



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Rafael Machado Saldanha

***“Life is Strange brought me here”:***

**uma análise sobre o uso dos jogos da série *Life is Strange* como prescritores  
musicais**

Rio de Janeiro

2022

Rafael Machado Saldanha

***“Life is Strange brought me here”*: uma análise sobre o uso dos jogos da série *Life is Strange* como prescritores musicais**



Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação de Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.  
Área de concentração: Comunicação Social

Orientador: Prof. Dr. Leonardo Gabriel De Marchi

Rio de Janeiro

2022

**CATALOGAÇÃO NA FONTE**  
**UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A**

S162	<p>Saldanha, Rafael Machado “<i>Life is Strange brought me here</i>”: uma análise sobre o uso dos jogos da série <i>Life is Strange</i> como prescritores musicais / Giselle da Conceição Silva. – 2023. 168 f.</p> <p style="text-align: center;">Orientador: Leonardo Gabriel de Marchi. Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação.</p> <p style="text-align: center;">1. Comunicação – Teses. 2. Videogames – Teses. 3. Música – Teses. I. Marchi, Leonardo Gabriel de. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação. III. Título.</p>
bs	CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Rafael Machado Saldanha

***“Life is Strange brought me here”*: uma análise sobre o uso dos jogos da série *Life is Strange* como prescritores musicais**

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação de Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Aprovada 26 em de agosto de 2022.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Leonardo Gabriel De Marchi (Orientador)

Faculdade de Comunicação Social - UERJ

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Cíntia Sanmartin Fernandes

Faculdade de Comunicação Social - UERJ

---

Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky

Faculdade de Comunicação Social - UERJ

---

Prof. Dr. Gustavo Luiz Ferreira Santos

McGill University

---

Prof. Dr. José Carlos Messias Santos Franco

Faculdade de Comunicação Social - UFMA

Rio de Janeiro

2022

## **DEDICATÓRIA**

Para os que jogam, cantam e dançam.

Para os que sonham.

## AGRADECIMENTOS

Uma tese nunca se escreve sozinha e sei que por mais que eu me esforce, vou acabar esquecendo de agradecer alguém que foi importantíssimo para a realização desse trabalho. No entanto, mesmo sabendo ser uma missão impossível, vou tentar nomeá-los:

A meus pais, pelo apoio incondicional nessa jornada tão difícil.

A meus irmãos, por compartilharem discos e histórias ao longo de todos esses anos.

A meus sobrinhos, por sempre me arrancarem um sorriso com suas histórias mirabolantes.

A meus amigos que tiveram que me aguentar nas mesas de bar falando de jogos que não conheciam e autores que não tinham lido por horas e horas.

A meus orientadores, pela paciência e dedicação com que trataram essa tese.

Aos avaliadores da banca, por aceitarem discutir essa experiência.

A meus professores do PPGCOM, pela generosidade na troca de conhecimentos.

Ao sinonimos.com.br, Sci-Hub e LibGen, sem os quais nenhuma tese seria feita hoje em dia.

Aos colegas da turma 2017, por quebrar o mito de que uma pós-graduação precisa ser um ambiente frio e competitivo.

A Gente do Bar, por servirem de apoio naqueles momentos em que achávamos que tudo era difícil (sem sabermos que ainda ia piorar).

A meus coordenadores e colegas na Suprema, por entenderem as ausências durante todo o curso.

A Natália Barcelos, que pegou esse trabalho pra revisar em cima da hora e contribuiu demais.

A meus alunos – sobretudo os da Liga Acadêmica de Saúde e Sociedade – por me ensinarem tanto quanto eu os ensinei.

A primeira turma do curso “MPB: uma história em 100 faixas”, por acreditarem e embarcarem nessa ideia caótica.

Ao dr. Lucas e dr. Wanderson, por me ajudarem a encontrar o equilíbrio num momento que parecia ser impossível.

A meus grupos de RPG – RPG pela democracia, Companhia Bastarda, Patrulha do Des(a)tino, Companhia do Canto do Roca – por terem ajudado a manter a semente do lúdico e do sonho mesmo nesses tempos tão sombrios.

Ao Vlad, Salimena e Dario, que sempre foram meus leitores teste.

À Galera do Tusa, pelo apoio e compreensão.

Aos Saltimbancos do Vacilo, pelos inúmeros *overshare* no meio da madrugada.

A Cecília, por ter percorrido parte importante do caminho comigo.

A Mari, por ter estado lá quando precisei.

A Ana Angélica, pelo incentivo e parceria no desespero.

A Tainá e Raquel, por ouvirem minhas lamúrias e puxarem minhas orelhas quando foi preciso.

A meus gatos, Glauber Batatinha e Francisca Nieves (ok, Frieda Gato também), que não fazem a menor ideia do quanto me salvaram.

Ao Danilo, por me inspirar e fazer querer o futuro.

A Natália, meu sol, por iluminar minha vida (e seguir iluminando mesmo após a defesa).

Chegar em casa após o trabalho e se entregar aos jogos eletrônicos proporciona um escape para milhões de trabalhadores todos os dias. Por um momento, ele não é mais um proletário, mas alguém livre para vivenciar novos mundos fora das condições capitalistas.

*Jamie Woodcock*

## RESUMO

SALDANHA, Rafael M. “*Life is Strange brought me here*”: uma análise sobre o uso dos jogos da série *Life is Strange* como prescritores musicais. 2022. 168 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

Entender os caminhos nebulosos entre a gravação de um fonograma e a audição do público é uma questão que incomoda a indústria fonográfica desde o seu princípio. Com a emergência dos videogames como produtos culturais, as empresas do setor musical se aproximam cada vez mais das desenvolvedoras de jogos numa associação de seus produtos. A presente tese parte de algumas perguntas fundamentais: Os videogames atuam sobre os nossos gostos musicais? Podemos classificá-los como prescritores musicais? Se as respostas forem positivas, como eles prescrevem tais músicas? E como isso afeta nosso ouvir musical? Num contexto em que a indústria fonográfica se reorganiza após a destruição criadora do final dos anos 1990/ início dos anos 2000, tais respostas se mostram importantes para pensarmos nas estratégias que serão tomadas pelas empresas que atuam no mercado musical. Para tentar responder estes questionamentos, buscamos traçar o papel que a música foi ocupando ao longo da história dos videogames e visitamos alguns marcos teóricos para observar como a própria ideia de gosto, sobretudo gosto musical, foi tratada ao longo dos séculos pela filosofia, sociologia e neurociência. Pensando nas mudanças do gosto musical como resultado de uma prescrição musical bem-sucedida, as transformações propostas por cada uma dessas áreas serão importantes para que possamos discutir esse conceito, revendo os agentes tradicionais de divulgação musical e como eles agiam (e agem até hoje) na construção do gosto de cada ouvinte. Assim, optamos por realizar uma autoetnografia da experiência de jogar a série *Life is Strange*, lançada entre 2015 e 2021 pelo estúdio francês Dontnod e distribuída pela publicadora japonesa Square Enix. Ao focar no jogar e na percepção de como as músicas afetaram o próprio pesquisador ao invés dos aspectos da produção e dos estudos da recepção, priorizou-se a análise dos elementos subjetivos que atuam sobre a questão. Ciente das críticas que muitas vezes são dirigidas a essa metodologia, tentamos fugir de uma análise essencialista, apresentando uma possibilidade de escuta dentre tantas outras, sem a pretensão de abarcar todas as mudanças surgidas no campo de pesquisas em música, videogames ou gosto musical. Por fim, nosso objetivo é colocar mais elementos para uma discussão que passe pela função comercial das trilhas sonoras de videogames, a formação do gosto musical por elas e a percepção subjetiva desse processo.

Palavras-chave: Música. Videogames. Autoetnografia. Prescrição Musical. Gosto Musical.

## ABSTRACT

SALDANHA, Rafael M. “*Life is Strange brought me here*”: An analysis on the use of Life is Strange games as musical prescribers. 2022. 168p.. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

Understanding the unclear paths between recording a phonogram and listening to the audience has been an issue that has troubled the music industry since its inception. With the emergence of video games as cultural products, companies in the music sector are getting closer to game developers in an association of their products. This thesis starts from some fundamental questions: Does video games affect our musical tastes? Can we classify them as musical prescribers? If the answers are yes, how do they prescribe the songs? And how does this affect our musical listening? In a context in which the music industry is reorganized after the creative destruction of the late 1990s/early 2000s, such responses are important to think about the strategies that will be taken by companies operating in the music business. To try to answer these questions, we tried to trace the role that music came to occupy throughout the history of video games and visited some theoretical landmarks to observe how the very idea of taste, especially music taste, was treated over the centuries by philosophy, sociology and neuroscience. When considering the changes in musical taste as a result of a successful musical prescription, the transformations proposed by each of these areas will be important for us to discuss this concept, reviewing the traditional agents of musical dissemination and how they acted (and still act today) in building the taste of each listener. Thus, we chose to carry out an autoethnography of the experience of playing the *Life is Strange* series, which was released between 2015 and 2021 by the French studio Dontnod and distributed by the Japanese publisher Square Enix. By privileging the playing and the perception of how the musics affected the researcher himself instead of the aspects of production and reception studies, the analysis of the subjective elements that act on the issue was prioritized. Being aware of the criticisms that are often directed to this methodology, we try to escape from an essentialist analysis, by presenting a possibility of listening among many others, without pretending to cover all the changes that have arisen in the area of research in music, video games or taste musical. Finally, our objective is to put more elements into a discussion that goes through the commercial function of video game soundtracks, the formation of musical taste for them and the subjective perception of this process.

Keywords: Music. Video Games. Autoethnography. Musical Prescription. Musical Taste.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Interface do jogo <i>Tennis for Two</i> .....	23
Figura 2 – Equipamento completo para o jogo <i>Tennis for Two</i> .....	24
Figura 3 – Captura de tela do jogo <i>Pong</i> .....	25
Figura 4 – Publicidade do jogo <i>Journey's Escape</i> .....	30
Figura 5 – Captura de tela do jogo <i>Journey's Escape</i> .....	31
Figura 6 – Captura de tela do jogo <i>Moonwalker</i> .....	36
Figura 7 – Logotipo da banda Nine Inch Nails em caixas de munição do jogo <i>Quake</i> .....	39
Figura 8 – Captura de tela do jogo <i>Guitar Hero</i> .....	41
Figura 9 – Captura de tela do jogo <i>Dance Central 2</i> .....	42
Figura 10 – Captura de tela do jogo <i>GTA V</i> , mostrando a seleção das estações de rádio .....	45
Figura 11 – Anúncio do lançamento da expansão <i>Wavelengths</i> .....	111
Figura 12 – Demonstração do jogo <i>Just Dance 2022</i> na exposição itinerante “Museu do Videogame” .....	116
Figura 13 – Tela de abertura do 2º episódio, em que a protagonista ouve a canção “Something Good”, de Alt-J.....	120
Figura 14 – Cena do clipe da música “Mountains”, da banda Message to bears .....	121
Figura 15 – Cena do jogo <i>Life is Strange</i> em que Max e Chloe acham o corpo de Rachel Amber .....	122
Figura 16 – Chloe Price e Rachel Amber compartilhando fones de ouvido em <i>Life is Strange: Before the Storm</i> .....	124
Figura 17 – Sean Diaz observa as ruínas de Arcadia Bay em <i>Life is Strange 2</i> .....	125
Figura 18 – O protagonista de <i>The awesome adventures of Captain Spirit</i> ouvindo música deitado na cama de seus pais. No chão, podemos ver a vitrola e a caixa com discos .....	127
Figura 19 – Montagem com os discos mais ouvidos por mim em 2021 gerada pelo <i>site tapmusic.net</i> a partir de informações registradas pelo aplicativo <i>Last.fm</i> . O disco de Angus & Julia Stone é o terceiro da primeira linha. ....	129
Figura 20 – Tela de escolha de faixas do jogo <i>Wavelengths</i> .....	131
Figura 21 – Tela inicial do perfil <i>Life is Strange</i> na plataforma de streaming Spotify, mostrando que em junho de 2022 havia 31.592 pessoas o seguindo .....	133
Figura 22 – Tela inicial da playlist <i>Life is Strange [2015]</i> , com músicas do primeiro jogo da série, mostrando que em junho de 2022 já havia sido curtida por 224.238 pessoas .....	133

Figura 23 – Capa do álbum Expectations, de Hayley Kiyoko, como mostrada no jogo Wavelengths .....	135
Figura 24 – Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “I found a way”, de First Aid Kit .....	138
Figura 25 – Gabe, personagem de <i>Life is Strange: True Colors</i> , recebe o disco “Mechanical Bull”, da banda Kings of Leon. A capa do álbum é mostrada em destaque.....	139
Figura 26 – Captura de tela do jogo <i>Life is Strange: True Colors</i> que mostra o disco sendo colocado para tocar na vitrola.....	140
Figura 27 – Captura de tela do menu do modo <i>Mixtape</i> do jogo <i>Life is Strange: Before the Storm</i> .....	141
Figura 28 – A personagem Chloe Price assiste o show da banda fictícia Firewalk em <i>Life is Strange: Before the Storm</i> .....	143
Figura 29 – Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “Are you read for me?”, da banda Pretty Vicious.....	144
Figura 30 – Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “Are you read for me?”, da banda Pretty Vicious.....	144
Figura 31 – Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “Are you read for me?”, da banda Pretty Vicious.....	145
Figura 32 – A personagem Steph Gingrich mostra as capas de dois álbuns para que Alex Chen escolha qual será tocado em <i>Life is Strange: True Colors</i> .....	146
Figura 33 – Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “I found a way”, de First Aid Kit .....	150
Figura 34 – Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “Fall Asleep”, da banda Big Joanie Sistahs.....	150
Figura 35 – Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “To All of You”, de Syd Matters .....	150

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	13
1.	<b>A MÚSICA NOS VIDEOGAMES</b> .....	20
1.1	<b>A função comercial da música nos videogames</b> .....	21
1.2	<b>Pré-história: a primeira geração</b> .....	22
1.3	<b><i>Beeps ou blips</i>: a segunda geração</b> .....	26
1.4	<b><i>Chipmusic</i>: a terceira geração</b> .....	32
1.5	<b>A era de ouro da VGM: a quarta geração</b> .....	33
1.6	<b>O som real: a quinta, sexta, sétima e oitava geração</b> .....	37
1.7	<b>O som infinito: a nona geração</b> .....	46
2.	<b>O GOSTO MUSICAL</b> .....	48
2.1	<b>O gosto musical</b> .....	49
2.2	<b>O amor à beleza em Platão</b> .....	49
2.3	<b>O “saber que não se sabe” de Montesquieu</b> .....	50
2.4	<b>Hume e o padrão de gosto</b> .....	51
2.5	<b>Kant e o julgamento da beleza e do gosto</b> .....	52
2.6	<b>O gosto massificado em Adorno</b> .....	54
2.7	<b>O gosto como distinção em Bourdieu</b> .....	55
2.8	<b>A pragmática do gosto em Hennion</b> .....	56
2.9	<b>O gosto na neurociência</b> .....	56
3	<b>PRESCRIÇÃO MUSICAL</b> .....	61
3.1	<b>Curadoria</b> .....	62
3.1.1	<u>A prescrição musical interpessoal: o caso das <i>mixtapes</i></u> .....	65
3.1.2	<u>O locutor de rádio como prescritor musical</u> .....	67
3.1.3	<u>O crítico musical como prescritor musical</u> .....	73
3.1.3.1	A crise da crítica como prescritora musical .....	74
3.1.3.1.1	Críticos pouco confiáveis? .....	74
3.1.3.1.2	Críticos pouco competentes? .....	76
3.1.4	<u>O programador de TV como prescritor musical</u> .....	79
3.1.4.1	As trilhas sonoras de telenovelas .....	80
3.1.4.2	Os programas musicais .....	86
3.1.4.3	Os videoclipes .....	88

3.2	<b>Sistemas de recomendação musical automática</b> .....	90
3.2.1	<u>Sistema de recomendação demográfico</u> .....	92
3.2.2	<u>Sistema de recomendação baseada em conteúdo</u> .....	93
3.2.3	<u>Sistema de recomendação colaborativa</u> .....	94
3.2.4	<u>Sistema de recomendação baseada em contexto</u> .....	94
3.2.5	<u>Sistema de recomendação híbrida</u> .....	95
3.3	<b>Novas formas de prescrição musical</b> .....	95
4.	<b>O USO DE VIDEOGAMES COMO PRESCRITORES MUSICAIS: O CASO</b>	
	<b>DA SÉRIE <i>LIFE IS STRANGE</i></b> .....	97
4.1	<b>Metodologia</b> .....	99
4.2	<b>Os jogos da série <i>Life is Strange</i></b> .....	102
4.2.1	<u><i>Life is Strange</i></u> .....	102
4.2.2	<u><i>Life is Strange: Before the Storm</i></u> .....	104
4.2.3	<u><i>The Awesome adventures of Captain Spirit</i></u> .....	105
4.2.4	<u><i>Life is Strange 2</i></u> .....	106
4.2.5	<u><i>Life is Strange: True Colors</i></u> .....	107
4.2.6	<u><i>Wavelengths</i></u> .....	109
4.3	<b>As músicas para a série <i>Life is Strange</i></b> .....	110
4.4	<b>Relato de experiência</b> .....	114
4.5	<b>Prescrição musical na série <i>Life is Strange</i></b> .....	133
4.5.1	<u>Exposição</u> .....	134
4.5.2	<u>Imersão</u> .....	136
4.5.3	<u>Esqueumorfismo e remediação</u> .....	138
4.5.4	<u>Consumo de experiências</u> .....	141
4.5.5	<u>Possibilidade de escolha</u> .....	144
4.5.6	<u>O corpo-ouvinte contra o corpo-jogador</u> .....	146
4.6	<b>Recepção</b> .....	148
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	150
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	155

## INTRODUÇÃO

Desde o princípio da indústria fonográfica, um problema se coloca para seus dirigentes: como fazer a música chegar até seus ouvintes? Entre a gravação do fonograma e a audição do público é preciso percorrer um caminho muitas vezes nebuloso. Se as pessoas consomem as músicas que elas conhecem, como fazê-las conhecerem novas músicas e consumirem novos artistas? A questão da prescrição acompanha, portanto, a indústria da música gravada desde que ela surgiu.

Para pensarmos essa questão, é preciso entender as transformações pelas quais a indústria fonográfica passou ao longo da história. Ao contrário do que pode aparentar ao observador menos atento, o que muitas vezes foi chamado de “crise” do mercado da música no final do século XX não era um evento totalmente inédito. Por isso, nesta tese, adotamos o conceito de “destruição criadora” para descrever tal movimento:

(...)de tempos em tempos, tal fluxo circular [entre a demanda e a oferta] seria bruscamente interrompido pela introdução de uma “inovação”, que criaria demanda por algum novo produto, acarretando uma crise profunda das tradicionais empresas, forçando uma completa reformulação do *modus operandi* de um mercado. Ao final desse processo, acreditava o autor [Peter Schumpeter], a economia capitalista sairia renovada e, de certa forma, fortalecida, pois quando houvesse uma crise econômica, a inovação faria esse sistema econômico avançar para novas direções. (DE MARCHI, 2016, p. 46).

Podemos notar a ação dessa “destruição criadora” em diversos momentos da história da indústria de discos. Num primeiro, a divulgação dos produtos das gravadoras estava fortemente vinculada aos catálogos de lojas e a publicação de anúncios em jornais (DE MARCHI, 2016). Esse modelo de negócios se transformou com a entrada de outros agentes a partir da década de 1920, como as grandes empresas de rádio e de cinema. Apesar de hoje encararmos estes como prescritores musicais quase “naturais”, a entrada deles não foi vista de forma tão amigável por aqueles que comandavam o negócio da fonografia.

A redução acentuada nas vendas de fonogramas levou as gravadoras a se queixarem da competição com as emissoras de rádio. Apropriando-se do argumento que antes lhes havia sido dirigido pelas editoras musicais, as gravadoras afirmaram que as estações de rádio praticavam uma competição desonesta, pois a transmissão gratuita dos discos por suas ondas sonoras, sem pagarem os devidos royalties aos detentores dos direitos autorais, estava diretamente relacionada à diminuição da venda de discos. As empresas de rádio contra-argumentavam afirmando que suas transmissões geravam visibilidade para os artistas das gravadoras, instigando o público a comprar o disco (...). (DE MARCHI, 2016, p.88).

Foram necessários novos arranjos, que destruíram a ordem anterior para o surgimento de um novo acordo. Algumas décadas mais tarde, parecia impossível pensar no modelo anterior,

como se as coisas sempre tivessem sido daquela maneira, como se a indústria fonográfica sempre tivesse sido aliada dos meios de comunicação e cultura.

(...) a complexidade do processo de produção e de distribuição dos bens culturais que emerge com essas grandes corporações fez com que a exposição dos produtos das gravadoras nos diferentes meios de comunicação (publicações, rádio, cinema e, a partir dos anos 1950, a televisão) se convertesse numa técnica decisiva para o controle do mercado fonográfico. Afinal, era tal exposição que incitava o interesse dos consumidores finais pelos discos (os indivíduos que compram os discos, os quais não eram, aliás, clientes das gravadoras), o que geraria a demanda pelos discos em seu principal consumidor, as lojas de discos. Essa influência indireta sobre as escolhas dos consumidores fez com que o controle dos programas de rádio e televisão se tornasse decisivo para o próprio estabelecimento da ordem social do mercado fonográfico: as empresas que dominassem a maior parte das programações venderiam mais discos e impediriam suas concorrentes de fazê-lo. (DE MARCHI, 2016, pp. 96-97).

Ao longo do século XX, cada vez mais as empresas do mercado fonográfico deixaram de ser gravadoras e passaram a ser grandes conglomerados transnacionais que delegavam funções de produção e distribuição para terceiros, prestando serviços para uma rede autônoma de produtores fonográficos (DE MARCHI, 2016). Nem mesmo a alteração dos suportes materiais prejudicava esse equilíbrio, pelo contrário, já que essas companhias detinham o monopólio da inovação:

Quando o ciclo de um produto se esgotava, a indústria fonográfica poderia mudar o paradigma tecnológico e, com isso, reativar todo o seu mercado, pois os consumidores ficariam obrigados a comprarem a nova tecnologia de reprodução sonora. Isso foi feito quando o disco de goma-laca substituiu os cilindros de cera, quando o LP e o 45 RPM substituíram o 78 RPM e quando o CD substituiu o LP. (DE MARCHI, 2016, p. 115).

No início do século XXI, a lógica vigente<sup>1</sup> no setor parece insuficiente. Após viver seus anos de ouro durante a década de 1990, as companhias de discos veem seus números despencarem. Tal declínio é explicado pela ampliação da pirataria, tanto física quanto eletrônica (WITT, 2015), e uma falta de agilidade do mercado em reagir às mudanças provocadas naquele cenário pela nova “destruição criativa” (DE MARCHI, 2016). O surgimento de programas de compartilhamento de arquivos sonoros, como o *Napster*, fez com que a música se desprendesse cada vez mais do seu suporte físico, prejudicando imensamente<sup>2</sup> as empresas que se especializaram na complexa estrutura que desenvolveram para a venda de unidades físicas.

---

<sup>1</sup> O capítulo 3 se dedica a falar mais sobre a maneira como a indústria fonográfica se associou a outras mídias para prescrever seus produtos.

<sup>2</sup> “Ao todo, a arrecadação da indústria fonográfica internacional encolheu 53,92% nesse período [2000-2009], ultrapassando em muito os ganhos da década de 1990. Esses dados deixavam patente que os discos físicos estavam deixando de ser vendidos, de maneira sistemática, e que o ambiente digital se tornava o principal lugar para o acesso aos fonogramas”. (DE MARCHI, 2016, p. 124).

Segue um período de incertezas. Alguns acreditaram de forma otimista que essa nova ordem seria descentralizada e proporcionaria a democratização dos meios de distribuição e consumo, o que foi chamado de “cauda longa” (ANDERSON, 2006). As grandes gravadoras acreditam, num primeiro momento, que seria possível frear, ou mesmo reverter, tais mudanças através de processos judiciais que lhes custariam muito em termos financeiros e de imagem.

Agindo de forma truculenta, demonstraram que não lhes era compreensível o modelo de negócio que se estava propondo então. Assim, os agentes dominantes do mercado de discos físicos ignoraram por completo que nem os usuários do Napster eram meros oportunistas, nem o compartilhamento de arquivos constituía um crime de pirataria, mas que o Napster apresentava um novo modelo de negócio condizente com as características da comunicação no ambiente digital. (DE MARCHI, 2016, p. 122).

O tempo acabou por beneficiar esses agentes tradicionais, mas não sem que estes se modificassem. Foi preciso se aproximar das empresas de tecnologia da informação e comunicação (TIC) para entender esse cenário que se colocava para o surgimento daquilo que, mesmo com ressalvas, De Marchi (2016) chamou de “indústria fonográfica do século XXI”. É interessante acompanhar o raciocínio do autor ao questionar até mesmo o caráter industrial desse modelo que surge:

Antes de iniciar qualquer discussão, é preciso admitir que aquilo que chamamos de indústria fonográfica não é mais propriamente uma “indústria”, e que seus produtos não são mais informações sonoras (fonogramas) inscritas em suportes físicos (cilindros, discos de vinil, fitas magnéticas, discos digitais etc.) vendidos em unidades por lojas no varejo. Ainda que muitas pessoas continuem a utilizar essa expressão, como eu mesmo, ela nada mais é do que uma metáfora que evita a perda de tempo numa vã busca por novas definições que, a despeito de serem mais precisas, não substituem a imagem evocada por esse termo. Assim, o que entendo por indústria fonográfica hoje se refere a um complexo de diferentes negócios de produção, distribuição e consumo de fonogramas e serviços relacionados ao seu acesso, no qual um conjunto heterogêneo de agentes (empresas, indivíduos e até mesmo o Estado) se articula de forma estratégica e pontual para realizar projetos específicos. (DE MARCHI, 2016, p. 241).

O surgimento das plataformas de *streaming* de conteúdo musical ajudou as empresas de fonografia a chegarem ao início dos anos 2020 novamente fortalecidas, já que podiam, de certa forma, controlar a oferta de produtos pré-concebidos e “organizadores de uma experiência musical prescrita” (SANTOS, 2020, p. 14). Ainda segundo o autor:

Para os modelos de negócios das indústrias, tanto de tecnologia como fonográfica, essa construção midiática digital aproxima os usos digitais mais “anárquicos” da informação musical de anos anteriores ao consumo controlado dos modelos pré-internet de distribuição. (SANTOS, 2020, p. 14).

É nesse contexto que surge o interesse dessa tese. Ao tratar dessa recuperação do mercado de música, De Marchi (2016) traz uma informação interessante: em relatório da

Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), temos a indústria fonográfica em segundo lugar entre os ramos das indústrias criativas que obtiveram maior lucro com atividades nas redes digitais, com 32%. Nesse mesmo ranking, figurava em primeiro lugar, com 42%, a indústria de jogos eletrônicos.

A emergência dos videogames<sup>3</sup> como produtos culturais lucrativa, não havia passado despercebida para a indústria fonográfica. Ainda nos anos 80 tivemos o uso de um jogo eletrônico para promover um disco pela primeira vez:

Em termos de jogos temáticos de músicos, bandas ou artistas podem aparecer como personagens. A primeira banda a aparecer em um videogame foi Journey, no clássico jogo para Atari Journey's Escape, produzido por Data Age, de 1982. Projetado pelo empresário da banda Herbie Herbert, o jogo continha apenas a música 'Don't Stop Believin' quando foi lançado originalmente para o console doméstico Atari VCS em 1982. (COLLINS, 2008, p. 112<sup>4</sup>).

Alguns jogos foram além, incorporando os próprios artistas como agentes da ação em tela. É o caso do pioneiro *Moonwalker*, de 1988, no qual Michael Jackson usa poderes mágicos para salvar crianças de um traficante, e do insólito *Rap Jam: Volume One*, de 1995, em que astros do Rap e do Hip Hop como Coolio, Public Enemy e Queen Latifah disputavam basquete numa competição de rua.

A evolução tecnológica dos videogames levou essa relação com a música para um novo patamar e a indústria fonográfica aproveitou então para intensificar seus esforços em usar jogos de videogame como meio de prescrição musical. Como veremos nos próximos capítulos, a música deixa então de ser enxergada como um recurso secundário dos videogames, uma vez que o “licenciamento de música, em particular, está se tornando um elemento cada vez mais essencial da estratégia de marketing de um jogo, pois ajuda a reduzir alguns dos custos e riscos de colocar um jogo no mercado”. (COLLINS, 2008<sup>a</sup>, p.107<sup>5</sup>).

Essa tese se propõe a construir um raciocínio a partir de um questionamento central: Os videogames atuam sobre os nossos gostos musicais? Podemos classificá-los como *prescritores musicais*? Se as respostas forem positivas, *como* eles prescrevem tais músicas? E *como* isso afeta nosso ouvir musical?

Apesar do crescimento do número de trabalhos que estudam a influência dos videogames na cultura contemporânea, a música é um aspecto ainda pouco explorado por essas

---

<sup>3</sup> Ao longo desse trabalho, optamos pela grafia “videogame” ao invés da forma “video game”. Concordamos com a argumentação de Woodcock (2019, p. 23) de que “(...)quando utiliza-se ‘videogame’ implica que eles são seu próprio item cultural – enquanto ‘video game’ parece ser apenas extensão de uma outra mídia audiovisual”.

<sup>4</sup> Tradução nossa.

<sup>5</sup> Tradução nossa.

pesquisas. Embora exista escritos isolados anteriormente, considera-se que o campo da ludomusicologia é fundado em 2008 com a publicação de *Game Sound: an introduction to the history, theory, and practice of vídeo game music and sound design*, de Karen Collins (KAMP et al, 2016). Somente em 2011 foi fundada a Ludomusicology – Videogame Music Research Group, uma associação interuniversitária dedicada ao estudo da música em jogos eletrônicos. No XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2016, dos 31 trabalhos apresentados do Grupo de Pesquisa de Games, fundado naquele ano, somente dois falavam dos aspectos sonoros dos jogos, e destes somente um se propunha a analisar especificamente a música de um jogo. Na edição de 2017 do mesmo evento, dos 28 trabalhos apresentados, somente um trabalhava a música nos videogames. Em 2018, o GP Games teve 27 trabalhos apresentados, sendo que dois abordavam o uso de músicas em jogos, e em 2019 foram 19 artigos, sem que nenhum tratasse do som. Em 2020 e 2021, as apresentações foram realizadas de forma virtual, devido à pandemia, o que poderia ampliar a participação daqueles que nem sempre podem se deslocar até o local. No entanto, os números não diferiram muito (1 trabalho dentre 28 no primeiro ano e 2 em 21 no segundo). Apesar de se tratar somente de um evento, acreditamos que isso seja um indício de uma lacuna nesse sentido. O videogame, um produto audiovisual, é estudado na maioria das vezes sem que seja levado em consideração sua parte sonora.

No primeiro capítulo, buscamos traçar o papel que a música foi ocupando ao longo da história dos videogames, desde um mero elemento complementar até despertar o interesse da indústria fonográfica que precisava se reestruturar após a “destruição criadora” do início do século XXI. Nos interessa aqui entender como as condições, tanto técnicas quanto comerciais e sociais, para que os *games* fossem enxergados como possíveis divulgadores de música e influenciadores do gosto foram sendo construídas ao longo das diferentes gerações. Os capítulos 2 e 3 se relacionam diretamente: no primeiro, visitamos alguns marcos teóricos para observar como a própria ideia de gosto, sobretudo gosto musical, foi tratada ao longo dos séculos pela filosofia, sociologia e neurociências. Pensando nas mudanças gosto musical como resultado de uma prescrição musical bem-sucedida, as transformações propostas por cada uma dessas áreas serão importantes para que possamos discutir esse conceito, no capítulo 3. Nele, pensamos nos agentes tradicionais de divulgação musical e como eles agiam (e agem até hoje) na construção do gosto de cada ouvinte. Por fim, no quarto capítulo, trazemos a análise de jogos específicos e das formas prescritivas que neles estavam presentes.

As possibilidades de escolha de jogos para serem analisados eram numerosas, reflexo da importância que a música foi ganhando nos videogames. Decidimos buscar um jogo onde a

música estivesse de alguma forma unida à uma narrativa, não sendo nem somente um elemento decorativo, nem parte da mecânica do jogo. Mesmo esse recorte ainda nos deixava com muitas alternativas. Ao final, seguindo critérios subjetivos que serão explicados no capítulo 4, optamos pela série de jogos *Life is Strange*, lançados entre 2015 e 2021 pelo estúdio francês *Dontnod* e distribuído pela publicadora japonesa *Square Enix*. Embora seu sucesso comercial tenha sido modesto<sup>6</sup>, a série se destacou na imprensa especializada, recebendo diversos prêmios, tendo como um de seus destaques positivos sua coleção de músicas.

Outra escolha então se descortinava a nossa frente: como analisar esses jogos? Mais uma vez, inúmeros tratamentos metodológicos se mostravam disponíveis. Em princípio se pensou um caminho usando o “circuito cultural” da música em videogames, aos moldes do que é proposto por Du Gay et al (2003). O circuito cultural nos possibilitaria analisar a música nos videogames em relação à “como é representada, quais identidades sociais estão associadas a ela, como é produzida e consumida, e quais mecanismos regulamentam sua distribuição e uso<sup>7</sup>” (DU GAY et al, 2003, p. 3). No entanto, as restrições de deslocamento geradas pela pandemia de Covid-19 fizeram com que fosse inviável operacionalizar algumas etapas da pesquisa. Além disso, os efeitos psicológicos da reclusão sobre o pesquisador fizeram com que algumas formas de análise se tornassem impraticáveis, seja pela impossibilidade de ir a campo, seja pela dificuldade em estruturar entrevistas e outras ferramentas de coleta de dados. Havia ainda os caminhos indicados pelos *Game Studies*, como o *archeogaming*, ou da análise cultural, mas eles pareciam não dar conta da dimensão musical do objeto. Buscamos então alternativas no campo da ludomusicologia, que sugeria enfoques como o jogar analítico a contrapelo, a avaliação a partir de partituras das trilhas sonoras de jogos, a exploração semiótica, estudos sobre a interatividade e as pesquisas fenomenológicas e hermenêuticas. Para dar conta dos aspectos subjetivos envolvidos no processo de ouvir música enquanto jogamos e perceber os efeitos que ela causa. Por fim, nos decidimos por uma abordagem autoetnográfica, como sugerida por Kamp (2021), focando não na produção dos jogos, mas sim na experiência do jogar, para pensarmos nas formas como as músicas de um determinado jogo podem afetar seus ouvintes-jogadores. As vantagens e desafios de escolher tal metodologia se encontram no quarto capítulo. Jogar os seis títulos da série possibilitou a experimentação em primeira mão de como a prescrição musical acontece nesse ambiente imersivo. Somar o olhar do pesquisador ao do jogador fez com que fosse plausível analisar os fenômenos partindo de uma perspectiva diferente da que a externalidade proporciona.

---

<sup>6</sup> O jogo que deu título à série vendeu 1 milhão de cópias em apenas 6 meses.

<sup>7</sup> Tradução nossa

Acreditamos que é preciso um olhar teórico sobre esse conjunto de práticas que já vem acontecendo no mercado. Entender como a indústria da música vem utilizando os jogos eletrônicos para prescrever seus artistas oferece uma oportunidade para discutir as possibilidades de prescrição musical atuais e a serem empregadas no futuro.

## 1. A MÚSICA NOS VIDEOGAMES

*Minha vida é como um videogame  
tentando de verdade passar de fase  
tudo enquanto eu pego as moedinhas  
Cima, cima, baixo, baixo, esquerda, direita,  
esquerda, direita, B, A, select, start<sup>8</sup>  
("Game Over", Falling in Reverse)*

*Estou cansado desta cidade, todo esse  
trabalho e conflito.  
Tentando atravessar a avenida, jogando  
frogger com a minha vida.<sup>9</sup>  
("Frogger", Bad Religion)*

Nesse capítulo, traçamos um panorama histórico do uso de músicas em jogos de videogame. O objetivo é observar como esse recurso desempenhou diferentes funções ao longo das décadas, passando de um elemento decorativo a um instrumento narrativo, até chamar a atenção da indústria fonográfica e finalmente ser usada como prescritora musical. Ao final do capítulo, pretende-se evidenciar a inversão de papéis entre a indústria do disco e dos *games*, onde o jogo passa a vender a música, não o contrário.

Apesar de recente, traçar um histórico de qualquer coisa relacionada a videogames não é uma tarefa tão fácil. Por muito tempo os jogos eletrônicos foram considerados uma atividade exclusivamente infantil, o que fez com que o registro dos acontecimentos fosse deixado de lado. Por isso, o trabalho passa a ser frequentemente o de reunir narrativas nem sempre confiáveis, feitas muitas vezes anos depois dos fatos ocorridos. Isso se agrava quando o assunto em questão está ligado ao som nos videogames. Apesar de ser um meio indiscutivelmente audiovisual, o elemento sonoro foi relegado a segundo plano tanto por pesquisadores como, em muitos momentos, pela própria indústria. Podemos exemplificar tal situação com o jogo *Frogger*, do estúdio Konami, lançado em 1981. Apesar de ser considerado um dos primeiros a ter uma transição de temas que variavam a medida que o jogador atingia diferentes objetivos do jogo, os créditos para o autor (ou autores) da música simplesmente se perderam, e hoje são referidos simplesmente como “anônimos” (ROSS, 2015).

A história dos videogames costuma ser dividida em gerações. Isso facilita agrupar aparelhos de diferentes empresas, com diferentes tecnologias, mas que compartilham algumas

---

<sup>8</sup> Tradução e adaptação nossa. No original: “My life is like a video game/ Trying hard to beat the stage/ All while I am still collecting coins/ Up, up, down, down, left, right, left, right, B, A, select, start”

<sup>9</sup> Tradução e adaptação nossa. No original: “I’m tired of this city, all this toil and strife./ Trying to cross the boulevard, playing frogger with my life”.

características. Também é uma forma didática de criar marcos relativos ao desenvolvimento técnico da indústria de videogames (LUZ, 2010). Aqui é preciso fazer uma clarificação: quando falamos em videogames, estamos falando tanto de equipamentos (*hardware*) quanto de programas feitos para estes equipamentos (*software*). Dentro dos equipamentos, temos consoles e computadores. Embora nosso foco central seja nos jogos e estes sejam desenvolvidos em sua maioria para serem executados tanto por consoles quanto por computadores, as gerações são determinadas pelo lançamento dos primeiros. Isso acontece porque uma vez lançados, estes aparelhos dificilmente recebem atualizações quanto a sua capacidade técnica, enquanto os computadores podem ser alterados de acordo com a vontade dos usuários. Assim, em 2020 vimos o lançamento da 9ª geração de videogames. Abaixo, discutiremos as principais características das gerações, com ênfase na parte sonora, bem como as tecnicidades que fizeram com que a música fosse usada de diferentes maneiras em cada uma delas.

### **1.1 – A função comercial da música nos videogames**

Apesar de ser um meio audiovisual, a parte sonora dos videogames constantemente é menosprezada quando pensamos nesse meio. Desde a etimologia da palavra “vídeo”, que nomeia o aparelho, o sentido beneficiado é a visão. A inclusão do som, em princípio, se deu muitas vezes de forma acidental, como veremos a seguir. No entanto, com o passar do tempo, o som, seja na forma de música ou de efeitos sonoros, foi ganhando importância tanto na análise quanto na produção dos jogos, ao ponto de serem criadas categorias para trilhas sonoras de videogames em premiações como o Grammy e o BAFTA (COLLINS, 2005).

Para além de simplesmente cobrir o silêncio, uma das primeiras funções da música nos jogos eletrônicos era atrair os jogadores-consumidores, diante das muitas opções presentes nos salões onde as máquinas eram oferecidas mediante a pagamento (ARKA, 2017). À medida que os consoles domésticos foram sendo desenvolvidos, a música passa a ser vista como um elemento narrativo, que contribuía para a imersão e fruição dos jogos (COLLINS, 2005).

O uso da música vai se tornando cada vez mais sofisticado, com compositores ganhando papel de destaque na indústria e suas obras extrapolando os limites dos consoles, passando a serem executadas por orquestras em concertos ao vivo e as trilhas sonoras sendo comercializadas separadamente (COLLINS, 2005, 2013a).

Neste trabalho, no entanto, nosso foco está em uma outra função da trilha sonora dos jogos: a comercial. Inicialmente identificados como um produto infantil, à medida que os consoles foram ficando mais complexos o público foi ficando mais diversificado. Hoje, existem

jogos para todos os segmentos sociais tanto etários, de gênero, classe e raça (WOODCOCK, 2019). Há já algum tempo a indústria fonográfica percebeu que os videogames têm um grande potencial na comercialização de seus produtos. Citando a apresentação de Steve Schnur, representante da EA Games em uma conferência em 2004, Tessler registra:

O Atari pode ser considerado o gramofone da nossa cultura. Nossos cartuchos de jogos Sega e Nintendo são fitas e LPs de 8 faixas de outra geração. O PlayStation original da Sony pode parecer tão pitoresco e quase pré-histórico quanto um filme de Elvis hoje ... Os temas de 'Pac-Man', 'Donkey Kong', 'Super Mario' e 'Zelda' são tão cruciais para nossa consciência quanto os riffs de 'Johnny B. Goode' ou 'Satisfaction'... 'Def Jam Vendetta' permanece tão conceitualmente inovador quanto 'Tommy' do Who. Permanecemos a mesma força de mudança. Hoje, os games podem ser nossos Beatles, nossos Sex Pistols, nosso Nirvana... Então os videogames são o novo rock'n'roll? Eu digo absolutamente, sim, os videogames são o novo rock'n'roll. Os videogames são o novo hip-hop. Eles são o novo house, heavy metal, R&B e punk. Eles são a nossa cultura. Eles somos nós... Os videogames se tornarão a nova rádio... [e] a nova MTV. (COLLINS, 2008b, p. 14).

