

Cultura do *software* e autonomização da *game music*¹

Camila Schäfer²

Tiago Ricciardi Correa Lopes³

Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)

Resumo

Vivemos hoje a cultura do *software*, uma etapa do nosso desenvolvimento civilizatório na qual os programas computacionais formam camadas tecnoculturais que cobrem todas as áreas da sociedade contemporânea. Nesse cenário, presenciamos novas formas de produção, distribuição e consumo de produtos culturais cujos efeitos se fazem sentir em todo o meio ambiente midiático. Assim sendo, o presente artigo analisa a autonomização da *game music*, ou música de videogame, como processo resultante de um conjunto de práticas operadas no interior da cultura que encontram nos *softwares* as bases de sua realização.

Palavras-chave

game music; jogos eletrônicos; cultura do *software*.

Abstract

Today we live in a culture of software, a development stage of our civilization in which computer programs form layers that cover all areas of contemporary society. In this scenario, we witness new forms of production, distribution and consumption of cultural products whose effects are felt throughout the media environment. Therefore, this article analyzes the autonomy of game music, or video game music, as a process resulting from a set of practices operated within the culture that finds in softwares the foundations of their realization.

Key words

game music; *games*; *software culture*.

1 Introdução

McLuhan (1969) já dizia em *O meio são as mensagens* que o surgimento e assimilação de novas tecnologias de comunicação afetam não somente o segmento midiático ao qual se

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Jogos, Redes Sociais, Mobilidade e Estruturas Comunicacionais Urbanas”, do V Simpósio Nacional da ABCiber.

² Graduada em Jornalismo (UNISINOS), criadora do blog Console Sonoro (<http://consolesonoro.blogspot.com>) e colunista no site Ponto V (<http://pontov.com.br/site/>). E-mail: camila_scf@yahoo.com.br.

³ Graduado em Publicidade e Propaganda (ESPM-RS) e Mestre e Doutorando em Ciências da Comunicação (UNISINOS), é professor da UNISINOS nos cursos de graduação em Publicidade e Propaganda, Jogos Digitais e Comunicação Digital, onde também é membro do Grupo de Pesquisa em Audiovisualidades e Tecnocultura (TCAv). E-mail: tricciardi@unisinis.br.

destinam (por exemplo, o surgimento dos videocassetes e das fitas VHS em relação ao cinema e à televisão), mas irradiam seus efeitos por todo o conjunto das mídias - o "meio ambiente" referido pelo autor - que, no transcorrer do tempo, passa a assimilar as lógicas, as linguagens, as estéticas e os valores ideológicos que as novas tecnologias trazem consigo.

Assim sendo, perguntamo-nos: passadas algumas décadas desde o início do processo de popularização e penetração dos consoles de videogame nos lares de milhões de pessoas ao redor do planeta, quais seriam os efeitos exercidos pelos jogos digitais⁴ sobre a cultura de nosso tempo? E, na esteira de uma ecologia dos meios de comunicação proposta por McLuhan (MACHADO, 2009), como o conjunto das mídias acaba por assimilar e reproduzir a linguagem, a estética e os valores ideológicos trazidos pelos *games*?

Ainda, essa problematização poderia tomar como base os computadores pessoais e todas as formas de tecnologia que operam através da programação de *softwares*. O que acontece com a cultura na medida em que os programas computacionais estão no controle dos meios de produção, circulação e consumo de produtos midiáticos? Quais estéticas surgem a partir desse cenário? E como os indivíduos reagem aos efeitos dos *softwares* em suas vidas?

São estas as questões que nos mobilizam neste texto, as quais tentaremos responder tomando como base de nossas análises um conjunto de fenômenos contemporâneos que atendem ao que vimos chamando processos de autonomização da *game music*.

Atualmente, fala-se em “*gamificação*” da cultura, processo crescente em que produtos culturais são “contaminados” por elementos de jogos⁵. Os vídeos *machinima* (que misturam elementos do *machine*, *animation* e *cinema*), a inclusão das trilhas de *games* no Grammy⁶ e os diversos filmes, programas televisivos e videoclipes que utilizam elementos dos jogos eletrônicos nos dão algumas pistas de como as estéticas e as lógicas dos videogames começam a se fazer presentes fora do âmbito dos jogos e invadem o domínio de outras mídias. Como afirma Santaella (2004, p. 2), “do mesmo modo que os games absorvem as linguagens

⁴ Neste artigo utilizamos os termos jogos eletrônicos, jogos digitais, videogames e *games* como sinônimos, englobando todos os jogos em vídeo, seja em consoles domésticos, *arcades*, computadores ou dispositivos móveis, como celulares e consoles portáteis.

