao ponto de tornar a música irreconhecível (Sá, 2006, p. 11).

Para entender como funcionam esses processos de autonomização, trago o pensamento de De Certeau (1980 in Manovich, 2008) a partir do qual ele desenvolve, de forma muito interessante, as relações entre estruturas estratégicas e usos táticos. Segundo ele, as estratégias são criadas pelas instituições e pelas estruturas de poder e definidas para toda a sociedade. Já as táticas são as formas como os indivíduos negociam essas estratégias, ou seja, eles as adaptam de acordo com suas necessidades. De Certeau (1980 in Manovich, 2008) ainda lembra que na sociedade moderna os objetos são produzidos em massa, e as pessoas os utilizam de acordo com suas necessidades, construindo seus mundos e identidades baseados nesses objetos e utilizando diferentes táticas.

Entre elas, como cita Manovich (2008), está o *remix*. Podemos então dizer que a indústria de *games* é quem traça as estratégias, entendidas como os usos sugeridos por ela para os seus produtos, ou seja, sugere-se que os jogos sejam simplesmente jogados pelas pessoas e que as músicas sirvam apenas como forma de ambientar o *game*. Porém, para essas estratégias existem também as táticas, que são os modos de apropriação que as pessoas fazem disso. Na maioria das vezes, são orientadas e coincidem com essas estratégias da indústria de *games*, mas, em outros casos, as táticas são totalmente distintas e tomam formas inesperadas, como é o caso das pessoas que se apropriam dos jogos de forma a se aterem a um elemento (a música) e tornam isso um novo produto (ou um produto autônomo) distinto daquele que lhe deu origem.

Na sociedade atual, a tendência é de que as novas e antigas mídias passem a interagir cada vez mais, com o mesmo conteúdo circulando por diversas delas, como vem acontecendo com a *game music*. Isso se chama convergência e é entendida por Jenkins (2008, p. 27) como “[...] fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação”. Os estudos de convergência dificilmente citam os videogames como um suporte midiático ou analisam suas possibilidades, mas podemos perceber claramente que a *game music* está presente na indústria fonográfica, na internet, nos celulares, nos concertos de música clássica, nos shows de rock, nas rádios *online* e até mesmo na televisão.

Ao longo dos anos, a música de videogames foi evoluindo. Podemos relacionar isso ao conceito, citado por Johnson (1997), de “exaptação”, que, na biologia, são as aplicações novas dadas a algo que evoluiu por necessidade. O autor afirma que o mundo virtual está repleto de “exaptações” e para isso cita como exemplo a *web*, que foi originalmente projetada como um sistema local de arquivos para a pesquisa acadêmica e que se tornou um poderoso meio de comunicação de massa. Portanto, a *game music*, que surgiu como uma necessidade nos jogos, ganhou novas aplicações, seja para servir como toque no celular ou como parte do repertório de uma orquestra.

De Certeau (1997) analisa também, em outro estudo, como coisas antigas ganharam importância. O antigo é visto com outros olhos, olhos curiosos. Dessa forma, imóveis novos ganharam aspecto envelhecido e rapidamente são transformados em construções antiquadas. Segundo ele, renova-se mais do que se inova. Na

game music, podemos perceber praticamente o mesmo raciocínio. É claro que atualmente existem mais criações originais do que novos arranjos, mas, se analisarmos as novas versões de jogos como *Super Mario Bros.*, *The Legend of Zelda* e *Metroid*, que tiveram músicas marcantes, veremos que várias das músicas antigas foram mantidas, porém, de forma renovada, como em *Super Mario Galaxy*, que traz novas versões para músicas dos primeiros jogos da série.

Venda de álbuns com músicas separadas dos jogos

Em 1978, surgiu aquele que é considerado o primeiro álbum a ter música de videogame, o disco da *Yellow Magic Orchestra* (YMO), que continha a faixa *Computer Game*, com efeitos sonoros de *Space Invaders*. Em 1984, a gravadora Yen lançou o primeiro álbum completo de *game music*. A explosão desse tipo de música se deu no ano de 1986, com o lançamento de dezenas de álbuns contendo músicas originais, arranjadas e vocais de jogos. Em 1998, foram lançados mais de 700 álbuns de *VGMusic* no Japão.

A partir desse levantamento histórico, verificamos que a venda de discos com músicas separadas dos jogos foi uma iniciativa pioneira entre os processos de autonomização da *game music*. A prática teve início no Japão. Alguns álbuns possuíam novas versões, *remixes* e performances ao vivo.