Ele estava prevendo o papel que os videogames ocupariam na construção do cenário musical nos dias de hoje, indicando assim o papel prescritivo dos jogos na construção do gosto musical. Karen Collins ainda traz dados que nos possibilitam tentar quantificar essa influência.

Os jogos de videogame tornaram-se uma saída válida para lançar novas bandas e para obter exposição para bandas que procuram um mercado mais amplo, como Jeff Smith (1998, p.1) percebe que faz o filme "Quanto mais idiota melhor" (*Wayne's World*, Paramount, 1992) que reavivou o interesse na banda Queen. Alguns até sugeriram que os jogos são "a nova MTV", embora esse otimismo possa ser mais moderado ao dizer que os jogos são "uma nova MTV", observa a estudiosa da indústria musical Holly Tessler (2008, p.25). A Electric Artists (que não deve ser confundida com a Electronic Arts), uma agência de marketing de música, publicaram um artigo sobre a relação de videogames com a música depois de pesquisar "jogadores hardcore", lançando estatísticas tão impressionantes quanto: '40% dos "jogadores hardcore" compraram o CD depois de ouvir uma música que eles gostaram em um jogo de videogame'; '73% dos jogadores disseram que as faixas sonoras nos jogos ajudam a vender mais CDs'; e '40% dos entrevistados disseram que um jogo os apresentou para uma nova banda ou música, e então 27% deles saíram e compraram o que ouviram' (Electric Artists n.d.). (COLLINS, 2008b. p.116<sup>10</sup>).

Assim, veremos agora como se deu a evolução, tanto técnica quanto do uso das músicas, ao longo das gerações de videogames.

## 1.2 – Pré-história: a primeira geração

Quando falamos da primeira geração de videogames, estamos pensando nas primeiras experiências em se criar computadores que proporcionassem entretenimento para seus usuários. Hoje, com a massificação de aparelhos que possibilitam jogos eletrônicos, tal afirmação pode

---

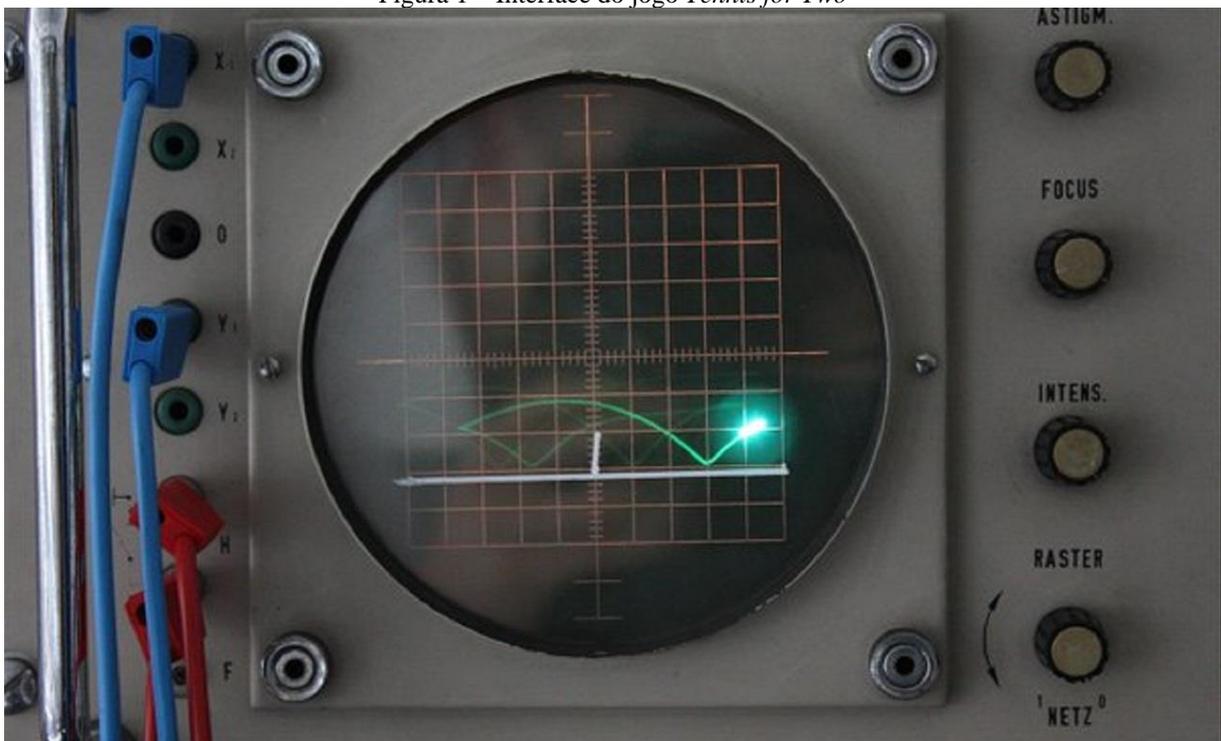
<sup>10</sup> Tradução nossa.

parecer banal, mas é preciso lembrar que no início a computação surgiu com fins militares e científicos, para processar dados em grande volume.

Por isso, nosso marco inicial para os videogames está no ano de 1958, quando William Higinbotham, chefe da Divisão de instrumentação para o Brookhaven National Laboratory, seção do Departamento de Energia dos Estados Unidos, decidiu criar uma exibição interativa para as visitas ao setor. Surgia assim *Tennis for two* (Figura 1 e Figura 2).

Executado em um computador analógico e ligado a um osciloscópio, o primeiro videogame parecia bonito e funcionava de forma rápida. Surpreendentemente, não tinha a perspectiva de cima pra baixo como *Pong*, mas uma visão lateral da quadra de tênis. Dois jogadores bateriam na bola de um lado para o outro, com a bola realisticamente batendo no chão ou na rede, aparentemente sob efeito da gravidade. Enquanto o jogo não mantinha pontuação, claramente havia um vencedor e um perdedor a cada batida. (RABIN, 2011, p. 4).

Figura 1 – Interface do jogo *Tennis for Two*



(Fonte: Warpzone.me)

Figura 2 – Equipamento completo para o jogo *Tennis for Two*

(Fonte: Central Xbox)

Apesar de bem recebido, a experiência durou somente um ano, e em 1959 foi desmontada e substituída por outras exibições, passando para a história como um incidente isolado. Outra tentativa foi a de Steve Russell, estudante do Massachusetts Institute of Technology (MIT), que em 1961 criou em um computador DEC PDP-1 o jogo *Spacewar*.

*Spacewar* foi criado em 1961, mas na primavera de 1962, o jogo foi expandido. Pete Sampson adicionou um campo estelar preciso no plano de fundo integrando um programa existente chamado *Expansive Planetarium*. Depois, Dan Edwards otimizou o jogo para permitir que computações gravitacionais fossem realizadas. Assim, um sol pulsante foi adicionado no centro da tela, o qual iria influenciar as espaçonaves e destruir qualquer uma que voasse próximo a ele. Por fim, J. Martin Graetz adicionou o conceito de hiperespaço: a habilidade de um jogador em pânico teleportar sua espaçonave de seu ponto atual no espaço para um outro aleatório. Com essas adições, táticas começaram a ser desenvolvidas, como fazer um movimento de estilingue ao redor do sol para rapidamente derrotar um oponente lento. No MIT, o jogo foi um tremendo sucesso e criou uma comoção no evento anual Science Open House, do MIT. (RABIN, 2011, p. 5).

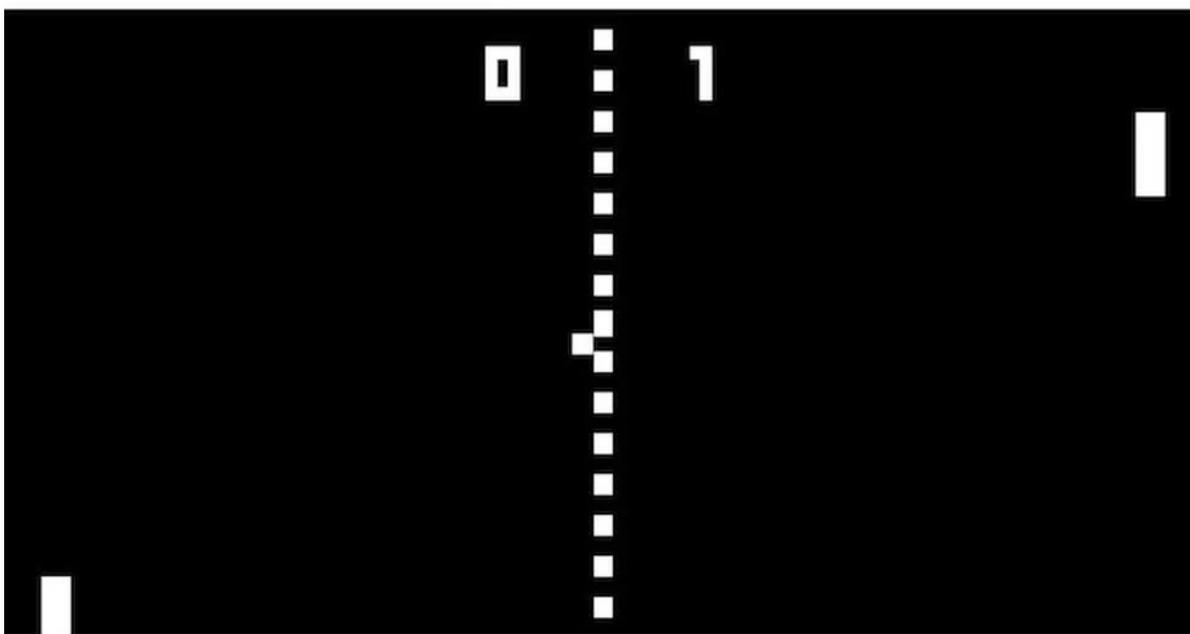
No entanto, os custos de um computador no início dos anos 60 ultrapassavam a centena de milhares de dólares, e o jogo acabou restrito ao circuito universitário. Houve ainda a tentativa de Ralph Baer, entre os anos de 1966 e 1969, de desenvolver um console doméstico que permitisse popularizar os jogos que ele desenvolvia e que acabou gerando o *Magnavox Odyssey*

(lançado em 1972), mas a massificação só veio mesmo com um empresário chamado Nolan Bushnell e uma pequena *startup* chamada *Atari*.

A *Atari* começou investindo em máquinas de *arcade*, um “dispositivo customizado que funcionaria apenas com seu próprio jogo” (RABIN, 2011, p.7) e que podia ser explorado comercialmente, já que funcionava com a inserção de moedas. Esse modelo de negócios já existia com as máquinas de *pinball* – jogos mecânicos existentes desde o século XIX, também chamados de *Flipper*, de onde veio o nome “Fliperama”, que passou a identificar os espaços compartilhados por *arcades* e *pinballs* no Brasil. O primeiro jogo a ser comercializado pela *Atari* se chamava *Computer Space* (1971), inspirado no *Spacewar*. Mas o primeiro grande sucesso foi *Pong* (Figura 3), que simulava uma partida de pingue-pongue e foi lançado em 1972<sup>11</sup>.

*Pong* se tornou o primeiro videogame conhecido e ajudou a lançar toda a indústria do videogame. A Atari lutou para conseguir cumprir os pedidos para o *Pong*, enquanto outras empresas imitaram e exploraram o sucesso da Atari. A Atari se tornou a primeira empresa de videogames; contudo, foi forçada a inovar para manter a concorrência para trás. Durante a década de 1970, essa inovação levou a Atari a criar o primeiro jogo de corrida, *Trak 10*, e o primeiro jogo de perseguição em labirinto, *Gotcha*. (RABIN, 2011, p.7).

Figura 3 – Captura de tela do jogo *Pong*.



(Fonte: Techtudo)

<sup>11</sup> Posteriormente Bushnell foi processado pela *Magnavox* de Ralph Baer por violação de propriedade intelectual. Baer tinha registrado inúmeras patentes, ainda durante os anos 60, de jogos semelhantes à *Pong* e durante o processo, testemunhas afirmaram que Nolan Bushnell participou de uma demonstração do *Magnavox Odyssey* meses antes do lançamento de seu *arcade*. Em 1976, as partes entraram em um acordo em que a Atari fez um pagamento único de licença U\$700 mil dólares à *Magnavox* (RABIN, 2011).

Essa primeira geração de videogames tinha gráficos bastante simples, obtidos através da manipulação direta do sinal de vídeo por circuitos discretos.

O resultado era a falta de precisão na construção de elementos em tela. Não havia como “desenhar” ou como gerar figuras representativas. A limitação permitia apenas a geração de barras na tela, que deveriam representar qualquer coisa que a temática do jogo exigisse.

A qualidade desses gráficos limitou a capacidade de representação realista, e os gráficos eram um exercício de abstração e interpretação. Os avatares, nessa época, eram puramente baseados em sua funcionalidade, e seu significado era dado por convenção, como símbolos: se o jogo era de pingue-pongue, então a barra que se movia na tela representava uma raquete; se o jogo era de futebol, a mesma barra representaria um jogador de futebol. (LUZ, 2010, p. 80).

Essa geração é muitas vezes referida como “silenciosa” ou “muda”, embora *Pong* e *Computer Space* já apresentassem alguns efeitos sonoros mínimos (ARKA, 2017). Na verdade, podemos dizer que o som está presente, de alguma forma, desde *Tennis for two*, já que “mesmo sem alto-falantes de qualquer tipo, o jogo tinha seus próprios efeitos sonoros, mesmo que não fossem intencionais. Os relés que permitiam o dispositivo operar faziam barulhos altos com cada acerto e batida da bola” (RABIN, 2011, p. 4). O som aparece na forma de “beepers”, que podem ser explicados da seguinte forma:

Beepers são alto-falantes simples e, nos primórdios, normalmente ficavam “integrados”, o que significa que eram conectados diretamente à placa-mãe de um computador. Os primeiros videogames e brinquedos eletrônicos às vezes usavam o que é chamado de alto-falante piezoelétrico - coloquialmente conhecido como “beeper”, uma vez que um “bipe” era tudo o que eles conseguiam fazer e eram frequentemente encontrados em aparelhos simples de usar para emitir bipes de alerta. Piezoelectricidade é o termo usado quando o estresse mecânico é aplicado em um material - neste caso, cerâmica - gerando eletricidade e ressonância mecânica. Microfones piezoelétricos são comumente usados em captadores de guitarras, e a tecnologia piezoelétrica é usada em uma variedade de sistemas de alto-falantes, como rádios portáteis e relógios. Os alto-falantes piezoelétricos têm uma faixa de frequência limitada e são normalmente usados hoje apenas em dispositivos muito baratos, por exemplo, um sonar ou sensor. Eles são, no entanto, baratos, pequenos e finos, portanto podem ser úteis em uma variedade de brinquedos e pequenos dispositivos eletrônicos<sup>12</sup>. (COLLINS, 2013a, p. 122).

As restrições técnicas que faziam com que o som fosse quase ausente na primeira geração começariam a ser contornadas na geração seguinte.

### **1.3 – Beeps ou blips: a segunda geração.**

---

<sup>12</sup> Tradução nossa

A passagem de uma geração nem sempre é algo grandioso. Se hoje em dia as novidades da indústria de videogames são anunciadas em convenções lotadas e transmitidas para milhões de pessoas ao redor do mundo, no passado as coisas aconteciam de forma bem mais sutis. A passagem da primeira para a segunda geração é marcada pela introdução do microprocessador nos *arcades*, iniciada em 1975 com o jogo *Gunfight*. A partir de então, os videogames passaram a ser computadores adaptados para a execução dos jogos, que agora eram programas.

Essa mudança rompeu com alguns paradigmas da então infante indústria do vídeo game, na medida em que especializou os profissionais envolvidos no design desses vídeo games. O que antes era desenvolvido por um engenheiro, agora podia ser dividido na criação do hardware (plataforma desenvolvida pelo engenheiro) e do software (programa desenvolvido por outro engenheiro). (LUZ, 2010, p. 82).

Além da facilidade para criar jogos, os microprocessadores davam maior capacidade gráfica para as máquinas e uma pequena capacidade de memória. É também nessa geração que teve início a popularização dos consoles domésticos, com aquele que por muito tempo foi praticamente sinônimo de videogame: o Atari 2600 (também conhecido como Atari VCS).

O Atari 2600 não foi o primeiro console doméstico, tendo sido precedido em alguns meses pelo Fairchild VES e o RCA Studio II, que tiveram vida curta (RABIN, 2011). Tinha um circuito gráfico chamado TIA (Television Interface Adaptor), capaz de converter os dados vindos em 8 bits paralelos do microprocessador em sinais adaptados para a recepção dos aparelhos de TV, gerando assim imagens mais complexas do que as possibilitadas pela geração anterior.

Não podemos pensar em pixels, pois não havia endereçamento direto dos pontos e a programação dos gráficos no Atari® era muito complicada. O jogador tinha 192 linhas do *scan* da tevê disponíveis para desenho, sendo que cada linha tinha 262 contagens de *clock* de vídeo com apenas 160 disponíveis para desenho. A resolução do Atari VCS® era de apenas 192 linhas por 160 colunas, por assim dizer.

A sua paleta de cores variava de acordo com o sistema da tevê, 128 cores no sistema NTSC, 104 no sistema PAL e apenas 8 no sistema Secam. Essa variação discrepante também se deve à maneira totalmente analógica de manipulação do vídeo no VCS.

Em princípio, os objetos móveis deveriam ter apenas uma cor, mas com o tempo os programadores e designers descobriram uma maneira engenhosa de fazê-los multicoloridos. (LUZ, 2010, p. 84).

Outro fator determinante para o sucesso do Atari foi a possibilidade de se adquirir novos jogos através de cartuchos intercambiáveis, sem a necessidade de se trocar todo o equipamento. Isso fez com que muitas empresas passassem a se especializar somente em fazer jogos aproveitando da arquitetura aberta do console. “Inicialmente a Atari tentou impedir essas empresas de fazer jogos para seu sistema, mas depois desistiu e começou a cobrar direitos autorais” (RABIN, 2011, p. 8).

Em relação ao som, a segunda geração estabelece um marco inicial graças a inclusão do chip de som aos equipamentos. Como já foi dito, a primeira geração usava alguns poucos sons discretos, e no final algumas máquinas de *arcade* utilizavam sons gravados em cassetes analógicas, porém estes eram caros e tendiam a funcionar mal (ASKA, 2017).

No começo, a música era utilizada somente nas telas de início dos jogos, como forma de atrair jogadores nos ruidosos salões dos fliperamas e ao final para indicar aos outros possíveis jogadores que aquela máquina estava novamente disponível (ASKA, 2017; BEEP, 2016) e no chamado “modo de atração” (COLLINS, 2013a). O primeiro jogo a ter, para além dos efeitos sonoros, uma trilha sonora que acompanhava a ação dos jogadores foi *Space Invaders*, lançado em 1978. Embora fosse uma trilha bastante simples, com somente 4 notas sendo repetidas o tempo todo, *Space Invaders* ainda trazia uma outra inovação que seria incorporada por outros jogos no futuro: a música respondia às ações do jogador, acelerando à medida que a partida ia chegando às etapas finais (ASKA, 2017).

O uso do chip de som conferia uma sonoridade muito própria ao tipo de música que era utilizado nesse momento. Para entendermos esse som, é preciso saber o básico de como ele era gerado. O processo de criação sonora dos chips de som é chamado de “síntese sonora”, em oposição ao método de gravar um som para ser reproduzido posteriormente. O tipo de síntese sonora mais comum nos videogames da segunda geração era a síntese aditiva, explicada por Aska da seguinte forma:

A síntese aditiva envolve a combinação de várias formas de onda geradas em diferentes fases, amplitudes e frequências, para criar formas de onda complexas (sons complexos). Quando você ouve um som, a frequência que você percebe como tom é chamada de fundamental. Em um som criado com síntese aditiva, essa é geralmente a frequência mais baixa presente na forma de onda. As frequências acima da fundamental que estão presentes na forma de onda são chamadas de parciais. Normalmente, as frequências que são múltiplos de número inteiro da fundamental são adicionadas à fundamental, embora nem sempre seja esse o caso (múltiplos de número inteiro são harmônicos, frequências que não são múltiplos de número inteiro são chamadas de inarmônicas). Combinações diferentes produzirão uma composição de forma de onda diferente, o que resulta em um espectro ou timbre diferente. Um chip de computador usa voltagens para controlar essas formas de onda geradas (às vezes chamadas de osciladores) e as frequências, amplitudes e fases desejadas podem ser definidas pelo programador de som. No caso da música para videogame, a síntese aditiva é usada principalmente para criar tipos muito específicos de formas de onda. Fornecerei uma descrição básica de alguns deles:

Ondas de pulso: contêm apenas harmônicos ímpares. Se a fundamental for 100 Hz, o primeiro par de parciais será 300 Hz (fundamental x 3), 500 Hz (fundamental x 5) e 700 Hz (fundamental x 7). Os harmônicos dessas parciais estão presentes na razão 1 / número do harmônico. Todos esses harmônicos estão em fase.

Ondas triangulares: também contêm harmônicos de números ímpares. No entanto, a amplitude de cada harmônico é escalado para 1 / número do harmônico ao quadrado (a amplitude da segunda parcial, que é a terceira harmônica, seria, portanto, 1/9 da amplitude da fundamental). Além disso, todos os outros harmônicos estão 180 graus fora de fase.

Ruído: a maioria dos primeiros consoles continha um canal que poderia gerar ruído. Existem alguns tipos diferentes de ruído, mas em geral, o ruído contém uma ampla faixa de frequências em amplitudes iguais. O ruído branco consiste em todas as frequências em amplitudes iguais. O ruído rosa consiste em todas as frequências, mas as amplitudes diferem em cada oitava. O ruído geralmente não é criado usando síntese aditiva; existem geradores de ruído especiais para o fazer<sup>13</sup>. (ASKA, 2017, Kindle).

Os consoles domésticos da segunda geração vinham equipados com chips sonoros de três canais: dois de síntese aditiva e um canal de ruído. Já os *arcades* tinham uma certa variedade de chips sonoros, uma vez que os gabinetes eram muitas vezes construídos para atender as necessidades de jogos específicos. Contando com somente três canais e precisando incluir os efeitos e a trilha sonora, compor para esses chips era um desafio, visto que além da restrição de recursos, muitas vezes a música precisava ser interrompida para que o chip pudesse executar determinado efeito gerado por uma ação do jogador. Inserir músicas em jogos era um processo complicado, pois a música precisava ser escrita na linguagem de programação Assembler, onde um bip poderia precisar de vinte linhas de código programado (COLLINS, 2013a). Além disso, havia ainda um problema de escassez de memória, visto que a maior parte do reduzido espaço em disco era dedicada a construção dos gráficos, deixando para o som somente alguns poucos *bits* (BLEEP, 2016). Todos esses obstáculos técnicos foram fundamentais para determinar o modo sonoro da segunda geração, que evoluiu rapidamente e desenvolveu soluções criativas que caracterizam as trilhas sonoras do período.

O chip significava que o Intellivision<sup>14</sup> poderia criar interpretações reconhecíveis de música pré-composta, como o uso de Bill Goodrich de “Flight of the Bumblebee” (Rimsky-Korsakov) no jogo Buzz Bombers (Intellivision Productions, 1983). De fato, como a maioria dos programadores não eram músicos ou estavam sob rígidas restrições de tempo, as canções pré-compostas eram freqüentemente usadas nas primeiras máquinas.<sup>15</sup> (COLLINS, 2008a, p. 23).

É, também, na segunda geração que começam as experiências de *crossmedia* nos videogames. A indústria fonográfica não perdeu tempo e fez suas primeiras experimentações na promoção de seus artistas usando jogos de temáticas musicais, inaugurando o gênero nos videogames (Figura 4 e Figura 5).

A primeira banda a aparecer em um videogame foi Journey, no clássico Atari de 1982 da Data Age, Journey's Escape. Projetado pelo empresário da banda Herbie Herbert, o jogo continha apenas a música "Don't Stop Believin'" quando foi originalmente lançado para o console doméstico Atari VCS em 1982. O manual descreve os objetivos do jogo: "Você está na estrada com Journey, um dos grupos de rock mais quentes do mundo. Uma performance espetacular acaba de terminar. Agora cabe a

---

<sup>13</sup> Tradução nossa

<sup>14</sup> Intellivision foi o console doméstico de 2ª geração da Mattel, lançado nos EUA em 1980 e no Japão e Europa em 1982.

<sup>15</sup> Tradução nossa

you will guide each member of the band Journey through hordes of groupies love-crazed, photographers sneaky and promoters dishonest for the safety of the Journey escape vehicle at the time of making the next concert." The arcade version came out a few months later, with photos of digital cameras patched on raster graphics bodies, and that played several Journey tracks, including "Stone in Love" and "Still They Ride" from the album *Escape* (1981), as well as a track from their new album, *Frontiers*, called "Chain Reaction", which the game intended to help promote. All these tracks used embedded sound chips, but during a special bonus show performance, a hidden floppy disk inside the arcade machine played their hit "Separate Ways"<sup>16</sup>. (COLLINS, 2008a, pp. 111-112).

Figura 4 – Publicidade do jogo *Journey's Escape*



(Fonte: AtariMania)

<sup>16</sup> Tradução nossa

Figura 5 – Captura de tela do jogo *Journey's Escape*



(Fonte: AtariMania)

Curiosamente, é justamente uma dessas tentativas de aproveitar nos videogames o sucesso de produtos pensados para outras mídias que vai marcar o final da segunda geração.

Em 1982, o licenciamento de sucessos do cinema começava a se tornar uma prática da indústria de videogames. O jogo oficial do filme “Indiana Jones e os caçadores da arca perdida” (“Raiders of the Lost Ark”) foi lançado em novembro daquele ano com bons resultados comerciais, o que serviu de incentivo para novas adaptações (ATARI, 2016). Porém, nem tudo saiu como era planejado:

O jogo *E.T.*, vinculado com o filme de Spielberg, foi criado às pressas durante cinco semanas pelo programador da Atari, Howard Scott Warshaw. Os direitos foram comprados por \$ 20 milhões, com expectativa de que o jogo seria um grande sucesso no Natal. A jogabilidade era fraca, a programação tinha muitos erros. O jogo foi outro desapontamento para a Atari, que havia produzido mais cópias do que existiam de consoles 2600 nas residências na época (levando a rumores, atualmente confirmados, de que os lixões do Novo México haviam sido aterrados com milhões de cartuchos do game). (RABIN, 2011, p. 8).

Talvez seja exagerado apontar o fracasso do jogo *E.T.* como único responsável pela crise. Rabin (2011, p. 8) aponta outros fatores que contribuíram para tal, como o excesso de jogos terceirizados de qualidade duvidosa, a “economia fraca, ciclos naturais de mercado e a percepção do consumidor de que os videogames eram apenas uma moda”, além da introdução

de computadores pessoais com preços mais acessíveis no mercado, como o Commodore Vic-20, o Commodore 64 e o Atari 400. O fato é que em 1983 a indústria de videogames entrou numa crise que só seria superada com o lançamento de uma nova geração.

#### 1.4 – *Chipmusic*: a terceira geração

Enquanto a segunda geração era enterrada – literalmente – nos Estados Unidos, do outro lado do mundo estava surgindo um console que daria início à terceira geração. Nomeado inicialmente de Famicom (uma contração de “*Family Computer*”), o aparelho era a primeira incursão da Nintendo no mercado de videogames domésticos.

A Nintendo era uma empresa quase centenária quando decidiu tentar a sorte nos consoles domésticos. Fundada em 1889 como fabricante de *hanafuda* (um jogo de cartas japoneses), a empresa já se aproximava dos jogos eletrônicos desde 1980, quando lançou a série *Game and watch*, uma linha com 50 jogos portáteis em telas de LCD (RABIN, 2011). Foi importante que a empresa fosse sólida, já que a primeira versão do Famicom tinha uma falha de design que levou a empresa a fazer um *recall* do produto que custou milhões de dólares. Mesmo assim, ao final de 1984 a segunda versão do console da Nintendo já era um sucesso no Japão, tendo vendido mais de 2,5 milhões de aparelhos (LEMES, 2012).

Em 1986, a também japonesa SEGA lançou seu console doméstico, o Master System, passando a disputar o mercado dos jogos eletrônicos domésticos com a Nintendo. A empresa teve dificuldade em conseguir *softwares* para seu sistema, já que a Nintendo tinha contratos de exclusividade com muitos desenvolvedores. Embora não tenha obtido sucesso de vendas, o Master System foi fundamental para viabilizar a Sega para a geração seguinte.

A grande novidade desses consoles eram os processadores de 8 bits, que possuíam chips específicos para processar os gráficos de vídeo, possibilitando o estabelecimento de tecnologias de *bitmapping*, que “permitiam endereçar cada pixel na tela (...), tratando-o como único, como numa malha quadriculada, podendo esse pixel assumir especificações de cor e luminância independentes”. (LUZ, 2010, p. 90). Embora hoje pareça pouca coisa, esse aumento nas capacidades gráficas dos consoles da terceira geração fizeram com que os jogos se tornassem mais complexos visualmente, com a simulação de volumes e ampliação do uso de cores.

Em termos de áudio, o Master System trazia 4 canais mono, sendo três geradores de som quadrado e um gerador de ruído. Já o console da Nintendo possuía 2 geradores de pulso, um gerador de som triangular, um gerador de ruído e um canal de sample digital:

Os canais de pulso, por exemplo, são capazes de produzir 16 volumes diferentes, bem como pitch bend, mas o canal de triângulo tem apenas um ajuste de volume único. O canal de ruído também possui 16 configurações de volume, e este canal foi usado principalmente para sons percussivos. O canal de sample contém profundidade de 6 bits e permite 16 configurações de taxa de amostragem entre 4,2 KHz a 33,5 KHz. Este canal era usado principalmente para clipes de áudio muito curtos e, ocasionalmente, para efeitos sonoros. É importante manter essas especificações tecnológicas em mente; compositores para o NES fizeram coisas extremamente notáveis com esses meios limitados<sup>17</sup>. (ASKA, 2017, Kindle).

Nos consoles, a pouca capacidade de armazenamento fazia com que as trilhas sonoras se utilizassem de *loopings* para tentar ampliar as possibilidades e construir as ambientações musicais (COLLINS, 2008a, p. 28). Soluções criativas precisaram ser criadas para evitar que a repetição se tornasse irritante e o som passasse a ser um obstáculo para a fruição dos jogos.

Essas configurações levaram ao surgimento de uma estética muito peculiar que ganhou o nome de *Chipmusic*. Em sua dissertação sobre o tema, Camila Schäfer (2014) mapeia toda uma subcultura surgida em torno dessa sonoridade, onde compositores contemporâneos seguem utilizando equipamentos antigos (ou aparelhos que emulam os mesmos) para produzir músicas que soem como aquelas que eram usadas nas trilhas sonoras dos consoles de 8 bits. Assim, Karen Collins conclui que

O áudio dos jogos da era de 8 bits representa uma tensão interessante entre a estética do som do jogo e a série de pressões e restrições exercidas pela tecnologia, pela indústria, pelo gênero e pela própria natureza dos jogos. Cada máquina tinha uma estética ligeiramente diferente que cresceu, em parte, a partir da tecnologia disponível<sup>18</sup>. (COLLINS, 2008a, p. 34).

## 1.5 – A era de ouro da VGM: a quarta geração

A quarta geração é marcada pela introdução dos chips de 16 bits nos consoles domésticos. Apesar de já estarem sendo utilizados em algumas máquinas de *arcade*, foi com o lançamento do Mega Drive<sup>19</sup>, da Sega, em 1988, que foi possível afirmar que uma nova era havia chegado.

A Sega foi criada por dois americanos no Japão em 1952, com o nome de Service Games, fornecendo *jukebox* e outros equipamentos de entretenimento para as bases militares americanas instaladas naquele país após a II Guerra Mundial. Em 1965 se fundiram com uma empresa especializada em importação de pinballs e passou se chamar Sega Enterprises Ltda. Entraram no mercado de *arcades* nos anos 70, ao adquirirem a empresa americana Gremlin.

---

<sup>17</sup> Tradução nossa

<sup>18</sup> Tradução nossa.

<sup>19</sup> Nos EUA o console foi chamado de GENESIS.

Por um breve período nos anos 80, foi parte da produtora de filmes Paramount, mas com a crise do Atari acabaram se separando (RABIN, 2011).

Os chips de 16 bits aumentaram a capacidade gráfica dos equipamentos, possibilitando maior resolução na tela e maior paleta de cores, que resultou em cenários mais detalhados e avatares com maior detalhamento, que exigiam menos abstração dos jogadores para se identificarem. Além disso, a maior capacidade de memória e processamento fez com que os jogos sofisticassem suas narrativas (LUZ, 2010).

A Nintendo levou dois anos para contra-atacar, lançando em 1990 seu console de 16 bits, o Super NES<sup>20</sup>. Começou então o que muitas vezes foi chamada de “Guerra dos Consoles”, período em que as duas empresas disputavam ferozmente a popularidade (e vendas) de seus equipamentos. Ao final dos anos 80, a Nintendo detinha cerca de 90% do mercado de videogames no mundo todo. A Sega conseguiu equilibrar essa disputa transportando seus jogos já disponíveis nos *arcades* para o novo console e investindo no licenciamento de franquias esportivas, se tornando o aparelho de referência para esse gênero de jogos, muito popular nos EUA (HARRIS, 2015).

Em termos sonoros, o avanço técnico se deu na inclusão de chips sonoros com capacidade de síntese de Frequência Modulada (FM), muito mais flexíveis do que os chips de síntese aditiva e subtrativa usados nos consoles de 8 bits.

Os atributos da síntese FM eram particularmente adequados para sons de órgão e piano elétrico, percussão estridente e sons de instrumentos dedilhados e (...) esses sons de instrumentos dominavam as máquinas de jogos que dependiam da síntese FM<sup>21</sup>. (COLLINS, 2008a, p.38)

Essa maior complexidade impactou também na dificuldade em se programar o áudio para as trilhas sonoras nestes consoles. Por isso, embora houvesse maior gama de sons disponíveis, a música dos primeiros jogos do Mega Drive e Super NES ainda seguiam o estilo dos jogos de 8 bits, com *loopings* abruptos. Isso só começou a se modificar com a adoção dos protocolos MIDI<sup>22</sup>. Além de resolver parte do problema do armazenamento das informações, o

---

<sup>20</sup> Chamado no Japão de Super Famicon.

<sup>21</sup> Tradução nossa.

<sup>22</sup> Musical Instrument Digital Interface – “O MIDI foi definido em 1983 para permitir que dispositivos musicais (sintetizadores, teclados, sequenciadores, mesas de mixagem, computadores, etc.) fossem compatíveis em um formato padronizado. Apenas o código é transmitido, em vez de sons reais, o que significa que o tamanho do arquivo era muito pequeno - uma vantagem distinta para jogos, que sobrecarregava a memória das máquinas. Um comando MIDI pode, por exemplo, dizer a um sintetizador quando começar e parar de tocar uma nota, em que volume e em que altura, e qual voz (instrumento) ou som usar. Inicialmente, algumas dessas informações variariam muito dependendo dos dispositivos usados, o que complicou a programação das placas de som, mas em 1991 foi acordado um padrão General MIDI (GM). Este padrão estabeleceu um modelo para 128 instrumentos e efeitos

uso dos MIDI permitia que os compositores trabalhassem diretamente em teclados musicais, ao invés de serem obrigados a programar instrumento por instrumento. Ainda havia problemas relacionados à padronização sonora, mas era um inegável avanço (COLLINS, 2008a).

Todos esses fatores (facilidade de programação, disputa acirrada de mercado, possibilidade de sons mais complexos e reconhecíveis) favoreceram o uso de faixas licenciadas e o surgimento do chamado “Marketing de celebridade”:

Esse marketing de celebridade também se espalhou para a música, já que o SNES contava com mais *covers* e músicas licenciadas do que seus predecessores, empregando vários artistas de música eletrônica para escrever trilhas sonoras (como a trilha sonora de Biometal da banda Eurodance 2Unlimited [versões européia e americana, Activision, 1993], e a trilha sonora de Psykosenik para o jogo SNES, X-Kaliber 2097 [Activision, 1994]). Ken Griffey Baseball (Nintendo, 1994), até incluiu o Hino Nacional americano ao estilo de Jimi Hendrix. Mesmo a música clássica era usada com mais frequência no Super Nintendo, como a versão dance de Adventures of Dr. Franken da Sonata ao Luar de Beethoven, ou o uso de Wagner pela Cavalaria Aérea (Cybersoft, 1995) (uma referência clara a Apocalypse Now, considerando o cenário do jogo como um jogo de guerra de helicópteros)<sup>23</sup>. (COLLINS, 2008a, p. 47).

A Sega também aproveitou da mesma estratégia, com jogos como *Michael Jackson's Moonwalker* (Figura 6), lançado para *arcades* em 1990 e consoles em 1991 baseado no filme de mesmo nome lançado em 1988. Nele, o jogador controlava o cantor pop e ouvia versões MIDI dos grandes sucessos dele.

Figura 6 – Captura de tela do jogo *Moonwalker*



(Fonte: Techtudo)

sonoros, de forma que a mesma configuração de número fosse a mesma em qualquer dispositivo MIDI” (COLLINS, 2015a, p.50 – Tradução nossa).

<sup>23</sup> Tradução nossa.

Outros casos de destaque são os jogos *Rock'n' Roll Racing*, de 1994 – que trazia clássicos do rock como “Paranoid”, de Black Sabbath, “Born to be Wild” de Steppenwolf e “Highway Star”, de Deep Purple – *Revolution X*, também de 1994, em que o jogador resgata a banda Aerosmith que foi sequestrada por uma ditadora/dominatrix e o insólito *Rap Jam: Volume One*, de 1995, em que astros do *rap* e do *hip hop* como Coolio, Public Enemy e Queen Latifah disputavam basquete numa competição de rua.

Para Karen Collins, a quarta geração marca o momento em que a música deixa de ser vista como um detalhe de pós-produção e passa a ser encarada como um elemento interessante no desenvolvimento dos jogos (COLLINS, 2008a).

Enquanto a SEGA e a Nintendo disputavam arduamente o mercado dos consoles, uma revolução acontecia nos jogos feitos para computadores pessoais. Anteriormente vistos somente como instrumentos de trabalho, os PCs foram se popularizando e oferecendo também opções de entretenimento. A partir da metade dos anos 80, já tinham capacidade gráfica para executar jogos de maneira tão satisfatória quanto os consoles da época, porém, com a introdução dos kits multimídia, no final da década, os computadores pessoais passaram a ter o potencial de ultrapassar os consoles da época. Esses kits traziam *hardwares* que ampliavam não só o poder visual dos PCs (placas de vídeo) mas também as capacidades sonoras dos aparelhos (placas de som). No entanto, o maior avanço, talvez, estivesse em seu suporte: o CD-ROM, que expandia centenas de vezes os limites de armazenamento dos disquetes e dos cartuchos (LUZ, 2010).

Num primeiro momento, os jogos para PC buscavam atingir um público mais adulto, visto que o preço dos computadores era alto demais para que fossem destinados a crianças. Embora tenha chamado a atenção das empresas desenvolvedoras de consoles, pode se dizer que a novidade foi menosprezada por elas:

Quando abordados em entrevistas e coletivas, os executivos da Nintendo® argumentavam que o CD ainda não era uma mídia adequada aos videogames em virtude de sua lentidão (o que era verdade, mas não impedia seus concorrentes de desenvolver novos produtos). (LUZ, 2010, p. 58).

Ainda na quarta geração foram feitas tentativas de incorporar o CD-ROM ao console da SEGA, com o lançamento do Mega-CD, em 1991, um acessório para ser acoplado ao Mega Drive, porém, esse experimento foi fracassado.

O problema era a falta de *software* para a nova máquina. O CD-ROM da Sega® teve pouco apoio das desenvolvedoras e lançou poucos títulos que merecessem atenção. As vendas e o surgimento de novos jogos ficaram ainda piores quando a Sega®

anunciou que estava trabalhando na geração seguinte de vídeo games de 32 bits, confundindo o mercado e os desenvolvedores. (LUZ, 2010, p. 57).

Assim, a completa integração dessa ferramenta acabou por marcar a passagem para a quinta geração.

### 1.6 – O som real: a quinta, sexta, sétima e oitava geração

O uso do CD como mídia e os novos processadores possibilitaram o desenvolvimento de consoles de 32 bits. O R.E.A.L Multiplayer, desenvolvido pela Panasonic a partir da tecnologia licenciada pela 3DO, foi lançado em outubro de 1993, foi o pioneiro da geração, embora não tenha obtido sucesso comercial, em parte pelo preço proibitivo (próximo de 700 dólares), mas também por limitações técnicas que impediam o desenvolvimento de jogos com gráficos tridimensionais. Essas questões deram espaço para que o lançamento do SEGA Saturn, em novembro de 1994, dominasse o mercado graças ao sucesso da versão doméstica para o jogo de *arcade* Virtua Fighter.