⁵ A atual discussão em torno do, ainda em formação, conceito de “*gamificação*” - ou, no original em língua inglesa, *gamification* - trata sobre a aplicação de elementos e mecânicas de jogos em áreas e situações que não fazem parte do contexto dos jogos, tendo em vista aumentar o engajamento e a diversão em atividades da “vida real”. Nosso objetivo neste texto, ao utilizar o termo, é apenas chamar a atenção para mais um sintoma de como os jogos ganham importância crescente no interior da cultura contemporânea. Para mais informações sobre *gamification* acesse: <http://gamification.org/wiki/Encyclopedia>.

⁶ Depois que o compositor Christopher Tin recebeu o Grammy com a música "Baba Yetu" do jogo *Civilization IV*, em 2011, as trilhas de *games* foram incluídas na premiação para o próximo ano. A partir de 2012, elas poderão concorrer nas categorias: melhor música; melhor canção; melhor compilação de trilha sonora; e melhor partitura de trilha sonora, diretamente com as trilhas sonoras dos filmes e séries de televisão. O Grammy é o maior prêmio da indústria musical, equivalente ao Oscar para a indústria cinematográfica.

de outras mídias, estas também passaram a incorporar recursos semióticos e estéticos que são próprios dos games”. Além desses exemplos, destacamos a importância da *game music*, ou música de videogame, como fenômeno que comparece neste quadro e que vem chamando a atenção pelo seu crescimento.

Cada vez mais popular entre músicos fãs de jogos de videogame, a *game music* corresponde a um segmento da cultura musical contemporânea que surge como resultado de práticas que tomam a estética sonora dos videogames como base para criação de um novo nicho de produção e consumo de produtos culturais. Conforme mapeamento realizado em pesquisa anterior⁷, observamos que cada vez mais a *game music* opera através de “processos de autonomização”, responsáveis por promover a ruptura do vínculo umbilical com seu contexto de origem, isto é, dos jogos de videogame, assumindo-se como um segmento em expansão na cultura contemporânea.

A venda de álbuns de *game music*, as versões realizadas por orquestras e bandas de temas famosos dos *games*, os *remixes* de diversos tipos, as ferramentas digitais de emulação, os blogs e as comunidades de fãs, dentre tantos outros elementos, nos dão o panorama em que a música de videogame vem se moldando como um produto cultural autônomo.

Nesse texto, procuraremos analisar como esses processos de autonomização da *game music* estão de certa forma condicionados a um conjunto de características da sociedade atual no qual os *softwares* exercem papel fundamental. Guiaremos-nos principalmente pelo pensamento apresentado por Manovich (2008), no qual os *softwares* se apresentam como uma camada que permeia todas as áreas da sociedade e, por conta disso, são cada vez mais responsáveis por gerarem efeitos que afetam e transformam a cultura contemporânea.

2 Os sons nos jogos digitais

Em jogos de videogame, a trilha sonora tem como objetivo tornar a experiência do jogo mais interativa, imersiva e divertida. Para descrever as funções-chave da *game music*, Whalen (2004) cita dois termos da linguística: metáfora e metonímia. A função metafórica é a que proporciona uma sensação de espaço, caracterização e atmosfera em um jogo. É a música

⁷ Mapeamento realizado para o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) “*VGMusic como produto cultural autônomo: a música para além dos videogames*”, realizado na UNISINOS e defendido em dezembro de 2009, sob orientação do Prof. Ms. Tiago R. C. Lopes.

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*. Por exemplo, os sons que alertam a chegada de um inimigo.

Ao envolvimento emocional e cognitivo que se realiza sobre os indivíduos ao jogarem videogames, alguns autores chamam “imersão”. Segundo Collins (2008), esse é o momento em que o jogador se identifica com o personagem do *game*, esquecendo temporariamente a fronteira que o separa do *avatar*. Ferreira (2008, p. 1) 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”. Para Murray (2003, p. 102), “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”.