Assim como acontecia com as músicas de animes, esses álbuns com as músicas separadas dos *games* eram vendidos exclusivamente no Japão e fãs de outros países tinham que importar os produtos com empresas especializadas. Foi somente no final da década de 1990 que alguns títulos começaram a ser lançados em outros países, como Estados Unidos e Inglaterra. No Brasil, a maioria dos álbuns precisa ser importada.

Versões

Depois que começaram a ser vendidas separadamente dos jogos e ganharam notoriedade, as músicas de videogames receberam diversas versões. Elas são feitas por orquestras, bandas ou por pessoas que possuem habilidades com computadores e ferramentas de áudio. Essas versões podem ser encontradas principalmente na Internet.

Bandas

Algumas pessoas desconhecem, mas as primeiras bandas que surgiram eram formadas por funcionários de empresas de *games*. Elas apareceram no início dos anos 1990 para tocar as músicas dos jogos (que na época eram sintetizadas) com instrumentos reais. A pioneira foi a banda da Sega, chamada S.S.T.BAND, que iniciou seus trabalhos em 1988 e permaneceu até 1993. O grupo de seis músicos tocava versões em rock das músicas dos jogos da empresa. Da mesma forma, surgiram grupos como o Zuntata (Taito), Kukeiha Club (Konami), Alph Lyla (Capcom) e J.D.K. Band (Falcom).

Já no final dos anos 1990 começaram a surgir os primeiros grupos dedicados a fazer versões e *remixes* de músicas para videogames. A cada dia, novos grupos surgem para relembrar temas de 10, 20 anos atrás, e as versões variam de *jazz* e *bossa nova* a *rock and roll*.

O cenário realmente cresceu com o surgimento de bandas independentes, como a brasileira Megadriver e as americanas Minibosses e NESkimos. Depois, através de *sites* que dão espaço a diversos músicos, como Over-Clocked ReMix e VGMix. Atualmente, existem projetos grandes, envolvendo os próprios compositores originais, como o concerto PLAY! A Video Game Symphony! e a Video Games Live.

A banda de rock estadunidense Minibosses foi uma das pioneiras a ganhar um público pela internet com seus MP3s disponíveis para *download*. Outro grupo que chamou a atenção na rede foi o Redefined, que fez um *medley* com versões à capela de canções de jogos populares como *Super Mario Bros.*, *Tetris*, *Mortal Kombat* e *The Legend of Zelda*. Um vídeo da performance inteira circulou na internet em 2005.

No Brasil, as bandas ainda são pouco conhecidas. As que mais se destacam hoje são a Megadriver (que faz versões em *heavy metal* das canções dos jogos e se diz criadora do estilo *Game Metal*), a 8 Bit Instrumental (de Minas Gerais), a Abreu Project (de Belo Horizonte), Gameboys (de São Paulo), a Rockband GM (do Distrito Federal) e Smash Bros (de São Paulo). A maioria delas surgiu através de iniciativas de músicos que gostam de *game music* pela sensação de nostalgia que esse tipo de música causa, uma vez que os temas tocados são de jogos de sua infância. Algumas bandas preferem manter o estilo das músicas, apenas adaptando-as para instrumentos musicais. Outras, como a Megadriver, preferem adaptar todas as canções para um estilo em específico, como o *heavy metal*, por exemplo.

Para a maioria dessas bandas, tocar música de videogame não é algo financeiramente rentável, mas é um trabalho levado muito a sério pelos músicos. Por esse motivo, a brasileira Megadriver, por exemplo, pede doações em seu *site*. As versões feitas por essas e outras bandas e por fãs estão se espalhando cada vez mais, principalmente na rede. Exemplos são os 13 milhões de *downloads* das músicas da banda Megadriver na internet. Mesmo com a pouca divulgação, as coisas caminham (ainda devagar) para uma expansão desse movimento.

Orquestras

Segundo Collins (2008), há anos as orquestras lutam para sobreviver e com a crescente popularidade da *game music* elas encontraram uma forma de reunir multidões.

A ideia de organizar concertos com músicas de videogames iniciou em 1987 com o compositor Koichi Sugiyama. O evento trouxe as faixas de *Dragon Quest I* e *II*, lançadas no CD *Dragon Quest In Concert*. Ele também criou o Family Classic Concert e continuou a se apresentar quase que anualmente. Em 1991, Sugiyama organizou uma série de concertos chamada *Orchestral Game Concerts*, conhecida por trazer outros compositores talentosos como Yoko Kanno, Nobuo Uematsu, Keich Suzuki e Kentaro Haneda.

