



Realizando uma pesquisa de campo em canais de *video game music* no Youtube

MODALIDADE: COMUNICAÇÃO

Schneider Ferreira Reis de Souza
schneidersouza@gmail.com

Resumo: O presente artigo tem como objetivo apresentar uma pesquisa em fase de conclusão, sobre a música dos jogos eletrônicos praticada no site de compartilhamento de vídeos Youtube. A pesquisa de caráter etnográfico utilizou-se da pesquisa de campo como método principal de coleta de dados, em três frentes de trabalho: etnografia virtual, entrevistas e pesquisa participante. Dentre as diversas questões encontradas na pesquisa, pode-se destacar a dificuldade que os músicos têm para se destacarem nesse ambiente e uma certa nostalgia sentida pelos envolvidos, pois o repertório é composto, em sua maioria, por músicas de jogos produzidos na década de 1980 e 1990.

Palavras-chave: Etnografia virtual. Video game music. Youtube. Jogos eletrônicos.

Conducting a Field Research in Video Game Music Channels on Youtube

Abstract: This paper presents partial results of a study about the music of video games practiced on the video sharing site Youtube. The research used ethnographic field research as the main method for collecting data, using three in three tools: virtual ethnography, interviews and participatory research. Amongst the various issues encountered in the research, it can be highlighted the difficulty that musicians have to stand out in this environment and a certain nostalgia felt by those involved, because the repertoire consists mostly by game music produced in the 1980s and 1990s.

Keywords: Virtual Ethnography. Video game music. Youtube. Electronic games.

1. Introdução

Os videogames são artefatos culturais utilizados para entretenimento muito conhecidos na sociedade capitalista moderna atual. Segundo a agência de pesquisa Gartner, a indústria de games no mundo acumulou um montante de vendas de aproximadamente 79 bilhões de dólares em 2012 o que mostra sua importância no mercado econômico do entretenimento¹. Basicamente o videogame é um dispositivo que serve para processar informações de softwares de jogos digitais e transmiti-las através de algum tipo de monitor de vídeo.

Esses jogos digitais possuem músicas que são tocadas durante o jogo. Elas são produzidas para servir de trilha sonora e, com isso, aumentar a imersão do jogador no jogo (COLLINS, 2008). Apesar de existirem sons nos jogos eletrônicos (games) desde a criação do Computer Space em 1971, a música contínua durante o jogo teve o seu início somente em

1978 com o jogo *Space Invaders*; que com apenas quatro notas em repetição constante combinava-se com o jogo para tentar aumentar a tensão no jogador. Independente disso, foi na década de 1980 que a música começou ser utilizada na maioria dos jogos eletrônicos, sendo hoje considerado parte importante de qualquer jogo eletrônico.

Com o passar do tempo, a música dos games começou a cair no gosto dos jogadores fazendo com que aparecessem muitos fãs desse tipo de música; de pessoas que escutam esse tipo de música em momentos extra jogo. Isso foi possível porque os fãs desenvolveram uma prática de extrair os áudios originais dos jogos, através de computadores ou da simples gravação em k7, e os compartilham entre si na internet. Além da prática de compartilhamento realizada pelos fãs, muitos deles resolvem tocar versões de suas músicas favoritas em seus instrumentos musicais, constituindo uma prática musical baseada neste tipo de música. Indo mais além, os fãs começaram a compartilhar partituras, tablaturas ou cifras de transcrições dessas músicas. Atualmente a música dos jogos de videogame são conhecidas como *Video Game Music (VGM)*.

Ao entrar em contato com diversos fãs de VGM, observei que o site Youtube foi muito citado por eles como um dos locais em que iam para encontrar conteúdos relacionados a esse tipo de música. Em uma pesquisa exploratória no site foi possível encontrar, facilmente, vídeos da famosa (entre os fãs) orquestra *Video Games Live*² como também algumas pessoas mostrando os primeiros passos do aprendizado de sua VGM favorita em seu instrumento. Há uma demonstração da criatividade musical das pessoas ao criarem arranjos musicais de VGM utilizando diversos instrumentos como, por exemplo: guitarra, bateria, baixo, violino, ocarina, dentre outros. Neste caso o Youtube mostrou-se como um lugar fácil de encontrar pessoas que tocam VGM; que procuram tocar suas músicas de game favoritas e compartilhar sua prática musical em forma de vídeo no site. A partir disso, uma pesquisa da VGM que é praticada no Youtube mostrou-se significativa para o entendimento da mesma como prática cultural.