A imersão é fortemente condicionada pela banda sonora do jogo. Murray (2003) cita como exemplo o jogo *Myst*, destacando a importância do som para criar efeitos imersivos:

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)

Contudo, ainda que o impacto das sonoridades de videogame sobre os estados emocionais do jogador seja fundamental para marcar a experiência do momento de jogo, é possível afirmar que o eco dos efeitos provocados por esses sons sobre os aparatos físico, mental e cognitivo dos indivíduos se estende para além desse momento, podendo durar por muito tempo em suas memórias. Para cada console, para cada jogo, para cada personagem e para cada fase completada, uma canção acompanha as lembranças daqueles que dedicaram dezenas (ou até mesmo centenas!) de horas de suas vidas aos videogames.

Portanto, passadas algumas décadas desde o período em que jogos digitais se popularizaram e invadiram os lares de milhões de famílias ao redor do mundo, as músicas de videogame integram hoje o arcabouço de referências culturais e estéticas de diferentes gerações de jogadores. Nesse sentido, a valorização desse elemento dos jogos digitais ganha

contornos singulares, passando a ocupar um lugar em meio às manifestações culturais que emergem como consequência da presença das tecnologias digitais em nossa sociedade.

3 Cultura do *software* e *game music*

3.1 A era do *remix* e as experimentações na *game music*

As características da cultura do *software* contextualizam o cenário em que a *game music* se torna um produto cultural autônomo. Para introduzirmos as linhas gerais desse processo, recorreremos às relações entre estruturas estratégicas e usos táticos na vida social apresentadas por Michel De Certeau (2007) em *A invenção do cotidiano*. Segundo o autor, as estratégias são criadas pelas instituições e estruturas de poder e definidas para toda a sociedade. Já as táticas são as formas como os indivíduos negociam com essas estratégias, ou seja, como as estratégias são, de fato, apropriadas pelos indivíduos de modo a melhor adaptá-las às suas necessidades. De Certeau (2007) 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.

De acordo com esse pensamento, a indústria de *games* traça estratégias que de certa forma orientam o uso de seus produtos. Ou seja, no caso que aqui nos interessa, a indústria de jogos “sugere” que seus *games* sejam simplesmente jogados pelas pessoas e que as músicas, assim como outras sonoridades, sirvam como elementos que produzem sentidos no domínio específico do jogo, conforme já referimos em seção anterior deste texto.

Porém, para estas estratégias existem também as táticas, que são os modos como os indivíduos colocam em prática as estratégias. Na maioria das vezes, as apropriações táticas coincidem com o proposto pela indústria de *games*, mas, em outros casos, são totalmente distintas e tomam formas inesperadas, como nos casos em que determinados elementos de um jogo são isolados e processados de forma a dar origem a um novo produto (ou um produto cultural autônomo, conforme definido neste texto) diferente do original.

3.2 Versões e *remix*

Em *Software takes command*, Manovich (2008) afirma que vivemos na era do *remix*: na música, nos *softwares*, na moda, na arte, no design, etc, sendo que a internet se apresenta como um terreno fértil para essas práticas. O *remix* surgiu originalmente na música, quando elementos como bateria, guitarra e vocais foram disponibilizados separadamente, permitindo sua fácil manipulação. Aos poucos, o termo se tornou mais abrangente, podendo ser aplicado para outras mídias, além da música. Com as mudanças nos processos de produção, recepção e compartilhamento de mensagens, os *softwares* e a facilidade de busca proporcionada pela *web* (onde podemos pesquisar materiais de outras épocas e artistas) o processo de *remix* se tornou mais fácil e difundido (MANOVICH, 2008).

No contexto da *game music*, a comercialização dos temas dos jogos através de discos e arquivos digitais se configura como uma das práticas pioneiras que mais contribuíram para sua autonomização e para a criação de *remixes*. Já em 1978, a faixa *Computer Game*, do disco da Yellow Magic Orchestra (YMO), apresentava elementos sonoros do jogo *Space Invaders* e, em 1986, muitos álbuns de *game music* foram lançados no Japão. Eles podiam conter as músicas originais (sintetizadas) ou orquestradas, como *Super Mario Bros. Original Soundtrack*, *Sega Game Music Vol.1* e *Capcom Game Music*, lançados em 1986. Mais tarde, no final da década de 90, alguns títulos começaram a ser lançados em outros países, como Estados Unidos e Inglaterra. No Brasil, a maioria deles ainda precisa ser importada.