A quinta geração marca a entrada de um importante ator no cenário de games: a japonesa Sony. Fundada em 1946, a empresa começou fabricando rádios e aparelhos de som, expandindo para outros equipamentos eletrônicos ao longo das décadas seguintes. Em 1989, adquiriu a gravadora americana CBS e o estúdio de cinema Columbia Tristar Pictures, passou a atuar no ramo do entretenimento. A entrada no mercado de videogames não tardaria:

A Nintendo® também se mexeu e anunciou uma parceria com a Sony® para a produção de uma unidade de CD-ROM para seu Super Famicom®, que se chamaria Nintendo Play Station® e, antes que a Sony® terminasse o projeto, a Nintendo® disse à imprensa que tinha fechado um acordo para que a Philips® o fizesse. A Sony®, contrariada pela humilhação pública que a Nintendo® a fez passar, acelera os planos para lançamento de sua unidade de CD-ROM independente, transformando-se no que seria o Sony Playstation®. (LUZ, 2010, p. 58).

O ingresso da Sony no mercado de videogames também foi um ponto de virada nessa relação entre a indústria fonográfica e o mercado de *games*, que passa a ter uma integração facilitada, além de possibilitar a adoção das inovações tecnológicas que a empresa japonesa já dominava. Assim

(...) em 1994, a Sony lança no mercado o PlayStation, o primeiro console de uma empresa de mídia – que detinha a licença de filmes, músicas e séries de TV – e que rodava seus jogos em uma mídia totalmente nova, o CD. O mesmo CD que a mesma Sony usava para lançar os discos de seus artistas e, portanto, garantia a mesma qualidade sonora para o público. (NOGUEIRA, 2009. p.2).

Apesar de não ter tradição no setor, o console da Sony tinha uma configuração que se adequava perfeitamente à tendência de jogos tridimensionais que dominava o mercado. Entendendo que não bastava ter um bom *hardware*, a empresa inovou também na forma de criar jogos:

O nome da Sony® por trás do Playstation® facilitou as coisas dando credibilidade ao console e o esquema de licenciamento, acessível às pequenas *softwarehouses*, com uma taxa de licença de 10 dólares por CD vendido, era liberal e acompanhado de ferramentas de desenvolvimento e apoio nunca antes vistos. Apesar de ser nova nesse mercado a Sony® sabia da importância de uma boa base de software. Isso atraiu todos os grandes desenvolvedores e permitiu a entrada de pequenos também, renovando o mercado. (LUZ, 2010, p. 65).

Os novos aparelhos também traziam novidades no que diz respeito ao som. O aumento na capacidade de armazenamento e o avanço nas tecnologias de compactação de arquivos de áudio possibilitaram uma revolução sonora: usando o Redbook, mesmo padrão dos CDs de áudio, os consoles agora conseguiam reproduzir sons pré-gravados com fidelidade, aproximando a experiência de um som real. Isso afetou não somente as trilhas sonoras dos jogos, mas também o uso de diálogos falados nos jogos, e, por consequência, a contratação de atores famosos para dublarem as vozes dos personagens (COLLINS, 2008c).

Essa inovação foi essencial para a ampliação do uso de músicas licenciadas em videogames, fazendo com que fosse cada vez mais interessante para os artistas associarem suas músicas aos jogos de sucesso (Figura 7).

Com a chegada do CD de áudio, os fabricantes de jogos foram rápidos em trazer bandas populares a bordo: a trilha de Alien Sex Fiend de 1994 para Inferno, da Ocean Software, foi uma das primeiras trilhas musicais completas para um jogo baseado em áudio Redbook de uma banda popular, seguida pela trilha sonora composta por Pop Will Eat Itself para Loaded (Interplay 1996). Mais famoso, no entanto, foi o envolvimento do frontman do Nine Inch Nails, Trent Reznor, com a música e os efeitos sonoros de Quake em 1996 (id Software). Excluindo a primeira faixa, o disco pode ser reproduzido até mesmo em um CD player padrão. Dentro do jogo, as caixas de munição foram marcadas com o logotipo do Nine Inch Nails, caso os fãs perdessem a conexão entre a trilha sonora e o artista bem-sucedido. (COLLINS, 2008c, p. 8).<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Tradução nossa.

Figura 7 – Logotipo da banda Nine Inch Nails em caixas de munição do jogo Quake



(Fonte: Eurogamer)

O fato do Playstation ser fabricado pela Sony, empresa que já era uma das maiores do mercado fonográfico à época do lançamento do console, não passa despercebido como um dos fatores que ajudou a popularizar o uso de músicas licenciadas nas trilhas sonoras de games (COLLINS, 2008b).

Um exemplo popular dos primórdios disso foi Wipeout XL (Psygnosis 1996), que apresentou muitos artistas eletrônicos populares, incluindo Chemical Brothers, Future Sound of London, Underworld, Fluke, Prodigy, Daft Punk. O jogo foi até promovido pela Sony, que entregou a trilha sonora junto com o jogo e vários Playstation para DJs populares de clubes em Londres e Nova York. (COLLINS, 2008c, p.12)<sup>25</sup>.

A autora ainda ressalta que o uso de trilhas sonoras licenciadas se tornou o padrão para jogos de esportes e de automobilismo, onde a repetição é benéfica para que os jogadores conheçam as músicas (COLLINS, 2008c). Outro caso interessante é o dos jogos da série Tony Hawk's Pro Skater (Neversoft, 1999), que usou em sua trilha bandas pouco conhecidas da cena californiana de *hardcore*, cujo preço do licenciamento era baixo, e fez com que várias delas passassem a fazer sucesso (embora também tenha rendido a alguns desses artistas a acusação de que teriam “se vendido” (BRIDSON et al, 2017).

<sup>25</sup> Tradução nossa.

A sexta geração de videogames começa com o lançamento do Dreamcast, da Sega, em 1998. Ironicamente, também marca a saída da empresa japonesa do ramo dos consoles. Perdendo espaço para a Sony (que lançaria seu Playstation 2 em 2000) e com a entrada da Microsoft na fabricação de aparelhos com seu XBOX (2001), a Sega passaria para o novo século como produtora somente de jogos. Embora tenham sido conhecidos como “consoles de 128 bits”, ainda usavam processadores de 32 bits, tendo como diferencial a velocidade de processamento e a capacidade de armazenamento. Além disso, os consoles mais bem sucedidos (Playstation 2 e Xbox) passaram a usar discos de DVD, o que fazia com que mais informações pudessem ser adicionadas aos jogos.

Ao final dessa geração, em 2005, o lançamento de periféricos que imitavam instrumentos musicais fez com que jogos como *Guitar Hero* (Harmonix, 2005) (Figura 8) e *Rock Band* (Harmonix, 2007) se tornassem bastante populares. Neles, os jogadores emulavam a execução de diversos instrumentos seguindo as instruções na tela. Dezenas de músicas foram licenciadas para esse tipo de jogo, tendo servido inclusive para revisitar a carreira de bandas consagradas, como Metallica, The Beatles e Aerosmith. Embora também tenham sido lançados para a geração seguinte, o interesse nesse tipo de jogo foi arrefecendo a partir de 2010. (HERSCHMANN, 2009; MILLER, 2012).

Figura 8 – Captura de tela do jogo *Guitar Hero*



(Fonte: IGN Brasil)

Na sétima geração, marcada pelo lançamento do Xbox 360 (Microsoft, 2005) e do Playstation 3 (Sony, 2006), traz uma nova rivalidade comparável à Guerra dos Consoles dos anos 80 e 90. A mudança mais significativa é o foco na experiência de jogos online, com gráficos em HD e *hardware* de captura de movimentos que substituíam o uso de controles. A Sony investiu no uso de discos blu-ray, enquanto a Microsoft continuou a usar DVDs visando baratear os custos. Os números oficiais demonstram um equilíbrio na disputa: o Playstation 3 vendeu 87 milhões de unidades em todo o mundo, enquanto o Xbox 360 atingiu 84 milhões de aparelhos vendidos. Outro trunfo desses consoles era a retrocompatibilidade, que fazia com que os jogos das gerações anteriores pudessem continuar a serem jogados nos novos aparelhos. Enquanto isso, a Nintendo investiu no Wii, console portátil que também focava na captura de movimentos e visava o público casual, tendo vendido 101 milhões de dispositivos.

Os periféricos de captura de movimento (Kinect para o Xbox 360 e o Move para o PS3) possibilitaram o lançamento de jogos de dança, em que o usuário deveria repetir as coreografias exibidas na tela. As séries mais populares (*Just Dance* e *Dance Central*) traziam dezenas de músicas licenciadas, o que se mostrou um filão interessante para a indústria fonográfica divulgar lançamentos (Figura 9). As músicas podiam inclusive serem adquiridas separadamente, na forma de DLCs<sup>26</sup>, o que retardava a obsolescência dos jogos.

Figura 9 – Captura de tela do jogo *Dance Central 2*



(Fonte: TechTudo)

<sup>26</sup> *Downloadable Content*, conteúdos extras disponibilizados para download, podendo ser gratuitos ou pagos.

A partir de 2013 temos o lançamento dos consoles da oitava geração, com o Playstation 4 sendo anunciado em fevereiro e o Xbox One em maio. Enquanto a Microsoft tentava transformar seu produto em uma central de entretenimento, com capacidade de acessar recursos de televisão e música, a Sony manteve o foco nos jogos, o que acabou por ser uma escolha acertada. Em termos de inovação, a oitava geração apresentou poucas diferenças para a sétima, sendo somente um aperfeiçoamento dos equipamentos anteriores, que garantiam aos aparelhos uma performance melhor. A Nintendo seguiu com sua proposta, lançando em WiiU no final de 2012.

Em termos de capacidade sonora, a sexta, a sétima e a oitava gerações não apresentaram grande avanço ao que já havia sido atingido na quinta. A maior capacidade de armazenamento e processamento fez com que as trilhas sonoras pudessem se tornar maiores e o áudio pudesse ser incorporado à jogabilidade, não só nos chamados jogos musicais (como os de dança e de emulação de instrumentos, como mencionamos) como nos jogos onde a trilha sonora não era o foco central. O uso de música licenciada se tornou tão comum que é difícil até mesmo estabelecer marcos (COLLINS, 2008b). Por ter atravessado todas essas gerações, talvez a série de jogos que melhor sintetize essa evolução seja a *Grand Theft Auto*, conhecida popularmente como GTA.

O primeiro jogo da série foi lançado em 1997 e colocava o jogador na pele de um ladrão de carros, que precisava realizar missões especiais (envolvendo roubo e uma variedade de outros crimes) para “subir” na hierarquia do crime. Essa ambientação inusitada, que colocava os jogadores no lugar dos vilões, rendeu bastante polêmica (a série enfrentou uma batelada de processos pedindo a proibição de vendas de seus jogos) e lucros astronômicos: a franquia, que conta com 15 produtos (entre jogos e expansões), vendeu mais de 114 milhões de cópias de seus produtos já acumulam lucro de mais de 3 bilhões de dólares (KUSHNER, 2015).

A ação dos jogos se desenvolve em cidades fictícias inspiradas em cidades reais: Liberty City é Nova Iorque, Los Santos é Los Angeles e Vice City é Miami. GTA foi um dos primeiros jogos a trazer o conceito de “mundo aberto<sup>27</sup>”, explicado dessa maneira por Kushner:

GTA era brilhante por ser um universo amplo e aberto a ser explorado. Nada de placar a ser batido ou princesa a ser salva. O jogador podia simplesmente enfiar a espingarda na cara de um caminhoneiro, aumentar o volume do rádio ao máximo, socar o pé no acelerador. Atropelar pedestres, postes e qualquer coisa imbecil o suficiente para ficar na frente e curtir o momento. (KUSCHNER, 2015).

---

<sup>27</sup> Em inglês, *sandbox*.

Nos dois primeiros, a ação era vista de cima, com gráficos bastante simples, em duas dimensões. A partir de *GTA III* (2002), o ponto de vista adotado é mais próximo ao personagem, agora desenhado em 3D. Esse tipo de perspectiva influenciou fortemente a indústria, ao ponto de *Grand Theft Auto III* ser considerado um dos jogos mais influentes de todos os tempos.<sup>28</sup> Apesar de lançado em 2013, *GTA V*, última versão do jogo, ainda figura nas listas de mais vendidos de 2016<sup>29</sup>, 2015<sup>30</sup> e 2014<sup>31</sup>.

A citação a “aumentar o volume do rádio” no livro de Kuschner não é por acaso. Desde o início da série, a música ocupa um papel de destaque em *GTA*. Em *GTA*, a trilha sonora não é onipresente. A música se apresenta somente naqueles momentos em que o personagem estaria ouvindo. Nos outros momentos, a sonoplastia consiste dos ruídos dos passos, o barulho dos carros, das buzinas e sirenes, enfim, sons que formam o que Murray Schafer chama de “paisagem sonora da sociedade pós-industrial” (SCHAFER, 2001). Como diz Miller:

Não há praticamente nenhuma música não-diegética nos jogos de *GTA*. Em vez disso, o jogador ouve música de “estações de rádio” específicas de jogo que só estão presentes em lugares onde os personagens do jogo podem encontrá-las plausivelmente: nas lojas, nas casas e carros dos aliados do avatar e nos carros que o jogador rouba. (MILLER, 2007. p. 402<sup>32</sup>).

A utilização das “estações de rádio” dentro do jogo se mostrou uma ferramenta interessante de personalização da ação. Ao invés de ouvir uma música especialmente composta para aquele momento, ou uma canção já existente licenciada e escolhida pelo programador para acompanhar aquela ocasião, o jogador tem a liberdade de escolher uma *playlist* dentro de uma gama de opções.

As estações de rádio controladas por jogadores não só aumentam a verossimilhança e as qualidades imersivas de cada mundo do jogo, mas também incentivam os jogadores a associar músicas em particular a personagens e lugares. Além disso, ao criar listas de reprodução de rádio que pretendem representar country clássico, reggae, rock, house, funk, hip-hop e outros gêneros, com quinze músicas cada, os designers de jogos estão construindo cânones. (MILLER, 2007. p. 404<sup>33</sup>).

A partir de *GTA II* (1999), as estações passaram a contar com locutores, que anunciavam a programação musical e produtos fictícios. Esse recurso, que começou como uma piada dos

<sup>28</sup> <http://www.ign.com/articles/2007/12/11/igns-top-10-most-influential-games> visitado em 23/04/2017.

<sup>29</sup> <https://www.forbes.com/sites/insertcoin/2017/01/23/the-best-selling-games-of-2016-reveal-a-few-surprises/#295c9d9608e5> visitado em 12/07/2017.

<sup>30</sup> <https://venturebeat.com/2016/01/14/2015-npd-the-10-best-selling-games-of-the-year/> visitado em 12/07/2017.

<sup>31</sup> <https://www.forbes.com/sites/erikkain/2015/01/19/the-top-ten-best-selling-video-games-of-2014/#38bb5f2f82cf> visitado em 12/07/2017.

<sup>32</sup> Tradução nossa.

<sup>33</sup> Tradução nossa.

programadores, mas ficou mais sofisticado em *GTA III* (2002), com a inserção de *talk radios*, onde personagens discutiam questões diversas das cidades fictícias onde os jogos se passam. Além disso, os locutores passaram a ter estilos e personalidades diferentes, marcando o perfil de cada uma das estações. No jogo seguinte à *GTA III*, *GTA: Vice City* (2002), a programação musical das rádios fez tanto sucesso que a gravadora Universal (através de seu selo *Interscope*) lançou CDs com as *playlists* das 7 estações musicais. Isso se repetiu no jogo seguinte, *GTA: San Andreas* (2004).

Os locutores em *GTA III*, *GTA: Vice City* e *GTA: San Andreas* são personagens criados para aumentar a verossimilhança da experiência de jogo. A partir de *GTA: San Andreas*, alguns desses personagens-locutores passaram a ser dublados por celebridades do mundo da música, como o cantor de funk George Clinton (que dá voz ao DJ The Funktipus, da estação *Bounce FM*) e o vocalista da banda Guns 'n Roses Axl Rose (que vive Tommy "The Nightmare" Smith, locutor da rádio de rock clássico *K-DST*. Smith seria o ex-vocalista de uma banda de rock progressivo dos anos 70 e passa os programas falando do "estilo de vida Rock'n Roll e criticando sua ex-mulher). Embora a programação musical fosse um sucesso comercial (como nos indica o fato de serem comercializadas independentes dos jogos), a locução até esse ponto ainda funciona somente como elemento lúdico e alívio cômico.

Em *GTA IV* (2008), 19 das 20 estações de rádio musicais do jogo (o dobro de *GTA: San Andreas*) têm como locutores personalidades reais da indústria da música. Dessa vez, no entanto, esses artistas não interpretam personagens, mas sim representam eles mesmos. Embora não seja a primeira vez que celebridades do mundo real aparecem em jogos da série (o cantor Phil Collins aparece em uma das missões de *GTA: Vice City Stories* (2006)), é a primeira vez que elas aparecem em uma posição relacionada à música. Dessa vez, ao invés de entregar o produto para uma gravadora, a própria produtora da franquia lançou CDs contendo a trilha sonora dos jogos. Em 2013, *GTA V* trouxe 17 estações, também com artistas do mundo real como locutores (Figura 10). Lançado mais uma vez pela *Rockstar Games* em uma versão com 3 álbuns (disponíveis em CDs ou LPs), o jogo foi o primeiro a lançar uma trilha sonora especialmente composta para ele. Além disso, em 2015, The Alchemist e Oh No (dois *rappers* que haviam licenciado faixas para o jogo) lançaram um álbum de estúdio somente com faixas deles compostas para a estação fictícia *The Lab*. O álbum foi chamado de *Welcome to Los Santos* – em referência ao cenário de *GTA V*, que corresponde a uma parte da Califórnia.

Figura 10 – Captura de tela do jogo *GTA V*, mostrando a seleção das estações de rádio



(Fonte: GTA Wiki)

Collins (2013b), citando as pesquisas de Kiri Miller, reforça essa ideia de resignificação de uma música pela experiência associada ao ouvir:

(Miller) descobriu que os jogadores desenvolveram um gosto por músicas diferentes e ouviram música de uma nova maneira. Canções familiares assumiram um novo significado no contexto do jogo. Isso sugere que os jogos podem se tornar (e estão se tornando) uma nova maneira de ouvir música em geral. Enquanto o vídeo musical trouxe novas formas de ouvir música (através de uma narrativa ou vídeo de performance), os jogos de videogame estão criando uma nova maneira de ouvir através da interação no jogo. (COLLINS, 2013b, p. 131).

A influência dessas novas formas de se ouvir músicas sobre a formação do gosto musical será discutida nos próximos capítulos.

### 1.7 – O som infinito: a nona geração

Ainda estamos no início dessa geração, marcada pelo lançamento do Playstation 5, da Sony, e o Xbox Series S, da Microsoft, ambos em novembro de 2020. Os novos consoles tentam fazer a transição entre o uso de mídias físicas e a comercialização de jogos em formato totalmente digital. Por enquanto, a maioria dos jogos lançados para essa geração também tem versão para a geração anterior. Isso acaba por limitar um pouco as inovações que podem ser utilizadas pelos aparelhos mais novos, subutilizando suas capacidades técnicas. Assim, só

podemos especular os novos usos que essas plataformas terão no processo de prescrição musical.

As plataformas de Streaming de música, como Spotify, Deezer e Apple Music, já são uma realidade. Aos poucos, plataformas de streaming de jogos, como a Google Stadia, a xCloud, a Amazon Luna e a Playstation Now, começam a se popularizar, embora ainda estejam disponíveis somente nos Estados Unidos e Canadá. Por isso, não nos parece irreal imaginar que o próximo passo possa ser uma integração entre esses dois tipos de serviço. Assim, as trilhas sonoras de *games* não teriam mais a restrição do espaço de armazenamento, podendo se expandir para conter quantas horas de música quanto for do desejo de seus produtores. Além disso, seria possível que as trilhas fossem atualizadas constantemente, incluindo músicas lançadas após a estreia dos jogos. Isso corrigiria o problema apontado por Karen Collins ao dizer que músicas ultrapassadas poderiam acelerar a obsolescência dos jogos (COLLINS, 2008a, p. 122).

Em abril de 2020, o rapper Travis Scott fez uma “apresentação virtual” dentro do jogo Fortnite, assistida por 14 milhões de fãs<sup>34</sup>. Com a pandemia de Covid-19 impedindo a realização de shows ao vivo, a opção por se apresentar em ambientes virtuais vem sendo mais e mais levada em conta<sup>35</sup>. Em 29 de junho de 2022, a cantora brasileira Anitta, lançou uma música e um clipe em parceria com os desenvolvedores do jogo para celulares *Free Fire*, além de uma personagem inspirada nela, A patroa<sup>36</sup>. Considerando o tamanho da indústria de games e sua relevância dentro da cultura atual, podemos imaginar que os jogos eletrônicos cada vez mais se tornarão palco para lançamentos de novas músicas e artistas. Assim, precisamos pensar em como esses novos suportes influenciarão na formação do gosto musical das novas gerações.

No próximo capítulo, fazemos um sobrevoo por algumas teorias que tentaram explicar como se forma o gosto por música.

---

<sup>34</sup> <https://g1.globo.com/pop-arte/games/noticia/2020/04/24/travis-scott-faz-show-em-fortnite-para-14-milhoes-de-fas.ghtml>

<sup>35</sup> <https://www.techtudo.com.br/listas/2021/11/fortnite-confira-seis-famosos-que-ja-fizeram-shows-no-game-esports.ghtml>

<sup>36</sup> <https://www.uol.com.br/splash/colunas/lucas-pasin/2022/06/21/saiba-tudo-sobre-tropa-novo-clipe-de-anitta-em-parceria-com-free-fire.htm>

## 2. O GOSTO MUSICAL

*Hoje em dia a tendência é que a música faça sucesso não pelo talento do cantor, mas pela cor das meias que ele decide usar.*  
Malcolm McLaren

Apesar do dito popular dizer que “gosto não se discute”, há uma longa tradição de pensamento sobre o próprio gosto, em que tentam definir conceitos e/ou estabelecer parâmetros que orientem o mesmo. Assim, nessa parte elaboraremos um panorama teórico de algumas das ideias mais relevantes sobre o gosto desenvolvidas por diferentes áreas do conhecimento humano, tentando mostrar como existem diferentes discursos em disputa.

A discussão sobre gosto não é nova. Ao longo da história do pensamento ocidental, estudiosos de diferentes áreas do conhecimento se debruçaram numa tentativa de entender o que é o gosto e por que as pessoas gostam daquilo que gostam. Não temos aqui a pretensão de mapear completamente o debate e, muito menos, esgotar a questão, mas, sim, de fazer um breve mapeamento das principais abordagens dedicadas ao tema, buscando estabelecer um paralelo entre as explicações da filosofia, da sociologia e da neurociência. Tampouco é o objetivo fazer uma síntese dessas explicações, já que essas muitas vezes são conflitantes. O objetivo dessa seção é demonstrar como ao longo dos séculos houve uma mudança epistemológica na maneira como se entendeu o gosto, e por consequência uma mudança na forma que se percebia a construção do gosto. Se na filosofia o gosto estava relacionado ao reconhecimento da beleza dos objetos (posição que é hegemônica até o início do século XX), na sociologia o gosto é construído externamente ao indivíduo, seja pela indústria cultural ou pela sociedade. No entanto, no século XXI, a neurociência produz um discurso sobre o gosto que desloca o debate das relações intersubjetivas para um plano informacional: o gosto passa a ser o resultado de estímulos que se apresentam ao sistema nervoso e que o faz produzir hormônios que geram prazer ou desprazer. Trata-se o gosto como um sistema cibernético em que *inputs* produzem *outputs* que autorregulam o sistema. Defende-se que a concepção da neurociência é importante para esta pesquisa porque dá norte ao desenvolvimento dos mecanismos de recomendação automática de música. Quando falamos em algoritmos de recomendação musical, estamos, mesmo que de forma indireta, acionando esse entendimento dos processos de gosto que advém de uma investigação mais biologizante do objeto.

Como na epígrafe, pondera-se que os fatores que levam à construção (ou ativação) do gosto musical ultrapassam a simples avaliação da matéria sonora, permeando outros aspectos da vida daquele que ouve.

## 2.1 – O gosto musical

Antes de começarmos, é importante diferenciar a discussão sobre gosto do campo da estética. Neste trabalho, o debate não se dá na definição daquilo que é belo ou não, como pretendem os estetas, mas sim em pensar naquilo de que as pessoas gostam, sejam esses objetos alvo do gosto considerados belos ou não. Embora nem todos os autores mencionados trabalhassem especificamente com o gosto musical, buscamos aproximar (sem distorcer) suas teorias para fazer essa análise.

Gosto sempre foi tido como um tema “menor” para a filosofia. Na hierarquia dos sentidos, a associação com o paladar dava ao debate sobre gosto um aspecto menos nobre, associado à satisfação de necessidades humanas ligadas demais ao corpo e, portanto, distante da elevação do espírito. É curioso notar que mesmo um dos maiores clássicos da filosofia clássica, “O Banquete”, não traz menções ao gosto. Foi somente com “A fisiologia do gosto”, de Brillat-Savarin, já no século XIX, que o sentido passou a ser objeto de reflexão.

Assim, se a ideia de gosto musical é pouco presente nos trabalhos filosóficos, o importante é reunir pistas que possibilitem entender como essas proposições influenciam na prática a questão da prescrição musical.

## 2.2 – O amor à beleza em Platão

Já nos primórdios da filosofia, a preocupação com o gostar se mostra presente. Embora não fosse central na obra de Platão, o tema aparece indiretamente na discussão sobre a verdade e a beleza. Em seu livro “Gosto”, o italiano Giorgio Agamben explicita essa ligação sutil do pensamento platônico com as questões referentes ao ato de apreciar. O gostar estaria na relação entre a sabedoria (que não tem uma imagem que possa ser percebida) e a beleza (que é aquilo que existe de mais visível). Assim, para Agamben,

Na falta de *éidolon* da sabedoria e na particular visibilidade da beleza, o que está em jogo é, portanto, o problema metafísico original da fratura entre o visível e o invisível, aparência e ser. O paradoxo da definição platônica de beleza é a visibilidade do invisível, a aparição sensível da ideia. (AGAMBEN, 2017, p. 17).

Assim, o gostar seria a capacidade de perceber o imperceptível nas coisas perceptíveis, de ir além do que é aparente. Isso fica mais evidente na obra de Platão em sua teoria do amor, em que o filósofo grego traça um caminho que vai da percepção da beleza para a ciência do belo, chegando ao fim ao belo em si, que transcende a ciência. Agamben (2017, p. 20) diz que “A tarefa fundamental que Platão atribui à teoria do amor é, portanto, a de garantir o nexos (a unidade e, ao mesmo tempo, a diferença) entre beleza e verdade, entre o que há de mais visível e a invisível evidência da ideia”. No entanto, o filósofo grego faz uma ressalva: é “impossível apreender a verdade permanecendo no terreno das aparências e da beleza visível” (AGAMBEN, 2017, p. 20). O italiano desenvolve então:

Por isso, o nexos verdade-beleza é o centro da teoria platônica das ideias. A beleza não pode ser conhecida, a verdade não pode ser vista; mas precisamente esse entrelaçarse de uma dupla impossibilidade define a ideia e a autêntica salvação das aparências que ela realiza no “outro saber” de Eros. (...) A teoria platônica do amor não é, porém, apenas a teoria de um saber outro, mas também, e na mesma medida, a teoria de um “outro prazer”. (AGAMBEN, 2017, pp. 22-23).

Logo, para Platão, o amor as coisas é uma investida de se conectar a essência delas ao belo em si. É uma tentativa da impossível síntese entre a verdade e a beleza, que gera o prazer da fruição. Tal concepção metafísica platônica vai influenciar fortemente, na opinião de Agamben (2017, p. 24), o pensamento filosófico futuro, ao propor (“ingenuamente”, ressalta o italiano) a estética como “ciência do belo” e “doutrina do gosto”. A própria utilização da palavra “gosto”, associada na maior parte das línguas ocidentais ao sentido do paladar indica essa preponderância platônica, uma vez que o “gosto” seria um sentido menos “analísável” do que a audição e visão. Neste sentido, a “ideia de uma outra forma de conhecimento, que se opõe tanto à sensação quanto à ciência, e é ao mesmo tempo prazer e saber, é o traço dominante das primeiras definições de gosto como juízo sobre o belo” (AGAMBEN, 2017, p. 25).

### 2.3 – O “saber que não se sabe” de Montesquieu

“O gosto” é um ensaio inacabado de Montesquieu, encomendado originalmente para fazer parte da *Encyclopédie*, dirigida por D’Alembert e Diderot. O texto se destaca por se afastar, mesmo que sutilmente, da perspectiva proposta por Platão, que o autor acusa de ver “como qualidades positivas todas as qualidades relativas da alma” (MONTESQUIEU, 2005, p. 11) e que, se são todas positivas, nada mais significam. Para ele, o gosto seria “um saber que não se sabe”.

A definição mais geral de gosto, sem considerar se se trata de um bom gosto ou de um mau gosto, um gosto adequado ou não, é aquilo que nos liga a uma coisa por meio do sentimento, o que não impede que ele possa aplicar-se às coisas do intelecto, cujo conhecimento dá tanto prazer à alma que essa é mesmo a única felicidade que certos filósofos conseguem compreender. (MONTESQUIEU, 2005, p. 17).

Para o francês, o gosto tem duas categorias que estariam presentes em todos os indivíduos: o gosto natural e o gosto adquirido. Essa divisão seria fruto da separação entre o corpo e a alma. A alma teria prazeres próprios, independentes dos saberes e dos sentidos, que influenciariam a maneira de ser de cada um.

De início, seria possível pensar que para ter gosto bastaria conhecer as diversas fontes de nosso prazer; e que depois de lermos o que a filosofia tem a dizer a respeito, teríamos gosto e poderíamos nos atrever a julgar as obras. Mas o gosto natural não é um conhecimento teórico; é uma aplicação direta e requintada de regras que não conhecemos bem. Não é necessário saber que provém da surpresa o prazer que nos é dado por algo que consideramos belo; basta que nos surpreenda, e que nos surpreenda tanto quanto deve surpreender, nem mais nem menos.

Assim, o que podemos dizer aqui, bem como todos os preceitos que poderíamos dar para a formação do gosto, só podem dizer respeito ao gosto adquirido, mesmo que indiretamente digam respeito ao gosto natural, porque o gosto adquirido afeta, muda, aumenta e diminui o gosto natural, tanto quanto o gosto natural afeta, muda, aumenta e diminui o gosto adquirido. (MONTESQUIEU, 2005, pp. 16-17).

O autor passa a então discorrer sobre quais seriam os elementos que formariam o gosto: a curiosidade, a ordem, a variedade, a simetria, os contrastes, a surpresa, a sensibilidade, a delicadeza e o “*non sei o quê*” (*je ne sais quoi*). É importante observar que, já em 1753, Montesquieu abordava alguns temas que seriam recorrentes às teorias futuras, como a determinação do gosto pelos órgãos que experimentam os objetos e a necessidade do equilíbrio entre a novidade e a repetição.

## 2.4 – Hume e o padrão de gosto

O gosto é um tema que perpassa toda a obra de David Hume, mas foi objeto específico de um ensaio publicado em 1757, apenas dois anos após a morte de Montesquieu. Hume talvez tenha sido o primeiro a apontar para uma subjetividade inescapável na apreciação do belo, mesmo entre pessoas que compartilham experiências.

Homens do mais limitado conhecimento conseguem notar diferença de gosto no estreito círculo de suas relações, inclusive onde as pessoas tenham sido educadas sob o mesmo governo e imbuídas desde cedo dos mesmos preconceitos. (HUME, 2008, p. 173).

Isso acontece porque, para ele, a beleza não é algo inerente aos objetos, mas sim no olhar daqueles que os percebem (HUME, 2008, p. 176). Assim, o escocês aponta que: embora seja natural buscar um padrão do gosto que possa ser compartilhado entre todos os seres humanos, tal tentativa sempre será falha, justamente pela diferença entre juízo e sentimento.

Todo sentimento é correto, porque não tem referência a nada além de si mesmo, e é sempre real onde um homem tenha consciência dele. Mas nem todas as determinações do entendimento são corretas, porque têm referência a algo além de si mesmas, a saber, dizem respeito a fatos reais e nem sempre são conformáveis àquele padrão. Dentre mil opiniões diferentes que os homens possam ter sobre um mesmo assunto, há uma, e somente uma, justa e verdadeira, e a única dificuldade é fixá-la e assegurá-la. Ao contrário, mil sentimentos diferentes suscitados pelo mesmo objeto são todos eles corretos, porque sentimento algum representa o que existe realmente no objeto. (HUME, 2008, pp. 175-176).

No entanto, o próprio autor admite que, mesmo tendo isso em mente, o princípio da igualdade entre gostos é esquecido quando comparados objetos de alguma forma absurdos (HUME, 2008, p. 177). Hume então aponta que existem princípios universais para o gosto, e o que diferiria seria a interpretação individual do significado dessas ideias. Por mais que se pense em elegância, simplicidade e propriedade, por exemplo, como valores positivos e desejáveis às obras de arte, não é possível chegar a um consenso sobre o significado de cada um desses conceitos. O juízo de gosto seria falho graças às imperfeições dos órgãos (ideia não muito diferente do que já afirmava Montesquieu) ou aos vícios dos próprios críticos.

Assim, ainda que os princípios do gosto sejam universais e, se não inteiramente, ao menos quase os mesmos em todos os homens, são poucos os qualificados para julgar qualquer obra de arte ou estabelecer o próprio sentimento como padrão de beleza. Os órgãos da sensação interna raramente são tão perfeitos para permitir pleno desempenho dos princípios gerais e para produzir um sentimento correspondente a esses princípios. Ou carregam o fardo de algum defeito, ou estão viciados por algum desarranjo e, desta maneira, despertam um sentimento que pode ser declarado errôneo. (HUME, 2008, p. 186).

Porém, mesmo que se atingisse um padrão universal de gosto, para David Hume ele ainda poderia ser nublado pelos humores dos homens, pelos seus preconceitos e pelas fases da vida (HUME, 2008, p. 188). Para minimizar essas distorções, seria necessário àquele que se propõe a julgar os objetos artísticos, delicadeza e experiência, o que permitiria fazer comparações mais justas.

## 2.5 – Kant e o julgamento da beleza e do gosto

“*Kritik der Urteilskraft*” (traduzido como “Crítica ao julgamento”, “Crítica à faculdade do juízo” ou “Crítica à faculdade do julgar”) é a terceira das “Críticas” de Immanuel Kant.

Sucedendo “Crítica da razão pura” (1781) e “Crítica da razão prática” (1787), essa obra de 1790 tem como objeto a ideia de “juízo estético”.

Kant, através de suas análises, procurou atribuir a seus conceitos uma característica de universalidade. Para isso, ele parte da ideia de que as faculdades da alma são três: a de conhecer, a de desejar e a de sentir prazer ou desprazer. (KANT, 2016). No entanto, o juízo de gosto não teria um lugar claro dentro dessas faculdades, posicionando-se entre o conhecer e o sentimento de prazer e desprazer. Remetendo ao autor original, Giorgio Agamben explica:

O juízo de gosto é, em outras palavras, uma excedência do saber, que não conhece (um “juízo com o qual não se conhece nada”), mas se apresenta como prazer, e uma excedência do prazer que não goza (...) mas se apresenta como saber. Mas, precisamente por essa situação fundamentalmente híbrida, ele é o termo médio que “efetua a passagem da pura faculdade de conhecer, vale dizer, do domínio dos conceitos da natureza, ao domínio dos conceitos da liberdade; do mesmo modo como, no uso lógico, torna possível a passagem do entendimento à razão”. (AGAMBEN, 2017, p.39).

Para Kant, o estabelecimento da ideia de gosto não é tão difícil nem tão central. Para ele, “a definição do gosto que está aqui no fundamento é a seguinte: ele é a faculdade do julgamento do belo. Quanto ao que é exigido para denominar belo um objeto, isto tem de ser descoberto pela análise dos juízos de gosto”. (KANT, 2016, p. 99). Logo, para trabalhar o conceito de juízo de gosto, o autor alemão faz a crítica da análise do belo quanto à quantidade, à qualidade, à relação dos fins que é nele tomada em consideração e à modalidade da satisfação com o objeto. Nessa primeira parte, a conclusão parece ser a de que por mais que o belo exista, o juízo de gosto puro somente é possível numa contemplação desinteressada e que a faculdade do juízo de gosto é subjetiva, pois obedece a leis que são resultado de um acordo sem concordância objetiva, fruto da relação entre entendimento e imaginação. Ou, como simplifica Agra Filho:

(...) o juízo de gosto é formal e, apesar de subjetivo, é universal e necessário: a forma deve agradar a todos. Mas não se trata aqui de um imperativo categórico, incondicional, objetivo, como estabelecido na segunda Crítica; estamos diante de uma universalidade mediata, subjetiva. Nesse sentido, o juízo sobre o belo não é determinante ou fundado numa norma abstrata e antecipatória do mundo do ser; é, por assim dizer, o juízo da espera e da promessa, pois não pode impor seus veredictos, cingindo-se a partilhar seus julgamentos a partir do exemplo, do fenômeno particular, na esperança de que a comunidade dê o assentimento à sua crítica (AGRA FILHO, 2011, pp. 183-184).

Ele passa então a construir antinomias (afirmações simultâneas de proposições opostas entre si, mas igualmente críveis) para então tentar se chegar a uma conclusão. Dessas, a que nos interessa neste trabalho é a que diz respeito ao gosto. As premissas das quais o autor parte são bastante conhecidas do público em geral: de um lado, a alegação de que “cada um tem seu

próprio gosto”, ou seja, “que o fundamento de determinação desse juízo é meramente subjetivo (prazer ou dor); e o juízo não tem direito ao necessário assentimento dos outros” (KANT, 2016, p. 235). Por outro lado, o enunciado de que "sobre o gosto não se pode disputar", que implica no

fundamento de determinação de um juízo de gosto pode até ser objetivo, mas não pode ser reduzido a conceitos determinados; por conseguinte, nada pode ser decidido sobre o juízo com base em provas, ainda que se possa perfeitamente, e com razão, discutir sobre ele. (KANT, 2016, p. 235).

Assim, constrói-se a seguinte antinomia:

- 1) Tese: o juízo de gosto não se funda em conceitos; pois do contrário se poderia disputar sobre ele (decidir por meio de provas).
- 2) Antítese: o juízo de gosto se funda em conceitos; pois do contrário não se poderia, apesar da sua variedade, // sequer discutir sobre ele (ter pretensão à concordância necessária de outrem com esse juízo). (KANT, 2016, p. 236).

A solução para essa questão, considerada insatisfatória para Agamben, foi referir-se a um fundamento suprassensível e admitir que “as fontes do juízo do gosto permanecem desconhecidas para nós” (AGAMBEN, 2017, p. 40).

A teoria kantiana sobre o gosto passa a constituir a abordagem filosófica dominante, influenciando fortemente, seja por afinidade ou por oposição, autores como Georg Hegel, que vão se dedicar a tentar definir o belo.

## 2.6 – O gosto massificado em Adorno

A partir do final do século XIX, a sociologia passa a disputar com a filosofia o papel da explicação dos fenômenos humanos coletivos. A partir do pensamento de autores como Marx, Weber e, principalmente, Durkheim (que introduz a ideia de “fato social”), busca-se cada vez mais na sociedade a razão dos comportamentos dos indivíduos que nela habitam. Dentro da sociologia, um dos primeiros autores a se aprofundar na questão do gosto foi Theodor W. Adorno. Para pensarmos na questão do gosto dentro da Teoria Crítica de Adorno, é preciso primeiro entender o contexto da Indústria Cultural, que formata o pensamento do autor frankfurtiano.

A expressão “Indústria Cultural” não se refere somente aos meios de comunicação massiva, mas também a toda uma lógica de produção que vigora nestes. Essa lógica tem a ver com a padronização dos produtos culturais, simplificados de forma a facilitar seu consumo por todos. A arte passa, então, a ser vista somente como uma mercadoria e o receptor como

consumidor. No caso específico da música, Adorno vai falar em “estandardização” da música popular:

Toda a estrutura da música popular é estandardizada, mesmo quando se busca desviar-se disso. A estandardização se estende dos traços mais genéricos até os mais específicos. (...) Os tipos gerais de hits são também estandardizados: não só os tipos de música para dançar, cuja rígida padronização se compreende, mas também os tipos "característicos", como as canções de ninar, canções familiares, lamentos uma garota perdida. E, o mais importante, os pilares harmônicos de cada hit – o começo e o final de cada parte – precisam reiterar o esquema-padrão. Esse esquema enfatiza os mais primitivos fatos harmônicos, não importa o que tenha intervindo em termos de harmonia. Complicações não têm consequências. Esse inexorável procedimento garante que, não importa que aberrações ocorram, o hit acabará conduzindo tudo de volta para a mesma experiência familiar, e que nada fundamentalmente novo será introduzido. (ADORNO, 1986, p. 116-117).

Assim, dentro desta lógica “estandardizada”, Adorno vai dizer que já não existe mais gosto. Se todas as músicas são “iguais”, o gosto é substituído por um sentido de reconhecimento.

Se perguntarmos a alguém se "gosta" de uma música de sucesso lançada no mercado, não conseguiremos furta-los à suspeita de que o gostar e o não gostar já não correspondem ao estado real, ainda que a pessoa interrogada se exprima em termos de gostar e não gostar. Em vez do valor da própria coisa, o critério de julgamento é o fato de a canção de sucesso ser conhecida de todos; gostar de um disco de sucesso é quase exatamente o mesmo que reconhecê-lo. O comportamento valorativo tornou-se uma ficção para quem se vê cercado de mercadorias musicais padronizadas. (ADORNO, 1996, p. 66).

Portanto, podemos dizer que para Adorno o gosto é o resultado da lógica da indústria cultural: as pessoas gostam daquilo que é oferecido para elas gostarem. Os ouvintes (transformados em consumidores) são incapazes de se tornar ativos, restando a eles somente uma pseudoatividade, ou, nas palavras de Farias e Costa, “escolhem aquilo que foram inclinados a escolher” (ADORNO, 2015, p. 94).