Em 20 de agosto de 2003, pela primeira vez fora do Japão, acontece o *Symphonic Game Music Concert*, com músicas de videogame sendo executadas pela Czech National Symphony Orchestra, na Alemanha. O evento reuniu mais de 2 mil pessoas e foi apresentado como a cerimônia oficial de abertura da maior feira de videogames da Europa, a GC Games Convention. Ele foi repetido depois em 2004, 2005, 2006 e 2007. Entre o público estavam, além de fãs de jogos, fãs de música clássica, mostrando que o evento poderia reunir as mais diversas pessoas.

As músicas de *Final Fantasy*, do compositor Nobuo Uematsu, fizeram (e ainda fazem) tanto sucesso que foram arranjadas diversas vezes. Em uma dessas oportunidades, foi por músicos de corda com uma grande influência de música celta. Gravado na Irlanda, o álbum se chama *Final Fantasy IV: Celtic Moon*. Outro concerto que incluiu as músicas de *Final Fantasy* foi o *Dear Friends: Music from Final Fantasy*, apresentado pela Orquestra Filarmônica de Los Angeles no Walt Disney Concert Hall, em Los Angeles, no ano de 2004. Os ingressos esgotaram em um

único dia. A apresentação ainda passou por várias cidades nos Estados Unidos e fez enorme sucesso.

Para dar ainda mais visibilidade a esse movimento, em 2005, foi criado o Video Games Live (VGL), um show que executa as músicas mais populares de *games*. As melhores orquestras e corais se apresentam junto a vídeos e arranjos exclusivos, luzes, solistas e segmentos interativos. Criado por Tommy Tallarico e Jack Wall, dois veteranos da *game music*, o espetáculo reúne amantes de *games*, da música pop e da música clássica. O repertório inclui temas de jogos como *Mario*, *Zelda*, *Halo*, *Metal Gear Solid*, *Warcraft*, *Final Fantasy*, *Castlevania*, *Medal of Honor*, *Sonic* e outros. Tomy Tallarico, criador da VGL, disse que criou a apresentação para provar ao mundo a significância cultural que os videogames adquiriram. Após cada concerto, ele e Jack Wall recebem mensagens de pais simpatizantes dizendo, por exemplo, que seus filhos querem aprender violino para poder tocar sua música favorita do jogo.

Hoje, diversas orquestras fazem versões das músicas de jogos eletrônicos e a mais famosa continua sendo a VGL, com apresentações todos os anos, inclusive no Brasil, desde 2006. Além desse, outros eventos acontecem pelo mundo, reunindo fãs de *games* e de música clássica, como o Video Game Orchestra, o PLAY!, a Video Game Symphony, o Symphonic Shades, o Dear Friends e o Games in Concert.

Internet

Como afirma Johnson (1997), o computador, ao invés de tornar os usuários mais introvertidos, aproximou-os, principalmente através da internet, que deu espaço para que diferentes pessoas se conhecessem. Com a ajuda dela, a *game music* se tornou um produto cultural autônomo, estendendo-se além de sua existência como parte dos jogos eletrônicos. A internet é o principal meio para divulgação de trabalhos, de eventos e *downloads*.

Para as bandas, é ainda um dos únicos meios de divulgar seus trabalhos. Diversos fãs se agrupam, real ou virtualmente, para os mais variados objetivos, seja para divulgar *remixes* das músicas ou trocar material. Comunidades e *sites* surgiram inspirados pelo tema, como o vgmusic.com e o Video Game Music database (VGMdb). Alguns fãs que entendem mais da parte técnica chegam a desenvolver ou usar emuladores para executar arquivos de áudio das cópias dos jogos originais ou as arquivam para compartilhamento.

Comunidades

As comunidades virtuais são espaços em que grupos de pessoas estão globalmente conectados por interesses e afinidades em comum. Essas pessoas podem se encontrar fisicamente ou não e trocam mensagens e ideias através das redes de computador (Santaella, 2004). Nos últimos anos, temos visto o rápido crescimento dessas comunidades. Como afirma Jenkins (2008, p. 38), “[...] observei os fãs saírem das margens invisíveis da cultura popular e irem para o centro das reflexões atuais sobre produção e consumo midiático”.