Sobre o Youtube, pode-se dizer, em resumo, que ele é um site de compartilhamento de vídeos populares em que os seus usuários podem compartilhar vídeos de uma maneira simplificada. Segundo Burgess e Green (2009), o Youtube facilita o compartilhamento de vídeos na internet por disponibilizar uma interface simplificada para o usuário, onde ele consegue sem muitas dificuldades fazer o upload de seus vídeos para os servidores do Youtube e compartilha-los em diversas redes sociais ou fóruns de discussão na



internet. Em informações disponibilizadas pelo próprio Youtube, o tráfego mensal no site ultrapassa o número de 1 bilhão de pessoas, constituindo mais de seis bilhões de horas de vídeo assistida, um número bastante expressivo³.

Ao entender a VGM como um tipo de música que possui representações significativas para seus fãs, e o Youtube como um local onde essas pessoas vão para encontrar material relacionado a ela, mostra-se pertinente uma pesquisa direcionada ao campo que se configura nesta situação: a prática musical da VGM num local virtualizado conhecido como Youtube.

Considerando o que foi exposto, este trabalho tem como objetivo mostrar brevemente minha pesquisa de mestrado que tem o foco na prática musical de VGM realizada no site Youtube.

2. Procedimentos de pesquisa utilizados

Bruno Nettl considera que em uma pesquisa de campo em etnomusicologia, além da coleta de materiais referentes a vida musical de uma determinada cultura, tem como característica o estabelecimento de relações pessoais entre o pesquisador e as pessoas que praticam a música que pretende-se estudar (NETTL, 1964). Considerando essa indicação de Nettl, optou-se, para coletar os dados de pesquisa, utilizar a pesquisa de campo, pois ela poderia possibilitar uma aproximação direta com as pessoas envolvidas (ouvintes e músicos de VGM) e obter dados mais significativos sobre o tema. Sobre a pesquisa de campo, ela foi composta por três atividades que se complementam: construção etnográfica, entrevistas com os produtores de vídeo e observação participante.

Percebida uma grande quantidade de canais de Youtube que tem produção de VGM, foi decidido delimitar o campo em um recorte que possibilitasse uma pesquisa consistente e, por isso, foram selecionados 5 canais de *youtubers*⁴ ativos em que iria focar as observações. A seleção foi realizada a partir dos seguintes critérios: (1) ter uma produção constante de VGM e (2) o proprietário [do canal] se mostrar interessado em participar de uma possível entrevista. Os canais selecionados foram: Batera Gamer⁵, Canal VideoGameCovers⁶, Guitar Dreamer VGM Covers⁷, Megadriver⁸ e Megafive⁹.

Por ser uma pesquisa na internet foi utilizado um método específico para ambientes digitais conhecido como etnografia virtual. Os trabalhos que serviram de apoio principal para a esse método de pesquisa foram, principalmente, o de Christine Hine (2000) que fala sobre etnografia virtual em seu livro *Virtual Ethnography*, e o de Luciano Almeida [Caroso] (2010) que utilizou esse método na construção de sua tese *Etnomusicologia e Ciberespaço: Processos Criativos e de Disseminação em Vídeo Clipes Amadores*. Para Hine a etnografia virtual consiste basicamente em uma etnografia do modo como sempre foi feito por diversas pesquisas acadêmicas – estas influenciadas direta, ou indiretamente, pelo livro *Os Argonautas do Pacífico Ocidental* de Bronislaw Malinowski (1976) -, porém transposta para o ambiente virtual da internet, e isso exige um cuidado específico do pesquisador na hora de entrar em campo e fazer suas anotações (HINE, 2000).

Uma das vantagens da etnografia virtual é que ela reconhece a produção de conhecimento que as pessoas utilizam na internet e, por isso, pode apontar novos caminhos para as pesquisas em ambientes digitais (COUTO JUNIOR e ROSEMARY, 2013). Para Mercado (2012) a etnografia virtual possibilita “estudo detalhado das relações nos espaços virtuais, nos quais a internet é a interface cotidiana da vida das pessoas e lugar de encontro que permite a formação de comunidades, grupos e a emergência de novas formas de sociabilidade” (MERCADO, 2012: 169).

Por ser uma pesquisa em música com objetivos direcionados a um tipo de música específico, é importante levar em consideração a etnografia da música como forma consolidada de pesquisa em etnomusicologia, e sobre isso Seeger considera:

A etnografia da música não deve corresponder a uma antropologia da música, já que a etnografia não é definida por linhas disciplinares ou perspectivas teóricas, mas por meio de uma abordagem descritiva da música, que vai além do registro escrito de sons, apontando para o registro escrito de como os sons são concebidos, criados, apreciados, e como influenciam outros processos musicais e sociais, indivíduos e grupos. A etnografia da música é a escrita sobre as maneiras que as pessoas fazem música. Ela deve estar ligada à transcrição analítica dos eventos, mais do que simplesmente à transcrição dos sons (SEEGER, 2008: 239).