## **2.7 – O gosto como distinção em Bourdieu**

A perspectiva de gosto de Pierre Bourdieu dialoga com a de Immanuel Kant desde o título: enquanto o livro do filósofo que trata do assunto chama-se “Crítica do julgamento”, o trabalho do sociólogo francês que se dedica ao tema tem como subtítulo “A crítica social do julgamento”. Bourdieu contrapõe-se a uma visão kantiana de que o belo seria algo objetivamente definível, possibilitando a existência de um “gosto puro”, que se trataria na capacidade de reconhecer essa característica do “belo absoluto”. Para o sociólogo, o “gosto puro” não existe, uma vez que o juízo de gosto não é objetivo, e sim resultado de uma complexa

rede de relações socioculturais. O gosto é descrito como um mecanismo de distinção entre as classes sociais. Para entender isto, é preciso passar pelo conceito de *habitus*:

*O habitus é uma noção mediadora que ajuda a romper com a dualidade de senso comum entre indivíduo e sociedade ao captar "a interiorização da exterioridade e a exteriorização da interioridade", ou seja, o modo como a sociedade se torna depositada nas pessoas sob a forma de disposições duráveis, ou capacidades treinadas e propensões estruturadas para pensar, sentir e agir de modos determinados, que então as guiam nas suas respostas criativas aos constrangimentos e solicitações do seu meio social existente. (CATANI ET AL, 2017, p. 214)*

Podemos dizer ainda que o *habitus* é durável, mas não imutável. No entanto, “é dotado de *inércia incorporada*, na medida em que o *habitus* tende a produzir práticas moldadas depois das estruturas sociais que as geraram” (CATANI ET AL, 2017, p.214). Aí podemos inserir outro conceito importante na obra de Pierre Bourdieu, o de *capital cultural*.

O capital cultural seria o patrimônio cultural composto do conjunto de estruturas mentais, uso da língua culta, disposições estéticas, cultura geral, posturas corporais etc., os quais podem converter-se em vantagens a seus detentores. Contudo, é preciso fazer uma ressalva: a capacidade de garantir vantagens só é possibilitada se esse capital cultural é legitimado pelas classes sociais dominantes, servindo assim como um elemento de distinção entre as classes sociais.

O capital cultural apresenta-se em três estados: institucionalizado, objetivado e incorporado. O capital cultural institucionalizado pode ser medido pela formação acadêmica do indivíduo, quantidade de diplomas ou tempo dedicado ao estudo. O capital cultural objetivado é aquele expresso materialmente através de bens, como pinturas, livros e discos (devidamente legitimados, pois não basta ter muitos bens culturais, devem ser os bens “certos”). Por fim,

*O estado incorporado nos mostra que a acumulação de capital cultural exige, por parte do indivíduo, uma incorporação que pressupõe um trabalho de inculcação e de assimilação, um tempo que deve ser investido pessoalmente pelo sujeito, um trabalho de aquisição do sujeito sobre si mesmo. Sintetizando: um investimento paciente e árduo no mundo das economias simbólicas (FARIAS; COSTA, 2015, p. 96).*

Logo, para Bourdieu o gosto seria parte do capital cultural, em parte construído no estado institucionalizado dos bancos de escola, mas principalmente no estado incorporado, dentro da família e das redes de sociabilidade próximas. O gosto herdado de uma parcela da sociedade é legitimado pelas instituições e passa a ser considerado como “bom gosto”, mesmo que seja formado por produtos oriundos da Indústria Cultural.

## 2.8 – A pragmática do gosto em Hennion

O pensamento de Antoine Hennion parte da teoria do ator-rede. O autor diz que seu objetivo era “afastar a sociologia do gosto de uma concepção crítica que havia se tornado hegemônica e que o concebe como nada mais que um jogo social passivo em grande parte ignorante sobre si mesmo” (HENNION, 2011, p. 255), colocando-se assim de certa maneira em oposição ao pensamento de Bourdieu, a quem acusa indiretamente de tratar o gosto meramente como “a máscara colocada pela cultura sobre a dominação”.(HENNION, 2011, p. 255).

Para a teoria do ator-rede, também chamada de “sociologia da tradução”, “sociologia das associações” ou simplesmente TAR, o social é aquilo que resulta das mediações que estabelecem associações entre atores humanos e não-humanos. Hennion, partindo então dessa forma de pensar, propõe que se estude o gosto não como algo estabilizado, imóvel, mas como performances de gosto.

Degustar não significa assinar sua identidade social, afixar-se uma etiqueta de conformidade a um determinado papel, observar um rito ou ler passivamente, de acordo com sua própria competência, as propriedades “contidas” num produto. Degustar é uma performance: é algo que age, que engaja, que transforma, que faz sentir. (HENNION, 2011, p. 260).

Assim, o autor propõe que, para analisar o gosto musical, é preciso lançar um olhar para quatro componentes que estão continuamente redefinindo e reconfigurando os gostos a partir de suas próprias construções: os *amadores*<sup>37</sup>, os *objetos* (que são alvo do gosto, no caso a própria música), os *dispositivos e condições* para se gostar e o *corpo* que experimenta o gosto (HENNION, 2011, p. 262). Nenhum desses componentes é visto como “dado”, ou pré-existente. Dessa forma, o gosto é uma atividade reflexiva, resultado da performance daquele que gosta:

O gosto, o prazer, o efeito não são variáveis exógenas ou atributos automáticos dos objetos, eles são o resultado reflexivo de uma prática corporal, coletiva e instrumentada, regulada pelos próprios métodos incessantemente rediscutidos: é por isso que preferimos falar de ligações e de práticas, o que coloca menos ênfase nas etiquetas e mais na atividade enquadrada das pessoas, e deixa aberta a possibilidade de considerar o que emerge dela. (HENNION, 2011, p. 263).

## 2.9 – O gosto na neurociência

---

<sup>37</sup> Que na obra de Antoine Hennion significa não só aquele que não é profissional em algo como também alguém que ama alguma coisa. Amaral (2014) intercambia esse termo com a expressão “fã”.

Desde o final do século XX, a neurociência vem disputando com outras formas de saber a primazia da explicação para diversos fenômenos sociais. Nas últimas décadas, o gosto musical também tem sido objeto de investigação por parte de neurocientistas, que através de exames e experimentos tentam mapear o gosto musical de uma perspectiva biológica. O interessante é que esses estudos, em primeira análise, parecem não negar as conclusões da sociologia. No entanto, a perspectiva biologizante trabalha em outro nível, distinto do recorte sociológico, uma vez que, ao explicar o ato de gostar ou não através de ligações sinápticas e descargas hormonais, o gosto passa a ser de uma de uma dimensão supra-individual (é uma questão de produção de prazer e desprazer pelo corpo; não pela mente), e não intersubjetiva. Além disso, o empirismo dos experimentos dos neurocientistas acaba por conferir características quantificáveis do gosto.

Finalmente, é decisivo notar que a neurologia apresenta uma explicação informacional do gosto. Na linha do evolucionismo darwiniano, entende-se que a produção do gosto resulta de um sistema informacional autorregulado (cibernético, portanto) pelo sistema nervoso, através do qual certos *inputs* (a música, por exemplo) geram uma resposta do cérebro, o qual transmite comandos aos órgãos responsáveis pelos hormônios, os quais geram uma sensação de prazer e desprazer. Assim, o gosto deixa de ser uma questão sobretudo de aprendizado (o gosto adquirido dos iluministas) e passa a ser um gosto manipulável via informações ministradas ao cérebro. Isso é radicalmente distinto de tudo o que se havia dito sobre o gosto até então.

Daniel J. Levitin (2010) explica, a partir do experimento de Lamont<sup>38</sup>, que crianças têm a capacidade de se recordar de músicas que foram ouvidas ainda dentro do útero, e demonstrariam preferência por sons que apresentam similaridade com aquilo que já conhecem. Segundo Jourdain (1998), isso acontece pois a familiaridade permite que o cérebro “antecipe” os sons que ainda estão por vir. Porém, é necessário um equilíbrio, pois as pessoas tendem a se desinteressar caso as músicas tornem-se previsíveis demais.

Em certo sentido, esquemas são tudo. Constituem o arcabouço do nosso entendimento; formam o sistema no qual situamos os elementos e interpretações de um objeto estético; eles informam nossos modelos e expectativas cognitivos. (...) Tendemos a não gostar de uma peça musical demasiado simples, considerando-a trivial, ou por demais complexa, considerando-a imprevisível – não nos parece associada a algo familiar. A música ou qualquer forma artística de real interesse precisa encontrar o equilíbrio entre simplicidade e complexidade para ser apreciada.

---

<sup>38</sup>Alexandra Lamont, psicóloga britânica que desenvolveu um experimento onde gestantes eram expostas a determinadas músicas ao longo da gravidez. Após o nascimento dos bebês, estes não voltavam a ser expostos a essas mesmas músicas até a ocasião do teste, quando a estes eram oferecidas duas músicas para que escolhessem, sendo uma delas aquela que havia sido tocada ao longo da gestação. O experimento concluiu que havia uma tendência de que os bebês escolhessem as músicas que ouviram ainda no útero de suas mães.

Simplicidade e complexidade têm a ver com familiaridade, e familiaridade é simplesmente outro nome para esquema. (LEVITIN, 2010, pp. 262-263).

Edmond Couchot também relaciona o que ele chama de “prazer estético” a uma capacidade de interpretar as informações contidas num objeto estético. Assim, “Para ser entendida, uma mensagem deve conter uma certa dose de redundância (ou de banalidade)” (COUCHOT, 2018, p. 100). A própria definição de prazer utilizada pelo autor reforça o caráter biologizante de sua análise, ao dizer: “O prazer (ou o desprazer) vivenciado nessas diferentes experiências<sup>39</sup> é proveniente de uma *sensação*<sup>40</sup>, esse estado *fisiológico*<sup>41</sup> produzido pelos estímulos recebidos pelos órgãos sensoriais” (COUCHOT, 2018, p. 65).

No entanto, as origens para o gosto musical encontram explicações muito menos claras na obra do neurologista Oliver Sacks. Em um dos capítulos de seu “Alucinações Musicais” (2007), ele descreve como um médico de 42 anos desenvolve uma súbita “musicofilia” após um acidente com uma descarga elétrica. Essa anedota é usada para questionar a relação entre o gosto por música (e por determinados estilos de música) com a anatomia e funcionamento eletroquímico do cérebro. Tal hipótese se colocaria contrária a noção de construção social do gosto musical que vinha sendo construída desde Adorno.

Parece haver aqui uma disputa pela primazia da explicação do gosto musical, onde as ciências exatas e biológicas se colocariam como mais capazes de elucidar os processos que nos levam a preferir determinados tipos de música do que as ciências sociais.

Quando Adorno fala que o gosto musical na indústria cultural se resume ao reconhecimento de padrões estandardizados, a crítica principal deve se voltar à pouca variedade desses padrões. Se somente um tipo de música é disseminado, só se cria familiaridade com um esquema, e “um cérebro carente de experiência musical é, necessariamente, um cérebro carente de discernimento musical” (JOURDAIN, 1998, p. 307). Se em Bourdieu a influência da família na construção de gosto se dá pela inserção a uma determinada classe social, os neurocientistas trazem uma explicação que se aproxima mais de uma composição biológica do cérebro. O artigo “Musical Preferences are Linked to Cognitive Styles” coloca claramente em sua conclusão que “as preferências musicais se diferenciam pelos 'tipos cognitivos de cérebros” (GREENBERG et al., 2015, p. 18).

Tanto Jourdain quanto Levitin parecem se aproximar da pragmática de gosto de Hennion ao pensar que a construção do gosto musical está ligada a uma rede de fatores que

---

<sup>39</sup> Estéticas.

<sup>40</sup> Grifo do autor.

<sup>41</sup> Grifo meu.

“não são nem 'pessoais' nem 'musicais’” (JOURDAIN, 1998, p. 335). Ainda para ele “a maioria das pessoas adquire seu gosto musical na adolescência, entre amigos da mesma idade, e leva consigo as preferências precoces até o túmulo. Essa força poderosa ultrapassa considerações da neurologia individual e da personalidade” (JOURDAIN, 1998, pp. 335-336). No entanto, Levitin vai além e explica que a formação do gosto na adolescência tem a ver com o processo de maturação e seleção neurais e com a mielinização do cérebro, que é concluída por volta dos 20 anos. O autor diz que

durante a adolescência o cérebro desenvolve conexões em velocidade explosiva – o que vem a ser consideravelmente moderado após esse período –, uma vez que nessa fase nossos circuitos neurais são estruturados a partir de nossas experiências. Esse processo se aplica à música que ouvimos; as novas formas de expressão musicais são assimiladas no arcabouço da música que ouvíamos durante esse período crucial. (LEVITIN, 2010, p. 261).

Essa perspectiva biológica do gosto na neurociência representa, assim, uma ruptura com a produção teórica que a sociológica do século XX. O gosto deixa de ser algo construído socialmente, e passa a ser algo induzido, ou mesmo manipulado, a partir da exposição de estímulos que levam ao cérebro a se comportar de uma maneira ou de outra. É uma conclusão perigosa, pois essa “naturalização” do gosto passa a enxergar o ser humano de forma quase que exclusivamente biológica, minimizando, ou mesmo negando, a influência social e cultural sobre a construção desse aspecto da subjetividade.

Não nos cabe aqui tomar partido de uma explicação ou outra, mas constatar que essa mudança será fundamental quando pensarmos na maneira como a indústria fonográfica lidava com seus consumidores no século XX e como passará a lidar no século XXI. Essa é a discussão do próximo capítulo.

### 3. PRESCRIÇÃO MUSICAL

*Curadoria não é antidemocrático ou 'elitista', o termo é tão usado agora que ficou sem significado. É um ato de generosidade - você está compartilhando o que você ama e o que inspirou você. (...) Algoritmos, por definição, são baseados em cálculos que tratam a audiência como um consumidor e nada mais.*

*Martin Scorsese*

*Entre escritor*

*e leitor*

*posta-se o*

*intermediário,*

*e o gosto.*

*do intermediário*

*é bastante intermédio.*

*(“Incompreensível para as massas”,*

*Maiakóvski)*

Este capítulo trata da ideia de prescrição musical. Além de uma tentativa de conceituação, buscaremos observar como historicamente agentes trabalharam para prescrever músicas ao público. Por fim, tentaremos observar como a mudança no discurso hegemônico sobre gosto afetou a maneira de se pensar a prescrição.

A preferência pelo uso da expressão “prescrição musical” como ideia ampla que abarca tanto a curadoria humana como os sistemas de recomendação musical automatizados pode soar estranha. Tomada de empréstimo da medicina, por muitas vezes a palavra “prescrever” é entendida como “forte demais”, com o peso de uma ordem. No entanto, mesmo na medicina, o ato de prescrever é somente um dos passos de uma negociação terapêutica, que depende da habilidade de aconselhamento do médico e nem sempre é obedecida pelo paciente. Sucupira (2007, p. 43) reconhece que “(...)práticas autoritárias, muitas vezes observadas na transmissão das informações e das condutas terapêuticas, têm efeito reduzido no que diz respeito à adesão por parte do paciente”.

A concepção neurológica do gosto acaba dando outro peso à questão da prescrição musical. Todas as explicações oferecidas para a formação do gosto musical não podem prescindir da seguinte constatação: uma pessoa só pode gostar ou não de um determinado tipo de música se ele toma conhecimento dela. Devemos então pensar nos “modelos de obtenção de informação musical” (AMARAL, 2010, p. 156). Nessa discussão, alguns termos vêm sendo utilizados para tentar explicar esses modelos. Os mais comuns são “recomendação musical”,

“curadoria musical” e “prescrição musical”. Embora semanticamente todos tenham capacidade de explicar o fenômeno observado, seu uso por determinadas áreas fez com que eles carregassem um sentido para além daquele explícito por suas denominações. “Recomendação musical” é amplamente utilizado pela área da informática para falar de sistemas algorítmicos que desempenham a função de indicar músicas para pessoas. Já “curadoria musical” costuma ser usado para designar a atividade de pessoas, geralmente profissionais, que exercem essa tarefa de filtrar as informações musicais. A seguir, detalharemos as particularidades dessas duas formas de prescrição.

### 3.1 – Curadoria

Embora o sentido corrente pareça unânime, as palavras “curadoria” e “curador” foram sendo ressignificadas ao longo dos séculos. Cada sentido trazia em si uma noção histórica diferente, como demonstra Obrist:

A profissão de curador é considerada relativamente nova. As atividades que ela combina em um papel, no entanto, ainda são bem expressadas pelo significado de sua raiz etimológica grega *curare*: cuidar de. Na Roma antiga, *curatores* eram funcionários públicos que cuidavam de funções um tanto prosaicas, ainda que necessárias: eram responsáveis por supervisionar obras públicas, incluindo aquedutos do império, as casas de banho e os encanamentos do esgoto. No período medieval, o foco mudou para um aspecto mais metafísico da vida humana; o *curatus* era um padre que cuidava das almas de uma paróquia. No fim do século XVIII, *curar* passou a significar a tarefa de cuidar do acervo de um museu. Diferentes tipos de cuidado surgiram da raiz dessa palavra no decorrer dos séculos, mas o trabalho do curador contemporâneo continua surpreendentemente perto do sentido de curare de cultivar, cuidar, podar e tentar ajudar as pessoas e seus contextos compartilhados a se desenvolver. (OBRIST, 2014, p. 38).

Ramos dá ênfase ao uso dessas palavras fora do contexto do mundo da arte, onde ainda hoje elas podem carregar outros significados:

Um uso anterior do termo na história da cultura pouco citado é no Direito Romano na figura do *curator bonorum*, que criou as bases para a moderna lei de falência. Há também o caso do “cura” católico, que cuidava espiritualmente da paróquia. O dicionário Houaiss (2012) informa que ele era “o saber e a moralidade do lugar” e dá a etimologia da palavra: “lat. *cúra*, ae ‘cuidado, direção, administração, curatela (em linguagem jurídica), tratamento (em linguagem médica), guarda, vigia, objeto ou causa de cuidados ou amor’”. (RAMOS, 2012, p. 14).

No entanto, podemos afirmar que o sentido relacionado às artes é o que prevalece no século XX, ao ponto em que mesmo dentro do cenário das artes o uso ter se modificado, registrando “a mudança na compreensão de uma pessoa (um curador) pra um projeto (uma curadoria), que hoje é vista como uma atividade em si” (OBRIST, 2014, p. 36).

No entanto, se existe um certo consenso sobre as origens e transformações do termo, o mesmo não pode ser dito a respeito de quem pode desempenhar essas funções. Embora Bertocchi e Corrêa (2012) falem de “algoritmos curadores”, nesse mesmo texto elas evidenciam que, mesmo auxiliados pela tecnologia, a atividade do curador demanda um elemento humano:

O histórico dos significados da curadoria coloca como denominador comum a intervenção humana no processo de selecionar, organizar e apresentar, mesmo que ocorra o suporte de algum sistema automatizado. Nessa linha, evidenciamos para o curador duas dimensões de ação: aquela da re-mediação, que agrega o valor pessoal ao conteúdo trabalhado; e a de design de relações, que propõe a disseminação do material re-mediado. (BERTOCCHI; CORRÊA, 2012, p. 33).

Essa mesma visão é compartilhada por Rosenbaum, que é categórico ao descartar a classificação de computadores como curadores. Para o autor:

A curadoria é a arte de criar algo novo, coerente e significativo a partir de uma abundância de informações e ideias relacionadas. A razão pela qual não existe curadoria por máquina ou curadoria algorítmica é que a curadoria, em sua essência, é um empreendimento artístico e humano. (ROSENBAUM, 2014, Kindle)<sup>42</sup>.

Para Rosenbaum (2014), o trabalho do curador se aproxima de uma forma de arte, em que o curador se tornaria responsável por criar novos sentidos estéticos a partir de obras já existentes. Obrist, todavia, não compartilha dessa visão:

Esses desenvolvimentos fizeram surgir uma impressão de que os curadores estão competindo com os artistas por primazia na produção de significado ou valor estético. Alguns teóricos argumentam que os curadores hoje são artistas secularizados em tudo, menos no nome, mas acho que isso vai longe demais. Minha crença é que os curadores seguem os artistas, não o contrário. (OBRIST, 2014, p. 47).

Para ele, o papel do curador seria a fusão de quatro funções: a preservação do material artístico, a seleção de novas obras, contribuir com a história da arte e, por fim, exibir e organizar o material artístico anteriormente pesquisado, selecionado e preservado (OBRIST, 2014, pp. 38-39). Embora o ambiente dos museus seja diferente do cenário digital, é possível pensarmos que a atividade curatorial não se modifica tanto. Pensando na interação entre computadores e curadores, Adriana Amaral cita a palestra de Giselle Beiguelman para pensar em diferentes incumbências que podem ser desempenhadas nessa relação:

O curador como filtrador realiza suas funções a partir da relação homem-máquina, sobretudo através de links, contextualizando as informações e observando seus efeitos. A partir de um perfil do Twitter, por exemplo, pode-se gerenciar uma curadoria informativa sobre um determinado assunto, segmento ou área específica. Um veículo de mídia que possui um perfil ou uma marca podem trabalhar nesse sentido. (...)

---

<sup>42</sup> Tradução nossa.

Um segundo modelo é o de curador-agenciador - que se relaciona com a ideia de mediação discutida por Oguibe na transformação do curador no contexto das artes visuais. Para Beiguelman (2011), “a forma do agenciamento se dá pela combinação entre a sistematização de categorias de conteúdo e suas relações”. (...)

O modelo de plataforma como dispositivo curatorial potencializa e facilita a organização das informações. É o caso de um site como o Scoop.it, que mistura diversas funcionalidades como agregador de feeds, blog, site de rede social, entre outros e amplifica estrategicamente a produção e seleção de conteúdo. A curadoria é muito mais manual e estratégica, embora o suporte também ajude a condicionar a forma do consumo da informação.

Aos três modelos propostos por Beiguelman (2011), adicionamos mais dois: o curador como crítico e a recomendação como curadoria.

No modelo curador como crítico, recupera-se a dimensão crítica da curadoria para o contexto da web. O contexto social histórico e social do conteúdo é implícito. Esse modelo de curadoria pode ser produzida a partir de qualquer plataforma online seja a partir do compartilhamento de uma imagem ressignificada em seu contexto no Facebook por exemplo, um Tumblr com gifs que tracem críticas a produtos culturais como filmes ou seriado. Nesses casos, a curadoria, além de selecionar e compartilhar os dados, ainda os subverte para um comentário ou crítica, entendida aqui como desde um comentário textual, como uma alteração na imagem ou o uso de ironias e outras figuras de linguagem.

Já a recomendação enquanto curadoria está relacionada aos filtros de informação cuja função tem a ver com o gosto ou a construção de perfis de consumo. Esse processo é feito tanto através de softwares de recomendação, caracterizados por agentes inteligentes que tentam antecipar os interesses do consumidor nos ambientes digitais e prever seus gostos a fim de recomendar novos produtos (SÁ, 2009). Para tanto há uma combinação de metodologias de análise seja através da filtragem colaborativa, na qual os agentes humanos atualizam o sistema com informações e categorizações; seja por métodos analíticos de similaridade feitos por algoritmos e agentes não-humanos. (AMARAL, 2012, pp. 46-48).

É preciso fazer a ressalva de que o último modelo de curadoria proposto por Amaral (recomendação enquanto curadoria) não se encaixa no conceito anteriormente apresentado por Rosenbaum, se aproximando de uma ideia de uma “curadoria smart”, um esforço de hibridizar a curadoria humana com os sistemas de recomendação alimentados por *big data* (MATEL, 2015; GAMBARO, 2016). Isso só deixa evidente a falta de consenso na área quanto à utilização destes termos. Neste trabalho, faremos uso então da expressão “prescrição musical”, por entender que ela acaba por conter tanto os sistemas de recomendação de música quanto a curadoria.

A ideia de se entender os processos necessários para que a música produzida encontre seu público consumidor é algo imperativo para o mercado fonográfico. Bourdieu (2015), ao falar sobre o processo de autonomização da arte, enxergava o surgimento de instâncias de difusão e consagração, que se posicionariam entre o campo da produção e o campo do consumo no mercado de bens simbólicos. Esses “intermediários” seriam entidades “(...) investidas por uma legitimidade propriamente cultural, ainda que (...) continuem subordinadas a obrigações econômicas e sociais capazes de influir, por seu intermédio, sobre a própria vida intelectual”. (BOURDIEU, 2015, p. 100). Herschmann reforça essa ideia no campo da música ao dizer que:

(...) analisando os últimos sessenta anos da história da música poder-se-ia afirmar que, após a Segunda Guerra Mundial, os jovens entravam em contato com a música através de discos compactos (com *singles*), *Long Plays* e estações de rádio. Nos anos 1980 e 1990, ocorre uma mudança e passam a tomar gosto pelos diferentes gêneros também através de revistas especializadas, CDs, da MTV e de outros canais de televisão dedicados à música. (HERSCHMANN, 2010<sup>a</sup>, pp. 105-106)

Embora o dicionário ofereça uma acepção mais ampla, o verbo “prescrever”, em sua forma transitiva, remete no Brasil ao ato médico de receitar um tratamento. Gallego Pérez (2011) reconhece esse entendimento ao dizer que, embora vinculado à relação médico-paciente, o vocábulo foi adaptado ao mundo empresarial. Ele se baseia em um artigo de jornal para tentar definir o que seria a prescrição musical. Segundo esse artigo, escrito por Rita Ferreira (2003, p. 57), o prescritor seria “um sujeito – pessoa, empresa, associação setorial, chat, portal ou comunidade virtual – que, tanto na rede ou fora dela, emite uma opinião ou uma recomendação (*feedback*) com influência na decisão de compra ou contratação de outros usuários”. Para entender esse ponto, podemos voltar ao artigo de jornal “Los prescriptores ganan terreno en Internet”, de onde Gallego Pérez tomou emprestado o conceito de prescrição. Investigando sobre as características desejáveis aos prescritores digitais, a autora entrevista dois especialistas:

José Maria Insúa, diretor de tecnologia e segurança da PwC

A condição *sine qua non* para atuar como prescritor, tanto online como em ambientes convencionais, é desfrutar de prestígio entre os consumidores a quem se quer influenciar.

(...)

Lluís Renart, professor do IESE

Toda prescrição é baseada na confiança. Esta, por sua vez, depende de uma constatação, além de qualquer dúvida razoável, que o prescritor tem capacidade técnica e conhecimento suficientes e retitude em sua intenção. Ou seja, emitir sua prescrição desejando ser verdadeiramente útil e o bem do destinatário<sup>43</sup>. (FERREIRA, 2003, p. 7).

Na sequência, Gallego Pérez nomeia quem seriam esses prescritores:

A partir dessas definições, deduzimos que a indústria musical teve como principais formadores de opinião o locutor de rádio, o crítico musical e o programador de televisão. A estes se somam sem dúvida, a propaganda boca a boca (ou seja, as recomendações das pessoas de confiança do consumidor). Amigos, conhecidos ou comerciários das lojas de discos foram, historicamente, pessoas chave na hora de selecionar e recomendar produtos culturais – filmes, músicas, livros. (GALLEGO PÉREZ, 2011. p. 48).

No próximo segmento, discutiremos então como cada um desses formadores de opinião da indústria musical agem.

---

<sup>43</sup> Tradução nossa

### 3.1.1 A prescrição musical interpessoal: o caso das *mixtapes*

Quando Gallego Pérez (2011) fala em prescrição musical feita “boca a boca”, por amigos e demais “pessoas de confiança do consumidor”, é preciso pensar nos meios utilizados por esses indivíduos para disseminar suas informações musicais. Por mais que as pessoas conversem sobre determinado artista ou determinada canção, podemos concordar com a frase do *rapper* 50 Cent quando diz que “nada vende música como música”. Por isso, é fundamental pensarmos no papel que as fitas gravadas tiveram na proliferação de informações musicais. Pensar em *mixtapes*<sup>44</sup> como dispositivos de prescrição é romper com a lógica *top-down* que acaba por nortear as pesquisas sobre formação do gosto musical. Como diz Grossberg,

(...) o campo da música popular é frequentemente reduzido à sua face comercial, à música gravada (profissionalmente). Isso ignora a densidade de práticas musicais da vida cotidiana. Ignora toda a música feita fora do vetor da produção de mercadorias (por exemplo, festas e bandas locais). Ignora toda a música consumida em contextos outros que não o das trocas mercadológicas, concertos, rádios e vídeos musicais. E ignora todas as atividades associadas com a vida musical. (GROSSBERG, 1997, Kindle<sup>45</sup>).

O caráter social da prática de se gravar e trocar *mixtapes* faz com que elas se encaixem na definição que Hennion (2011) deu de dispositivos, elementos não-humanos que fazem o gosto surgir. Peiseler, Radzuweit e Tsitsigias dizem que “*mix tapes* também são um meio de comunicação que se torna emocionalmente carregado no processo de se presentear. (...) A *mix tape* é, portanto, principalmente condutora de informações que têm a ver com o gosto musical” (PEISELER; RADZUWEIT; TSITSIGIAS, 2003, p. 63<sup>46</sup>).

Mas o que confere às pessoas que gravam *mixtapes* a capacidade de prescrever músicas para aqueles que vão recebê-las? Segundo o artigo de Ferreira (2003), um prescritor deve ser detentor de um notável conhecimento na área e gozar de prestígio entre aqueles que deseja influenciar. Se a primeira condição não pode ser garantida em todos os casos, a segunda é assegurado pelo investimento afetivo.

A concepção de afeto aqui é usada com a definição de Grossberg, para quem ele se refere “à qualidade e quantidade de energia investida em determinados lugares, coisas, pessoas, sentidos e assim por diante” (GROSSBERG, 1997, Kindle<sup>47</sup>). Essa ideia de que o tempo e o

---

<sup>44</sup> Inicialmente, a expressão era utilizada para designar fitas cassetes gravadas com seleções personalizadas e trocadas entre pessoas. Com o passar do tempo e avanço das diferentes tecnologias de suporte sonoro, a ideia de *mixtape* passou a ser encarada de forma mais ampla, caracterizando seleções musicais personalizadas independente do formato utilizado.

<sup>45</sup> Tradução nossa.

<sup>46</sup> Tradução nossa.

<sup>47</sup> Tradução nossa.

esforço gastos na montagem de uma *mixtape* garantem legitimidade ao produto é recorrente nos textos que falam sobre esse fenômeno. Hasbargen e Krämer (2003) comparam a gravação de uma fita para outra pessoa com escrever uma carta para alguém íntimo, dado ao grau de aplicação emocional. No mesmo artigo, os autores afirmam:

Um meio de auto-expressão, as *mixtape* são vistas como uma forma de comunicar a quem recebe algo sobre sua própria personalidade. Os destinatários, por sua vez, tentam decodificar uma declaração sobre o autor da *mixtape* presenteada. Obviamente, as fitas funcionam muito bem como condutoras personalizadas de significado: "Isso é algo pessoal, porque traz músicas que você gosta de ouvir ou gosta de ouvir com outras pessoas"<sup>48</sup>. (HASBARGEN; KRÄMER, 2003, p. 70).

Para os adeptos dessa prática, o fato de as *mixtapes* serem gravadas em fitas cassete aumenta o valor do produto final. A preferência pela fita confirma o que De Marchi (2005) fala sobre a qualidade de reprodução do áudio não ser algo crucial para o sucesso de um formato. A partir de suas entrevistas com *tapers*, Grösch, Hüners e Rützel (2003) destacam:

Com a fita "há mais amor por trás disso", porque você precisa "fazer ainda mais esforço". Devido à ocupação longa e intensa com o objeto e a produção à mão, uma fita parece ser mais pessoal. Há mais ideias e mais tempo gasto nela. O processo não pode ser repetido, o que por sua vez ajuda o cassete em sua singularidade. A natureza relativamente simples da queima de CD é mais provável que não seja amorosa. (GRÖSCH; HÜNERS; RÜTZEL, 2003, p. 37).

No entanto, para Jansen (2009, p.47), o fato de utilizarem fitas cassete como suporte gera "restrições que são tanto materiais quanto autoimpostas". As restrições físicas são, por exemplo, a duração de cada lado da fita. Entre as autoimpostas, apontamos que

Existem também restrições sociais, que são especialmente significantes no caso de fitas feitas como presente. O *taper* tem que levar em consideração suas próprias preferências bem como o gosto de quem vai receber. O fato de que a fita presente tem um remetente e um destinatário para satisfazer cria uma tensão produtiva. Idealmente, as músicas definem algo como um "consenso" musical, isto é, criam uma experiência musical que é apreciada por ambos e verdadeiramente compartilhada. (JASEN, 2009, p. 48).

Outra restrição técnica vista como desejável acontece não na produção, mas na escuta: o fato de a fita ser linear e dificultar que o ouvinte "adiante" faixas faz com que a *mixtape* seja encarada como um produto coeso. Como diz Hogan (2010, *on line*): "em uma era de personalização total, a nova cultura do cassete busca pelas fitas pela falta dela".

Talvez quem melhor tenha sintetizado todo o potencial prescritivo das *mixtapes* tenha sido David Byrne (2014), em seu livro "Como funciona a música":

---

<sup>48</sup> Tradução nossa

Elas eram uma forma de *potlach* – um costume indígena no qual uma oferenda recebida exige que se retribua com outra oferta recíproca no futuro. Se eu montasse uma *mixtape* para você com minhas músicas favoritas – provavelmente com canções que você iria gostar e talvez ainda não tivesse ou conhecesse –, esperava-se que você preparasse outra com músicas que eu pudesse gostar. Essa retribuição não tinha nenhum prazo rígido a ser seguido, mas você não podia se esquecer. Ganhar uma *mixtape* era uma coisa muito pessoal. Em geral, elas eram feitas para uma única pessoa, ninguém mais. Era um programa de rádio para um ouvinte só, com cada música cuidadosamente escolhida com todo carinho e humor, como se para dizer: "Eu sou assim, e com esta fita você vai me conhecer melhor". A escolha das músicas e da sua ordem permitia que você comunicasse coisas que poderia ter vergonha de dizer cara a cara. As canções em uma *mixtape* feita por uma pessoa amada eram analisadas com todo cuidado à procura de pistas e metáforas que pudessem revelar certos detalhes e sentimentos mais profundos escondidos naquela carga emocional. As seleções de músicas - organizadas das formas mais criativas possíveis – se tornou uma nova forma de expressão. (BYRNE, 2014, pp. 109-110).

Vivemos a era da retrômania: para Reynolds (2011, p. xi) “os anos 2000 também foram a década da reciclagem desenfreada: gêneros passados revividos e renovados, equipamento sonoro *vintage* reprocessado e re combinado”. Não por acaso, os sites *Muxtape*<sup>49</sup> e *Mixwit*<sup>50</sup>, precursores das atuais plataformas de *streaming*, tinham seus *layouts* imitando tocadores de fitas cassete onde o usuário podia criar e compartilhar *playlists*.

Para além do suporte, o hábito de se gravar *mixtapes* foi sendo ressignificado com a gravação de CDs e construção de *playlists* em plataformas de *streaming*, mesmo que isso trouxesse, na visão de alguns, prejuízos ao produto final. A prescrição musical interpessoal e afetiva faz-se mais necessária do que nunca num cenário onde as informações são cada vez mais abundantes e o diferencial passa a ser a capacidade de selecionar quais serão as mensagens a serem consumidas.

### 3.1.2 O locutor de rádio como prescritor musical

O rádio é, por suas características, o primeiro veículo a ser pensado quando falamos em prescrição musical. A possibilidade de transmitir sons através de ondas eletromagnéticas modificou a maneira como se consumia e se pensava a divulgação de músicas. Se antes, ouvir música exigia a presença de artistas com perícia para executar as partituras comercializadas, com o rádio se tornou possível levar os concertos para dentro dos lares (STERNE, 2003; BYRNE, 2014).

<sup>49</sup> <https://en.wikipedia.org/wiki/Muxtape>

<sup>50</sup> <https://pcworld.com.br/mixwit-deixa-de-funcionar-a-partir-do-dia-27-por-pressao-da-riaa/>

No Brasil, o desenvolvimento da radiodifusão se deu a partir dos anos 1920 e aconteceu em paralelo ao surgimento da indústria fonográfica, embora nem sempre tenham investido nas mesmas tendências.

No que diz respeito à difusão musical, esta primeira fase do rádio no Brasil deixou completamente de lado uma programação mais voltada às execuções de canções populares brasileiras, embora este segmento estivesse em pleno processo de ascensão, tendo o samba como o gênero musical predominante. O conteúdo difundido nos anos 20 do rádio se fixava, antes, nas execuções de música erudita, de conferências e palestras, caracterizando-o como um espaço mais voltado à divulgação de um conteúdo cultural-educativo do que, propriamente, ao entretenimento. (TOLEDO, 2010a, p. 34).

Não tardou, no entanto, para que a nascente indústria fonográfica se apercesse do potencial prescritivo das transmissões de rádio. Esse não é um fenômeno isolado do Brasil, sendo observado mundialmente (TOLEDO, 2010a, p. 37). Ao analisar a representação do samba, a pesquisadora Lena Benzecry divide os períodos da radiofonia no Brasil em três momentos fundamentais: a “rádio-espetáculo”, a “rádio pós-TV” e a “rádio pós-Internet” (BENZECRY, 2017, p. 2). Embora o objetivo deste trabalho não seja fazer um levantamento histórico, essa divisão pode nos ajudar a pensar na maneira como o rádio atuou, e ainda atua, como prescritor.

O período chamado de “rádio-espetáculo” coincide com o que é chamada de “era de ouro do rádio” (TOLEDO, 2010a, p. 35), quando as emissoras investiam na contratação de artistas exclusivos para ocuparem suas grades de programação com performances ao vivo em programas de auditório.

Por fim, cabe ressaltar, então, que o parâmetro da produção das rádios nessas três décadas de sua hegemonia, visto, sobretudo, pela grande repercussão dos programas de auditório, tornou-se referência à atuação das próprias gravadoras que passaram a contratar vários desses artistas para as suas gravações. Dalva de Oliveira, por exemplo, parte do cast da Mayrink Veiga, gravou o primeiro disco pela Columbia em 1940, pela Odeon em 1943 e 1950 e pela Continental em 1955 (e, posteriormente, por outras gravadoras); Isaura Garcia, contratada da Rádio Record em 1938, gravou pela Columbia (1941), pela Victor (em 1942, 43, 44 e 47), gravações nas quais fez sucesso com Linda flor, De conversa em conversa, Carinhoso, No rancho fundo, etc., vindo a gravar posteriormente pela Odeon e pela Continental, além de outras. Marlene que estreou profissionalmente na Rádio Tupi em 1940, gravou o primeiro disco pela Odeon em 1946, além de ter sido a primeira cantora a gravar pelo selo Star (futura gravadora Copacabana). Contratada pela Rádio Nacional em 1947, ganhou um programa próprio em 1949, época em que lançou discos pela Continental. Emilinha Borba gravou pela Columbia em 1939 e 1940. Como parte do cast da rádio Mayrink Veiga neste mesmo ano gravou, em 1941 e 42, pela Odeon; em 1944 foi para a Continental onde gravou a maior parte dos seus discos. Eleita a “Rainha do Rádio” em 1953, foi contratada pela RCA Victor. (TOLEDO, 2010a, p. 42).

Os concursos de “Rainha do Rádio” mobilizavam e engajavam fãs das competidoras, movimentando toda uma produção cultural paralela que envolvia discos, revistas especializadas, shows etc (BENZECRY, 2007, p. 6). Esse período chega ao fim com o

surgimento e a popularização da televisão no Brasil (que terá seu potencial prescritivo discutido num tópico posterior deste trabalho).

(...) o rádio chega, então, ao final dos anos 50, como importante ator num processo que consolidou o samba como gênero musical (processo do qual os avanços tecnológicos de gravação também atuaram), além de ter contribuído significativamente para a formação de um corpo artístico consagrado, de amplo reconhecimento nos segmentos popular e também mais intelectualizado, (...). Como principal veículo de difusão da música popular e de toda uma tradição artística, o rádio começa a perder gradativamente seu poder de “construção” dos ídolos da canção popular e de difusão dos segmentos musicais a partir do surgimento da TV nos anos 50 e de uma série de transformações no panorama mais geral da produção musical. (TOLEDO, 2010a, pp. 42-43).

O período da “Rádio pós-TV” é marcado por uma crise de recursos, decorrida pela migração da receita publicitária para o novo meio de comunicação. Sem dinheiro para manter o *casting* de artistas, passam então a se valer cada vez mais dos fonogramas gravados, o que de certa forma estreita os laços entre as rádios e a indústria fonográfica (BEZENCERY, 2007, p. 8). As emissoras apostam na segmentação, como forma de ampliar seu público:

A indústria radiofônica segmenta-se fortemente a partir dos anos 1960 e 1970, para capitalizar a diversificação social e cultural, muitas vezes em frontal desacordo com estratégias comerciais das grandes gravadoras. Emissoras musicais do segmento pop contemporâneo tendem a abrir espaços na programação para diversos gêneros de sucesso no momento, passando por cima de comunidades de gosto. Emissoras de outros segmentos, como adulto contemporâneo, rock, jazz, clássico etc., por sua vez, operam com regras mais estritas de gêneros, trabalhando para oferecer programações mais homogêneas, atendendo a parâmetros de identificação e distinção. (FERREIRA et al., 2019, pp. 5-6).

No entanto, é uma mudança técnica que dá um novo fôlego ao veículo. Até o fim dos anos 1970, a maior parte das rádios brasileiras operava em AM (Amplitude Modulada). Esse modelo garantia maior alcance às emissoras, mas prejudicava a qualidade sonora do material transmitido. Já a FM (Frequência Modulada), que passa a ser mais utilizada a partir desse momento, tem um alcance reduzido, mas um som mais límpido, se aproximando do estereofônico.