Em *sites* de relacionamento, como o *Orkut*, existem comunidades que reúnem desde fãs de *game music* até fãs de rock, *jazz*, música clássica e demais gêneros. Nesses grupos há, além da divulgação de bandas e pessoas que fazem *remixes* das músicas originais, divulgação de comunidades, espaço para *download* de músicas e partituras das canções.

A comunidade *Música de Vídeo Game*, criada em 2004 no *Orkut*, reúne mais de 2 mil pessoas e promove fóruns e enquetes sobre o mundo da *game music*.

Web-rádios

Na internet, diversas rádios reproduzem músicas originais de jogos eletrônicos, *remixes*, performances ao vivo e comerciais antigos de *games*.

A Square Enix, em novembro de 2003, lançou a Final Fantasy Radio, pela America Online, uma estação de rádio online dedicada a executar faixas inteiras de *Final Fantasy XI*, além de amostras das músicas presentes nos episódios VII, VIII, IX e X.

Ainda existem outras rádios na internet, como a Radio Sega, a VGamp, a 8bitFM, a Music and Gaming Radio, a Gaming FM e a Slay Radio. Já a Zone Radio Network, criada em 2000, é uma rede que disponibiliza estações dedicadas somente às músicas da Sega, da Nintendo ou de jogos como *Megaman*, *Sonic* e *Mario*.

Sites

Diversos *sites* disponibilizam seu espaço para que fãs e bandas de *game music* divulguem seu trabalho. Além desses, existem também aqueles que são considerados

“hospedeiros”, pois guardam e disponibilizam diversos arquivos de músicas.

Em 1999, David Lloyd fundou o *site* OverClocked ReMix para hospedar gratuitamente as melhores versões de *game music*. Também conhecido como OC ReMix ou OCR, o *site* diz que sua missão é mostrar que tais músicas “não servem só como meros fundos”. O portal começou com tópicos mais comuns relacionados a videogames e emulação. Depois cresceu e muitos artistas começaram a contribuir. No momento, existem milhares de versões no *site*, variando de *heavy metal* à música clássica. De tempos em tempos, o *site* reúne os melhores *remixes* de determinado jogo para lançar uma coletânea, um álbum inteiro dedicado às músicas do *game*.

Além do OverClocked ReMix, existem ainda o OverLooked ReMiX (originalmente criado como uma paródia amistosa do OverClocked ReMix, que reúne *remixes* assumidamente “ruins”), o ReMix: ThaSauce, o Dwelling of Duels e o VGMix.

Ainda existem alguns *sites* que trazem *reviews* e informações sobre *game music*, como o Chudah's Corner, o Game Music Revolution, o Game Trax, o Music 4Games, o Soundtrack Central, o Square Enix Music Online, o Game Audio Network Guild e o Original Sound Version.

Outros *sites* incluem as partituras das músicas como o Piano Themes, o Ichigo's Sheet Music, o Game Music Themes, o Shivasar RPG's Sheet Music, o NineSheetMusic, o Riulyn RPG's Sheet Music Shrine, o Video Game Jam e o Nintendo Tabs.

No Brasil, além de meu blog³, que traz informações e novidades sobre *game music*, há ainda o blog Violão de 8 bits, especializado em cifras de músicas de videogames. Além desses, há os blogs de *games* que eventualmente trazem novidades relacionadas ao áudio nos jogos, como os blogs Hadouken, NoReset, Girls of War, Benzaiten, Gagá Games, Gamecultura, GoLuck e Meu Outro Blog.

Aqui entra o conceito de cultura participativa, de Jenkins (2008), segundo o qual produtores e consumidores de mídia não ocupam mais papéis separados, mas interagem e participam de acordo com um conjunto de regras. Se antes o consumidor era passivo, previsível e silencioso, hoje ele é ativo, migratório e barulhento. Ele próprio cria conteúdo e interage com os demais usuários. Na internet, os blogueiros são, além de consumidores de informação, também produtores, gerando impulso e energia para esse movimento de autonomização da

game music. Ainda encontramos nesses blogs a noção de inteligência coletiva, cunhada por Pierre Lévy e citada por Jenkins (2008), principalmente quando são feitos em colaboração (por mais de um autor), em que cada um junta suas habilidades e o que sabe aos demais. Os meros consumidores de música de videogame agora são criadores de conteúdo e os responsáveis por a música de videogames transitar em outros meios.