Com o passar do tempo, as músicas de vários jogos começaram a ganhar versões e *remixes*, produzidos tanto por orquestras e bandas profissionais quanto por amadores. Surgiam assim as bandas de *game music*. As primeiras delas eram formadas por funcionários de desenvolvedoras de *games* e tinham como objetivo tocar as músicas (que na época eram sintetizadas) com instrumentos “reais”. Depois surgiram bandas como a brasileira Megadrive⁸ e as americanas Minibosses⁹ e NESkimos¹⁰.

No Brasil, esses grupos ainda são pouco conhecidos. Os que mais se destacam hoje são a já referida Megadrive (que faz versões em *heavy metal* das canções dos jogos), a 8 Bit Instrumental (MG), a Abreu Project (MG), Gameboys (SP) e Smash Bros (SP). As versões feitas por esses grupos são as mais diversas, indo desde a adaptação a certo estilo (*rock*, por

⁸ <http://www.megadrive.com.br/>

⁹ <http://www.minibosses.com/>

¹⁰ <http://www.neskimos.com/>

exemplo), até a adição de vocais (inexistentes na grande maioria dos temas musicais de *games*). A internet tem sido o principal meio de divulgação dessas versões, como indicam os 16 milhões de *downloads* das músicas da banda Megadrive no seu *website*.

O caso das orquestras é um pouco diferente. Segundo Collins (2008), há anos elas lutavam 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. Entre o público que prestigia essas orquestras estão, muitas vezes, fãs de jogos, mas também amantes de música pop e música clássica – o que, cabe o comentário, demonstra um ecletismo típico das combinações inusitadas que encontramos em meio à tecnocultura contemporânea. Uma das orquestras mais famosas e que se apresenta com frequência no Brasil é a Video Games Live (VGL), criada em 2005. Além deste, outros eventos acontecem pelo mundo, como o Video Game Orchestra, o PLAY! a Video Game Symphony e o Symphonic Shades.

Para Manovich (2002), uma série de procedimentos que realizamos hoje a partir de meios digitais, como as técnicas de "copiar e colar", o gerenciamento de múltiplas janelas na tela do computador, a colagem e a combinação de elementos heterogêneos possibilitadas por ferramentas de edição como o *Adobe Photoshop* e o *Adobe Premiere*, já eram encontradas em movimentos de vanguarda artística do início do século XX, utilizadas, sobretudo, para fins de ruptura com os paradigmas estéticos e ideológicos da sociedade naquele período. A diferença é que, hoje, na medida em que são naturalizados pelos meios digitais, esses procedimentos já não visam romper com a norma, mas dão a ver a própria lógica que comanda os usos operados sobre os produtos culturais de nosso tempo, afetando não somente as práticas que decorrem especificamente da interação com meios digitais, mas todos os setores da experiência cotidiana. Nesse sentido, o imaginário social permeado pelas lógicas dos meios digitais (ou, ainda, dos *softwares* responsáveis pela programação dos meios digitais), dá origem a fenômenos como esses que observamos nos processos de autonomização da *game music*. Portanto, isso nos autoriza a afirmar que, mesmo que estejamos enfocando fenômenos como as versões de músicas de videogame tocadas por conjuntos musicais ou por orquestras, que se caracterizam pela tradução de uma estética sonora de base digital para uma estética, por assim dizer, analógica dos instrumentos musicais convencionas, as versões de músicas em 8 ou 16 bits tocadas com instrumentos “de verdade” constituem também uma forma de *remixagem* perpassada por um modelo de pensamento que obedece as lógicas incentivadas pelas interações com *interfaces* culturais comandadas por *softwares*.

3.3 A “*softwarização*” da mídia

Segundo Manovich (2008), o *software* coloca nossa sociedade em funcionamento: controla o processo de produção e distribuição das fábricas, o estoque nas prateleiras das lojas, o fluxo de dinheiro de uma empresa e a comunicação através da internet. Com o desenvolvimento do *software* cada vez mais democratizado, é hora de pensar como nossa cultura o molda e por ele é moldada.