As rádios FM perdiam em alcance, mas ganhavam em qualidade sonora. Byrne (2014) sugere que a popularização dos estilos de música de timbres mais agudos e distorcidos na segunda metade do século XX está relacionada à popularização das FM, já que esse tipo de som não soava bem na qualidade sonora limitada das rádios AM.

Esse cenário se manteve até meados dos anos 1990, quando começa o que Benzecry chamou de “Rádio Pós-Internet”. Kischinhevsky (2008) traça um panorama preciso desse momento:

Na segunda metade dos anos 90, contudo, a radiodifusão experimental a maior revolução tecnológica desde a invenção do transistor, que nos anos 60 havia permitido a miniaturização de aparelhos receptores, fazendo o rádio ganhar as ruas. O surgimento de formatos de compressão de áudio digital e de software para reprodução destes arquivos em computadores pessoais possibilitou uma onda de investimentos bilionários. Logo, toda emissora AM/FM planejava sua versão online. Com o tempo, uma parte das estações passou a oferecer conteúdos exclusivos via internet, como promoções, imagens do estúdio, links de utilidade pública e blogs (diários virtuais). (KISCHINHEVSKY, 2008, p. 4).

Mas como toda essa trajetória influenciou a maneira das rádios prescreverem músicas? Como se dão os processos de seleção do conteúdo que será transmitido aos ouvintes? Muito se teorizou sobre o assunto. Partindo de Ahlqvist (2001), Ahlqvist e Faulkner (2002), é possível elaborar a construção da programação musical radiofônica que tem o locutor/programador pensado como ouvinte ideal, ou “consumidor substituto”,

(...) alguém que seleciona as músicas imaginando-se o ouvinte da rádio e daqueles fonogramas, orientando-o, mas com foco na experiência do ouvinte. Nesse caso, porém, o conhecimento musical ou a subjetividade são vistos como possível empecilho ao programador, pois é preciso compreender a perspectiva do ouvinte, não a do profissional. No outro lado, o alcance dos objetivos de mercado da emissora e da indústria fonográfica é o foco central. Nesta última, a interpretação das pesquisas e conteúdo artístico é papel da gravadora, que subsidia o programador, intermediário entre as estratégias da indústria e o público. (FERREIRA et al., 2019, p. 10).

No entanto, essa visão não é unânime. Baseando-se na visão bem mais pragmática de Rothenbuhler e McCourt (1987) e Rothenbuhler (1996), Ferreira et al descrevem esse processo da seguinte maneira:

os processos de seleção no rádio comercial são percebidos prioritariamente como rotinas profissionais, com categorias pré-definidas de formato, aceitação e potencial. Inicia-se com a “sensibilização”, em que se avalia o universo de fonogramas disponíveis e quais são prioridades para a estação e, na sequência, pensa-se o espaço disponível na programação e os fonogramas selecionados em relação aos já estabelecidos no repertório. Esse processo rotineiro, nos anos 1980, levava menos em conta pedidos de ouvintes, vendagens de discos e outras rádios do que informações de promotores da indústria fonográfica, recomendações de especialistas, reputação de artistas, espaço na programação e impressão dos diretores musicais sobre o potencial de alcançar um hit. Há grande preocupação em estabelecer uma reputação ou credibilidade ao trabalho desenvolvido e nos resultados obtidos por essa seleção. A característica principal desse olhar profissional sobre a construção da programação consiste na base comercial que o regula. Em outras palavras, este procedimento é predominantemente regulado pela lógica de gestão de negócios e não, necessariamente, pela lógica comunicativa ou educativa. Em grande parte, assim, o público é avaliado em termos de segmentos de audiência, ou como consumidor, tipificado de acordo com lógicas de mercado e não como interlocutor em um processo de trocas simbólicas. A reputação é construída em termos de diferentes segmentos priorizando não o ouvinte, mas os outros profissionais. (FERREIRA et al., 2019, p. 9).

Essa lógica comercial vai resultar em uma política que privilegia a contenção de gastos, e não a qualidade da prescrição musical que vai ser oferecida. Um dos problemas oriundos

desse pensamento é a influência econômica no processo de decisão, conhecido como “Jabá” ou “caituagem”.

A política de sucesso a qualquer preço imposta pelas gravadoras encontrou uma forte aliada nas rádios e incentivou uma prática que já existia havia muito tempo: o jabá. Foi exatamente na virada da década de 1970 para a de 1980 que o jabá - o pagamento a DJs, programadores ou donos de rádios pela execução de músicas - se "profissionalizou" no Brasil. Mas não foi aqui que se criou essa forma de remuneração. Nos Estados Unidos, desde os anos 1920, donos de editoras musicais pagavam a líderes de conjuntos e orquestras para que tocassem determinadas músicas e incentivassem a venda de partituras musicais. Na época, a venda de partituras musicais era um negócio mais rentável que a de discos. Quando o rádio se popularizou, nos anos 1930 e 1940, gravadoras começaram a pagar às estações para que tocassem suas músicas. Porém, foi só no fim da década de 1950, com a explosão do rock'n'roll e do mercado de discos, que o jabá - ou payola, como dizem os americanos - dominou os negócios das gravadoras com as rádios. A coisa ficou tão feia que, em 1959, o governo americano anunciou investigações sobre a "indústria do jabá".

(...)

Apesar do aperto do governo americano, o problema do jabá só piorou. E chegou ao limite no fim dos anos 1970, quando surgiu nos Estados Unidos um grupo chamado *The Network* (A Rede), formado por uma dúzia de "promotores independentes" que controlavam as maiores rádios do país. Cada um dos integrantes tinha entre sessenta e setenta emissoras no bolso. Um dos principais nomes da Rede era um sujeito truculento chamado Fred DiSipio, que decidia a programação de quase cem rádios na costa leste dos Estados Unidos. A Rede era dominada pela Máfia e servia de intermediária entre gravadoras e rádios. Em vez de pagarem diretamente às emissoras, as gravadoras contratavam os serviços desses promotores, que repassavam parte do dinheiro aos donos das rádios. (BARCINSKY, 2014, pp. 162-163).

No Brasil, a prática não é ilegal, porém muitas vezes malvista. Ela está presente nas relações entre rádios e indústria fonográfica desde bem cedo, quando locutores exigiam ser creditados como coautores de canções para colocá-las em seus programas (BRITTOS; OLIVEIRA, 2006) ou quando as gravadoras davam uma série de regalias, como: viagens, jantares e entradas para shows para os locutores (GAMBARO, 2018). Em artigo em que entrevista diversos “divulgadores musicais” (profissionais responsáveis por estabelecer as relações entre gravadoras e rádios), Gambaro explicita o momento que o Jabá passa a ser institucionalizado.

Souza<sup>51</sup> também associa a necessidade do jabá às imposições das gravadoras na criação e lançamento de artistas, que se intensifica com a ampliação da presença de corporações internacionais no Brasil. Na opinião de João Lara Mesquita (entrevista, 2008), diretor do selo Eldorado nos anos 1980, as multinacionais “viciaram” o mercado nacional, asfixiando gravadoras menores. Essas empresas dispunham de recursos financeiros suficientes para, por exemplo, colocar discos em lojas em consignação, sem receber imediatamente pelo produto. Segundo Mesquita, investiam às vezes mais dinheiro em divulgação em rádios do que na carreira do artista, porque precisavam comprovar para suas matrizes uma forte presença e domínio do mercado brasileiro. Assim, a prática do jabá, além de uma maneira de divulgar um artista ou

---

<sup>51</sup> Luis de Souza divulgador de música.

uma canção, era uma forma de excluir do mercado empresas de menor porte, garantindo a presença exclusiva de contratados das grandes gravadoras na programação das principais estações.

Nos anos 1980, especialmente na faixa FM, as negociações se transferiram para a direção da emissora: o contato do divulgador deixou de ser feito programa a programa para, em um primeiro momento, ser tratado com o diretor artístico, e depois, conforme anota o divulgador Umberto Campos, com o diretor comercial. Acorda-se quantas vezes a música entrará na playlist da emissora, e isso gera um custo. (GAMBARO, 2018, p. 143).

Outro complicador, descrito por Kischinhevsky (2008), é o processo crescente de automação nas rádios ocorrido no Brasil durante a primeira década do século XXI. Se o papel de prescritor era personificado pelos locutores/programadores, que faziam a curadoria do material sonoro, como fica essa função agora que estes são substituídos por programas de computador que executam as canções do acervo em ordem aleatória, contando somente com vinhetas pré-gravadas para situar os ouvintes? O autor levanta a hipótese de que

(...) esse processo de enxugamento já começa a se refletir em desinteresse da audiência, cada vez mais propensa a consumir outros meios de comunicação ou novas modalidades de radiofonia, como *podcasts* ou *web radios*. O rádio em FM estaria, assim, se esvaziando de modo irremediável, abrindo mão do papel de mediador social exercido ao longo das últimas décadas do século XX. (KISCHINHEVSKY, 2008, p. 2).

Essa lógica faz sentido quando pensamos na questão do locutor de rádio como construtor do vínculo entre veículo e ouvinte, aquele que de alguma forma empresta sua legitimidade à informação prestada. “Seja o comunicador do AM ou o DJ do FM, seu nome e sua personalidade contam bastante na lógica de fidelização de público por meio do contato íntimo com a audiência” (GAMBARO; VICENTE, 2013, p. 54). A substituição desses profissionais por máquina (tendência não só brasileira, mas mundial) acabaria por diminuir o papel do meio.

O rádio foi, portanto, abrindo mão de sua identidade, tornando-se insípido e inodoro. O ouvinte das FMs ficou sem “âncoras”. Os locutores com quem a audiência se identificava não estavam mais lá, e a programação não era mais encadeada pela mão humana, mas sim de modo mecanizado. (KISCHINHEVSKY, 2008, p. 9).

Isso não significa a falência do rádio como prescritor musical. Novas formas de radiofonia e possibilidades como as do rádio expandido sempre deixam margem para pensarmos em um novo fôlego para o veículo que, afinal de contas, sempre foi associado ao ato de se prescrever música.

### 3.1.3 O crítico musical como prescritor musical

Amparados por Ventura (2009), podemos afirmar que, historicamente, o jornalismo cultural, em especial a crítica cultural, foi um dos fatores a ocupar esse espaço intermediário, pois “o jornalismo cultural, mas não apenas este, cumpre uma função de legitimação ao transformar estes ou aqueles fatos culturais em notícia, delimitando aquilo que merece ser transmitido, difundido, criticado e, por isso mesmo, conservado, daqueles fatos que não o merecem” (VENTURA, 2009, p. 3).

Baseando-se nos conceitos de Anthony Giddens, Miguel (1999) estabelece o jornalismo como um sistema perito, conceito que aproximaria este de uma instância prescritora. O autor estipula duas características como essenciais para os sistemas peritos: um alto grau de autonomia do sistema em relação aos consumidores, que não influenciam neste senão por mecanismos de mercado, e a crença dos consumidores na competência do sistema. Coincidentemente, o exemplo de sistema perito usado por Miguel (1999) em seu artigo é a medicina, que mais uma vez nos remete à ideia de prescrição.

Um dos atrativos do jornalismo cultural é justamente o fato de ele estar sempre “nos indicando, em geral, coisas boas para fazer” (PIZA, 2003, p. 64). Para o autor,

(...) uma função básica da crítica é, sim, julgar, no sentido de fazer uma opção pessoal, de qualificar uma obra em escala (de péssima a excelente), e o leitor que concorde ou discorde. Cabe ao crítico, primeiro, tentar compreender a obra, colocar-se no lugar do outro, suspender seus preceitos, para então sedimentar as ideias e, mesmo que exprimindo dúvidas, chegar a uma avaliação. O leitor, além do próprio artista, quer essa reação”. (PIZA, 2003, pp. 78-79).

Ao discutir a obra de grandes escritores que atuaram como críticos musicais, Bollos (2005) deixa clara a função de orientador de consumo do crítico ao falar do desempenho do poeta mineiro Murilo Mendes, que “colaborava regularmente em jornais escrevendo sobre música erudita com a proposta de auxiliar seus leitores *a compor uma discoteca de música*” (BOLLOS, 2005, pp. 270-271<sup>52</sup>). A autora, no entanto, censura a prática atual por enxergar uma “insuficiência da crítica cultural atual na análise de música, sendo esta relegada, ou melhor, esquecida do seu papel primordial, que é a compreensão da obra” (BOLLOS, 2006, p. 121).

### 3.1.3.1 – A crise da crítica como prescritora musical

Recentemente, uma série de artigos em veículos de comunicação norte-americanos começou a discutir a falência do jornalismo musical, mais precisamente a crítica de discos. Em fevereiro de 2016, o *site* de entretenimento *Noisey* perguntava: “Is the album review dead?”

(“Estaria a resenha de discos morta?”, tradução nossa.). Em 14 de agosto de 2017, o respeitado *The Wall Street Journal* tinha como manchete em seu caderno *Life & Arts*: “What happened to the negative review?” (“O que aconteceu com as resenhas negativas?”, tradução nossa.), pergunta que foi repetida uma semana depois pelo *site* especializado em música *Bearded Gentleman Music*. O que motivaria esses questionamentos? Seriam eles indicativos do ocaso do jornalismo musical como espaço de prescrição musical?

O artigo da *Noisey*, escrito por Dan Ozzi, dá vários indícios da perda desse espaço. Ao final do quinto parágrafo, ele explicita a função de orientador de consumo ao dizer: “em 1970 — uma época em que ainda não existia internet, MTV, e rádio satélite — as resenhas eram uma fonte valiosa de informações para os fãs de música. As resenhas tinham o poder de formar opiniões. As resenhas tinham o poder de vender discos” (OZZI, 2016, *on line*). Assim, ao empregar o verbo no passado (“tinham”) e colocar as resenhas em oposição a outros meios de prescrição musical surgidos mais recentemente, ele dá a entender que o jornalismo musical foi superado nessa atribuição.

Como vimos, a capacidade do jornalismo cultural como prescritor musical está diretamente ligado à confiança da isenção dos interesses de seus atores e na crença na sua capacidade. Tentaremos identificar a seguir os problemas da atuação dos críticos musicais relacionados a esses aspectos.

#### 3.1.3.1.1 – Críticos pouco confiáveis?

O primeiro fator que leva à desconfiança da isenção dos críticos em suas resenhas é a interferência econômica por parte do campo de produção. Essa ingerência não é exclusiva dos meios jornalísticos, afetando quase todas as entidades identificadas como prescritoras musicais.

(...) uma prática muito comum para se ter acesso às rádios e emissoras de televisão a cobrança de um valor financeiro chamado vulgarmente de “jabá”. Sem este pagamento, o artista que não desperte maior interesse dos patrocinadores destas mídias de comunicação fica excluído da grade de programação e a ausência de visibilidade junto ao público pode prejudicar a sua carreira. Nesse sistema, o público é visto como mero consumidor, ao invés de participar deste processo de criação de produção cultural. (MATOS; BICALHO; SOUZA, 2014, p. 2).

Embora seja mais comum em veículos que se propõem a executar a música propriamente dita, deixando a avaliação para o próprio ouvinte, críticos e resenhistas não estão imunes à sedução financeira direta ou indireta por parte dos produtores:

A forma mais desavergonhada é o jabá, remuneração recebida de forma direta ou indireta, em retribuição à qual o jornalista privilegia, em sua cobertura, o produto/evento cultural que o pagou, transformando o que seria um espaço de apuração jornalística em espaço comercial, sem informar explicitamente ao leitor. Um desdobramento do jabá, pois também enfoca uma relação promíscua do jornalista com os departamentos de marketing da IC, é o chamado *junket*, ou “viagem paga”. (CUNHA; FERREIRA; MAGALHÃES, 2002, p. 13).

No entanto, a pressão financeira não é a única que atua sobre os jornalistas que cobrem e opinam na área da música. Um intrincado sistema de compadrio opera no meio, fazendo com que alguns artistas tenham resenhas mais favoráveis, independente da qualidade da obra analisada, por possuírem prestígio junto aos agentes do meio jornalístico.

Outra questão, destacada por Antônio Siúves, editor do Magazine, caderno cultural do jornal O Tempo, é o que ele chama de “síndrome de quermesse”: o provincianismo nas relações da imprensa com artistas e personalidades. “aqueles que se sentem lesados ligam diretamente para os diretores de redação, querendo saber porque foram discriminados em determinadas pautas”. (SJC, 1998).  
No extremo, isto acaba gerando, segundo Luís Antônio Giron (SJC, 1998), uma espécie de “lista branca”, composta por artistas ou personalidades inatacáveis, por serem amigas da direção, ou por serem consideradas unanimidades artísticas ou intelectuais. (CUNHA; FERREIRA; MAGALHÃES; 2002, p. 14).

O artigo de Ozzi (2016) levanta ainda uma outra possibilidade de constrangimento no exercício da crítica, que levaria os analistas a usarem “tintas suaves” ao resenhar uma determinada obra: alguns artistas teriam bases de fãs que os defenderiam incondicionalmente. Assim, uma resenha negativa poderia gerar um problema tanto para quem publica esses textos como para quem os escreve. Para o veículo, pode resultar em um boicote dos fãs do artista criticado. Para o autor, as consequências podem ser ainda mais graves:

Não é preciso blogar um texto de 1.600 palavras para realizar uma refutação eficiente, contudo. Com o simples uso de uma “@” em um tuíte, um artista pode foder toda uma semana da vida do crítico, transformando seus milhares de fãs em armas que atacam o agressor. Às vezes é algo inócuo e inofensivo, e pode até mesmo estimular um diálogo público. Quando isso é direcionado a resenhistas mulheres, a coisa pode ficar especialmente feia. Depois que a escritora Lynn Hirschberg escreveu sobre M.I.A. na The New York Times Magazine em 2010, a artista inglesa reagiu tuitando o número de telefone de Hirschberg, estimulando os fãs a ligar para ela e deixar mensagens, um ato que Hirschberg mais tarde classificou como “exasperante, mas não surpreendente” (OZZI, 2016, *on line*).

Em abril de 2016, a *Vice* (revista eletrônica do mesmo grupo da *Noisey*) publicou um outro artigo, chamado “I was threatened with death after writing a bad music review” (“Eu fui ameaçado de morte após uma resenha musical ruim”, tradução nossa), no qual o crítico John Doran descreve as inúmeras ameaças de morte que havia sofrido em mais de uma década de jornalismo musical. De uma forma ou de outra, a pressão dos leitores sobre os autores rompe

com a autonomia necessária entre as partes descrita por Miguel (1999) para caracterizar o sistema-perito.

Resultado dessas pressões ou não, o fato é que cada vez menos resenhas negativas de discos vêm sendo publicadas. Usando dados do *site Metacritic*, um agregador de críticas que reúne as análises publicadas pelos principais meios de comunicação dos Estados Unidos, o jornalista Neil Shah (2017) constatou que entre 2012 e 2016, somente oito discos entre os 7287 avaliados tiveram resenhas desfavoráveis. O número não se repete quando o objeto de crítica é cinema, videogames ou programas de televisão. Em seu artigo, Aaron Cooper (2017) argumenta que essa “falta de negatividade” acaba não despertando discussões sobre as obras, e que artistas que recebem somente resenhas positivas têm pouco estímulo para melhorar.

### 3.1.3.1.2 – Críticos pouco competentes?

Se a isenção dos críticos é questionada, o mesmo pode ser dito da capacidade técnica destes nos tempos de hoje. A musicóloga Liliana Bollos vê no afastamento dos eruditos e acadêmicos das redações de jornais um sinal dessa degeneração:

Diferentemente da crítica de música erudita, que produziu um jornalismo cultural de características literárias desde a primeira metade do século XX com expoentes importantes da nossa cultura como os escritores Mário de Andrade, Murilo Mendes e Otto Maria Carpeaux, a crítica de música popular no Brasil teve início efetivamente com o advento da bossa nova, na segunda metade do século XX, alvo da primeira grande manifestação de crítica nos jornais brasileiros. Influenciado pela indústria cultural e pelo poder dos meios de comunicação (e mais tarde pela obrigatoriedade do diploma de jornalismo), esse formato de jornalismo impôs novos padrões à crítica musical, sendo o escritor substituído pelo “cronista”, pelo jornalista não-especialista, e irá explorar do texto um caráter mais ideológico e histórico e menos estético, deixando os aspectos musicais para segundo plano.

Consideramos esse fato um aspecto negativo da crítica musical, criando mesmo um obstáculo para o entendimento do repertório musical brasileiro, pois, o objetivo da crítica jornalística é o de ser capaz de identificar o projeto do artista analisando a obra, possibilitando que esta seja divulgada e assimilada por outras pessoas. (BOLLOS, 2005, p. 272).

Cespede (2013) vê nessa postura de sobrevalorizar somente o saber douto um processo que relega o homem comum a um papel de mero consumidor dessa cultura musical, sem direito a fala. A mudança no perfil crítico cultural, que Bollos (2005) vê como problema, é vista de maneira mais otimista por Cunha, Ferreira e Magalhães (2002). O que faltava em saber técnico era compensado com uma vivência que garantia um olhar menos desconfiado em relação ao objeto de análise:

(...) motivo apontado para a mudança de postura dos cadernos de cultura é o fato de que os próprios jornalistas que entraram nas redações na década de 1980 já tinham

vivenciado (e não como jornalistas) a contracultura dos anos 1960 e 1970, e não aceitavam rotular a cultura de massas, como um todo, como adversária, perigosa, colonialista. É o que explica DAPIEVE (2001:167/169), citando o exemplo da explosão roqueira no Brasil (e na mídia brasileira), nos anos 1980:

Antes da minha geração, a idéia de que rock pudesse ser cultura brasileira era absolutamente herética. As pessoas achavam que era impossível se fazer rock no Brasil porque rock só podia ser cantado em inglês, era uma forma necessariamente imperialista, americana ou inglesa, de tratar das coisas (...) (Já os roqueiros da minha geração encontraram eco) em jornalistas que tinham a idade deles ou até um pouco mais, e que tinham crescido com as cabeças feitas pelos ideais da década de 1960 que passaram pelo rock, fossem Beatles, Bob Dylan ou Grateful Dead, mas que tinham uma coisa em comum: o rock era um dado contracultural, não necessariamente uma manobra das gravadoras americanas para impingir um tipo de música à juventude do resto do mundo e lobotimizá-la. (CUNHA; FERREIRA; MAGALHÃES, 2002, pp. 7-8).

Porém, mesmo essa “vivência” passa a ser questionada recentemente. Ballerini (2015) aponta para um cenário onde o jornalista não faz adequadamente nem a crítica estética nem a avaliação histórica:

Contribui para um cenário difícil a própria formação do jornalista cultural musical. Lobão chegou a viver situações constrangedoras por causa disso. “Já aconteceram coisas absurdas, como comentarem o meu show afirmando que eu estava fazendo um cover do Cazusa com 'Vida louca vida”. Isso numa das revistas especializadas de maior prestígio. (...)”, diz o músico. (BALLERINI, 2015, p. 158).

Piza (2003) ainda ressalta que é um equívoco acreditar que o *pop*, a música produzida dentro da indústria cultural, não demanda conhecimentos prévios. Ele vê nessa prática uma certa dose de “esnobismo”.

Pode-se pensar ainda que o problema não é a falta de competência dos agentes, mas sim a precariedade do processo. Dapieve (CUNHA; FERREIRA; MAGALHÃES, 2002) sugere que com redações reduzidas e fluxo grande de fatos, privilegia-se a informação sobre a opinião.

O problema se intensifica na medida em que o tempo de produção de um caderno é acelerado, caso típico do jornalismo diário. Aqui há uma dificuldade maior em superar os obstáculos e limites impostos pelo ritmo industrial do veículo. (CUNHA; FERREIRA; MAGALHÃES, 2002, p. 10).

Um fator pouco trabalhado pela academia que determinava o papel do crítico como prescritor musical era seu acesso facilitado aos bens culturais, no caso *LPs* e *Singles* que custavam caro para a maioria das pessoas, mas eram fornecidos gratuitamente para os veículos de comunicação. Assim, a opinião do crítico era relevante até mesmo pela escassez de outras opiniões. Isso chama a atenção de Ozzi (2016), que constata:

Há tantos serviços competindo para nos oferecer streaming de música — Spotify, Pandora, YouTube, Apple Music, Tidal, Google Play, Amazon Prime, Rhapsody, 8tracks, Soundcloud e Bandcamp, para mencionar apenas alguns (e isso deixando de fora o mercado de downloads ilegais) — que para ouvir tudo seriam precisos centenas de milhares de anos. Então, com cada novo disco disponível ao clique de um mouse de maneira totalmente gratuita no mesmo instante em que ele é lançado, para que você

mesmo forme uma opinião sobre o disco, é preciso fazer a pergunta: nós ainda precisamos das críticas? (OZZI, 2016, *on line*).

O acesso à informação deixou de ser um fator relevante, já que a internet possibilita que qualquer pessoa conectada chegue a qualquer arquivo que nela estiver disponível. A escassez, que antes determinava as escolhas dos indivíduos, foi substituída por um excesso, que poderia dificultar o usuário a travar conhecimento do que está disponível. Cespede (2013) vê nesse fenômeno uma lógica que passa a ser “*bottom-up*” (de baixo pra cima), onde cada usuário anônimo tem o potencial de influenciar, e até mesmo “reverter as dinâmicas de mediação de conteúdo e conhecimento presentes desde o surgimento dos meios de comunicação de massa no início do século XX” (CESPEDE, 2013, p. 90).

Essa ideia das pessoas comuns agindo como prescritoras é, de alguma forma, corroborada por Ozzi:

Gradualmente, com o crescimento da popularidade dos blogs, as pessoas normais aproveitaram a oportunidade de tomar para si o poder da crítica, outrora exercido exclusivamente por publicações tradicionais. Webzines como Pitchfork e Buddyhead, ambas criadas por indivíduos em suas próprias casas no final dos anos 90, ganharam prestígio por conta de suas análises críticas subjetivas, inexperientes e sem filtros das músicas, arrebanhando públicos que rivalizavam com os de veículos financiados por corporações, como Rolling Stone e SPIN. Eles eram os novos substitutos do velho mundo do jornalismo de música, que requeria editores, copidesques e escritórios de tijolo e argamassa. Ao contrário dos zines impressos de circulação limitada, esses sites tinham o potencial de alcançar o mundo inteiro. Agora tudo estava em condições de igualdade, e a crítica musical, de repente, podia ser feita por qualquer blogueiro enfiado em qualquer quarto que tivesse uma conexão com a internet.

Alguns desses blogs se oficializaram no decorrer da década seguinte — o caso mais notável sendo o da Pitchfork, que foi adquirida no ano passado pela gigante Condé Nast. Mas até mesmo a Pitchfork, que por uma década deteve o padrão de ouro das críticas de discos, agora está perdendo terreno para opiniões em tempo real emitidas pelas massas por meio de serviços de mídia social como o Twitter. (OZZI, 2016, *on line*).

O jornalista demonstra ainda preocupação com os rumos que o jornalismo musical (e a própria música) podem tomar diante disso. O influxo de potencialmente qualquer pessoa no campo da prescrição poderia diluir sua relevância ao ponto da quase insignificância.

Mesmo com todas essas críticas, não é possível decretar o fim do jornalismo cultural como elemento de prescrição musical. Segundo Ozzi (2016), ainda hoje lojistas percebem uma venda melhor de discos que receberam boas resenhas, seja de críticos especialistas em veículos tradicionais, seja nos veículos surgidos com a emergência da opinião do homem comum. O que não se pode negar é que o campo passou por uma grande transformação, e que o papel da crítica musical e seus agentes precisa ser ressignificado.

Lester Bangs aponta para um cenário onde o próprio ouvinte forma sua opinião sobre a música que toma contato, ao dizer que “se você pode ouvir uma música nas rádios, isso vai influenciar você a comprar o disco muito mais do que qualquer coisa que tenha lido.” (OZZI, 2016, *on line*). Ao escrever sobre novas formas de prescrição musical, Gallego Pérez (2011) descreve o panorama da indústria da música onde o rádio, a TV, os videogames e os programas de streaming competem com o crítico musical na hora de dizer o que será consumido pelos ouvintes. Na atual conjuntura, onde todos têm acesso rápido e fácil a quase qualquer música produzida, a prescrição está mais em direcionar essas músicas para que efetivamente cheguem aos ouvintes do que em tentar influenciar na reação destes à música.

Porém, se a crítica musical foi, ao menos em parte, destituída de sua função de prescrever, ainda resta o papel de registrar a maneira como determinadas obras foram recebidas em seu tempo (GIRON, 2004) e de servir como uma resposta mais elaborada para os próprios artistas pensarem em suas obras.

#### 3.1.4 O programador de TV como prescritor musical

O uso da televisão como prescritor musical não é novo, e no Brasil tem muito a ver com suas origens. Por aqui, os profissionais que foram pioneiros na construção de uma forma de se fazer TV eram, em sua maioria, oriundos do rádio, e não do cinema e/ou do teatro, como foi comum em outros países (BRYAN; VILLARI, 2014). Assim, como coloca Toledo

Para analisarmos as formas e o impacto dos processos de difusão da música pela TV é necessário olharmos para esse cenário que ganha forma nos anos 60 a partir de dois eixos que se complementam: de um lado, o intenso processo de expansão e desenvolvimento dos meios de comunicação e dos diversos setores da indústria cultural que o período presencia. A consolidação do mercado de bens simbólicos e culturais nessa década e nos anos seguintes implicará num conjunto de mudanças em todo mercado de produção e consumo cultural, de organização e reorientação das estratégias das diversas mídias, entre elas a fonográfica e a televisiva, da efervescência e crescimento de produtos e segmentos culturais. (TOLEDO, 2010a, p. 43).

A origem radiofônica da televisão brasileira reflete diretamente na maneira como a música aparece na programação daquele momento, e que de certa forma influencia até hoje.

Na primeira metade do século XX, o rádio era no Brasil o principal meio de divulgação da música popular, e a televisão, ao poucos, passa a ocupar essa posição através justamente de atrações herdadas do rádio, como os programas de calouros, os musicais e as telenovelas - adaptações das radionovelas, que, devido à herança da estrutura literária folhetinesca surgida no século XIX, consistiam em narrativas rocambolescas sobre amores impossíveis, aventuras e tragédias, interrompidas em momentos culminantes para garantir a curiosidade do ouvinte até o episódio seguinte. (BRYAN; VILLARI, 2014, p.21).

A seguir, detalharemos a maneira como a música é prescrita em cada um desses gêneros de programas televisivos.

#### 3.1.4.1 – As trilhas sonoras de telenovelas

A lógica da trilha sonora das telenovelas se assemelha à do cinema, onde a parte musical se encontra presente desde os primórdios.

A trilha musical sempre teve grande importância na indústria cinematográfica. Na época do cinema mudo, a trilha, executada ao vivo nas salas de cinema por músicos instrumentistas, era determinante não apenas para dar suporte às cenas, mas para intensificar as passagens de romance, ação, suspense, tristeza e alegria. Através das emoções que suscitava, a sobreposição da música à imagem tornou-se um elemento narrativo indispensável, atuando no inconsciente do espectador de forma a sugerir, preparar, caçoar, provocar, informar, enfatizar, contradizer e surpreender. Assim, o cinema passou a ser fonte de inspiração para a obra de diversos músicos e compositores. O músico erudito Sergei Prokofiev, por exemplo, concebeu duas trilhas para filmes de Sergei Eisenstein.

Com o surgimento do cinema falado, a música chegou a se tornar a atração principal de diversos filmes, sendo os melhores exemplos os musicais da Metro-Goldwyn-Mayer das décadas de 1930 a 1950. As radionovelas brasileiras se inspiraram no modelo do cinema e, como não possuíam o recurso da imagem, dependiam ainda mais da trilha musical e da sonoplastia para aguçar a imaginação do ouvinte. (BRYAN; VILLARI, 2014, p. 25).

No entanto, as semelhanças terminam por aí quando pensamos no aspecto mercadológico. Ao contrário de um filme, que costuma ser uma experiência construída para ser consumida uma única vez num período de algumas horas, as telenovelas são pensadas para serem assistidas periodicamente ao longo de semanas ou até mesmo meses. Isso possibilita a construção mais aprofundada da trama, bem como uma série de possibilidades de se prescrever músicas de forma repetida, permitindo uma série de associações que dificilmente seriam propiciadas numa peça cinematográfica.

Porém, diferentemente do cinema, no qual a música existia em função do clima sugerido pela cena, nas telenovelas brasileiras ela passa a ser associada diretamente aos personagens. Assim, não existe o tema de amor ou de suspense, mas sim o tema do casal, ou o do vilão. E esse conceito sobre a funcionalidade da música nas novelas perdurou de forma definitiva no gênero. (BRYAN; VILLARI, 2014, p. 27).

As primeiras trilhas de telenovelas seguiam o estilo de suas primeiras histórias melodramáticas de autores como a cubana Glória Magadan. Os primeiros discos lançados ainda eram fruto de uma relação quase amadora entre mercado fonográfico e produção televisiva.

Não havia ainda a intenção de promover um cruzamento entre mídias, ou seja, o de levar uma música a se tornar sucesso nas rádios por causa de sua vinculação a uma novela, ou o de inserir uma música de sucesso como forma de criar no público da

novela um interesse extra. É certo que as gravadoras, como disse Salathiel<sup>53</sup>, lucravam ao ter seus fonogramas veiculados na televisão, mas o prestígio pela divulgação gratuita era mais relevante para os executivos do que o capital gerado por esses lucros. (BRYAN; VILLARI, 2014, p. 28).

O cenário começou a se modificar em 1968, com a novela “Beto Rockfeller”, da Rede Tupi, que ao abandonar as tramas exóticas dos dramalhões correntes e adotar um enredo urbano que dialogava com a classe média, pôde então usar músicas que se aproximavam daquelas que eram veiculadas com sucesso nas rádios comerciais. Isso chamou atenção das gravadoras, que passaram a pensar nas telenovelas como um potencial meio para divulgarem seus produtos. A própria estrutura narrativa foi sendo modificada, facilitando essa integração.

Era comum as músicas tocarem inteiras enquanto os personagens caminhavam ou pensavam, tornando a cena praticamente um videoclipe, e o apelo popular dessas cenas era tamanho que a forma como a música as apoiava tornou-se modelo para as novelas seguintes. (BRYAN; VILLARI, 2014, p. 52).

Atenta a esse movimento do mercado, a TV Globo fundou em março de 1969 sua própria gravadora, com fim de lançar os discos das trilhas musicais de suas telenovelas.

Se a televisão brasileira viveu uma reviravolta com a chegada da TV Globo, pode-se dizer o mesmo com o advento da Som Livre e sua forma de atuar no mercado fonográfico. Até então, o comércio de discos envolvia necessariamente algum empenho com a produção, com o trabalho do artista no estúdio, mesmo que dirigido por interesses primordialmente comerciais. No entanto, a complexidade do tipo de atuação da Som Livre reside, não somente no grau de autonomia que a área do comércio de música alcançou, mas nos recursos utilizados para sustentá-la. A música, guiada por interesses alheios, ajuda a envolver subjetivamente o espectador, fazendo-o partilhar, de alguma forma, de sentimentos, valores, interesses, propostos num folhetim padronizado, repetitivo, mundializado, ao alcance de todos. (DIAS, 2005, p. 225).

A partir deste momento, as trilhas musicais passam a ser vistas com um maior interesse pelas gravadoras e como um produto atrativo para o consumidor. As trilhas sonoras nacionais eram feitas sob encomenda, a partir das sinopses das tramas, garantindo que fosse composta de músicas inéditas. Em princípio havia certa resistência dos artistas, que foram cedendo à medida que observavam que os folhetins haviam se modernizado. Além disso, o modo de produção da gravadora passou a ser o padrão para o mercado fonográfico brasileiro no que diz respeito às trilhas internacionais.

A Som Livre diferenciou-se no meio fonográfico, por limitar sua ação à escolha de títulos já gravados por outras empresas e à conseqüente negociação de royalties e direitos autorais, terceirizando os serviços de fábrica e distribuição, utilizando portanto a mesma tática das empresas transnacionais ao lançarem no país, discos com custos de gravação amortizados, instituindo definitivamente como lema o simples comércio de discos. (DIAS, 2005, p. 226).

---

<sup>53</sup>Salathiel Coelho, primeiro responsável pelas trilhas musicais das novelas da Rede Tupi.

Em pouco tempo, a gravadora se tornou uma das líderes do mercado brasileiro. Em dez anos, já era a gravadora com a maior parcela do mercado, ocupando 25%, impulsionada principalmente pelas trilhas musicais internacionais das telenovelas.

Até meados dos anos 1970, a venda de discos com a trilha sonora internacional das novelas superava em muito a dos discos de trilha nacional. Isso acontecia porque os LPs internacionais reuniam músicas de sucesso que a Som Livre pegava de outras gravadoras, enquanto a trilha nacional era composta, quase sempre, de músicas inéditas ou pouco conhecidas. (BARCINSKY, 2014, p. 48).

Isso gerou um fenômeno interessante: músicas que não haviam feito sucesso em suas gravações originais e que se tornaram êxitos no Brasil devido à inclusão nos discos das telenovelas, caso das canções "Skyline Pigeon", de Elton John, e "Rock and roll lullaby", de B.J.Thomas. (BRYAN; VILLARI, 2014, p. 58). Para Dias (2005), citando a cantora Vange Leonel e o então diretor artístico da Rádio Jovem Pan, Ricardo Henrique, o segredo do sucesso era que “você vende a música pegando as pessoas comovidas; as pessoas estão envolvidas com a cena e você joga a música ali.” Ou: “No rádio você só tem o áudio. Na TV, você fica anestesiado pela imagem e a música entra com mais facilidade” (DIAS, 2005, p. 222). Toledo (2010b, p. 27) chamou esse tipo de “promoção subliminar”, “aquela cujo estímulo não é suficientemente intenso para que o ouvinte/consumidor tome consciência dele, mas, por conta do grau de repetição na qual é executada, atua no sentido de alcançar o efeito desejado” ou ainda, citando Dias, de “consumo aleatório”

independe de o indivíduo gostar ou não de música, de consumi-la ou não: o fundo musical da novela é onipresente, faz parte do nosso cotidiano e proporciona à trilha sonora o status de um acontecimento cultural, econômico e estratégico ao mesmo tempo. (DIAS, 2002, apud TOLEDO, 2010b, p. 27).

A importância das telenovelas para a prescrição de fonogramas é confirmada por diversos artistas, como podemos ver nos depoimentos de Michael Sullivan e José Augusto, dois artistas que foram beneficiados por esse modelo.

Ter música em novela virou algo muito importante para fazer sucesso. Ela está dentro de um disco, que é distribuído, emplaca dois ou três sucessos nacionais, e as músicas que acabam não tocando ainda podem ser descobertas pelas rádios do interior. Eu já tive música que não tocou dentro da novela, mas o disco pelo Brasil fez com que ela virasse a faixa de trabalho do LP do artista. A novela chamava a atenção das rádios do interior, que empurravam para as capitais. As gravadoras passavam a ter um termômetro e começavam a fazer o single a partir daquele trabalho. Então, as três ou quatro músicas de sucesso no disco da novela empurravam mais outras três ou quatro, graças ao interior do país.

Michael Sullivan. (BRYAN; VILLARI, 2014, p. 178).

Desde que comecei, as novelas sempre me ajudaram muito, porque são uma divulgação imediata. É bem mais rápido do que você, por exemplo, ser executado em Recife ou no Rio, nas rádios. Como ela vai via novela, imediatamente, atinge o Brasil todo e isso é uma parte bem significativa da divulgação do teu trabalho. No meu caso, como gravo sempre em português e espanhol para lançar meus discos fora do país, e as novelas que contêm minhas músicas também costumam ser exibidas no exterior, a Som Livre sempre extraía a minha faixa que fazia parte do disco da novela daqui e colocava em espanhol lá. Também gravei duas músicas em italiano, "O sole mio" e uma versão do "Aguenta coração". Então, para mim, a importância é muito grande. Mas quando você, por exemplo, tem uma música tocando muito na rádio e a novela lança outra música sua, complica tanto para a que está tocando quanto para a que está na novela. Então o artista, geralmente, escolhe uma. Às vezes, é a da novela. Às vezes, não. Comigo já aconteceu de ter uma música estourada na novela, sem tocar no rádio. Mas boa parte da minha história, sem dúvida, eu devo às trilhas. José Augusto (BRYAN; VILLARI, 2014, p. 185).

Essas opiniões, no entanto, estão longe de ser unânimes, como podemos observar no testemunho de Zizi Possi.