Novos estilos

Na arte em geral, vemos diversas experimentações. Nos videogames, isso também acontece, seja no *design*, na jogabilidade ou no áudio. Depois que a música para videogames começou a ganhar importância, a quantidade de experimentações aumentou significativamente. Além dos *remixes*, há também aqueles fãs que criam novas músicas utilizando “pedaços” dos sons originais dos jogos ou criam algo totalmente novo utilizando os equipamentos de cerca de 20 anos atrás.

O grupo musical Goldenshower, por exemplo, criou uma composição baseada em sons retirados de jogos clássicos do Atari. A música faz referência aos limites tecnológicos da época, de acordo com Haeser (2005). Assim como na música eletrônica, a autoria das músicas originais é o que menos importa. O que interessa aqui é a forma como as partes das músicas são combinadas, gerando algo novo (Garson, 2008).

É importante lembrar que, no caso desses novos estilos, nem todos têm relação direta com *games*. Alguns artistas fazem menção a jogos, outros utilizam consoles抗igos para gerar o som original e outros apenas usam a estética de geração de som antigo. Porém, é importante ao menos citá-los como a “segmentação da segmentação”. Nenhum deles é analisado em estudos acadêmicos e a classificação é definida apenas entre os fãs e na internet.

- *Nintendocore ou NEScore*: gênero inspirado principalmente nas músicas do NES. Mistura o *hardcore* com os teclados抗ógicos às músicas dos抗igos jogos. Estima-se que tenha surgido na década de 2000, nos Estados Unidos.

- *Tracker music ou MOD-scene*: relacionado aos softwares que criam sons digitais através de um sistema organizado de notas, separadas por diversos canais de áudio. O termo “*tracker*” pode ser usado para definir

³ Disponível em: <http://consolesonoro.blogspot.com>.

esses programas, os canais de áudio ou o estilo musical, bastante característico. *MOD-scene* porque os arquivos desses programas são em formato MOD. O estilo ficou popular em jogos para o Commodore Amiga. A primeira música MOD produzida foi em 1987 para o jogo *Amegas*, do Amiga. Os sons são muito característicos, principalmente devido aos efeitos únicos que eram dados às notas e às melodias, fazendo-os soarem extremamente potentes e intensos.

- *Chiptune ou chipmusic*: estilo musical construído a partir de músicas sintetizadas por meio de *chips* de áudio de consoles originais de videogames. Há os músicos que acoplam um sintetizador num aparelho do tipo GameBoy (console portátil da Nintendo), Famicom ou os antigos computadores Commodore Amiga e Commodore 64 e há também os que sintetizam em tempo real os mesmos efeitos sonoros e timbres característicos de jogos antigos num computador por meio de emuladores. Grande parte dos programas utilizados para essas músicas é distribuída gratuitamente na internet. Atualmente, os músicos que fazem esse tipo de música encontram dificuldades em produzir os sons dos consoles antigos, visto que a característica principal do *chiptune* é justamente a limitação dos recursos, o que não acontece hoje. No Brasil, existem alguns projetos envolvendo *chipmusic* como o Pulseloop, o Droid-on, o Subway Sonicbeat e o Chiptots. Além disso, existem tributos a artistas nesse formato de música. Como exemplo, temos o álbum *Weezer – The 8-bit album*, uma coletânea de sucessos da banda Weezer interpretados por músicos de *chiptune*, o DaChip, que reúne alguns hits da dupla francesa Daft Punk, e o Kind of Bloop, tributo a Miles Davis que faz uma analogia ao álbum do músico Kind of Blue. Para algumas pessoas, a maior influência da *game music* na música em geral é através do *chiptune*. Esse tipo de música possui timbres muito específicos, que fizeram parte da infância de boa parte dos novos adultos. Então, por nostalgia e experimentação, os músicos começaram a integrar esse som na música atual.

- *Bitpop*: tipo de música em que pelo menos uma parte da canção é feita utilizando os sons dos antigos consoles de 8 bits. Pode ser considerada uma vertente do *chiptune*.

Novos formatos de arquivos de áudio

Alguns fãs de *game music* criaram emuladores de chips de som inspirados por emuladores de consoles. Eles são desenvolvidos tanto como *softwares* de reprodução independentes como *plugins*⁴ para reprodutores de música convencionais como o Winamp.