Complementando a isso, é sempre válido considerar a ideia de Geertz (1978) de que a etnografia é *uma descrição densa*, pois é a partir do detalhamento das experiências vistas e vividas em campo, que a etnografia forma dados consistentes que possibilitem ao pesquisador entender as estruturas complexas que formam uma cultura. Para Geertz:

O que o etnógrafo enfrenta, de fato é uma multiplicidade de estruturas conceituais complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e implícitas, e que ele tem que, de alguma forma, primeiro apreender e depois apresentar (GEERTZ, 1978: 20).

Além da observação básica prevista pelo método etnográfico, a pesquisa utilizou-se da observação participante para tentar experienciar como é ser um youtuber igual aos canais estudados. A utilização da observação participante foi influenciada pelo antropólogo Michael Wesch (2008) que também faz pesquisa sobre o Youtube, e que para desenvolver essa pesquisa lançou a ideia de produzir vídeos para um canal de Youtube, tornando-se assim um participante ativo da prática de compartilhamento de vídeos no site. A partir disso, resolvi construir versões de VGM, criar um canal no Youtube e compartilhar os vídeos criados para me envolver mais com contexto da VGM do Youtube.

Em relação as entrevistas, foram realizadas cinco entrevistas de caráter semiestruturado com os *youtubers* donos dos canais estudados. As perguntas foram selecionadas para explorar questões que apareciam durante a observação em campo, elas não procuravam ser a base da pesquisa, mas sim um complemento aos dados que já vinham sendo coletados.

Em resumo, o que buscou-se nessa pesquisa foi seguir as orientações citadas por Seeger (2008), mas adaptadas para o ambiente digital utilizando os princípios teóricos que fundamentam a etnografia virtual de Hine (2000) e Almeida (2010).

3. Trecho da Análise selecionado

Durante a observação nos 5 canais de Youtube selecionados, foi notado que a VGM praticada por eles consiste basicamente de versões de música de games produzidas em sua maioria na década de 1980 e 1990, com poucas exceções com músicas tocadas de games atuais. É facilmente perceptível, nos comentários deixados pelos usuários nos vídeos, que há um reencontro com o passado quando as pessoas veem essas músicas de games sendo tocadas; há uma nostalgia que é despertada no ouvinte durante a escuta. O que chamou mais a atenção é que a nostalgia envolvida é relacionada ao game como um todo, não exclusivamente à música.

Fazendo uma análise de todos os vídeos dos canais estudados, foi possível perceber que os primeiros vídeos enviados mostram um certo amadorismo por parte de seus produtores, porém também fica evidente que com o passar do tempo houve uma tendência de todos os canais a profissionalizarem-se. Os vídeos mais atuais dos canais estudados mostram que os *youtubers* se preocupam com diversos detalhes de produção cinematográfica: o áudio é trabalhado utilizando gravação multipista e os vídeos são gravados em alta definição com edições que utilizam diversos efeitos, alguns até mesmo usados em estúdios profissionais como, por exemplo, o *chroma key*¹⁰. Essas edições de vídeo fazem com que os aspectos da performance musical sejam valorizados, dando um interesse maior sobre o conteúdo produzido. Durante a pesquisa participante ficou claro para mim que essas técnicas de edição de áudio e vídeo são complexas e exigem um tempo significativo de dedicação para conseguir desenvolvê-las. Além disso, exigem equipamentos de gravação audiovisual com custo relativamente alto.

Os comentários dos usuários sobre os vídeos demonstram que há uma certa aproximação deles com os artistas, pois elogiam ou criticam os trabalhos, fazem pedidos ou simplesmente tentam iniciar uma conversa a respeito do game daquela música. Os usuários parecem ter uma certeza de que o artista ou algum outro usuário irá ver o seu comentário em algum momento e responde-lo, iniciando, assim, uma conversa sobre algum tema. Fica evidente uma vontade nesses comentários, expostos publicamente no Youtube, a de estabelecer uma comunicação significativa com outra pessoa nesse ciberespaço. Porém, é importante ressaltar que não foram encontrados indícios de que essa conversa chegue ao ponto de criar uma ligação maior entre os envolvidos, como uma amizade ou relacionamento amoroso.

O que ficou claro nessa pesquisa é que a música dos games é muito tocada por diversos artistas que a apreciam, formando um momento de nostalgia feliz; o passado buscado pelos músicos e usuários é representado pelo prazer que sentem ao escutar a música de um jogo que marcou sua infância e, também, por poder compartilhar esse momento na internet. É importante ressaltar que, durante a observação, não foi notado nenhuma preocupação dos envolvidos nessa pesquisa (músicos e ouvintes) sobre a forma virtual que se apresentam os vídeos compartilhados e as comunicações estabelecidas na internet.