Quando eu comecei, no final dos anos 1970, havia uma MPB forte, de substância. Aos poucos, a rádio começa a tocar o que é mais popular, mais fácil, e isso se refletiu nas trilhas de novela. A novela teve importâncias diferentes num espaço muito curto de tempo. A princípio, era um prêmio, um sinal de que o trabalho do artista tinha sido realmente bem-sucedido, a ponto de inspirar o autor, casar com o personagem, ser bem utilizado na trama. Com o tempo, foi mudando essa importância e virando uma relação de mercado, tanto que as novelas nunca revelam artistas: revelam músicas. É a música do momento, não o artista do momento. Raramente, um disco de novela faz o disco do artista vender. Falo isso de cadeira, porque gravei uma música chamada "Perigo", que vendeu muito disco de novela, mas o meu disco não vendeu quase nada. Aliás, para mim, "Perigo" não foi um sucesso, como o resultado de um trabalho bem-sucedido. Foi uma música usada, usada, usada e descartada. Eu sobrevivi porque tenho substância como artista. E não estou dizendo com isso que quem dançou não tem substância. Tem muita gente talentosa que se coloca à disposição de alguém que diz: "Faça isso, grave essa música". Legal, mas essa música só toca nesse momento, não vai servir de base a uma carreira. O fato de ninguém pensar a longo prazo vem dos anos 1980, quando a inflação comia solta. O raciocínio inflacionário impregnou a mente da gente em todas as áreas. Todo mundo gastava hoje para comer ontem. Então, se eu investisse 10 mil reais num disco hoje, amanhã eu ia ter que ganhar vinte para poder pagar os dez só na correção. Esse pensamento justificou muita pobreza cultural. Sabe aquela voracidade de ter que ganhar a todo custo? Uma coisa predatória, que deixou resquícios muito sérios. Então, em minha opinião, a novela tem um papel absolutamente importante e predatório, ao mesmo tempo. Predatório para quem põe seu talento desesperadamente na mão de uma cabeça que não está pensando na carreira da pessoa, mas apenas na sua utilização imediata, e é importante para artistas que têm um trabalho e vão se sustentar com ou sem novela. No caso de "Per amor", por exemplo, se não tivesse entrado na trilha da novela, como ia fazer para o público saber que eu tinha gravado esse disco? Em que rádio ia tocar? Então, para mim, foi de fundamental importância, tanto que, no caso de "Per amor", ela vendeu muito o disco da novela e também o meu, como eu nunca tinha vendido antes. Zizi Possi. (BRYAN; VILLARI, 2014, pp. 417-418).

O cantor Oswaldo Montenegro também critica a prevalência de músicas de trilhas sonoras disponíveis em paradas de sucessos. No entanto, sua discordância é de outra natureza:

A música, num sentido amplo, virou trilha. De cinema, de teatro, de celular, de novela. A música pura, como objeto de culto, ficou restrita a pessoas muito apaixonadas por

esse tipo de arte. Em geral, ela permeia as outras coisas. É interessante observar como é preciso que a música esteja vinculada a algum acontecimento, a alguma história, para que ela faça sentido às pessoas. Elas adoram a música ligada a algo e não como um fim de atenção em si. Nós estamos em uma época em que a música virou trilha. O século XX caracterizou isso. Até o século XIX, as pessoas iam a um lugar, assistir a um concerto, prestar atenção na música. Isso ainda existe, é claro, mas para uma faixa muito específica de pessoas.

Oswaldo Montenegro (BRYAN; VILLARI, 2014, p. 179).

No entanto, a principal crítica que é feita quanto aos discos de trilhas musicais de telenovelas é em relação à influência das gravadoras e falta de independência dos autores para escolherem as músicas que melhor se encaixam na proposta artística de suas obras. Apesar de Nonato Buzar (ex-produtor da Som Livre) (BRYAN; VILLARI, 2014, p.55) e Mariosinho Rocha (diretor da Som Livre nos anos 90) (DIAS, 2005) negarem veementemente a prática de Jabá, existem indícios de que a seleção musical não é tão descompromissada dos interesses das gravadoras quanto eles fazem parecer. Em depoimento, Silvio de Abreu explicita a ausência de autonomia em pelo menos uma parte do processo:

A gente sempre teve acesso à trilha nacional. À internacional, não, ela chegava como um pacote fechado. A gente recebia o disco pronto e aí sentava e via qual música servia pra qual personagem. Se a gravadora quer comercializar o disco, perfeito, até colaboro e deixo espaço pra tocar as músicas na novela, mas em primeiro lugar tem que estar a novela. A música tem que servir à novela, nunca o contrário. Porque não adianta ter um grande sucesso internacional e não ter nenhum personagem pra usar. Eu acho um erro mudar o tema romântico. Tem que acompanhar a novela toda, não pode mudar.

Silvio de Abreu (BRYAN; VILLARI, 2014, p. 60).

Além disso, ao descrever como funcionam as relações entre a emissora de televisão e as gravadoras, Dias (2005) deixa claro como as últimas têm força de influenciar a inclusão de artistas na seleção das trilhas musicais.

No caso das gravadoras e o departamento musical da Rede Globo, as negociações que podem ser entendidas da seguinte maneira: querendo a gravadora promover um artista novo que tenha um trabalho pronto, ela deve procurar o departamento musical da emissora para propor a sua divulgação como trilha. Se o artista já está fazendo sucesso, o interesse de fazer sua canção integrar uma trilha sonora diminui, uma vez que a compra do disco da novela, motivada pelo conhecimento daquela canção específica, pode indicar que o disco do artista não foi ou não será comprado, o que não é vantajoso para a gravadora. Mas para a emissora, é importante contar com uma canção de um intérprete consagrado, trazendo ainda maior distinção à novela. Desse impasse surge freqüentemente a seguinte troca: promove-se uma canção de um artista novo e a gravadora oferece outra, de um já famoso. (DIAS, 2005, p. 222).

Mesmo com essas ressalvas, o poder prescritivo das telenovelas é grande demais para ser ignorado ou menosprezado.

(...) apenas para apresentar alguns dados, ter uma música incluída como tema em alguma novela apresenta resultados muito favoráveis à indústria do disco. Conforme reportagem da revista Veja, depois de incluídas em trilhas sonoras das novelas da

Globo, os discos, por exemplo, de Ivete Sangalo (1999) que havia vendido 200 mil cópias, vendeu mais 200 mil; Maurício Manieri (1998) com 12 mil cópias, vendeu mais 388 mil; e Caetano Veloso (1998) vendeu, além das 700 mil cópias, mais 800 mil. (TOLEDO, 2010b, p. 36).

A ascensão da telenovela, sobretudo as produzidas pela TV Globo, ao *status* de produto audiovisual brasileiro por excelência rendeu frutos não só para a emissora, mas também ajudou no processo de internacionalização da música brasileira.

A força da teledramaturgia da TV Globo a levou a substituir o modelo praticado nas décadas anteriores de exportar e importar textos de novelas e passou a exportar o produto completo a partir de *O Bem-Amado*. Aos poucos, entre as décadas de 1970 e 1980, as novelas brasileiras foram cativando públicos de diversos países e culturas, tendo *Escrava Isaura* tornado-se o expoente máximo da repercussão causada pelo gênero ao redor do mundo. Através das novelas, a música brasileira também cruzou fronteiras, e boa parte das trilhas passou a ser lançada nos países em que as tramas eram exibidas, graças a acordos entre a Som Livre e gravadoras presentes em tais países, como a RCA e a CBS. (BRYAN; VILLARI, 2014, p. 183).

Mesmo com a transformação do mercado fonográfico dos anos 2000, que levou a gravadora a reduzir seu quadro de contratados e o número de lançamentos, a veiculação de músicas na teledramaturgia da TV Globo ainda é um forte prescriptor musical, principalmente por garantir acesso a outros espaços dentro da própria grade televisiva.

No mais, cabe à novela o espaço de divulgação de artistas e canções no meio televisivo, de forma que é grande a disputa por um lugar na trilha sonora. Sem contar os grandes índices de audiência dos quais a canção pode desfrutar; ter uma música em uma novela significa também ter acesso aos outros programas da emissora, como *Domingão do Faustão*, *Xuxa*, *Caldeirão do Huck*, *Fantástico*, *Altas Horas*. Num espaço altamente competitivo, o CD de um artista que tenha uma música na novela certamente se beneficia de toda essa divulgação e, com isso, atinge mais facilmente todos os outros meios de difusão: da programação das rádios aos espaços de destaque nas lojas. Não há dúvidas de que o domínio sobre as trilhas sonoras confere à Rede Globo um alto poder na transação junto às gravadoras. (TOLEDO, 2010b, pp. 32-33).

Esses programas que são também são aproveitados para a prescrição musical serão assunto para nosso próximo tópico.

#### 3.1.4.2 – Os programas musicais

Antes mesmo de voltar as atenções para as trilhas das telenovelas, os programas musicais já atraíam a boa vontade da indústria fonográfica. Esse tipo de programa é herdeiro direto dos programas musicais que já existiam nas rádios, o que fez com que já obtivessem o mesmo entendimento de sua importância que era desprendido a estes.

O tipo mais comum de programa a ser pensado nesse tópico são os programas de auditório que contam com atrações musicais. Essas atrações podem se dar na forma de artistas já

consagrados pela indústria cultural, de calouros, cuja qualidade indefinida pode levar tanto à revelação de novos talentos como ao escárnio dos candidatos por parte do corpo de jurados. (TINHORÃO, 1981), ou ainda programas mistos, onde artistas famosos dividem palco com aspirantes e outras exibições variadas. São exemplos desses programas mistos: “Discoteca do Chacrinha” (TV Tupi, 1957, TV Globo, 1968), “Cassino do Chacrinha” (TV Globo, 1982), “Clube do Bolinha” (TV Bandeirantes, 1974), “Domingão do Faustão” (TV Globo, 1989), “Programa Livre” (SBT, 1991), “Altas Horas” (TV Globo, 2000), “Caldeirão do Huck” (TV Globo, 2000), Esquenta! (TV Globo, 2011), entre outros.

Talvez o formato de competição musical tenha sido levado ao seu limite com os festivais da canção. Para Toledo,

No palco de tais programas é que se concretizou a fase de renovação da canção popular junto ao mercado fonográfico e ao grande público, e onde se consolidou as bases estéticas da MPB e da Tropicália, importantes segmentos que balizam os rumos da canção brasileira até hoje. (TOLEDO, 2010a, p. 52).

Os festivais serviam como laboratório, no qual a indústria fonográfica poderia realizar de “forma eficaz de sondagem dos diferentes segmentos musicais e de suas demandas” (TOLEDO, 2010a, p. 52). Os principais canais de televisão dos anos 1960 promoviam algum tipo de espetáculo dessa espécie, como o FIC – Festival Internacional da Canção (TV Rio e, posteriormente, TV Globo), Festival da TV Excelsior (TV Excelsior), Festival da TV Record e Bienal do Samba da TV Record (TV Record). Esses programas duraram por toda a década, atingindo seu auge na segunda metade dos anos 1960 e entrando em irremediável declínio no início dos anos 1970 (MELLO, 2003).

Assim, os festivais de música, tanto a brasileira como a internacional (os Festivais de Música Popular Brasileira e os FICs – Festivais Internacionais da Canção) mobilizaram agentes sociais de toda sorte, de produtores musicais, músicos e cantores, passando pelas redes de TV e de publicidade, empresários, patrocinadores, chegando a órgãos do governo, envolvidos em tais eventos. Os festivais tinham um caráter competitivo e mobilizavam a juventude, os media, a audiência e acabavam por revelar talentos, sobretudo novos compositores, dando visibilidade a um tipo de manifestação cultural que poderia estar simplesmente excluída da agenda cultural naquele momento, se dependesse unicamente do contexto político. (DIAS, 2005, p. 217).

Recentemente, o formato dos *reality shows* musicais, como o “Superstar”, “The Voice” e “Fama”, tem sido constantemente comparado com um “programa de calouros”<sup>54</sup>. No entanto, se verificarmos a definição de Tinhorão (1981), que ainda nos anos 70 se dedicou a estudar esse

---

<sup>54</sup>Como na matéria “Rock de TV: como o 'Superstar' tem servido de gatilho para uma nova cena” (<http://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2016/06/24/o-rock-nao-morreu-so-esta-sendo-transmitido-ao-vivo-todo-domingo-na-globo.htm>), por exemplo.

gênero de programas, a comparação mostra-se equivocada. O autor afirma que parte fundamental da dinâmica do programa de calouros, desde sua origem no rádio, é o julgamento “cruel” dos candidatos. Mais do que garimpar talentos, o objetivo era rir da falta de aptidão daqueles que se submetiam. O fato de alguns nomes se destacarem e realmente obterem sucesso só servia para atizar a dinâmica do espetáculo (TINHORÃO, 1981). O fato de os artistas passarem por uma pré-seleção antes de participarem desses programas elimina o elemento “ridículo” da equação, garantindo um nível mínimo de qualidade.

Além dos Festivais, a música também tinha papel de destaque em programas de auditório dedicados a estilos específicos dentro da música brasileira dos anos 1960, como a Bossa Nova, a Tropicália e a Jovem Guarda, com protagonismo da TV Record.

Com o processo de consolidação da produção e disseminação dos bens simbólicos na década seguinte, a emissora deu um passo adiante no que diz respeito à produção de uma programação mais racionalizada, portanto em maior conformidade com os parâmetros da indústria cultural, primando pela padronização dos programas musicais que, entre 1964 e 1969, detinham as maiores audiências da emissora (AMORIM, s.d.). Para isso, criou a Equipe A, formada por Antonio Augusto Amaral de Carvalho, Raul Duarte, Nilton Travesso e Manoel Carlos, a quem caberia o comando das atrações musicais da emissora. O primeiro programa, Primeira audição, levado ao ar em outubro de 1964 lançou, entre outros, Elis Regina (que na ocasião, se apresentou com o Zimba Trio) e Chico Buarque. Em seguida, uma série de programas viriam a fazer parte da grade da emissora, comandados por artistas em contavam com grande destaque na época: O Fino da Bossa (1965, comandado por Elis Regina e Jair Rodrigues) abria espaços à “canção de protesto”, ao samba, a outros compositores ligados à MPB; Bossaudade (também em 1965) tendo à frente Elisete Cardoso e Ciro Monteiro, abrigava, sobretudo a canção romântica que não encontravam abrigo pelo cenário polarizado pela canção de protesto e pelo rock do iê iê iê; Jovem Guarda (1965), com Roberto Carlos, Erasmo Carlos e Wanderléia, palco do rock e do pop, da “música para dançar”, ao mesmo tempo, das canções de amor, segmentos considerados alienantes no período e, ainda, Show em Si monal (1966) com Wilson Simonal, I Bienal do Samba, Elis Studio (com Elis Regina), dirigido por Luis Carlos Miéle e Ronaldo Bôscoli; Show da Sete (em alusão ao número do canal, reunia os músicos contratados da emissora), além evidentemente dos Festivais de Música, palco de transformação rápida no qual diferentes forças, algumas antagônicas entre si, convergiam: agentes da indústria fonográfica, diferentes mídias, músicos, órgãos do governo, etc., tudo isso sob a intensa participação do público.

A concentração de diversas frentes da canção popular na programação da TV Record, inclusive com propostas opostas (como a MPB e Jovem Guarda) se, por um lado, refletia a própria intensidade e diversidade das formas e segmentos da canção, revelava, por outro, a expansão de um mercado consumidor, ainda instável e aberto às novidades, tanto que a maioria desses programas, mesmo com propostas distintas, era líder de audiência em seus horários. O programa Jovem Guarda, por exemplo, exibido aos domingos, chegou a conseguir índices de 90% de audiência em São Paulo e entre 1966 e 1969, a emissora foi líder na preferência popular veiculando os programas musicais e de humor (Idart, 1980).

Logo, a televisão de uma maneira geral e pelas mãos da TV Record especificamente, exercia o papel de meio de difusão de um cenário ainda pouco estruturado e difuso, mas com grande potencial de criação e consumo. As iniciativas, dessa forma, visavam a experimentação; a amplitude e potencialidade de um meio difusor como a TV era, ao mesmo tempo, espaço de veiculação e de criação da intensidade musical do momento e, funcionavam, então, tanto como forma de expressão da heterogeneidade musical quanto para as primeiras investidas da indústria fonográfica na produção

local, do qual o movimento da Jovem Guarda é um dos exemplos mais significativos. (TOLEDO, 2010a, pp. 53-54).

A partir de dezembro de 1972, a TV Globo passou a transmitir o programa “Globo de Ouro – A Super Parada Mensal”, que tinha como proposta exibir as músicas que mais tocavam nas rádios naquele período, apresentadas por artistas de sucesso da emissora. O programa teve diversos formatos e foi veiculado até 1990. A proposta era semelhante à do programa britânico “Top of the Pops”, exibido de 1964 a 2006 pela rede de televisão BBC. Recentemente, a TV Globo reeditou esse formato com a atração “Só toca top” (2018), que semanalmente divulga as músicas de maior sucesso em diferentes segmentos.

### 3.1.4.3 – Os videoclipes

Dentre as estratégias de prescrição musical utilizando a televisão, talvez a mais recente seja a dos videoclipes. Partindo da lógica expressa por Midani, de que a melhor maneira de se divulgar músicas é “fazendo as pessoas ouvirem” (TOLEDO, 2010a, p. 27), os videoclipes musicais são uma forma direta de se fazer ouvir as músicas, unindo-as à imagens que consigam “fazer ver a canção a partir de códigos inscritos nas próprias canções populares massivas” (SOARES, 2007a, p. 4). No entanto, a associação de imagens a uma cena ou narrativa não é exclusividade dos clipes, das telenovelas e nem mesmo da televisão.

Relevante destacar que, antes propriamente do conceito de televisão musical ser disseminado, o cinema já instaurava como alicerce “visual” dos produtos musicais, sobretudo através de filmes musicais protagonizados por astros da música (The Beatles, Elvis Presley, etc.). No entanto, há um fator que aproxima a televisão musical do rádio: a organização de suas programações a partir de uma dinâmica ininterrupta de programas, intervalos e atrativos, apresentando gêneros e formatos, além de estruturas de produção análogas. A televisão musical se presentifica em canais como MTV, VH1 e congêneres. (SOARES, 2007b, p. 9).

No Brasil, o espaço para veiculação de videoclipes era bastante reduzido, se restringindo por muito tempo ao programa semanal “Fantástico” (TV Globo, 1973). Somente nos anos 1980 começaram a surgir outros programas que exibiriam clipes musicais, como o Clip Clip (TV Globo, 1984), FMTV (TV Manchete, 1984), Realce (TV Gazeta, 1985), Clip Trip (TV Gazeta, 1989), Som Pop (TV Cultura, 1989) e outros. A escassez de espaço fazia com que gravadoras e artistas não priorizassem a produção das peças de vídeo, ao contrário do que já vinha acontecendo nos Estados Unidos por conta do surgimento da MTV.

A MTV é inaugurada em 1981, nos Estados Unidos, e se constitui como o primeiro canal segmentado para a música jovem, instalando filiais regionais em vários países. A emissora mistura a linguagem do vídeo, da publicidade, do cinema e da televisão,

com uma dinâmica ágil e fragmentada. Oferece referências simbólicas de uma cultura global, alimentando-se do local, como forma de se aproximar de cada contexto regional.

No Brasil, o canal inicia sua primeira transmissão em 20 de outubro de 1990, com a VJ Astrid Fontenelle. Neste período, retransmite apenas para o Rio de Janeiro e São Paulo, operando pelo do sinal UHF e alcança 53 cidades e 5 milhões de domicílios. Atualmente situa-se entre o canal pago e aberto e conta com 54 retransmissoras em todo país, totalizando 16 milhões e 590 mil casas, estando presente nas principais capitais em sinal aberto.

No início de sua história, os videoclipes brasileiros são quase nulos, sendo restritos às produções realizadas pela rede Globo, com execução apenas no domingo à noite no Fantástico. Até 1991, 70% da programação é importada, quando a rede começa a produzir seus próprios videoclipes, avaliados em US\$ 20 e US\$ 30 mil. (OLIVEIRA, 2004, p. 60).

A carência de material produzido no Brasil fez com que a emissora, ao se instalar no país, abrisse espaço para bandas independentes e de pequenas gravadoras, que foram rápidas em perceber a necessidade de se produzir material audiovisual. Isso foi um fator determinante para a ascensão de artistas como Chico Science & Nação Zumbi, Planet Hemp e Raimundos, que tinham pouca inserção nas rádios comerciais (SALDANHA, 2005a). Dentro de pouco tempo, no entanto, o mercado se adaptou e a lógica mercadológica passou a ditar as regras na emissora. Analisando o cenário de 2004, Oliveira diz

Estar com o videoclipe na programação da MTV pode garantir o ingresso para o sucesso e sem dúvida é o meio com maior força para a nova produção conseguir tal objetivo. A MTV deve ser pensada como uma espécie de rádio visual. Mas a grande questão dentro desta pesquisa é como o videoclipe é escolhido para ser exibido. Alguns padrões são adotados, como a compra de espaço comercial pelas gravadoras na MTV, mas é claro que isso representa uma estratégia operacional da indústria fonográfica, como parte do fluxo dos seus produtos musicais.

Os videoclipes também são produzidos na sua grande maioria por agências de publicidade de empresas multinacionais com sede no Brasil e trazem um padrão adaptado ao estilo MTV. A linguagem dos videoclipes é uma forma cultural híbrida, que repete conceitos estéticos, não raro dentro do gênero cinematográfico, com poucas vanguardas plásticas. (OLIVEIRA, 2004, p. 86).

No entanto, a expansão do papel da emissora no mercado fonográfico traz consigo as mesmas suspeitas já vistas em relação à prescrição musical nas rádios e críticos musicais. Brittos e Oliveira (2006, p. 102) indagam: “a questão chave é o modo pelo qual o artista é escolhido para fazer parte da programação”. A resposta vem no mesmo artigo, em fala do ex-VJ da MTV Fábio Massari, que sinaliza que o Jabá poderia existir de várias formas:

Massari (2004) afirma que existe uma ligação entre estas peças da indústria, gravadoras e meios de comunicação: “Eles trabalham entre eles, as prioridades das gravadoras são seus artistas, que vão preencher o espaço de jornais, revistas e TV. São sempre as mesmas cartas. Mas [...] nem todo o grande investimento dá certo, embora na maioria das vezes esses esquemas [...] acabem funcionando [...]”. (BRITTOS; OLIVEIRA, 2006, p. 113).

Porém, o elemento fundamental para o enfraquecimento da MTV, e de todos os canais com a proposta de manter uma programação priorizando a exibição de videoclipes, foi a popularização da plataforma de compartilhamento de vídeos *YouTube*. Surgida em 2005, em poucos anos ela modificou a relação de forças entre artistas, canais de televisão e até mesmo a indústria fonográfica.

Com as novas tecnologias de captação e edição de imagem digitais, barateia-se a produção de videoclipes e reconfigura-se uma logística que pressupunha: primeiro, o artista gravar um álbum, em seguida, escolher um single (ou uma “música de trabalho”), divulgar esta música em emissoras radiofônicas, gravar um videoclipe, fazer shows, etc. Observa-se que, em muitos casos, uma determinada banda ou artista é detentor apenas de uma ou duas músicas, mas, a partir deste material, já realiza um videoclipe que é disponibilizado numa plataforma online e, só então, este artista grava um álbum fonográfico. (SOARES, 2007a, p. 6).

Isso leva esses canais a reverem suas programações, investindo então em programas de variedades e *reallity shows*, ainda focado no público jovem.

### 3.2 – Sistemas de recomendação musical automática

No final do século XX, o avanço das tecnologias de comunicação trouxe a promessa de um mundo de oportunidades mais justas para os produtores de conteúdo musical. Programas de compartilhamento de arquivos, como o Napster, Audio Galaxy, Kazaa e Emule e, posteriormente, *websites* e aplicativos de transmissão de vídeos e músicas, como o YouTube, Spotify, Tidal e Deezer, modificaram a maneira como a música seria consumida. O acesso à informação deixaria de ser um fator relevante para a seleção do que seria ouvido, já que a internet possibilitava que qualquer pessoa chegasse a qualquer arquivo que nela estivesse disponível. No entanto, não se concretizou a esperança de que o acesso direto entre produtores (artistas) e consumidores (ouvintes) proporcionasse uma relação na qual a decisão fosse independente de intermediários (influenciados muitas vezes por fatores econômicos). A escassez, que antes determinava as escolhas dos indivíduos, foi substituída por um excesso, que dificulta o usuário a travar o conhecimento do que está disponível. Assim, novos fatores são acrescentados ao processo de obtenção de informações musicais. Essa mudança é descrita por Anderson:

Estamos saindo da Era da Informação e entrando na Era da Recomendação. Hoje, é ridiculamente fácil obter informações; praticamente se tropeça nelas nas ruas. A coleta de informações não é mais a questão — a chave agora é tomar decisões inteligentes com base nas informações... As recomendações servem como atalhos no emaranhado de informações, da mesma maneira como o dono de minha loja de vinhos me orienta

entre as prateleiras de obscuros vinhos franceses para que eu desfrute do melhor com minhas pastas. (ANDERSON, 2006, kindle).

A ideia de prescrição musical (GALLEGO PÉREZ, 2011) ganha destaque nesse cenário. A presença de sujeitos que conseguem influenciar na decisão de compra dos usuários já existia desde o começo da indústria do disco. A novidade nesse panorama é o surgimento dos sistemas de recomendação musical, algoritmos que tentam guiar os ouvintes em meio a toda essa diversidade de informações musicais distribuída por diversas plataformas. Sá os define da seguinte forma:

Sistemas de recomendação são, pois, exatamente aquilo que a expressão sugere. Definidos de maneira simples, tratam-se de softwares, também chamados de agentes inteligentes, que tentam antecipar os interesses do consumidor no ambiente digital e prever seus gostos, a fim de recomendar novos produtos. (SÁ, 2009, p. 1).

O uso da tecnologia para a recomendação de conteúdo é uma realidade cada vez mais presente. Ao acessar a internet, os dados gerados pelo usuário são utilizados o tempo todo para tentar prever suas necessidades futuras. A informação musical não é diferente. Porém, Kaminskas e Ricci (2012, p. 94) destacam que essa é uma tarefa desafiadora “não só por causa da complexidade do conteúdo musical, mas também porque a percepção humana da música ainda não é bem compreendida”<sup>55</sup> sendo influenciada por diversos fatores. Pachet e Roy (1999) evidenciam que o banco de dados de um serviço de streaming de música continha em média, na época, 500 mil faixas, com 4 mil álbuns sendo lançados no ocidente a cada ano. Assim, a tecnologia viria para resolver o problema dos provedores de conteúdo, que precisam fazer com que os ouvintes cheguem a esse acervo e dos usuários, que precisam ser guiados por essa infinidade de informações. Se do ponto de vista do provedor, as gravadoras e os selos detentores do arquivo, a questão obedece a um pensamento mercadológico que tenta otimizar o uso dos bens que eles possuem, da perspectiva do usuário o problema se apresenta de forma bem menos racional, já que a meta do ouvinte (satisfação pessoal e excitação) não obedece a uma lógica comum a todos os indivíduos. Os autores afirmam que os sistemas de recomendação precisam explorar o desejo do usuário de ouvir coisas novas ao mesmo tempo que se vale de sua vontade de ouvir coisas por eles conhecidas.

Esses dois desejos são contraditórios e a questão da seleção de música é precisamente encontrar o compromisso correto entre esses dois desejos: fornecer aos usuários itens que eles já conhecem, e também itens que eles não conhecem, mas provavelmente gostarão.<sup>56</sup> (PACHET; ROY, 1999, p. 332 ).

---

<sup>55</sup> Tradução nossa.

<sup>56</sup> Tradução nossa

Para atingir esse objetivo foram desenvolvidos diferentes métodos lógicos. Em artigo de revisão, Reis, Viterbo e Bernardini (2016, p. 2) estabelecem que “um sistema de recomendação de música deve ser capaz de detectar automaticamente as preferências e gerar listas de reprodução de acordo com as mesmas.” Os autores também fazem uma categorização desses sistemas de acordo com a maneira como eles funcionam: “os SRs podem ser classificados em três tipos: Sistema de Recomendação Baseada em Conteúdo (SRBC), Sistema de Recomendação Colaborativa (SRC) e Sistema de Recomendação Híbrida (SRH)” (REIS; VITERBO; BERNADINI, 2016. p. 2).

Celma (2010) propõe ainda duas outras classificações: Sistemas de Recomendação Demográficos e Sistemas de Recomendação Baseada em Contexto. Analisaremos, a seguir, essas cinco categorias, podendo assim nos debruçar sobre cada um dos tipos descritos.

### 3.2.1 Sistema de recomendação demográfico

É o sistema mais rudimentar de recomendação de músicas, sendo um dos primeiros a ser utilizado. O algoritmo toma alguns dados pessoais do usuário (como idade, sexo, estado civil) e faz recomendações baseadas somente nisso. Esse método tem a clara desvantagem de fazer recomendações muito gerais, uma vez que todos os indivíduos colocados sob um mesmo perfil receberão exatamente as mesmas indicações. Outra desvantagem é que a própria geração do perfil demanda do usuário um certo esforço (preencher formulários ou outra forma ativa de fornecer as informações necessárias) (CELMA, 2010).

Talvez até pela simplicidade do modelo, não foram encontrados artigos que tratassem especificamente dessa forma de recomendação musical, sendo mencionado somente nos trabalhos que tinham como proposta abordar todos os sistemas de recomendação musical.

### 3.2.2 – Sistema de recomendação baseada em conteúdo

Nos sistemas de recomendação baseada em conteúdo, a indicação se dá “através de informações recuperadas do usuário (perfil, comportamento) e/ou do seu histórico de escolhas”. (REIS; VITERBO; BERNADINI, 2016, p. 2). Além disso, esse modelo exige que o sistema seja capaz de analisar ou recuperar algum tipo de análise de áudio (KAMINSKAS; RICCI, 2012). Assim, o sistema possui um banco de dados no qual armazena os metadados de cada música disponível (que podem ser desde informações básicas, como: artista, gênero musical,

época da gravação e, até mesmo, análise complexas (espectro musical gráfico) e entrecruza esses dados com os gerados pelo usuário ao ouvir música, indicando então faixas que possuam metadados similares àqueles que o ouvinte consome com maior frequência.

É chamado muitas vezes de sistema “tradicional” (CELMA, 2010; KAMINSKAS; RICCI, 2012), o que explica a grande quantidade de artigos encontrados sobre esse tipo de sistema de recomendação de músicas. Embora possa parecer simples, esse método se torna sofisticado à medida que os metadados vão ficando cada vez mais complexos. Existem diversas tentativas de agrupar músicas pelo humor e emoções que elas inspiram (CHEN et al., 2016; CHIN et al., 2014; HAN et al., 2010; QIN et al., 2014; SHAN et al., 2009) até mesmo sistemas que baseiam suas recomendações nos dados obtidos por eletroencefalografia (CHANG et al., 2017). Porém, a dificuldade em obter tais metadados acabam sendo restrições a esses algoritmos.

Celma (2010) aponta algumas outras limitações aos sistemas de recomendação baseados em conteúdo. A primeira delas é o chamado *cold start*, usuários novos que ainda não têm dados gerados e, portanto, não têm parâmetros para se iniciar uma recomendação (três dos artigos encontrados tratavam exclusivamente dessa questão). Além disso, existem os usuários chamados de *gray-sheeps*, cujos padrões de consumo musical são atípicos e por isso dificultam a ação do algoritmo. Mas o principal problema desses modelos é que, por se basearem em similaridades, eles possuem pouca capacidade de apresentarem aos usuários músicas totalmente novas e inesperadas. Assim, é preciso que o programador “use outros fatores para promover o ecletismo dos itens recomendados” (CELMA, 2010, p. 29<sup>57</sup>).

### 3.2.3 – Sistema de recomendação colaborativa

Esse modelo é o mais utilizado não só para a recomendação de músicas, mas como para a sugestão de outros bens (KAMINSKY; RICCI, 2012). Ele “leva em consideração escolhas realizadas por usuários com características similares”. (REIS et al, 2016), desprezando as características do conteúdo a ser recomendado (CHANG et al., 2011). Esse modelo garante um alto índice de serendipidade, já que “o objetivo do método colaborativo é fornecer resultados inesperados<sup>58</sup> devido ao compartilhamento de informações entre usuários relevantes” (CHANG et al., 2011, tradução nossa). Segundo Celma (2010), as sugestões podem ser organizadas a

---

<sup>57</sup> Tradução nossa.

<sup>58</sup>Grifo do autor.

partir dos itens (“usuários que ouviram essa música também gostaram de...”) ou a partir dos próprios usuários (“seus amigos ouviram as seguintes músicas recentemente”).

Os sistemas de recomendação colaborativa também estão sujeitos aos problemas de *cold start* e *gray-sheep*. Além disso, esse modelo possui um viés de popularidade, onde artistas ou canções muito populares tendem a ser ouvidas por muitas pessoas e por isso seriam recomendadas para os usuários ligados a esses ouvintes, fazendo com que elas fossem ainda mais ouvidas, podendo acarretar num *looping* (CELMA, 2010).

#### 3.2.4 – Sistema de recomendação baseada em contexto

Os Sistemas de recomendação baseada em contexto têm muitas similaridades com os modelos baseados em conteúdo, sendo que a maioria dos autores sequer faz essa distinção<sup>59</sup>. Eles utilizam ferramentas como *web mining* (busca e análise de informações disponíveis na internet como textos de websites, padrões de uso etc.) e *Social Tagging* (dados alimentados pelos usuários, normalmente associados a sistemas de recomendação colaborativa) para conseguir sugestões vinculadas não ao usuário ou o conteúdo, mas à situação em que ele se encontra (como período do dia – “músicas para se ouvir à noite” –, condição climática – “músicas para dias de chuva” – ou ocasiões específicas - “músicas para encarar o trânsito” ou “músicas para festas”) (CELMA, 2010). Os artigos encontrados que se baseavam no contexto utilizavam múltiplas formas de obter os dados para lastrear a recomendação, se encaixando assim mais adequadamente nos sistemas de recomendação híbridos.

#### 3.2.5 – Sistema de recomendação híbrida

Os sistemas de recomendação híbrida são aqueles que combinam as metodologias e algoritmos dos sistemas anteriormente descritos para “atingir um maior número de possibilidades e sugerir objetos que diretamente não aparentam estar relacionados” (REIS; VITERBO; BERNADINI, 2016, p. 2).

A ideia é que ao agregar sistemas de recomendação distintos é possível minimizar as limitações de cada um deles. Burke (2002) classifica as diferentes maneiras de se combinar os sistemas:

---

<sup>59</sup> A categoria foi incluída por constar da obra de Celma, 2010.

- Hierárquica: Um método híbrido que combina os resultados de abordagens separadas usando, por exemplo, uma combinação linear dos escores de cada técnica de recomendação.
- Variável: O sistema usa algum critério para alternar entre as técnicas de recomendação. Uma solução possível é que o sistema usa uma técnica, e se os resultados não são suficientemente seguros, ele muda para outra técnica para melhorar o processo de recomendação.
- Misto. Nessa abordagem, o recomendador não combina, mas expande a descrição dos conjuntos de dados levando em consideração as classificações dos usuários e a descrição dos itens. A nova função de predição tem que lidar com ambos os tipos de descrições.
- Cascata. A cascata envolve um processo passo a passo. Neste caso, uma técnica de recomendação é aplicada primeiro, produzindo uma classificação grosseira de itens. Então, uma segunda técnica refina ou reordena os resultados obtidos no passo anterior<sup>60</sup>. (BURKE, 2002, p. 7).

Uma vez que o objetivo dos sistemas de recomendação é conseguir o resultado mais eficiente possível, não faz sentido nenhum tipo de “pureza metodológica” para defender uma abordagem ou outra. Os artigos propõem vários sistemas híbridos, cada um com limitações e potencialidades diferentes. As principais plataformas de consumo de música da atualidade, como o YouTube<sup>61</sup> e o Spotify<sup>62</sup>, usam sistemas híbridos.

### 3.3 – Novas formas de prescrição musical

Às formas de prescrição descritas acima, outras vão se somando. A prescrição musical do século XXI segue acontecendo nas rádios, revistas, jornais e programas de TV, mas ganham novas proporções à medida que novas formas de se consumir e prescrever música surgem. No entanto, as mudanças no discurso sobre o gosto impactam diretamente na forma de prescrever. Se a prescrição pelo crítico musical, pelo programador de TV, pelo locutor de rádio e mesmo a interpessoal remetem aos conceitos de Adorno, Bourdieu e Hennion, as novas formas de prescrição musical trazem em si o discurso quantificável das métricas da neurociência. Poderíamos citar a já mencionada prescrição algorítmica dos sistemas de recomendação de músicas (2.2.1), presente em plataformas de *streaming* como Spotify, Deezer e Tidal. Outro veículo popular de prescrição musical é a plataforma de vídeos YouTube, que também opera com algoritmos, mas principalmente através dos chamados “vídeos de reação”. Kim (2016) demonstra esse fato ao observar que os vídeos de reação a músicas de grupos de K-Pop se tornam tão populares que por vezes passam a substituir o consumo dos vídeos originais por parte da audiência, tendo assim caráter formativo na economia da atenção.

---

<sup>60</sup> Tradução nossa

<sup>61</sup> DAVIDSON, 2010.

<sup>62</sup> DORDA, 2017. CIOCCA, 2017.

Economia da atenção é, segundo Goldhaber (1997), uma nova forma de economia surgida na era digital, onde atenção é enxergada como propriedade. Diferentemente da informação, que é abundante, atenção é um recurso escasso e é negociado numa relação competitiva e exclusiva. (...) Vídeos de reação, o tema da pesquisa atual, são notáveis por terem um efeito formativo na economia da atenção, por levarem a troca da atenção das estrelas do K-Pop nos videoclipes para as pessoas comuns em vídeos de reação<sup>63</sup>. (KIM, 2016, p. 334).

No entanto, no próximo capítulo, começaremos a lançar nosso olhar para uma outra forma de prescrição musical que vem sendo explorada cada vez mais pela indústria fonográfica: a prescrição musical através de jogos de videogame.

---

<sup>63</sup> Tradução nossa

#### 4. O USO DE VIDEOGAMES COMO PRESCRITORES MUSICAIS: O CASO DA SÉRIE “LIFE IS STRANGE”.

*Ele fica como uma estátua  
Torna-se parte da máquina  
Sentindo todos os bumpers  
Sempre jogando limpo  
Ele joga por intuição  
Os placares sobem  
Aquele garoto surdo, mudo e cego  
que joga pra caramba pinball  
(Pinball Wizard, The Who)<sup>64</sup>*

*Essa ação terá consequências...<sup>65</sup>  
(Life is Strange)*

Em seu artigo “Jacking the Dial: Radio, Race, and Place in ‘Grand Theft Auto’”, a etnomusicóloga Kiri Miller (2007) recolhe o relato de diversos jogadores que, apesar de declararem preferência por ritmos musicais diferentes, passaram a consumir hip hop, mesmo quando não estavam jogando, por causa de sua experiência com GTA - San Andreas. Um dos entrevistados (homem, branco, da região sul dos Estados Unidos) afirmou que seu gênero musical preferido era o country, mas que passou a ouvir rap regularmente por influência de CJ, o protagonista do jogo. Embora esse não fosse o foco do artigo, o tópico desperta uma questão interessante: *qual o papel dos jogos atuais na construção do gosto musical de seus jogadores?*

Neste capítulo, nos debruçamos sobre essa questão analisando os jogos de videogame como uma das “novas formas de prescrição musicais” pensadas por Gallego Pérez (2011). Lançamos um olhar sobre as estratégias empregadas pelos jogos que na verdade são adaptações de formas já usadas pelos meios tradicionais de prescrição bem como sobre as possibilidades novas que surgem ao se utilizar os jogos como prescritores.

Escolhemos para isso a série de jogos “Life is Strange”, ou somente *LiS*, para ser analisada, principalmente, por reunir algumas características interessantes em termos de produção e proposta. São 6 jogos (sendo 3 histórias principais e 3 complementos) lançados pela grande publicadora japonesa *Square Enix*, porém produzidos por dois estúdios pequenos: o francês *Donnod Entertainment*, que trabalhou no primeiro jogo, o que deu nome à série (“Life is Strange”, 2015), bem como “Life is Strange 2”(2018) e “The awesome adventures of Captain

<sup>64</sup> Tradução e adaptação nossa. No original: “He stands like a statue/ Becomes part of the machine/ Feeling all the bumpers/ Always playing clean/ He plays by intuition/ The digit counters fall/ That deaf, dumb and blind kid/ Sure plays a mean pinball”

<sup>65</sup> Frase que aparece nos jogos da série quando os personagens fazem escolhas que mudarão seus destinos dentro da trama. No original, “This action will have consequences...”

Spirit”(2018), e o americano *Deck Nine Games* – que fez as sequências “Life is Strange: Before the Storm”(2017), “Life is Strange: True Colors”(2021) e “Wavelengths”(2021). Existe muita controvérsia sobre em qual gênero o jogo se encaixa, sendo frequentemente chamado de “aventura gráfica” ou “aventura narrativa”, mas também sendo ocasionalmente referido como “filme interativo”. São jogos em que não é exigido do jogador grande habilidade para superar desafios, mas sim que tome decisões que interferem no rumo da história. À exceção de “Life is Strange: True Colors”, todos foram lançados no formato de episódios, que levavam meses para serem publicados.

A franquia tem protagonistas jovens que vivem aventuras que partem de circunstâncias bastante cotidianas e que ganham novas nuances com a introdução de elementos fantásticos. Todos os jogos se passam nos Estados Unidos dos tempos atuais, o que possibilita a inserção de temas recentes. A narrativa não tem foco na ação, mas no emocional dos personagens, que passam por situações de luto, descoberta do amor, valorização da amizade e amadurecimento. A trilha sonora, que alterna entre som diegético, não-diegético e metadieético, em faixas compostas especialmente para o jogo e músicas pré-existentes licenciadas para ele, tem uma importância grande na construção do cenário. Em entrevista na época do lançamento do primeiro jogo, o co-fundador e diretor criativo da *Donnod Entertainment* Jean-Maxime Moris comentou que as músicas são “(...)parte desse clima outonal do Pacífico noroeste (americano) que estamos criando no jogo. Nós queremos que ele permeie toda camada de história, arte e som.”<sup>66</sup>(grifo nosso).