Existem vários *sites* sobre o tema, com arquivos com parte das ROMs⁵ dos jogos, contendo apenas a informação com a sua música, permitindo que os fãs possam ouvir a canção bem próxima de como ela soa em seu sistema de origem. Cada console emulado tem um formato específico de arquivo de áudio, como NSF (NES), GBS (Game Boy), SPC (Super Nintendo), PSF (PlayStation), PSF2 (PlayStation 2), GYM (Mega Drive), entre outros.

Celulares

Há muito tempo os celulares deixaram de ser meros aparelhos para fazer ligações e mandar mensagens de texto. Através deles, atualmente, é possível assistir filmes, ouvir shows musicais, jogar um jogo, tirar fotos, acessar a internet e fazer mais uma infinidade de coisas. Como Jenkins (2008) afirma, os celulares se tornaram fundamentais no processo de convergência das mídias.

Como parte dessa convergência, os temas de jogos eletrônicos também estão presentes nos celulares. No geral, as operadoras oferecem o serviço de *ringtones* e cobram por eles. Das operadoras gaúchas pesquisadas (Vivo, Claro, Tim e Oi), apenas a Claro possui um tema de *game*, que é o do *Mario*, na seção “Trilhas sonoras”.

Também é possível fazer *download* gratuito dos toques na internet como nos *sites* Video Game Ringtones, NFGworld!, RingPhone, Keytones e Webix. Nos *sites* brasileiros, alguns dos temas de jogos estão na categoria TV e Filmes, outros, na categoria infantil. Os temas muitas vezes se reduzem à música de *Pac Man* ou do *Mario*. Entre os *sites* brasileiros estão Músicas para Celular, Tons Musicais do Terra e Toing.

⁴ Na informática, um *plugin* ou *plug-in* é um programa de computador (geralmente pequeno e leve) que serve normalmente para adicionar funções a outros programas maiores, provendo alguma funcionalidade especial ou muito específica (Wikipédia, 2009).

⁵ ROM é o arquivo do jogo, que pode ser rodado em emuladores, que simulam o sistema de um console. Um emulador pode ser utilizado em um computador, por exemplo. As ROMs podem ser baixadas na internet e rodadas no emulador, instalado no computador.

Conclusão

Mesmo presente em nossas vidas há décadas, os videogames ainda são vistos como brinquedo de criança e raramente se tornam objeto de pesquisa nos estudos audiovisuais. Quando ocorrem, resumem-se apenas a questões técnicas e não comunicacionais desse tipo de mídia.

A música de videogame foi se tornando algo tão apreciado pelos jogadores que se autonomizou mediante diversos processos, como a venda de álbuns com as músicas separadas dos jogos e que hoje se reflete em shows e concertos pelo mundo, em *sites* na internet dedicados ao assunto e até em toques para celulares.

Para entender esses processos, diversos conceitos foram de grande valia. Primeiramente, o de *remix*, que nos ajudou a entender melhor o trabalho de bandas e fãs que fazem versões para as músicas de seus jogos favoritos. Em seguida, o de convergência, muito utilizado nos estudos de comunicação, que dá sustentação ao que chamei de processos de autonomização. Por último, mas não menos importante, o conceito de estratégias e táticas, que nos ajudou a entender os usos sugeridos pela indústria de *games* e os usos que jogadores e fãs fazem.

Para concluir, gostaria de deixar um questionamento para futuros estudos. Seria o movimento de autonomização da *VGMusic* um tipo de subcultura? Para Velho (1987, p. 84), o conceito de subcultura, entendido como o sistema normativo de grupos de pessoas, que compartilham a mesma linguagem, valores, religião e estilos de vida,

[...] é uma forma de tentar lidar com a diversidade e pode-se perceber que pode ser usada ao nível mais micro da vida social se for o caso. Mas será que assim se está atendendo aos propósitos originais do conceito de cultura, ou seja, dar conta do sistema de significados mais abrangente de determinado universo social?

Segundo ele, o termo “subcultura”, muitas vezes, é usado de forma desenfreada para caracterizar elementos particulares de certo grupo social, mas que não expressam necessariamente um sistema cultural. De acordo com o autor, também é muito comum confundir cultura ou subcultura com estilo de vida. É o caso do fenômeno da *game music*, em que as pessoas possuem certas características em comum, mas não o suficiente para categorizar o movimento de subcultura.