Durante a década de 90, o computador deixou de ser uma tecnologia disponível apenas para profissionais e cada vez mais os programas eram pensados para os usuários, observando-se nesse período uma preocupação constante na criação de *interfaces* que fossem simples e de

rápida compreensão por parte dos usuários. Surgem assim os *softwares* culturais que, de acordo com Manovich (2008), são os programas usados para criar e acessar objetos e ambientes midiáticos. Muitos desses programas, além de acessar, também têm a função de criar conteúdo novo, sendo essa co-existência de funções uma característica importante da cultura do *software*. O que o autor quer dizer, no entanto, não é que a cultura no geral é equiparada a um conjunto de programas e que objetos culturais podem ser criados a partir deles, mas que, no final do século XX, uma nova dimensão foi adicionada à nossa cultura: a do *software*. De mero elemento técnico integrante do processo produtivo de produtos culturais, os programas computacionais passam a apresentar, segundo Manovich (2008), o potencial para moldar os elementos e estruturas imateriais que constituem a cultura.

Segundo Manovich (2008), o computador é um metameio, visto que reúne um conjunto de diferentes meios de comunicação e oferece a possibilidade de geração de novas ferramentas e tipos de mídia. Estaríamos vivendo, de acordo com o autor, uma segunda etapa na evolução desse metameio, caracterizada pelo hibridismo entre diferentes formas e linguagens midiáticas.

Para Manovich (2008), os meios híbridos são considerados novas “espécies” de mídia, distintos, por exemplo, dos meios multimídia, visto que, nestes últimos, as variedades de mídias (textos, imagens, sons, etc.) são colocadas uma ao lado da outra, o que não ameaça a autonomia, linguagem ou *interface* de cada uma. Já os híbridos são resultantes da união de várias características de diferentes mídias, seja no nível de linguagem, estrutura ou *interface*.

Manovich (2008) explica que isso acontece devido à “*softwarização*” da mídia, que fez com que as técnicas de produção e a *interface* das mídias mais antigas fossem separadas de suas bases e traduzidas em *software*. Separados, esses elementos passaram a interagir, produzindo novos híbridos. Para o autor, essa seria a essência do metameio que é o computador. O resultado não é apenas a soma dos meios de comunicação que formam cada híbrido, mas novas estéticas e “espécies” de mídia.

Com a “*softwarização*” da mídia, a possibilidade de os indivíduos negociarem com as estruturas estratégicas, criando novos usos táticos, aumenta consideravelmente, pois cada vez mais elementos estão disponíveis e separados de suas bases de dados. Diversas indústrias, por exemplo, já baseiam suas estratégias nos usos táticos dos indivíduos. É cada vez mais comum os jogos virem com SDKs (*System Development Kits*), que permitem a criação de MODs¹¹ e

¹¹ Modificação em algum jogo existente, criando alterações no objetivo, nos personagens, mapas, etc. Pode-se utilizar a *engine* de um jogo para criar um novo. O jogo *Counter Strike*, por exemplo, é um MOD de *Half Life*.

outras formas de customização, além de também permitirem a criação de híbridos como os vídeos *machinima* e outros produtos no segmento da *game music*. Da mesma forma, grandes empresas como Amazon, Flickr, Google, Microsoft e Yahoo disponibilizam alguns serviços e dados para que as pessoas criem novas aplicações para seus produtos.

A “*softwarização*” também tornou os videogames acessíveis a pessoas de fora desse meio profissional. Com suas técnicas traduzidas em *software*, diversos elementos dos jogos e dos consoles (como gráficos, diálogo, níveis, *gameplay*, música e outros) foram separados de suas bases de dados e disponibilizados em meios como a *web*. Os emuladores, por exemplo, são *softwares* que simulam no computador o comportamento de consoles de videogame e até de *arcades* (fliperamas). Esses programas foram desenvolvidos por programadores que conseguiram, além de emular os consoles, criar modificações no sistema a fim de oferecer opções antes impossíveis nos aparelhos originais, como efeitos (*anti-aliasing*¹²) e resoluções mais altas. A emulação também é utilizada pelas próprias desenvolvedoras de *games* como estratégia para atrair os jogadores mais velhos, ou seja, a indústria já está pensando nos usos táticos que esses indivíduos poderiam fazer de seus produtos. Através de *softwares* presentes nos consoles de última geração, é possível executar jogos de aparelhos mais antigos. A Nintendo, por exemplo, utiliza emuladores no console Wii para emular sistemas como o do NES, Super Nintendo, Mega Drive, Neo-Geo, PC Engine e Nintendo 64. Além disso, os jogos de Gamecube, console anterior ao Wii, rodam nativamente no *hardware* do aparelho atual.