Os jogos da franquia *LiS* tiveram boas vendas, atingindo milhões de jogadores em todo mundo<sup>67</sup> e gerando uma série de produtos derivados, como histórias em quadrinhos e livros. Além disso, receberam boas críticas pelos veículos de imprensa especializados e foram indicados para dezenas de prêmios, inclusive em categorias referentes à trilha sonora. Assim, não seria exagerado afirmar que a série de jogos é um sucesso de crítica e de público, o que por si só já é um fator que desperta o interesse para a análise. O fato de ser produzido por estúdios pequenos, com relativa liberdade criativa, mas serem distribuídos por uma grande editora, garante um equilíbrio relevante entre o alcance de público e integridade artística. A jogabilidade simples, acessível mesmo para jogadores inexperientes ou casuais, é outro aspecto que nos

---

<sup>66</sup> Entrevista consultada em 20 de setembro de 2021 e disponível em <https://www.eurogamer.net/articles/2014-09-10-life-is-strange-it-takes-time-to-be-different>

<sup>67</sup> O jogo mais recente da franquia – “Life is Strange: True Colors” – estreou em 10º lugar na lista dos jogos mais vendidos nos Estados Unidos em seu lançamento em setembro de 2021. <https://www.gamespot.com/articles/nintendo-switchs-33-month-sales-record-in-the-us-just-fell-as-ps5-takes-top-spot-in-september/1100-6497147/>

chama a atenção, já que isso amplia a gama de influência do produto. Por fim, o fato da música ocupar um lugar de destaque em *LiS*, o que é sinalizado até mesmo graficamente, como veremos em breve, nos fizeram escolher essa série como objeto de análise.

#### 4.1 – Metodologia

Talvez por ser um campo de pesquisa bastante recente, ainda existe muita controvérsia sobre como se deve estudar a música nos videogames. Isso ocorre porque embora carregue diversas similaridades com outros meios, a música nos jogos carrega também uma série de diferenças que a tornam um objeto singular (FRITSCH; SUMMERS, 2021) Em seu artigo “Analysing Video Game Music – Sources, Methods and a Case Study” (2016), o ludomusicólogo Tim Summers divide as possibilidades de observação em duas categorias: a das fontes de dentro do jogo (“*In-Game Sources*”) e a de fontes satélite. As fontes de dentro do jogo são aquelas informações obtidas diretamente durante o ato de jogar: tem a ver com os elementos que são mostrados na tela ou tocados nos alto-falantes a partir do videogame. No caso da música, objeto da nossa pesquisa, inclui a trilha sonora (diegética e não-diegética), os ruídos incidentais disparados por ações do jogador e de seu avatar ou mesmo as canções tocadas nos menus de seleção. Já as fontes satélite seriam entrevistas, gravações, resenhas e apresentações, materiais que falam sobre os jogos sem estar inserido nos mesmos.

Para este trabalho, as fontes satélite serão importantes para pensarmos algumas questões relativas à intencionalidade e à recepção dos jogos. No entanto, nossa intenção não era somente avaliar como o público e a imprensa especializada reagiu a *LiS*, tampouco, analisar o discurso dos produtores e distribuidores. Queríamos observar, ao menos em partes, o processo subjetivo da formação do gosto, a maneira como o jogo influenciava o jogador em suas escolhas musicais posteriores. Sendo assim, optamos por utilizar também fontes de dentro do jogo.

Para fazer isso, era preciso mais uma vez tomar decisões metodológicas. Existem diferentes maneiras de se pensar no que Summers (2016) chama de “Jogar Analítico”. Ao falarem das abordagens analíticas para a música nos videogames, Fritsch e Summers (2021) discorrem sobre a possibilidade de refletir o objeto como a música no cinema ou mesmo pelo enfoque musicológico, mas destacam que a experiência da interatividade proporciona um diferencial que precisa ser levado em consideração, mesmo que o jogo em análise não seja um “jogo musical”<sup>68</sup>.

---

<sup>68</sup> No texto, os autores consideram “jogos musicais” aquele que o jogador interage diretamente com a performance musical – seja numa simulação do tocar (*Guitar Hero* e *Rock Band*, por exemplo), seja dançando (*Just Dance*,

No campo da antropologia, a etnografia vem sendo usada como método de pesquisa há muitas décadas, tendo inclusive migrado para espaços de comunidades virtuais, por autores que exploram a chamada “netnografia” ou a “etnografia virtual”. No entanto, uma modalidade menos utilizada dessa metodologia é a chamada “autoetnografia”.

A autoetnografia parte de uma experimentação de um fenômeno pelo próprio autor, que então faz um relato autobiográfico e analisa essa experiência de forma crítica. Podemos dizer que a metodologia “(...) combina análise e interpretação cultural com detalhes narrativos. Ela segue a abordagem antropológica e das ciências sociais ao invés da narrativa performativa ou descritiva”<sup>69</sup> (CHANG, 2008, p. 46). Esse método se mostra interessante por acessar, de certa forma, as percepções subjetivas a respeito do fenômeno analisado, transformando assim o autor em fonte, um “pesquisador-insider” (AMARAL, 2009, p. 19). A autoetnografia assim é “(...)uma aproximação para pesquisa e escrita que procura descrever e sistematicamente analisar (grafia) experiências pessoais (auto) para experiências culturais (etno)(...)”<sup>70</sup> (ELLIS; ADAMS; BOCHNER, 2011, p. 1).

O método muitas vezes sofre censuras, muitas delas justamente pela perspectiva excessivamente subjetiva dos dados, que faz com que alguns teóricos considerem “o formato muito narcisista e passível de autoindulgências, além de muitas vezes criticarem a falta de sistematização e rigor metodológico nas narrativas” (AMARAL, 2009, p. 19). Na defesa do método, Arruda destaca que:

- a) Não há conhecimento puro, nem completo
  - b) Há, na verdade, constelações de conhecimento
- Bem como:
- c) Não há epistemologias neutras
  - d) A reflexão deve incidir não nos conhecimentos em abstrato, mas nas práticas de conhecimento e seus impactos em outras práticas sociais
- Busca-se então um meio alternativo de produção de conhecimento, integrando questões técnicas, teóricas e metodológicas a fim de construir um novo olhar sobre o objeto de pesquisa para que possa, de fato, servir a quem mais precisa dessas informações, ainda no processo de contraposição do discurso dos meios hegemônicos. (ARRUDA, 2021, p. 66).

Pensando com base na etnografia tradicional, podemos ver pontos favoráveis e negativos de uma abordagem autoetnográfica. Ao falar do método etnográfico, Malinowski (1978, p. 18) diz que ele só será considerado válido do ponto de vista científico “(...) se nos permitir distinguir claramente, de um lado, os resultados da observação direta e das declarações e interpretações

---

*Dance Central* etc) ou ainda jogos em que alguma mecânica de jogo emule a execução sonora (*The Legend of Zelda: Ocarina of time, Lord of The Rings Online*, etc).

<sup>69</sup> Tradução nossa.

<sup>70</sup> Tradução nossa.

nativas e, de outro, as inferências do autor, baseadas em seu próprio bom-senso e intuição psicológica”. Pensando assim, é complicado pensar numa autoetnografia já que essa separação não existiria: as interpretações nativas e as inferências do autor seriam a mesma coisa, já que a fonte é a experiência pessoal dele. No entanto, ela resolveria definitivamente a questão da “descrição densa”, levantada por Geertz (2008): já que todo o relato parte da experiência do autor, ele é capaz de garantir uma interpretação dos gestos sem risco de perda de sentido causada por uma diferença cultural. Usando o exemplo que o autor trabalha em seu texto clássico: não há risco de confundir uma piscadela de cumplicidade com um tique nervoso.

A autoetnografia já foi usada com sucesso para trabalhar temas diversos, como a obesidade e a mídia (ARRUDA, 2021), a precarização do trabalho dirigindo carros para aplicativos (POIER, 2019) e as reformas propostas para o ensino médio no Brasil (SILVA; CORRÊA, 2021). Michiel Kamp (2021, p. 168) propõe então uma abordagem autoetnográfica para se “verbalizar a experiência musical nos jogos<sup>71</sup>”. Embora controverso, sofrendo muitas vezes críticas a respeito de seu valor acadêmico, o autor destaca que:

Um relato autoetnográfico baseado nas próprias reminiscências do pesquisador abrangeria as divisões nomotéticas / ideográficas e internas / externas que são centrais para a perspectiva. Uma abordagem como essa não apenas reconhece o papel do jogador e do pesquisador na construção da experiência musical, mas dá acesso ao papel essencial que a experiência vivida desempenha no significado histórico e musical desses jogos. (KAMP, 2021, p. 170).

Ao questionamento de que o comportamento do “jogador-pesquisador” seria idiossincrático, o autor concorda, mas devolve a pergunta ressaltando que o comportamento de todos os jogadores traz em si suas próprias idiossincrasias. Ele ainda argumenta que o método não é meramente ideográfico, uma vez que o “Meu relato não representa apenas minha própria experiência, mas – até certo ponto – a de um grupo maior, e daí pode derivar parte de seu valor” (KAMP, 2021, p. 169).

Assim, optamos pelo relato autoetnográfico de toda a série de jogos “Life is Strange”. A experiência durou aproximadamente 70 horas de jogo, distribuídas entre maio e outubro de 2021<sup>72</sup>. Os jogos foram jogados no console *Playstation 4*, da Sony, na ordem de seu lançamento, o que nos possibilitou observar a evolução no desenvolvimento da série e as peculiaridades sutis de cada estúdio. O experimento gerou um diário de campo com 65 páginas, que registra

---

<sup>71</sup> Tradução nossa.

<sup>72</sup> “Life is Strange”(2015), “Life is Strange: Before the storm” (2017), “The Awesome Adventures of Captain Spirit”(2018) e “Life is Strange 2”(2018) foram jogados entre maio e junho de 2021, enquanto “Life is Strange: True Colors” e “Wavelengths” foram jogados logo após seus lançamentos, em 9 e 30 de setembro de 2021, respectivamente.

não só informações relativas à música, mas também o contexto em que ela se apresenta, o enredo e a maneira como fomos afetados pelo ato de jogar.

A partir desse diário de campo, buscamos os comentários relacionados com o jogo nos vídeos oficiais das músicas que fizeram parte da trilha sonora, sobretudo aquelas já pré-existentes e que foram licenciadas. Dessa forma, foi possível comparar, mesmo que de maneira dispersa, as impressões resultantes de nossa experiência com as de outros jogadores que de alguma forma foram impactados pela música na série. Isso nos auxiliou a ter alguma dimensão do quanto a trilha foi relevante para aqueles que não jogaram mantendo um foco especial na audição como fizemos. Assim, embora nosso experimento não tenha a pretensão de ser totalizante, ou de buscar uma essência da vivência com a música em *LiS*, conseguimos dialogar com diferentes perspectivas e ampliar o interesse acadêmico.

#### 4.2 – Os jogos da série *Life is Strange*:

Nesta seção, descrevemos as particularidades de cada um dos jogos da franquia *Life is Strange*. Alguns elementos se repetem em cada um dos produtos, tais como: a perspectiva em terceira pessoa, a estética estilizada que não tenta ser ultrarrealista, mas também não é caricatural e a ausência de um modo *multiplayer*, mas não existe uma história única que ligue todos os seis, embora fique claro que eles se passam num mesmo universo ficcional. Além das informações sobre o enredo e os personagens, também incluimos, quando disponíveis, dados sobre a recepção e vendas, que nos ajudam a dimensionar o impacto que o jogo teve.

##### 4.2.1 *Life is Strange*

O jogo que deu origem e nome à franquia foi lançado no formato de episódios em 2015. Desenvolvidos pela francesa *Dontnod Entertainment*, os cinco capítulos foram: *Chrysalis*, lançado em 30 de janeiro, *Out of Time*, lançado em 24 de março, *Chaos Theory*, 19 de maio, *Dark Room*, em 28 de junho, e *Polarized*, em 20 de outubro de 2015. Começou a ser produzido por uma equipe com somente 15 pessoas e foi recusado por sete publicadoras antes de ser aceito pela *Square Enix* no final de 2013, quando sua equipe cresceu para 40 profissionais. Os criadores dizem que o principal motivo para a rejeição era o fato da história ter uma mulher como protagonista<sup>73</sup>.

---

<sup>73</sup> <https://www.hautbasgauchedroite.fr/fr/podcast/228/P226-le-role-du-scenario-et-du-scenariste-dans-le-developpement-d-un-jeu>

Já em julho de 2015, antes mesmo de ter chegado ao fim da história, o jogo havia atingido a marca de um milhão de cópias vendidas<sup>74</sup>, e em 2016 o jogo figurou na lista dos 100 jogos mais vendidos da plataforma *Steam*<sup>75</sup>. Em maio de 2017, foi anunciado que mais de 3 milhões de cópias haviam sido vendidas até aquele momento<sup>76</sup>. *LiS* foi indicado para diversos prêmios, tendo sido escolhido como jogo do ano pela associação *The Games for Change*<sup>77</sup> e pela *Apple*<sup>78</sup>, além de vencer na categoria melhor história na premiação de *games* da *BAFTA*<sup>79</sup>. O site *Metacritic*, que agrega resenhas de jogos, filmes e discos, registrou que *Life is Strange* teve notas altas em todas as plataformas que foi lançado (83 em 100 nas avaliações para *PC*<sup>80</sup> e *iOS*<sup>81</sup>, 85 em 100 para *Xbox One*<sup>82</sup> e *Playstation 4*<sup>83</sup>).

Em *Life is Strange* o jogador comanda as ações de Maxine “Max” Caulfield, uma jovem aspirante a fotógrafa que volta à sua cidade natal (a pequena Arcadia Bay) após passar alguns anos vivendo em Seattle. Seu retorno acontece para que ela estude na Academia Blackwell, renomado instituto de artes onde Mark Jefferson, fotógrafo e ídolo de Max, leciona. Logo no princípio do jogo, no entanto, descobrimos que ela não é uma jovem normal. Em meio a uma aula, Maxine descobre que tem o poder de voltar no tempo, tendo a possibilidade de revisar decisões que foram tomadas e dessa forma mudar seu destino.

Ao presenciar o assassinato de sua antiga amiga Chloe Price no banheiro da escola (e usar seus poderes para impedi-lo), Max é envolvida na investigação do desaparecimento de uma das estudantes da Academia, Rachel Amber. Durante toda a história, Max têm visões premonitórias de um futuro próximo em que um furacão destrói a cidade de Arcadia Bay.

Descobrimos então que Max e Chloe eram melhores amigas desde a infância, e essa relação foi estremecida porque Maxine se mudou pouco depois da morte do pai de Chloe, William. Se sentindo solitária, Chloe se aproximou de Rachel, e por isso está tão envolvida na busca pela estudante. A protagonista controlada pelo jogador passa então a tentar se reaproximar da melhor amiga, inclusive usando seus poderes para voltar no tempo e tentar evitar a morte do pai dela, o que acaba por gerar consequências catastróficas.

<sup>74</sup> <https://www.polygon.com/2015/7/23/9022561/life-is-strange-episode-4-release-date-trailer>

<sup>75</sup> [https://store.steampowered.com/sale/2016\\_top\\_sellers/](https://store.steampowered.com/sale/2016_top_sellers/)

<sup>76</sup> <https://www.eurogamer.net/articles/2017-05-18-life-is-strange-2-finally-confirmed>

<sup>77</sup> <https://www.gamedeveloper.com/business/-i-life-is-strange-i-leads-this-year-s-games-for-change-award-winners>

<sup>78</sup> <https://web.archive.org/web/20161220103340/http://www.develop-online.net/press-releases/life-is-strange-trade-wins-game-of-the-year-in-apple-rsquo-s-best-of-2016/0227552>

<sup>79</sup> <https://www.digitalspy.com/videogames/a789770/fallout-4-wins-game-of-the-year-at-game-baftas/>

<sup>80</sup> <https://www.metacritic.com/game/pc/life-is-strange>

<sup>81</sup> <https://www.metacritic.com/game/ios/life-is-strange>

<sup>82</sup> <https://www.metacritic.com/game/xbox-one/life-is-strange>

<sup>83</sup> <https://www.metacritic.com/game/playstation-4/life-is-strange>

Ao final, Max e Chloe descobrem que é o professor Jefferson quem está por trás do desaparecimento e assassinato de Rachel Amber. Max quase acaba vítima do fotógrafo ensandecido, mas consegue escapar e o jogador precisa então tomar uma grande decisão: livrar a cidade de Arcadia Bay da destruição pelo furacão ou salvar sua melhor amiga Chloe.

Em sua análise do jogo, Rimi (2021) o classifica como uma narrativa *coming-to-age*. Para o autor, o gênero "(...)constitui-se por uma narrativa contendo desafios, provações e aventuras para que seu protagonista saia, ao final da história, com um novo entendimento sobre si e sobre seus valores, forças e fraquezas". (RIMI, 2021, p.2). De certa forma, essa definição se encaixa em todos os jogos da franquia.

#### 4.2.2 – *Life is Strange: Before the Storm*

Lançado em três episódios em 2017, *Life is Strange: Before the Storm* é uma prequela do primeiro jogo da franquia. Nele o jogador está no comando de Chloe Price, mostrando a história dela no período em que Maxine Caulfield esteve morando em Seattle, bem como seu relacionamento com Rachel Amber, a garota desaparecida de *LiS*. Ao contrário do jogo anterior, nenhum personagem tem nenhuma espécie de superpoder, fazendo com que a história se desenvolva de forma mais linear e tenha um aspecto um pouco mais realista. Por sua vez, *LiS: BtS* introduz uma mecânica de disputas verbais, onde o jogador deve escolher as respostas certas em discussões para convencer seus interlocutores.

Embora possa parecer mais banal do que a história do jogo anterior, *Life is Strange: Before the Storm* acrescenta profundidade aos personagens que já haviam sido apresentados. Inicialmente isso causou estranheza nos jogadores acostumados com as mecânicas de viagem no tempo, mas essa foi uma decisão deliberada dos desenvolvedores, que acreditavam que o que fazia o primeiro *LiS* especial era a maneira como a jogabilidade se encaixava ao cenário e à história de seus personagens<sup>84</sup>.

O jogo mostra a vida de Chloe pouco após a morte de seu pai. De menina curiosa e dedicada aos estudos, ela passa a ser uma menina rebelde. É então que ela conhece Rachel Amber em um show. Rachel é filha de um importante promotor, uma garota popular que, assim como Chloe, estuda na Academia Blackwell. Aparentemente ela tem uma vida perfeita, mas aos poucos Chloe (e o jogador) vai descobrindo que as coisas são bem mais complicadas. As duas começam investigando o que Rachel suspeita ser uma infidelidade de seu pai, mas acabam

---

<sup>84</sup> <https://www.dualshockers.com/life-is-strange-before-the-storm-interview-real-story-teenage-life/>

descobrimos que ela foi adotada e que sua mãe verdadeira era uma viciada em drogas que recebia dinheiro para se manter afastada. Durante a busca por informações, Chloe vai cada vez mais se apaixonando pela amiga, sendo a decisão de se declarar é do jogador. A versão Deluxe ainda traz um capítulo extra, que mostra a infância de Chloe e Max pouco antes da morte de William, pai da Chloe.

Um dos desafios para os desenvolvedores era contar uma história anterior à do primeiro jogo sem que isso de alguma forma prejudicasse a experiência de alguém que viesse a jogar *Life is Strange* depois de *Life is Strange: Before the Storm*. Apesar de as histórias se complementarem, os jogos foram construídos para serem experimentados de forma independente<sup>85</sup>.

O jogo foi encomendado pela publicadora *Square Enix* e desenvolvido pelo estúdio americano *Deck Nine Games*. Os episódios foram lançados nos dias 31 de agosto (*Awake*), 19 de outubro (*Brave New World*) e 20 de dezembro de 2017 (*Hell is empty*). O episódio bônus “*Farewell*” saiu no dia 5 de março de 2018. A recepção de *Life is Strange: Before the Storm* foi positiva, alcançando nota 77 em 100 entre os jogadores de *PC*<sup>86</sup> e *PS4*<sup>87</sup> e 82 entre os que jogaram no *Xbox One*<sup>88</sup>. Antes mesmo de ter sido lançado, o jogo foi escolhido como um dos destaques da *E3*<sup>89</sup> de 2017<sup>90</sup>.

Além das faixas pré-existentes, a trilha sonora de *Life is Strange: Before the Storm* traz 13 músicas da banda inglesa *Daughter*. Essas canções originais foram compiladas e lançadas pelo selo *Glassnote Records* no álbum “*Music from Before the Storm*”<sup>91</sup>. Na versão *Deluxe* do jogo foi introduzido a *mixtape mode*, em que o jogador pode selecionar músicas licenciadas de uma relação pré-determinada com 32 faixas e criar sua própria lista de reprodução para ser tocada no jogo nos “momentos de calma” da personagem Chloe Price em seu quarto. Na versão normal do jogo (ou caso o jogador não crie sua própria *mixtape*) são tocadas músicas escolhidas pelos desenvolvedores.

#### 4.2.3 – *The awesome adventures of Captain Spirit*

<sup>85</sup> <https://www.dualshockers.com/life-is-strange-before-the-storm-interview-real-story-teenage-life/>

<sup>86</sup> <https://www.metacritic.com/game/pc/life-is-strange-before-the-storm>

<sup>87</sup> <https://www.metacritic.com/game/playstation-4/life-is-strange-before-the-storm>

<sup>88</sup> <https://www.metacritic.com/game/xbox-one/life-is-strange-before-the-storm>

<sup>89</sup> *Electronic Entertainment Expo*, feira internacional dedicada a videogames. Considerada a mais importante do gênero por reunir novidades relativas a lançamentos e tendências de mercado de várias empresas do setor dos jogos

<sup>90</sup> <https://www.gamesradar.com/gamesradar-e3-awards-our-best-most-exciting-games-of-e3-2017/>

<sup>91</sup> <https://ohdaughter.com/releases/>

Lançado gratuitamente em 26 de junho de 2018, *The awesome adventures of Captain Spirit* (ou somente *Captain Spirit*, como é mais chamado) é o jogo mais curto da série, sendo possível completá-lo em cerca de 2 horas. Desenvolvido mais uma vez pela *Donnod Entertainment*, foi produzido para ser uma introdução para *Life is Strange 2* e um ponto de entrada para a franquia como um todo, como declarou em entrevista o diretor Raoul Barbet<sup>92</sup>. Apesar de ser apenas um prelúdio, obteve críticas favoráveis (75 em 100 no *Playstation 4*<sup>93</sup>, 78 em 100 no *Xbox One*<sup>94</sup> e 79 em 100 no *PC*<sup>95</sup>, segundo o agregador *Metacritic*).

*Captain Spirit* coloca o jogador no comando da história de Chris, um menino de 10 anos que vive sozinho com seu pai em Beaver Creek, uma pequena cidade no estado americano do Oregon. Ao longo da narrativa, descobrimos que a mãe de Chris morreu em um acidente de carro e seu pai vem tendo problemas com a bebida desde então. O menino desenvolve um alter-ego, o super-herói Capitão Espírito, usando a imaginação para lidar com essa situação e tentar ajudar o pai. Somente na última cena do jogo vemos como ele se conecta ao segundo episódio de *Life is Strange 2*.

#### 4.2.4 – *Life is Strange 2*

O mais longo dos jogos da série, *Life is Strange 2* conta a história do adolescente Sean (personagem controlado pelo jogador) e seu irmão Daniel, de 9 anos. Eles são filhos de Esteban Diaz, um imigrante mexicano que vive no subúrbio de Seattle. No primeiro momento, temos contato com a família e sua rotina normal, escola, festas e rivalidade entre irmãos. Porém, tudo muda quando, após uma altercação dos meninos com um vizinho, Esteban é baleado pela polícia. Com a morte trágica do pai, Daniel descobre ter poderes de telecinesia que fora de controle acabam, acidentalmente, matando um policial. Assustados, os irmãos passam a fugir com a intenção de chegarem ao México. Esse caminho é repleto de percalços, onde eles perseguidos pela polícia, acabam por trabalhar em uma plantação ilegal de maconha e Daniel é raptado por um culto que usa seus poderes para atrair fiéis. A xenofobia contra os imigrantes é um tema constantemente explorado, aumentando a carga de dramaticidade. Durante a jornada, os Diaz passam pelas ruínas de Arcadia Bay e por Beever Creek, conectando sua história aos demais jogos da série. Segundo os próprios autores, os principais temas do jogo são o

<sup>92</sup> <https://comicbook.com/gaming/news/life-is-strange-captain-spirit-ps4-trophies-xbox-achievements/>

<sup>93</sup> <https://www.metacritic.com/game/playstation-4/the-awesome-adventures-of-captain-spirit>

<sup>94</sup> <https://www.metacritic.com/game/xbox-one/the-awesome-adventures-of-captain-spirit>

<sup>95</sup> <https://www.metacritic.com/game/pc/the-awesome-adventures-of-captain-spirit>

amadurecimento, a fraternidade e a educação<sup>96</sup>, visto que, na ausência do pai, Sean passa a ser responsável pelas atitudes de Daniel. O fato de ser o irmão caçula quem tem os poderes, portanto fora do controle do jogador, é apontado como um elemento para ressaltar esse aspecto<sup>97</sup>.

*LiS 2* foi lançado em 5 episódios, levando mais de um ano para completar a história (*Roads*, em 27 de setembro de 2018, *Rules*, em 24 de janeiro, *Wastelands*, em 9 de maio, *Faith*, em 22 de agosto e *Wolves*, em 3 de dezembro de 2019). Foi desenvolvido pela *Donnod Entertainment* e publicado pela *Square Enix*. O jogo ganhou destaque por seu forte conteúdo político, frequentemente relacionado com o governo de Donald Trump e suas políticas de imigração<sup>98</sup>. O jogo teve boas resenhas nos consoles (78 e 79 em 100 no *Playstation 4*<sup>99</sup> e *Xbox One*<sup>100</sup>, respectivamente), mas foi recebido de forma menos entusiasmada nas avaliações para *PC*<sup>101</sup>, em que os críticos compararam desfavoravelmente os personagens principais às protagonistas do primeiro jogo. Apesar disso, o jogo recebeu os prêmios de melhor jogo de aventura de 2019 do *site Game Informer*<sup>102</sup>, jogo do ano no canal *Computer Game Show* e menção honrosa na *Game Developers Choice Awards*<sup>103</sup>.

#### 4.2.5 – *Life is Strange: True Colors*

Desenvolvido pela *Deck Nine Games*, *Life is Strange: True Colors* foi lançado em 10 de setembro de 2021. Embora a história seja dividida em capítulos, o formato de vendas por episódios foi abandonado, com o jogo sendo publicado completo já em sua data de estreia. Foi o primeiro jogo da série a ser lançado também para os consoles da nona geração (*Playstation 5*, *Xbox Series S* e *Stadia*). Teve em média nota 81 em 100 nas avaliações para *PC*<sup>104</sup> e *Playstation 5*<sup>105</sup>, 82 no *Playstation 4*<sup>106</sup> e 84 no *Xbox Series X*<sup>107</sup>.

<sup>96</sup> <https://www.twitch.tv/videos/304161707?t=01h47m47s>

<sup>97</sup> <https://www.washingtonpost.com/video-games/reviews/life-is-strange-shows-why-games-should-embrace-not-eschew-political-themes/>

<sup>98</sup> <https://www.latimes.com/entertainment-arts/story/2020-01-09/life-is-strange-2-video-game-trump-era>

<sup>99</sup> <https://www.metacritic.com/game/playstation-4/life-is-strange-2>

<sup>100</sup> <https://www.metacritic.com/game/xbox-one/life-is-strange-2>

<sup>101</sup> <https://www.metacritic.com/game/pc/life-is-strange-2>

<sup>102</sup> <https://www.gameinformer.com/goty-2019/2020/01/10/game-informer-editor-and-reader-best-of-2019-awards>

<sup>103</sup> <https://www.gdconf.com/news/god-war-red-dead-redemption-2-lead-gdc-2019-choice-awards-nominees>

<sup>104</sup> <https://www.metacritic.com/game/pc/life-is-strange-true-colors>

<sup>105</sup> <https://www.metacritic.com/game/playstation-5/life-is-strange-true-colors>

<sup>106</sup> <https://www.metacritic.com/game/playstation-4/life-is-strange-true-colors>

<sup>107</sup> <https://www.metacritic.com/game/xbox-series-x/life-is-strange-true-colors>

Dessa vez o jogador controla as ações de Alexandra “Alex” Chen, uma jovem americana de origem asiática que está se mudando para a pequena cidade de Haven Springs, no estado americano do Colorado, para reencontrar seu irmão Gabriel, o Gabe. Logo no começo da história descobrimos que Alex possui poderes os quais ainda não consegue controlar totalmente: telepatia, psicometria<sup>108</sup> e uma espécie de “super-empatia”, que faz com que ela sinta e absorva as emoções de quem está próximo. A falta de domínio sobre essas habilidades faz com que Alex tenha alguns problemas de socialização, e a mudança para a nova cidade marca uma tentativa de recomeço.

Porém, esse reencontro dura pouco tempo: pouco depois de Alex chegar à cidade, um acidente numa área de mineração mata Gabe, deixando a garota novamente sozinha. No entanto, durante o funeral, Alex passa a desconfiar que a morte de Gabriel não foi totalmente acidental. Ela e os melhores amigos de seu irmão, o guarda-florestal Ryan Lucan e a DJ Steph Gingrinch, passam a investigar e descobrem uma grande conspiração que começou anos antes, com a companhia mineradora que escondia evidências de que havia sido responsável pela morte de vários trabalhadores. Após descobrir a verdade e levar os culpados à justiça, entre eles o pai de Ryan, o jogador deve tomar a decisão de permanecer na cidade ou não.

A trilha sonora de *Life is Strange: True Colors* conta mais uma vez com faixas licenciadas e outras compostas especialmente para o jogo. A dupla australiana Angus & Julia Stone lançou de forma independente um álbum chamado *Life is Strange* em 20 de agosto de 2021, trazendo 12 músicas que estão no jogo que ainda seria lançado<sup>109</sup>. No dia 10 de setembro do mesmo ano, junto com o lançamento de *Life is Strange: True Colors*, a cantora e youtuber americana mxmtoon (que gravou a voz cantada de Alex Chen no jogo), também lançou por conta própria um EP chamado *true colors (from Life is Strange)*, contendo 4 faixas: duas inéditas e duas versões (*Creep*, da banda britânica Radiohead, e *Blister in the sun*, da banda americana Violent Femmes). Na mesma data, a empresa inglesa de consultoria musical *Feel for Music* lançou um EP sob o nome de Driftwood Drive contendo 5 músicas compostas para o jogo. O álbum foi chamado de *Follow the Low Tide (Music from Life is Strange: True Colors)*<sup>110</sup>. Mais duas dezenas de músicas licenciadas estavam presentes no jogo.

Além disso, as referências à música estão presentes na própria narrativa e em elementos visuais. O primeiro capítulo do jogo é chamado *Side A* (“Lado A”), enquanto o quinto se chama

---

<sup>108</sup> Na parapsicologia, psicometria é a capacidade de absorver memórias a partir de objetos que estavam presentes nos acontecimentos.

<sup>109</sup> <https://au.rollingstone.com/music/music-news/angus-julia-stone-life-is-strange-soundtrack-28898/>

<sup>110</sup> [https://open.spotify.com/album/OLFqNhFvt4RHmlBEBnND8Z?si=oA\\_30EBxQmW7Ltf59-OegA](https://open.spotify.com/album/OLFqNhFvt4RHmlBEBnND8Z?si=oA_30EBxQmW7Ltf59-OegA)

*Side B* (“Lado B”). Um dos principais cenários frequentados pela protagonista é uma loja de discos e algumas das tarefas incluem selecionar e escutar músicas, como falaremos em um tópico futuro.

#### 4.2.6 – *Wavelengths*

A rigor, *Wavelengths* não é um jogo separado, mas sim um recurso extra lançado para *Life is Strange: True Colors*. No entanto, por se tratar de uma história diferente com recursos e estratégias diferentes, optamos por tratá-lo como se fosse um produto independente. Aqui o jogador controla as ações de Steph Gingrich antes da chegada de Alex Chen. A personagem não possui poderes especiais como a protagonista do jogo anterior, por isso o foco é bem mais em seu cotidiano e em seu psicológico.

Steph é sobrevivente da tragédia de Arcadia Bay e lida com os traumas resultantes das decisões de Max Caulfield. Ela chega a Haven Springs um ano antes de Alex e consegue um emprego como gerente na loja de discos local e DJ na rádio da cidade. Ela então passa a cuidar da seleção musical, bem como a aconselhar os ouvintes, enquanto se lembra dos amigos que perdeu. De todos os produtos da franquia, *Wavelengths* talvez seja o que mais tenha foco na música. Como já foi dito, boa parte da ação no jogo envolve o processo de curadoria da rádio, e as peças de divulgação do jogo lembravam cartazes publicitários de festivais, com grande destaque para as bandas que estavam na trilha sonora (Figura 11).

Figura 11 – Anúncio do lançamento da expansão *Wavelengths*



(Fonte: Instagram)

*Wavelengths* foi desenvolvido pela *Deck Nine Games* e lançado em 30 de setembro de 2021 como conteúdo extra para os jogadores que adquiriram a versão deluxe de *Life is Strange: True Colors*. Até o momento, tinha média 77 em 100 nas avaliações para *Playstation 5*<sup>111</sup>. As notas de outras plataformas ainda não estão disponíveis.

#### 4.3 – As músicas para a série *Life is Strange*

Sendo a música um aspecto bastante valorizado dos jogos da franquia *Life is Strange*, esse assunto apareceu com frequência nas entrevistas dos desenvolvedores quando os jogos foram lançados. Embora não seja o objetivo dessa pesquisa se aprofundar nas questões relacionadas à produção dos jogos, com essas falas conseguimos ter uma ideia de como era o processo de escolha das faixas e as expectativas que havia sobre elas.

<sup>111</sup> <https://www.metacritic.com/game/playstation-5/life-is-strange-true-colors---wavelengths>

Em *Life is Strange*, *Life is Strange 2* e *The awesome adventures of Captain Spirit*, o responsável pela seleção das faixas para a trilha sonora era o co-diretor geral e supervisor musical Raoul Barbet, que comandou uma equipe e esteve em contato direto com o compositor Jonathan Morali, encarregado de compor os temas originais. Falando sobre as diferenças entre os jogos, por ocasião do lançamento do terceiro episódio de *Life is Strange 2*, Barbet acaba por esclarecer parte do processo:

Acho que no primeiro jogo os temas eram mais sobre os personagens e o ambiente. Por exemplo, temos uma cena para o compasso, o tema para o quarto de Max, um tema para Chloe, um para Rachel. Então foi mais fácil. Realmente temos que pensar no ambiente e no sentimento do tema. Portanto, um tema estressante será diferente. Acontece que há muito mais conteúdo neste, mas o processo é quase o mesmo. Como é uma viagem, você tem mais conteúdo. Normalmente temos um tema, é sobre um momento ou um personagem ou jogabilidade para criar o tipo de tema<sup>112</sup>. (SOTO, 2019, *on line*).

Os critérios de seleção variavam de acordo com o momento. Na mesma entrevista, Barbet comenta sobre o equilíbrio necessário para se construir a trilha sonora licenciada.

Em *Captain Spirit*, por exemplo, as letras são muito importantes porque a música principal de Sufjan Stevens, e o álbum completo é sobre a morte de sua mãe. Então, quando você compara com a história de Chris, ressoa com toda a história. Colocamos o refrão da música apenas em um momento específico, pois esse é o único momento da música em que ele fala sobre sua mãe. Então, é uma espécie de mistura sobre ter cuidado com o ritmo, a melodia, mas também com as letras. É um processo longo, mas é muito legal porque acho que quando funciona, realmente dá algo mais às sequências e à emoção<sup>113</sup>. (SOTO, 2019, *on line*).

Essa diferença se reflete também no uso de faixas licenciadas e temas compostos especialmente para o jogo. Para Barbet, o uso de faixas licenciadas no primeiro jogo estava relacionado com o ambiente urbano-escolar em que Max e Chloe estavam inseridas. Em um bate-papo com jogadores no fórum *Reddit* antes mesmo do lançamento do primeiro episódio do primeiro jogo, o co-diretor explica essa proposta:

Queríamos manter esse aspecto da "vida real" e esse sentimento nostálgico que você tem quando ouve uma música. Queríamos que o jogador também tivesse essa experiência. Portanto, para a trilha sonora, optamos por fazer uma mistura entre a trilha sonora original e as faixas licenciadas. Para a trilha composta, queríamos encontrar uma banda com músicas que pudéssemos usar no jogo e também capaz de compor uma partitura. Conversamos com o compositor francês Jonathan Morali (da banda Syd Matters) e ele ficou muito animado com o projeto: ele está compondo toda a trilha original do jogo e usamos algumas faixas de Syd Matters no jogo<sup>114</sup>. (REDDIT, 2015, *on line*).

---

<sup>112</sup> Tradução nossa.

<sup>113</sup> Tradução nossa.

<sup>114</sup> Tradução nossa.

No segundo jogo, à medida que os irmãos Diaz seguiam em sua jornada rumo ao México passando por ambientes menos habitados, começa a haver maior prevalência dos temas instrumentais compostos especialmente para os personagens, como ele explicou ao *blog* que relatava a produção do jogo:

Nós queríamos ... Ou melhor, eu queria que *Life is Strange 2* tivesse uma trilha sonora original mais rica do que o primeiro jogo, porque amamos o que Jonathan faz. Acho que ele é um compositor incrível, mas também sabíamos que queríamos faixas licenciadas para certas cenas. Eu realmente gostei de escolher as faixas, trabalhando-as no visual, construindo sobre momentos do primeiro jogo. Também queríamos continuar nessa linha porque sabíamos que a comunidade gostava e contava a nossa história.

Existem muitas faixas licenciadas para evocar a atmosfera em Seattle, mostrando-nos o gosto de Sean, o que ele está ouvindo. Eles também nos permitem falar sobre os personagens que ele conhece através da música que ouvem. Isso nos dá um ponto de entrada rápido para cada personagem. Por exemplo, a introdução de Sean e Lyla no ônibus no Episódio 1, definida com 'Lisztomania' de Phoenix, ou a cena com os andarilhos no Episódio 3, com 'D.A.N.C.E.' de Justice. O fato de serem faixas existentes nos dá um clima forte e adiciona impacto à cena.

Queríamos continuar assim, mas também queríamos que a trilha contasse uma história, que contasse algo sobre a jornada dos irmãos, então fizemos os temas dos irmãos evoluírem ao longo dos episódios com novas faixas em cada um. Era importante para nós que a trilha como um todo evoluísse de algo bastante folky em Seattle, algo que evocou o primeiro *Life is Strange*, e continuasse se desenvolvendo até o fim. Como você verá, o Episódio 5 tem uma trilha original muito diferente.

Essa foi a ideia fundamental, e estamos muito felizes com o resultado. Existem menos faixas licenciadas, mas ainda existem algumas delas, e estamos entusiasmados com os artistas que pudemos apresentar. A ideia era reequilibrar - ou, pelo menos, fazer com que Jonathan criasse uma trilha sonora incrível e envolvente<sup>115</sup>. (THE MUSIC, 2019, *on line*).

Conforme as faixas licenciadas foram dando espaço para as trilhas compostas especialmente para o jogo, Raoul Barbet foi delegando cada vez mais a função de seleção das trilhas já pré-existentes. O diretor de áudio Sébastien Gaillard e o designer de áudio Yannick Tassin assumiram essa função embora deixem claro que a palavra final e o comando criativo seguia sendo de Barbet. Sobre as dificuldades em se usar faixas licenciadas, Tassin comentou:

Mesmo que a música corresponda à imagem e à letra, havia o problema se era muito longa ou muito curta para ser usada na cena do evento. Nesse caso, há a questão dos direitos, mas também queremos usar a música sem editá-la, então ajustamos a duração da animação e a própria *cutscene* para corresponder à música. Portanto, não é exagero dizer que a maioria das cenas da série "*Life is Strange*" são guiadas por canções. (FAMITSU, 2020, *on line*).

Se nos jogos produzidos pela *Donnod Entertainment* a seleção das faixas parece ter sido um processo bastante centralizado e com foco narrativo bem definido, na *Deck Nine Games* as

---

<sup>115</sup> Tradução nossa.

coisas foram um pouco diferentes. A escolha das faixas em *Life is Strange: Before the Storm* ficou a cargo do co-diretor do jogo Chris Floyd, do diretor de áudio Chuck Carr, além de um time da *Square Enix* dedicada aos jogos (REDDIT, 2017) e à agência de licenciamento musical *Feel for Music* (LOEFFLER, 2017).

Desde o início, havia uma expectativa em relação às trilhas sonoras graças ao sucesso atingido pelo primeiro jogo, lançado pela *Donnod*. Esse sentimento aparece nas entrevistas concedidas por Chris Floyd:

Obviamente, a música era extremamente importante em *Life is Strange*, então todos nós sabíamos desde o início do projeto que seria uma grande parte do nosso jogo. Então, apenas começamos a vasculhar as faixas e bandas que estavam por aí, procurando por músicas que soassem como a nossa história, já que ela estava se formando muito cedo. É um longo processo trabalhar com bandas e licenciar suas músicas, então tivemos que começar esse processo bem cedo. Encontramos muitas faixas que pareciam se encaixar em *Life is Strange*. Eles tinham aquela vibração indie, mas novamente as diferenças entre o mundo de Chloe e o mundo de Max tinham que estar na música. Então, encontramos música que tinha um pouco mais de tom, um som um pouco mais cru. Esses foram os que realmente se destacaram para nós<sup>116</sup>. (LOEFFLER, 2017, *on line*).

A preocupação em se assemelhar ao jogo anterior e, ao mesmo tempo, imprimir sua própria personalidade, levou o estúdio a encomendar uma trilha original, composta pela banda inglesa Daughter. Em entrevista, a vocalista Elena Tonra admitiu que não sabia nada sobre a série, tendo que pesquisar para aceitar a tarefa<sup>117</sup>.