4. Considerações Finais

Este artigo teve a intenção de mostrar a existência de uma vontade latente das pessoas de compartilhar suas experiências musicais relacionadas à VGM, e que o Youtube foi um catalisador importante para que fosse possível compartilhá-las. É importante lembrar que a VGM é um tipo de música que é ouvida e tocada em outros locais (físicos ou virtuais) além do Youtube. Neste caso, cabe ressaltar que o texto mostra apenas uma fatia de uma pesquisa em fase de conclusão, e que em nenhum momento pretendeu-se esgotar as questões relacionadas à VGM praticada no Youtube.

Considerando a complexidade das relações humanas, questões relacionadas às pessoas não devem ser tratadas com simplicidade, e, por isso, deve-se sempre buscar explorar mais as questões que possam vir em qualquer tipo de pesquisa, sendo ela na internet ou não. Formam-se, na internet, diversos locais onde as pessoas compartilham suas experiências musicais e criam significativos laços pessoais e afetivos entre si. Neste sentido, uma pesquisa em ambiente digital tem validade igual a uma pesquisa de campo com “corpo físico presente”, pois ficou evidente que as pessoas desenvolvem relações que consideram significativas. A internet mostra-se muito interessante para buscar questões relacionadas à VGM e seus fãs e, por isso, deve ser considerada importante em pesquisas relacionadas a outros tipos de músicas.

Referências:

- ALMEIDA, Luciano André da Silva. *Etnomusicologia no Ciberespaço: Processos Criativos e de Disseminação em Videoclipes Amadores*. Salvador, 2010. 214 f. Tese (Doutorado em Música - Etnomusicologia) – Programa de Pós-Graduação em Música, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.
- BURGESS, Jean, e GREEN, Joshua. *Youtube e a Revolução: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. Digital. Trad. Ricardo Giassetti. São Paulo: Editora Aleph, 2009
- 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.
- COUTO JUNIOR, Dilton e SANTOS, Rosemary. Etnografia Virtual e os Estudos com os Cotidianos: a tessitura do conhecimento em rede. *Revista Educaonline*. Vol. 7, nº 1, Janeiro/Abril, p.22-39, 2013.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.
- HINE, Christine. *Virtual Ethnography*. California: Sage Publications, 2000.
- MALINOWSKI, Bronislaw. *Argonautas do Pacífico Ocidental*. São Paulo: Abril Cultural, 1976 [1922].



MERCADO, Luis Paulo Leopoldo. Pesquisa Qualitativa On-line Utilizando a Etnografia Virtual. *Revista Teias*. Rio de Janeiro. vol. 13, nº 30, setembro/dezembro, p.169-183, 2012.

NETTL, Bruno. *Theory and method in ethnomusicology*. New York: The Free Press of Glencou, 1964

SEEGER, Anthony. Etnografia da Música. *Cadernos de Campo*, São Paulo, nº 17, p. 237-259, 2008

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 2014.

¹ Notícia disponível em: http://articles.economictimes.indiatimes.com/2013-10-31/news/43561628_1_console-hardware-software-sales-video-game-market acesso em 20 de março de 2014.

² A Video Games Live é uma orquestra montada pelos americanos Tommy Tallarico e Jack Wall com o intuito de tocar exclusivamente um repertório constituído de arranjos de *video game music*. A primeira apresentação foi em 2006 e hoje soma mais de 200 apresentações pelo mundo.

³ Informações disponíveis em: <https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html> acesso em 10 de março de 2014.

⁴ Youtuber é um neologismo utilizado pelos usuários de conteúdo do Youtube para se referir à aquela pessoa que exerce a atividade de produzir vídeos para o site.

⁵ <http://www.youtube.com/user/bateragamer> acesso em 10 de março de 2014.

⁶ <http://www.youtube.com/user/rockthegames1> acesso em 10 de março de 2014.

⁷ <http://www.youtube.com/user/brunoguitardreamer> acesso em 10 de março de 2014.

⁸ <http://www.youtube.com/user/megadriver> acesso em 10 de março de 2014.

⁹ <http://www.youtube.com/user/5Megafive> acesso em 10 de março de 2014.

¹⁰ O *chroma key* é um efeito de vídeo que visa isolar os personagens em relação ao fundo da imagem para que seja possível trocar esse fundo por qualquer outra imagem ou vídeo. O efeito é conseguido a partir da anulação da cor do fundo que deve ser uma cor única e não deve compor nenhuma parte da vestimenta dos personagens.