Porém, um emulador emula somente o console e não os jogos. Para poder jogar nos emuladores é preciso ter ROMs¹³, que são cópias dos cartuchos de videogame. Utilizando equipamentos específicos, os programadores conseguem transferir os dados do cartucho para o computador, tornando os diversos elementos do jogo editáveis. No entanto, mesmo com essa possibilidade, são poucas as pessoas que se aventuram nessa área, pois o processo (*romhacking*) é muito complexo. As traduções são as alterações mais comuns feitas nas ROMs. Por exemplo, um jogo que era disponibilizado no cartucho somente em inglês, agora pode ter seus diálogos traduzidos em português. Mesmo que a tradução seja considerada uma tarefa difícil, é ainda uma das alterações mais fáceis de serem aplicadas nas ROMs.

O processo de emulação também acontece com as músicas de videogames. Por exemplo, se um usuário quiser ouvir os temas de um jogo de 8 bits da mesma forma que ele

¹² Filtro que suaviza o “serrilhado” das imagens. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Anti-aliasing>. Acesso em: 15 jul. 2011.

¹³ Imagem ROM (*Read Only Memory*, em português “memória apenas para leitura”) é uma cópia em arquivo de um chip de memória ROM, muitas vezes um cartucho de videogame, o *firmware* de um sistema embarcado ou de uma máquina de *arcade*. Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Imagem_ROM. Acesso em: 15 jul. 2011.

soava no console, ele tem algumas possibilidades disponíveis. Ele pode obter, na internet, parte da ROM do jogo somente com a informação da música, pode utilizar um emulador do chip de som do console antigo e que funciona como *software* de reprodução independente ou pode ainda utilizar *plugins*¹⁴ em programas convencionais que reproduzem músicas, como o Winamp. Esses *plugins* permitem que algumas extensões de arquivos, como .nsf, .gbs, .spc, .psf, .gym e outros (que são os arquivos de música originais do *game*) possam ser reproduzidas no computador, possibilitando que os fãs ouçam as canções bem próximas de como elas eram em seu sistema de origem (console). Esse é um dos processos de autonomização da *game music* que, juntamente com as técnicas de emulação e criação de ROMs, só foi possível através de *softwares* e da “*softwarização*” da mídia videogame.

Outro processo de autonomização facilitado pelos *softwares* são os novos estilos de música criados a partir da estética e sonoridade dos chips de som de consoles antigos. Depois que a música para videogames começou a ser disponibilizada fora dos jogos, a quantidade de experimentações aumentou significativamente. O grupo musical Goldenshower, por exemplo, criou uma composição baseada em sons retirados de jogos clássicos do console Atari¹⁵. Assim, além dos conjuntos musicais e orquestras que tocam *game music*, há também aquelas pessoas que criam músicas utilizando elementos dos sons originais dos jogos ou criam algo totalmente novo utilizando apenas os equipamentos de cerca de vinte anos atrás. Dessa forma, surgiram estilos como o *Nintendocore* ou *NEScore*, que mistura o *hardcore* com os teclados análogos das músicas do console Nintendo; *Tracker music* ou *MOD-scene*, que usam *softwares* geradores de sons digitais através de um sistema organizado de notas, separadas por diversos canais de áudio; *Chiptune* ou *chipmusic*, em que as músicas são criadas por meio de chips de áudio de consoles originais de videogames ou através de emuladores com o objetivo de simular a estética das músicas de jogos originalmente produzidos em 8 bits. No Brasil existem alguns projetos envolvendo *chipmusic* como o Pulselooper, o Droid-on, o Subway Sonicbeat e o Chiptots. Além disso, existem tributos a artistas nesse formato de música, como 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.

¹⁴ 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. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Plugin>. Acesso em: 12 jul. 2011.

¹⁵ O vídeo está disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=QX-kfuVIA18>

Esses estilos de *game music* carregam no nome uma relação direta com o tipo de *hardware* ou *software* que lhes serve de plataforma e que, portanto, determina a sonoridade característica das suas músicas - o *MOD-scene*, por exemplo, faz referência à extensão de arquivo .mod dos programas usados para criação das músicas nesse estilo. No limite, trata-se de um tipo de exaltação estética à materialidade dos *softwares* responsáveis por gerarem timbres característicos a cada uma dessas plataformas. Nos anos 1990, qualquer um que jogasse um jogo como *Moonwalker*, lançado para computadores ou no console Mega Drive, saberia que as músicas em 8 ou 16 bits do jogo eram extremamente pobres se comparadas às faixas originais do álbum de Michael Jackson. No entanto, passadas algumas décadas, aquilo que antes poderia ser tomado como uma limitação técnica da indústria do videogame se atualiza como marca distintiva de uma época e de uma cultura e que é agora resgatada e positivada pela *game music*.