Por outro lado, Nunan e Jablonski (2002, p. 1), citando S.M. Kates, aceitam a forma como o conceito é geralmen-

te utilizado, definido como “[...] uma ideologia articulada coerentemente em um conjunto de significados, crenças e comportamentos [...].” Segundo os autores, uma subcultura inclui significados, códigos, linguagens etc., e também pode ser entendida como um espaço de resistência à opressão.

Ainda não há como afirmar se a autonomização da *game music* pode ser entendida como um tipo de subcultura, por isso, essa questão fica em aberto. O movimento ainda é lento e o caminho, desafiador, mas tudo aponta para novos processos midiáticos e novas adaptações influenciadas por aquelas que, até hoje, foram consideradas meras músicas de fundo para jogos.

Referências

- COLLINS, K. 2008. *Game Sound: an introduction to the history, theory and practice of video game music and sound design*. Londres, Mit Press, 216 p.
- DE CERTEAU, M. 1997. Os fantasmas da cidade. In: M. DE CERTEAU; L. GIARD; P. MAYOL, *A invenção do cotidiano: 2. Morar, cozinhar*. Petrópolis, Vozes, p. 189-207.
- FERREIRA, E.M. 2008. Games e imersão: a realidade híbrida como meio de imanência virtual. In: Simpósio Nacional da AB-CIBER, 2, São Paulo, 2008. *Anais...* São Paulo. Disponível em: http://uff.academia.edu/EmmanoelFerreira/Papers/526781/GAMES_E_IMERSAO_imanencia_virtual. Acesso em: 24/06/2009.
- GARSON, M. 2008. Música Eletrônica como expressão musical: entre a inclusão e a exclusão. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 31, Natal, 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0913-1.pdf>. Acesso em: 24/06/2009.
- HAESER, L.F. 2005. *Hipergames: O Videogame entre a Hipermídia e o Entretenimento*. São Paulo, SP. Monografia de Especialização. Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. Disponível em: http://www.gamecultura.com.br/index.php?option=com_remository&Itemid=57&func=fileinfo&id=31. Acesso em: 14/01/2009.
- JENKINS, H. 2008. *Cultura da convergência*. São Paulo, Aleph, 384 p.
- JOHNSON, S. 1997. *Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 190 p.
- LEMOS, A. 2005. Ciber-Cultura-Remix. In: Seminário Sintidos e Processos da Mostra Cinético Digital, São Paulo, 2005. *Anais...* São Paulo. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>. Acesso em: 15/01/2009.

- MANOVICH, L. 2002. Models of authorship in new media. Disponível em: <http://www.manovitch.net>. Acesso em: 14/09/2009.
- MANOVICH, L. 2008. The practice of everyday (media) life. Disponível em: http://www.manovich.net/DOCS/manovich_social_media.doc. Acesso em: 15/01/2009.
- MURRAY, J. 2003. *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo, Itaú Cultural, Unesp, 286 p.
- NUNAN, A.; JABLONSKI, B. 2002. Homossexualidade e preconceito: aspectos da subcultura homossexual no Rio de Janeiro. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 54(1):21-32. Disponível em: <http://www.glassite.net/academia/arquivos/artigosubcultura.doc>. Acesso em: 12/10/2009.
- PIDKAMENY, E. 2002. Levels of Sound. Disponível em: <http://www.vgmusic.com/information/vgpaper2.html>. Acesso em: 15/01/2009.
- SÁ, S.M.A.P. de. 2006. A nova ordem musical: notas sobre a noção de “crise” da indústria fonográfica e a reconfiguração dos padrões de consumo. Disponível em: <http://www.rp-bahia.com.br/biblioteca/pdf/SimonePereiraDeSa.pdf>. Acesso em: 15/01/2009.
- SANTAELLA, L. 2004. Games e comunidades virtuais. In: Exposição Hiper Relações Eletro Digitais, Porto Alegre, 2004. Disponível em: <http://www.canalcontemporaneo.art.br/tecnopoliticas/archives/000334.html>. Acesso em: 15/01/2009.
- VELHO, G. 1987. *Individualismo e cultura*. 2ª ed., Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 149 p.
- WHALEN, Z.N. 2004. *Play Along: video game music as metaphor and metonymy*. Flórida, EUA. Dissertação de Mestrado. University of Florida. Disponível em: <http://purl.fcla.edu/fcla/etd/UFE0004911>. Acesso em: 14/01/2009.
- WIKIPÉDIA. 2009. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Plugin>. Acesso em: 12/12/2009.

Submetido: 30/09/2010

Aceito: 20/01/2011