3.4 *Game music* e a dimensão social do *software*

A primeira década do século XXI foi caracterizada por intensas modificações nos modelos produtivos e de circulação de bens culturais, sendo a diminuição da distância que separava, em décadas anteriores, os polos da produção e do consumo de conteúdos midiáticos uma das mudanças mais radicais ocorridas ao longo desse período.

Podemos listar aqui três fatores como aqueles que mais contribuíram para a configuração desse quadro. Em primeiro lugar, a queda constante nos preços dos computadores e de outros equipamentos digitais, que proporcionou o acesso e a popularização dos seus usos por ampla parcela da população; em segundo lugar, em paralelo à queda dos preços, observamos o aumento na capacidade de processamento dos computadores de uso doméstico, o que possibilitou que as pessoas passassem a produzir e editar conteúdos com seus próprios meios; e em terceiro lugar estão a expansão geográfica e o aumento da capacidade de tráfego de informação da *web*, também vinculados a questões de ordens econômica e tecnológica (e, neste caso, também política), instituindo-a como principal meio agregador e difusor de conteúdo entre pessoas espalhadas ao redor do planeta.

Expressões como “cultura participativa” (JENKINS, 2008) e “inteligência coletiva” (LÉVY, 2007) surgem nesse contexto como conceitos que visam oferecer um instrumental

teórico para a compreensão deste novo paradigma, cujas principais características são a ressignificação de termos tão antigos quanto a própria história dos meios de comunicação e a fusão de binômios como público-privado, arte-publicidade, produtor-consumidor, forma-conteúdo, autoria-plágio, individual-coletivo, etc.

Como afirma Johnson (1997), o computador, ao invés de tornar os usuários mais introvertidos, aproximou-os, principalmente através da *web*. E é na *web* que residem também as principais práticas de difusão da *game music*, conforme já mencionamos anteriormente: nos sites, blogs e comunidades especializados em *game music*, os usuários têm acesso a informações, divulgação de bandas e *remixes*, podem fazer o *download* de músicas e ouvir rádios *online* que tocam exclusivamente esse estilo, dentre tantas outras possibilidades.

Nesse cenário em que prevalecem os usos táticos das mídias e o espírito *do it yourself*, os “blogueiros” são grandes impulsionadores do movimento de autonomização da *game music*. Alexandre Maravalhas do Benzaiten¹⁶, Alexei Barros do Hadouken¹⁷, Orakio “Gagá” Rob do Gagá Games¹⁸ e a equipe do Violão de 8 bits¹⁹ são exemplos de blogueiros (alguns são também músicos) que consomem informação sobre *game music* ao mesmo tempo em que compartilham seu conhecimento sobre o assunto, produzindo mais informações e divulgando a música de videogames.

Assim, as mudanças acontecem não somente nos grandes núcleos urbanos, mas também no subúrbio e as bandas que estão fora dos principais centros culturais e “gamísticos”, como São Paulo e Rio de Janeiro, e que provavelmente não teriam condições financeiras de realizar shows ou de lançar discos, conseguem divulgar e compartilhar seu trabalho de *game music*. É o caso de bandas como a Metal Heroes²⁰ e a Nintendoman²¹, ambas do Rio Grande do Sul. Da mesma forma, através dessa comunidade global de fãs de *game music* conectados pela *web*, o amante de um jogo dos anos noventa consegue ouvir novamente aquela música que agitava a batalha final do *game* e o músico consegue ter acesso a sons originados dos chips dos consoles antigos para criar suas experimentações e *remixes*.

4 Conclusão

¹⁶ <http://benzaitenbrasil.blogspot.com/>

¹⁷ <http://hadouken.wordpress.com/>

¹⁸ <http://www.gagagames.com.br/>

¹⁹ <http://www.violaode8bits.com.br/>

²⁰ <http://www.freewebs.com/bandanimetal/index.htm>

²¹ <http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=38117587>

Os *games* estão há décadas em nossas vidas. No início, eram tidos como uma forma cultural cuja função única era divertir crianças, mas, com o tempo, seus diversos elementos – técnicos, estéticos, sociais e culturais – foram “contaminando” a sociedade e a cultura contemporâneas. Ao mesmo tempo, os computadores e as novas tecnologias foram modificando os processos de produção, consumo e distribuição de produtos culturais e a “*softwarização*” da mídia permitiu que as técnicas de produção e a *interface* das mídias mais antigas fossem separadas de suas bases e traduzidas em *software*.

Sendo assim, o fenômeno da autonomização da *game music* decorre, fundamentalmente, das possibilidades trazidas pela penetração e atuação dos *softwares* em nossas vidas. Trata-se, no limite, de um tipo de estética tecnológica que surge a partir de uma série de relações entre elementos heterogêneos e de fluxos comunicacionais diversos que só são possíveis de acontecer através de plataformas tecnológicas programadas por *softwares*. As comunidades de produtores e de fãs de *game music*, mesmo que um nicho de proporções minúsculas se comparado a outros segmentos mais difundidos do mercado musical, reúnem pessoas do mundo todo e por isso conseguem se manter ativas. Essa mobilização em torno de um objeto tão *sui generis* como é a *game music* encontra no alcance global e nas múltiplas possibilidades de trânsito informacional oferecidas pela *web* a base a partir da qual a autonomização da *game music* pode acontecer. Porém, mais do que o alcance dado pela infraestrutura tecnológica da combinação entre *hardwares* e *softwares*, o que está em jogo são os modos como esses indivíduos trocam informações no interior do dispositivo (FOUCAULT, 1990), re combinando e rearranjando os elementos da cultura de tal modo a gerarem novos padrões de “programação” de comportamento (FLUSSER, 2007). Dessa maneira, estabelecendo fluxos dialógicos e interações com *softwares* e ferramentas de edição digitais, os indivíduos, fãs e produtores de música de videogame encontram as condições necessárias para operar taticamente através de um vasto repertório de técnicas de produção e edição sonora, visando a criação de novas informações que, inevitavelmente, geram linhas de fuga (e também rupturas) na programação original inscrita no contexto da indústria dos jogos de videogame e no âmbito geral do meio ambiente das mídias.

Referências bibliográficas

COLLINS, Karen. *Game Sound: an introduction to the history, theory and practice of video game music and sound design*. Londres: Mit Press, 2008.

DE CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 2007 (V.1).

FERREIRA, Emmanoel Martins. *Games e imersão: a realidade híbrida como meio de imanência virtual*. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 2., 2008, São Paulo. Disponível em: <http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Emmanoel%20Ferreira.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2011.

FOUCAULT, Michel. *Sobre a história da sexualidade*. In: *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1990.

FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva*. 5. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

MANOVICH, Lev. *Avant-gard as software*. 2002. Disponível em: <http://www.uoc.edu/artnodes/espai/eng/art/manovich1002/manovich1002.html>. Acesso em: 10 jul. 2011.

_____. *Software takes command*. 2008. Disponível em: http://softwarestudies.com/softbook/manovich_softbook_11_20_2008.doc. Acesso em: 15 maio 2011.

MACHADO, Irene. *Ecologia das extensões culturais*. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 18., 2009, Belo Horizonte.

McLUHAN, Marshall. *Os meios são as mensagens*. Rio de Janeiro: Record, 1969.

MURRAY, Janet. *Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. Tradução de Elissa Khoury Daher e Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural, Unesp, 2003.

SANTAELLA, Lucia. *Games e comunidades virtuais*. In: EXPOSIÇÃO HIPER> RELAÇÕES ELETRO//DIGITAIS, 2004, Porto Alegre. Disponível em: <http://www.canalcontemporaneo.art.br/tecnopoliticas/archives/000334.html>. Acesso em: 15 jan. 2011.

SCHÄFER, Camila. *VGMusic como produto cultural autônomo: a música para além dos videogames*. 2009. 104 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo). Curso de Comunicação Social. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2009.

WHALEN, Zachary Nathan. *Play Along: video game music as metaphor and metonymy*. 2004. 70 f. Tese (Mestrado em artes). School of the University of Florida, Florida, 2004. Disponível em: <http://purl.fcla.edu/fcla/etd/UFE0004911>. Acesso em: 14 jan. 2011.