No entanto, ainda havia muitas faixas de outras bandas, já que podemos até mesmo perceber uma intenção prescritiva:

A Square Enix disse: "Ok, aqui está um monte de faixas. Essas são bandas legais que estão fazendo muita música boa." *Era importante para elas, e para nós, que as pessoas que estavam jogando descobrissem algumas músicas novas que realmente ressoassem com elas.*<sup>118</sup>

Então, eles colocaram essas faixas na nossa frente e disseram: "Vocês conhecem sua história. O que parece encaixar?" E foi assim que escolhemos as faixas licenciadas<sup>119</sup>. (LOEFFLER, 2017, *on line*).

Em *Life is Strange: True Colors* e *Wavelengths*, quem está creditado como “supervisor musical” é Ben Summer, profissional ligado à *Feel for Music*. Chris Floyd e Chuck Carr não aparecem mais envolvidos na produção do jogo. A dupla australiana Angus & Julia Stone, que já havia tido a canção “Santa Monica Dream” incluída na trilha do primeiro *Life is Strange*, foi

<sup>116</sup> Tradução nossa.

<sup>117</sup> <https://diymag.com/2017/09/01/daughter-music-from-before-the-storm-soundtrack-interview-listen>

<sup>118</sup> Grifo nosso.

<sup>119</sup> Tradução nossa.

convidada para compor canções originais para o jogo lançado em 2021. Porém, ao contrário dos músicos do Daughter, Julia Stone já conhecia o jogo e seu potencial:

Nossa primeira interação com *Life Is Strange*, o jogo, foi com o primeiro episódio ‘Chrysalis. Eles usaram uma música nossa chamada ‘Santa Monica Dream’ em um momento muito triste.

Sabíamos que a música estava nessa cena, mas foi só quando começamos a encontrar os fãs de *Life Is Strange* nos shows que entendemos o alcance do jogo. Estávamos fazendo shows em todo o mundo e alguém aparecia em quase todos os lugares dizendo “Eu ouvi sua música em *Life Is Strange*” - isso era muito fofo.

Alguns anos depois, o pessoal do jogo entrou em contato conosco para falar sobre fazer um monte de música para este novo episódio ‘True Colors’ - e imediatamente pareceu uma boa ideia. (JECKS, 2021, *on line*).

A partir desse exemplo, podemos acreditar que, aos poucos, os artistas percebem a capacidade prescritiva dos videogames.

#### 4.4 – Relato de experiência<sup>120</sup>

Em maio de 2022, fui a uma exposição itinerante do Museu do Video Game. Em um shopping center de Juiz de Fora, onde diversos aparelhos eram expostos em vitrines, passando por todas as gerações de consoles domésticos que foram comercializados, dos mais exóticos aos mais populares. Nos textos que acompanhavam as peças expostas, meu olhar de pesquisador percebia uma ausência: pouco se falava sobre o som desses artefatos dos últimos 50 anos. No salão principal, tevês montadas lado a lado davam a possibilidade dos visitantes de jogarem alguns clássicos, como Sonic, Street Fighter II, Super Mario Bros e River Raid. As trilhas e efeitos sonoros se misturavam, numa algazarra indistinguível, evidenciando talvez a pouca importância que se dava à parte “áudio” desse produto áudio-visual. No entanto, ironicamente, no palco principal, um telão disponibilizava o jogo “Just Dance 2022”, da Ubisoft, com suas músicas das paradas de sucesso num volume que sobrepujava todo o ruído das dezenas de consoles (Figura 12).

---

<sup>120</sup> Durante esse tópico, o relato será escrito na primeira pessoa do singular, reforçando o caráter pessoal da metodologia adotada.

Figura 12 – Demonstração do jogo *Just Dance 2022* na exposição itinerante “Museu do Videogame



(Fonte: O autor, 2022)

Sinto que devo começar esse relato falando de meu histórico de relacionamento com jogos eletrônicos, não numa tentativa de me credenciar ou me qualificar como especialista, o que me remete ao triste episódio do “currículo gamer<sup>121</sup>”, mas para localizar minha experiência como jogador. Meu primeiro videogame foi um Atari 2600, que ganhei em 1986, quando eu tinha 5 anos. Embora isso pareça tardio quando pensamos nas datas de lançamento dos consoles no exterior, era comum essa demora na chegada ao Brasil dos equipamentos tecnológicos estrangeiros nos anos 80. Lembro de crescer entre cartuchos, manetes e gráficos pixelados, mesmo depois que o modismo decaiu. Quando o Atari foi ficando obsoleto, meu interesse pelos jogos eletrônicos foi sendo alimentado com as idas escondidas ao fliperama da pequena cidade em que eu morava, Santos Dumont - MG. À época havia muito preconceito com esse tipo de ambiente, associado ao comércio de drogas (lícitas e ilícitas). Ironicamente, lembro de gazetear aulas de teoria musical do conservatório para gastar meus trocados com *Final Fight*, *Golden Axe* e *Ghouls'n Ghosts*. No Natal de 1991, um *Master System* fez com que os jogos voltassem

<sup>121</sup> A expressão foi usada em ataques misóginos de parte da comunidade gamer à jornalista Bruna Penilhas, do site IGN, numa tentativa de depreciar a profissional após uma resenha do jogo “*Cuphead*”, em outubro de 2017.

para dentro de minha casa. Moonwalker, jogo que tinha o astro Michael Jackson como protagonista, foi a primeira vez para mim que a paixão pela música encontrou meu interesse pelos jogos. Porém, a partir de 1994, abandonei os consoles, numa decisão que não passava somente por mim, visto que eu tinha 13 anos, e passei a jogar mais no PC. Isso teve um impacto grande no estilo de jogo que passei a gostar. Acostumado com a jogabilidade no teclado e mouse, passei a priorizar jogos de estratégia (como as séries Sid Meyer's Civilization e Age of Empires), simulação (Sim City e, posteriormente, The Sims) e RPGs (Baldur's Gate). A dinâmica desses jogos, quase incompatíveis com os *joysticks*, me fizeram passar bastante tempo afastado dos consoles, à exceção dos momentos que jogava na casa de amigos. Graças a esses contatos ocasionais, não passei incólume aos grandes consoles da quarta, quinta e sexta gerações.

Foi somente em 2011 que voltei a ter um videogame em casa: um Xbox 360, que me aproximou novamente dos jogos de ação. Atualmente, tenho um Playstation 4, console que usei, aliás, para a experiência proposta nesse trabalho. As décadas sem o hábito de usar os controles próprios para jogos cobraram seu preço, e mesmo hoje, dez anos depois, posso me considerar no máximo um jogador medíocre. Talvez por isso eu tenda a me colocar mais ao lado dos narratologistas em sua “disputa” com os ludologistas. Isso com certeza influenciou na escolha dos jogos a serem analisados: a série *Life is Strange* privilegia a história, sendo muitas vezes classificado como “narrativa interativa”, numa tentativa de diminuir seu *status* enquanto jogo.

A escolha dos jogos para serem analisados também merece uma reflexão: inicialmente estava previsto abordar os jogos da série *Life is Strange* e da série *Grand Theft Auto*. No entanto, durante o processo, fui observando que os jogos da série GTA, que eu já havia perscrutado em artigos, pouco acrescentavam a investigação que essa tese pretendia, o que tornaria toda a experiência de alguma forma redundante. Eu já havia jogado o primeiro capítulo do primeiro jogo de *Life is Strange*, portanto já estava ciente do tipo de vivência que a série poderia me garantir. Também cheguei a cogitar outros jogos, como *Death Stranding*, mas que provavelmente levantariam outras discussões sobre trilha sonora que não as planejadas para esse trabalho. Por fim, a série *Life is Strange* garantiu material suficiente para uma pesquisa interessante sobre o uso de música licenciada em jogos de videogame.

Os jogos foram todos obtidos legalmente de forma digital, através da Playstation Network, não tendo, portanto, disco, manual e outros materiais que porventura são comercializados com as cópias físicas. A experiência aconteceu entre maio e outubro de 2021, podendo ser dividida em dois períodos: o primeiro, em maio e junho, quando foram jogados *Life is Strange*, *Life is Strange: Before the Storm*, *Life is Strange 2* e *The awesome adventures*

*of Captain Spirit*, e o segundo a partir de setembro, com o lançamento de *Life is Strange: True Colors* e *Wavelengths*. Todos os títulos foram jogados com o som original em inglês e legendas e elementos textuais em português.

Minha primeira preocupação foi com as condições ambientais, tentando estabelecer um padrão que permitisse condições estáveis de fruição do jogo, de audição das músicas e de controle da postura, o que depois de um tempo se mostrou inútil, como vamos ver. Assim, estabeleci que jogaria pela manhã, horário que costuma ser mais silencioso e que eu seria interrompido com menor frequência. Dediquei algum tempo então para estabelecer o volume adequado da TV, a posição que me sentaria no sofá, a distância da tela e a luminosidade do entorno. Decidi que não modificaria as configurações dos jogos, para poder experimentá-los da forma que seus desenvolvedores pensaram. Também defini que não jogaria mais de duas horas por sessão, para evitar que o cansaço ou a própria imersão me levasse a perder detalhes importantes. Faria as notas ao final de cada dia de jogo, para evitar interromper a experiência ao escrever.

Um outro fator que levei em consideração foi tentar não tornar o jogar uma atividade enfadonha. Por mais que o objetivo da experiência fosse produzir uma tese de doutorado, e que, como está explícito na metodologia, as peculiaridades do “jogador-pesquisador” são tão válidas quanto as de qualquer outro jogador, não queria perder de vista o fato de que a maioria das pessoas procuram os jogos de videogame com o intuito de se divertir. Assim, tratar essa experiência como um “trabalho” poderia fazer com que ela se tornasse quase inválida, já que se afastaria demais do que acontece para a maior parte das pessoas. Como na parábola árabe popularizada por Paulo Coelho, era preciso olhar o mundo sem descuidar das duas gotas de óleo que me foram confiadas.<sup>122</sup> Pode parecer uma preocupação menor, mas por esse experimento ter acontecido durante a pandemia de COVID-19 (que abalou o psicológico da maioria das pessoas, inclusive o meu), não foi algo tão trivial. Durante o processo de experimentação e escrita desse trabalho, fui diagnosticado como portador de um transtorno depressivo moderado e de um transtorno de ansiedade generalizada. Digo isso não em uma tentativa de escusar as possíveis falhas da pesquisa, mas como forma de contextualizar o processo de elaboração da tese, sendo honesto com os leitores.

Com tudo isso em mente, na segunda-feira, 3 de maio de 2021, apertei o botão “start” para começar essa análise. Como o primeiro jogo da série não era totalmente desconhecido, não foi com surpresa que “me encontrei” com Max Caulfield, mas com um olhar atento para tudo

---

<sup>122</sup> <https://www.academia.org.br/artigos/duas-gotas-de-oleo-0>

que estava acontecendo na tela. Em retrospectiva, penso que talvez esse período tenha sido “superanalisado”. A preocupação excessiva com o jogar analítico fez com que a experiência perdesse parte de seu caráter lúdico. Era como se eu não estivesse jogando videogame, mas sim assistindo a um robô jogar. As primeiras sessões, nesse aspecto, foram penosas e pouco produtivas. Aqui se mostrou válida a preocupação com a escolha do jogo. Se fosse um game pouco interessante para mim, ou que fosse difícil de ser jogado, provavelmente eu não conseguiria chegar ao final e todo esse experimento seria perdido. Na ideia de “jogador-pesquisador”, a primeira parte é tão relevante quanto a segunda, e é importante para a pesquisa que, mesmo analisando, não se perca o foco de que o jogo traz em si uma intenção de fruição. Não sei dizer quando foi que as coisas se equilibraram, talvez por sorte, mas o fato é que ao final do primeiro episódio, todo o processo já estava acontecendo de forma bem mais natural e eu estava realmente jogando, e não fazendo uma análise fria e sem vida. Em minhas anotações da terceira sessão de jogo, observo que até minha postura corporal havia mudado: sem perceber, havia saído da pose ereta e atenta para uma posição esparramada no sofá, bem mais compatível com o que temos em mente quando pensamos no ato de jogar videogames.

O primeiro jogo da série traz uma história de ficção científica em uma ambientação que lembra os filmes de *high school* americanos. Após as dificuldades iniciais já descritas, foi fácil ser capturado pela narrativa e carisma dos personagens. À exceção óbvia dos superpoderes de controle do tempo, Max Caulfield parece alguém que você poderia conhecer, distante dos heróis tradicionais dos jogos de ação. A trama vai se distanciando dos dramas adolescentes cotidianos muito paulatinamente, o que facilita a aceitação do enredo policialesco. Em um momento a preocupação parece ser com a rival rica que têm equipamentos melhores e por isso debocha de Maxine, e quando menos se espera está em meio a uma investigação de assassinato com reviravoltas vindas de viagens no tempo.

O uso da música diegética na maior parte do tempo ajuda a criar uma conexão com a protagonista. A primeira cena, em que Max ouve “To All of You”, de Syd Matters em seus fones de ouvido foi um dos motivos que me levou a escolher o jogo. No entanto, apesar de termos ali um exemplo perfeito em que a música era ouvida pela personagem e pelo jogador ao mesmo tempo, como se a primeira emprestasse seus ouvidos para o segundo, a imersão ainda estava começando e a sequência me causou uma impressão mais cinematográfica do que o “ouvir com os ouvidos do outro”. Fui perceber essa experiência com mais clareza no começo do segundo episódio, quando Max desperta com “Something Good”, de Alt-J (Figura 13). Talvez por já estar familiarizado com Max, com o cenário e com a história, ou a própria coincidência da situação, já que jogando de manhã eu também estava sonolento, me conectou

imediatamente e a canção entrou no meu repertório, tendo passado alguns dias acordando com ela (mesmo em dias que eu não estava jogando). É interessante que nessa cena, Max pode pegar o violão e tocar a música que acabamos de ouvir no rádio. Isso aumentou a conexão, a sensação de que a música tem ali um protagonismo no jogo parecido com o que tem em minha vida. Inclusive, quando Max está investigando o quarto de um suspeito, é possível ouvir o que ele estava escutando e são sons de baleias, o que talvez sugira que há alguma coisa errada com quem não aprecia música.

Figura 13 – Tela de abertura do 2º episódio, em que a protagonista ouve a canção “Something Good”, de Alt-J



(Fonte: Eurogamer)

Ao final de cada capítulo, assistimos um clipe musical que mostra a situação de outros personagens durante momentos-chave da narrativa. Embora as ações da protagonista interfiram diretamente nessas situações (e conseqüentemente nos vídeos que são gerados), isso aumenta o distanciamento, amplificando a sensação de estar assistindo passivamente a um filme. Apesar disso, ainda assim o jogo consegue emocionar em alguns momentos. No episódio 4, quando Max e Chloe finalmente encontram o corpo de Rachel Amber enterrado no ferro-velho é possível sentir a dor da garota de cabelo azul que perdeu sua amiga/amante. O uso da trilha neste momento é interessante. A cena é acompanhada da faixa “Mountains”, da banda Message to Bears, cuja letra repete cinco vezes os seguintes versos:

*And we could run away*

*Before the light of day*

*You know we always could*

*The mountains say, the mountains say*<sup>123</sup>

Isso se conecta diretamente com a história de Chloe e Rachel, que viríamos conhecer em mais detalhes no jogo seguinte. Além disso, numa coincidência que provavelmente não é acidental, o clipe oficial da faixa (Figura 14) lançado anos antes do jogo mostra uma mulher cavando para encontrar uma caixa que um homem mais velho, possivelmente seu pai, deixou enterrada, sendo inevitável observar semelhanças com o momento em que Max e Chloe cavam para achar o corpo de Rachel (Figura 15).

Figura 14 – Cena do clipe da música “Mountains”, da banda Message to Bears



(Fonte: YouTube)

---

<sup>123</sup> E nós poderíamos fugir / Antes da luz do dia / Você sabe que sempre poderíamos / As montanhas dizem, as montanhas dizem (Tradução nossa)

Figura 15 – Cena do jogo *Life is Strange* em que Max e Chloe acham o corpo de Rachel Amber



(Fonte: YouTube)

Embora tenha achado bom, depois eu viria a saber que o primeiro jogo da série foi o que menos conversou comigo. Sua trama de viagens no tempo (e linhas temporais paralelas) fez com que eu perdesse a imersão, e o perfil extremamente retraído de Max dificultou a identificação. Isso tudo muda em *Life is Strange: Before the Storm*.

Por já conhecer os principais personagens, viver uma prequela da história pelos olhos (e ouvidos) de Chloe foi muito mais fácil. Além disso, aqui não temos superpoderes: tudo precisa se resolver com habilidades mundanas. Logo no começo, *LiS: BtS* traz uma sequência com um show. Talvez por eu ter jogado durante a pandemia, estando sem ir a concertos, coisa que eu tinha o hábito de fazer pelo menos duas vezes por mês, há mais de um ano, mas essa cena me marcou. Vendo (e sendo) Chloe Price batalhando para encontrar um espaço bom para assistir a banda fez com que a conexão entre mim e a personagem se formasse quase instantaneamente. De certa forma, através de Chloe, eu pude ir a um show com os problemas e recompensas que eu encontraria na experiência real.

É interessante ver que o jogo e sua trilha sonora reagem ao ritmo do jogador. Logo após o show, vemos Chloe em seu quarto, acordando de manhã ao som de “No Below”, da banda Speed Ortiz. Ela pega um cigarro, olha para o teto, fica fumando e... nada acontece se o jogador não clicar em nada. Temos ali uma perfeita manhã de ressaca, uma preguiça pensativa de quem recorda a noite passada sabendo que foi inesquecível. O tempo vai passando e a música termina (e eu fiz questão de não clicar em nada). Entra então a voz de um locutor de rádio que anuncia

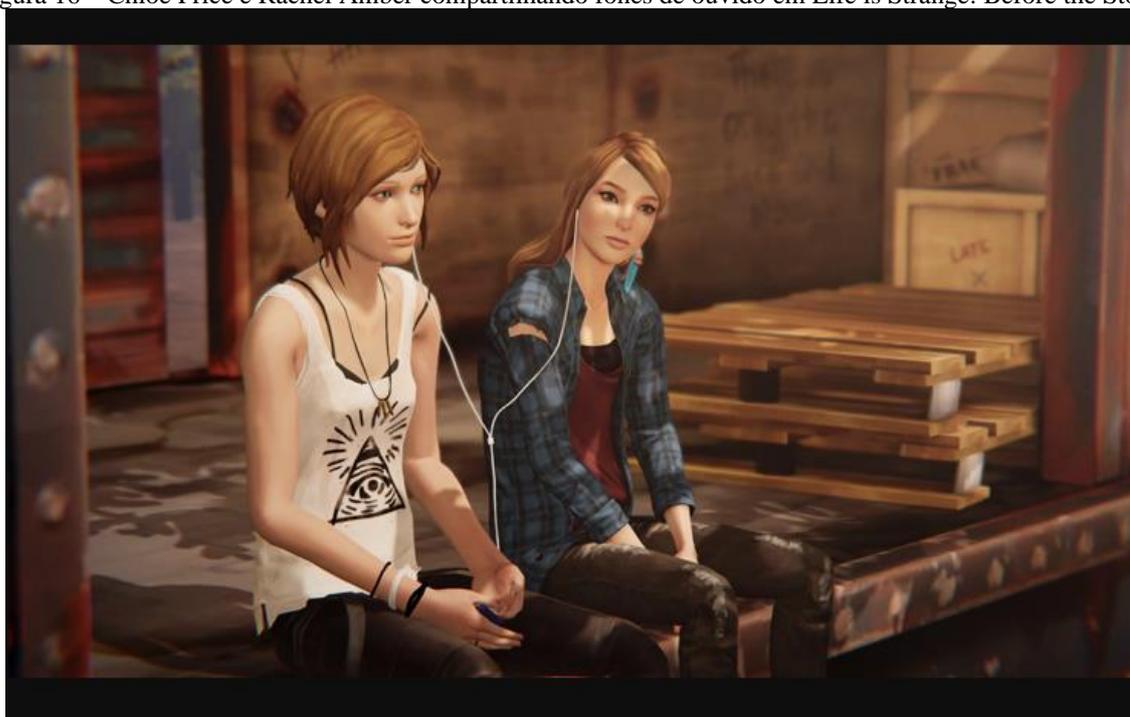
“Are you read for me”, da banda fictícia “Firewalk<sup>124</sup>”: a mesma do show da noite anterior. Se o jogo simplesmente repetisse a canção que acabou de tocar haveria uma quebra na imersão, e mesmo se começasse a tocar uma nova música, não seria o ideal, mas a breve participação do locutor entre as faixas fez com que tudo soasse mais natural, uma situação totalmente verossímil. É louvável ver essa preocupação com os detalhes em um trecho do jogo que demandava uma ação, ou melhor, uma não-ação, tão específica por parte do jogador. Esse recurso de ter o rádio para alternar a trilha sonora sem quebrar a imersão é novamente usado no segundo episódio enquanto Chloe explora o ferro velho procurando peças para consertar o carro.

Por Chloe não ter poderes especiais, como Max em *LiS*, o jogo se torna positivamente trivial, pois é fácil se envolver como ele. Poderia até mesmo ser definido como um “simulador de adolescência”, e isso facilita a construção de memórias e bons momentos que se relacionem com a trilha sonora. No primeiro episódio, é possível sentir a protagonista se apaixonando pela amiga Rachel Amber. Quando as duas matam aula e embarcam num trem de carga, a tensão romântica entre as duas vai crescendo e termina com elas ouvindo a canção “Through The Cellar Door”, da banda Lanterns On The Lake<sup>125</sup>, compartilhando os fones de ouvido. (Figura 16). Pode até parecer pouco, mas é interessante que soa mais realista quando pensamos em duas jovens descobrindo sua sexualidade do que se elas trocassem beijos.

---

<sup>124</sup> Na verdade, a música é da banda galesa Pretty Vicious, e isso gera uma série de brincadeiras entre os fãs da série que serão comentadas posteriormente.

<sup>125</sup> É interessante observar que no canal oficial da banda na plataforma YouTube, o comentário fixado ao vídeo dessa música traz um agradecimento da banda aos fãs do jogo, o que indica que os artistas têm ciência de que *Life is Strange: Before the Storm* provavelmente prescreveu aquela canção para muitos de seus ouvintes.

Figura 16 – Chloe Price e Rachel Amber compartilhando fones de ouvido em *Life is Strange: Before the Storm*

(Fonte: IGN Brasil)

Há ainda outra parte em que Chloe se junta à colegas da escola em um jogo de RPG, da mesma forma que eu fazia em meus tempos de adolescente. Isso tudo fez com que a trilha sonora escolhida “por ela” parecesse mais próxima de mim. Quando ela está em seu quarto com seus CDs, ouvindo música no fone com Rachel ou no ferro velho ouvindo rádio, me lembrava de uma série de momentos que eu vivi, mesmo que minha vida tenha sido completamente diferente da protagonista. *LiS: BtS* me colocou “dentro” da série de uma forma que o primeiro jogo ainda não havia conseguido, e talvez por isso a banda Daughter, que fez a trilha do *game* e que eu não conhecia anteriormente, entrou nas minhas listas de execução mesmo após o período da pesquisa.

Ao chegar em *Life is Strange 2*, o cenário e a jogabilidade já me eram totalmente familiares. Eu não precisava mais pensar no joystick enquanto jogava e podia me concentrar somente no que acontecia na tela, mesmo sem ter consciência desse processo. Além disso, *LiS2* é o primeiro jogo da série com um protagonista masculino, o que fez com que a identificação fosse mais direta. Para além de toda trama de perseguição e superpoderes, é uma história sobre irmãos, sobre o vínculo que se constrói entre Sean e Daniel Diaz após a morte do pai. Numa escolha interessante, o jogador controla Sean, o irmão mais velho, mas quem tem habilidades fora do normal é o caçula Daniel. Assim, o jogo nos coloca numa posição em que não basta usar os poderes, mas também ter uma responsabilidade de proteger e educar alguém querido. Sou o segundo de 3 irmãos, por isso havia momentos que me identificava com o mais velho,

outros em que me identificava com o mais novo, refletindo como essas relações entre personagens fictícios muitas vezes me remetiam a situações da minha vida, apesar de ninguém na minha família ter nenhuma habilidade sobrenatural.

A trilha de *LiS2*, sobretudo pelos momentos em que ela era usada, me faziam sentir a experiência de ser adolescente novamente. Ao entrar no quarto para se arrumar para um encontro, ele coloca “On the flip of a coin”, do grupo inglês The Street, para “dar um clima” (palavras do personagem), o que me colocou no mesmo tipo de situação que vivi tantas vezes quando jovem. Mesmo em situações mais tensas e completamente distantes da minha realidade, os personagens são foragidos da polícia que passam por vários estados americanos tentando chegar ao México, a música me trazia de volta, como quando os irmãos dançam ao som de Bloc Party, banda que várias vezes dancei em festas.

Como já foi dito, o vínculo entre os irmãos é algo bastante destacado nesse jogo, e a trilha sonora reforça essa conexão, fazendo com que o jogador se misture com os personagens, se sentindo muitas vezes como cúmplice dos Diaz. Além disso, existem músicas cujas letras trazem diferentes camadas de significado, ligando o jogador à história. Um exemplo interessante é “No Woman”, música da banda americana Whitney, que toca no episódio 1 de *LiS2*. No momento de sua execução, os personagens acabaram de escapar de um dono de loja racista que tentava prendê-los para entregar para a polícia de Seattle. A fuga só é possível com a ajuda de Brody, um “nômade urbano”, como ele se define, que dá uma carona para os irmãos. A música toca no rádio do carro enquanto Brody e Sean conversam sobre a vida na estrada, e a letra da música fala justamente sobre isso. Embora não descreva exatamente a situação retratada no jogo, a conexão ali acontece, numa daquelas coincidências comuns em filmes e seriados. Porém, ao final da primeira estrofe, Sean se vira para tentar dormir e o som da música ganha destaque. Passamos então a poder ouvir melhor a letra, que diz:

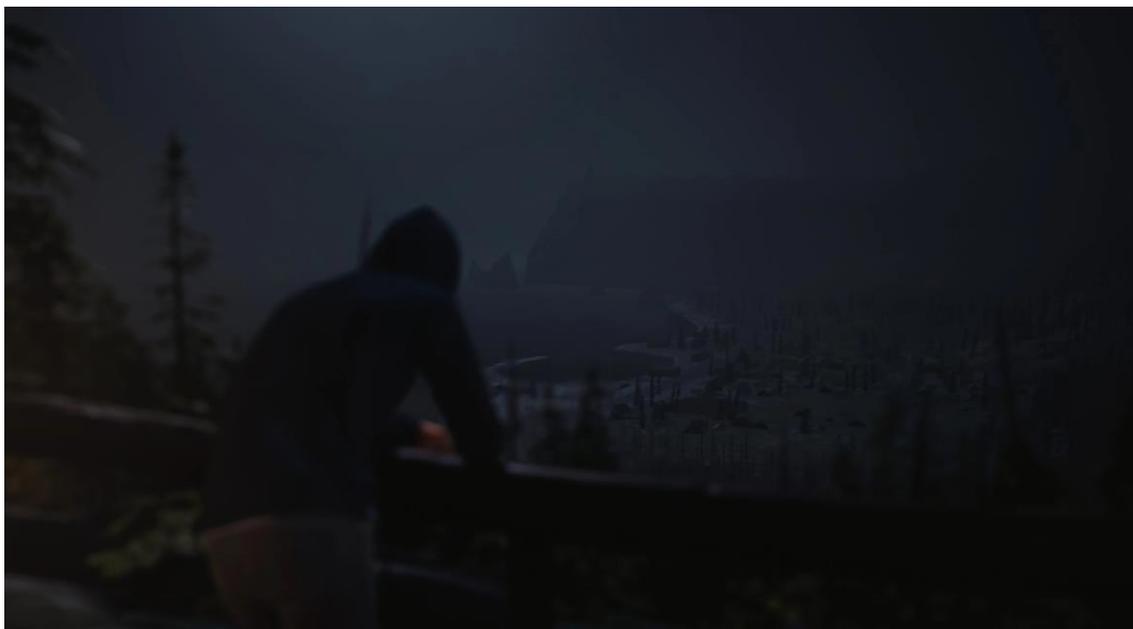
*Midnight drivin' through the Bay*  
*Goin' back on the road*  
*Comin' up and I wish I could stay*  
*I've been sleepin' alone*  
*I've been goin' through a change*  
*I might never be sure*<sup>126</sup>

---

<sup>126</sup> Dirigindo à meia-noite pela baía/ Voltando à estrada/ Chegando e eu gostaria de poder ficar /eu tenho dormido sozinho/ Eu tenho passado por uma mudança/ Eu posso nunca ter certeza. (Tradução nossa).

Ao mesmo tempo que a música “conversa” com Sean e sua história, também conversa com o jogador, sobretudo aquele que jogou os dois primeiros jogos. Se tal conexão não fica clara somente com a letra da canção, ela se torna explícita quando ao fim de sua execução, Brody para o carro em um mirante para observar as ruínas de uma cidade. Não é qualquer cidade: é Arcadia Bay, cidade em que se passa *Life is Strange* e *Life is Strange: Before The Storm* (Figura 17). Embora “No Woman” não tenha sido composta para LiS2 (a música foi lançada no disco “Light upon the lake” de 2016, dois anos antes do lançamento do jogo), ela funciona aqui como uma “piscadela de cumplicidade” entre desenvolvedores e jogadores: se a jornada de Sean e Daniel Diaz estava começando naquele episódio, a dos fãs da série *Life is Strange* já vinha de mais longe.

Figura 17 – Sean Diaz observa as ruínas de Arcadia Bay em *Life is Strange 2*



(Fonte: IGN Brasil)

O spin-off *The Awesome Adventures of Captain Spirit* é bem curto, por volta de duas horas, e talvez seja o mais diferente de toda a série. Bastante carregado no drama (o jogo conta a história de uma criança e seu pai alcoolista), foi como assistir um filme, sem que eu conseguisse me conectar e fazendo com que eu ficasse ansioso para voltar à história dos Diaz. No entanto, é preciso destacar que a trilha sonora é, mais uma vez, um primor, com canções como *Death with dignity*, de Surfjan Stevens, e *Moom and moon*, de Bat for Lashes, contribuindo para o clima melancólico. É um jogo que fui gostando mais depois, quando começa a se conectar com a história dos irmãos fugitivos. Em minha opinião, talvez esse seja o

ponto baixo da série, com um enredo que abusa de clichês já surrados no cinema para despertar uma emoção carregada demais, que sensibiliza o jogador, mas não é levada com ele após a experiência do jogar.

A abordagem emotiva do jogo faz dele uma oportunidade para explorar a prescrição musical numa dimensão mais afetiva, como sugere Grossberg (1997). Isso acontece pela combinação de diversos fatores: imersão, esqueuomorfismo, exposição, etc. O fato é que ao ouvir a canção da inglesa Natasha Khan (cujo pseudônimo artístico é Bat for Lashes), fui invadido por uma série de lembranças que remetiam minha própria vida. No jogo, o menino Chris ouve a canção deitado na cama de seu pai, após descobrir o disco mexendo nas coisas de sua falecida mãe (Figura 18). O tom melancólico da canção combina com a situação: uma criança, em uma casa decadente, sem receber a atenção que gostaria. Nada disso se parece com algo que eu tenha vivido. No entanto, lembrei-me de quando me esgueirava no meio das tardes para mexer nos velhos álbuns de vinil de meu pai. Apesar de me ser proibido (pelo medo de que eu quebrasse algum disco ou a vitrola), eu fazia esse tipo de coisas repetidamente. A bronca quando eu era apanhado valia a pena. Hoje, décadas mais tarde, ouvir música ainda é algo que me conecta com meu pai. Não preciso mais me esconder, mas estamos sempre fazendo referências àquelas canções que conheci de forma “clandestina”. Embora a minha vivência seja muito diferente do protagonista do jogo, de alguma forma aquela sequência me sensibilizou. Os desenvolvedores sabem do potencial dessa parte, já que a canção é destacada em um dos chamados “momentos de calma”, onde o comando é retirado do jogador e ele passa a ser somente um expectador do que acontece na tela. Ao contrário do que acontece muitas vezes nos videogames, esses momentos de contemplação são muito valorizados na série *Life is Strange*, pois constroem a narrativa e aprofundam a relação dos jogadores com os personagens.

Figura 18 – O protagonista de *The awesome adventures of Captain Spirit* ouvindo música deitado na cama de seus pais. No chão, podemos ver a vitrola e a caixa com discos



(Fonte: Eurogamer)

Uma estratégia interessante que *LiS2* explora é apresentar uma mesma música de formas diferentes, o que aumenta a sensação de reconhecimento. Isso acontece no bazar de Natal, quando a andarilha Cassidy toca no violão *I found a way*, de First Aid Kit, e depois essa música é tocada em sua versão original quando os garotos fogem embarcando num trem de carga. Com esse método, também é possível que em cada exposição se perceba novos detalhes e tenha mais chance de ser atraído por algum deles. Isso me lembrou minha infância, quando meu pai gravava diversas versões da mesma música em uma mesma fita, em sequência (embora, eu confesso, a experiência não me agradava). Nos dois últimos episódios, a trilha sonora original passa a tomar mais espaço do que as músicas licenciadas, embora elas ainda apareçam em momentos-chave (como *Meaning*, de Cascadeur, quando a igreja pega fogo).

Terminei *Life is Strange 2* em 30 de maio, mas já sabendo que o lançamento de *Life is Strange: True Colors* estava anunciado para o início de setembro. Nesse meio tempo, pude revisar a bibliografia e pensar sobre o que tinha vivenciado até aquele momento. A prescrição musical já estava funcionando em mim, visto que as músicas dos jogos começaram a fazer parte do meu repertório do dia a dia. Além disso, pode se dizer que era um processo de mão dupla, já que, ao ouvi-las, eu acabava por me lembrar do jogo em que ela tinha aparecido e me sentia próximo da série novamente. A experiência acabava por beneficiar os dois produtos: o jogo me apresentava as músicas e depois as músicas me faziam ter vontade de jogar novamente.

O hiato entre as experiências foi bom para que eu pudesse refletir sobre os processos teóricos que eu havia vivenciado até aquele momento. Além disso, à medida que o tempo foi

passando e mais notícias sobre o novo jogo foram sendo divulgadas, fui ficando cada vez mais interessado e empolgado com *Life is Strange: True Colors*. Como se diz na gíria, eu havia “embarcado no hype”. Aproveitei também esse período para buscar as reações dos fãs dos jogos da série aos vídeos oficiais das músicas no YouTube, sem pretender fazer dessa uma netnografia, mas numa abordagem exploratória, para comparar minha experiência com a de outros jogadores.

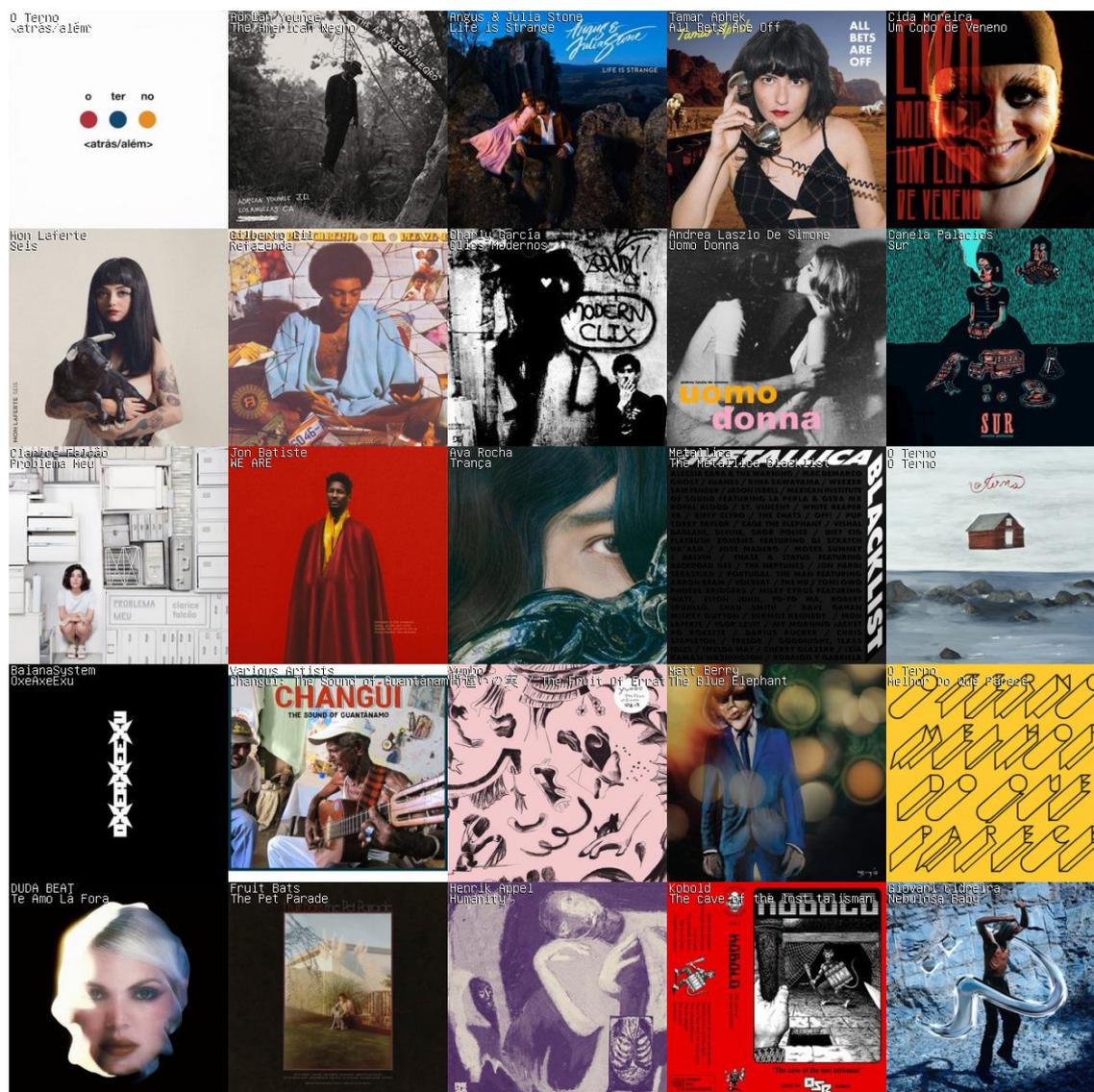
Na madrugada do dia 9 para o dia 10 de setembro, comprei o jogo (na versão Deluxe, que incluía também a expansão *Wavelengths*, que seria lançada no final do mês) e já comecei o processo de download e instalação do mesmo. Comprar jogos em seu lançamento costuma ser uma opção arriscada: além do preço ser mais alto (no caso, R\$299,00), muitas vezes ainda são encontrados problemas técnicos, chamados de *bugs*. No entanto, para além da necessidade da pesquisa, a vontade de mergulhar mais uma vez naquele universo fictício me compeliram a correr esse risco.

As novidades já começaram na escolha da protagonista: Alexandra “Alex” Chen não é uma adolescente, mas uma jovem adulta. Isso faz com que o jogo saia um pouco do ambiente escolar. Além disso, ela é órfã, o que em princípio diminui o peso das relações entre pais e filhos, tão presentes nos títulos anteriores da série. Embora o jogo comece com ela buscando seu irmão, a morte desse personagem logo no primeiro capítulo faz com que o foco não seja exatamente nas relações familiares. Assim como Max em *Life is Strange* e Daniel em *Life is Strange 2*, Alex também tem poderes especiais: a capacidade de intuir e absorver os sentimentos das pessoas que ela encontra, uma espécie de super empatia. Isso é representado por cores, o que facilita identificar as emoções e “sentir” junto com a personagem. Isso se integra com a trilha sonora, fazendo com que em alguns momentos seja possível associar uma determinada música a um sentimento específico vivenciado pela protagonista.

A música está presente por todo o jogo, não só como trilha diegética e não-diegética, mas com referências diretas na narrativa: um dos principais cenários pelos quais Alex transita é uma loja de discos, o primeiro capítulo se chama “Lado A”, e o último, “Lado B”, e alguns dos desafios propostos envolvem procurar por canções na *Jukebox* de um bar.

No momento que o título do primeiro capítulo é mostrado na tela, temos a primeira música da dupla australiana Angus & Julia Stone, composta especialmente para esse jogo. Ao todo foram 12 músicas feitas pelos irmãos, reunidas num álbum que recebeu o nome de “Life is Strange”. Esse disco foi lançado no mesmo dia do jogo e dominou minhas audições nos últimos meses de 2021. Segundo os dados do meu consumo musical registrados pelo site last.fm, *Life is Strange* foi o terceiro álbum mais ouvido por mim em 2021 (Figura 19).

Figura 19 – Montagem com os discos mais ouvidos por mim em 2021 gerada pelo site *tapmusic.net* a partir de informações registradas pelo aplicativo *Last.fm*. O disco de Angus & Julia Stone é o terceiro da primeira linha.



(Fonte: Tapmusic.net)

É curioso como experiências progressas com as músicas escolhidas para o jogo podem atrapalhar a construção de sentido ou até mesmo a imersão pretendida pelos desenvolvedores. Um exemplo disso foi na sequência em que Alex está chegando à cidade de Haven Springs, onde encontraria seu irmão após uma década. A música escolhida é *Home*, da cantora e compositora inglesa Gabrielle Aplin. A letra da canção é perfeita para o momento de recomeço da personagem, o que nos leva a crer que foi escolhida meticulosamente:

*'Cause they say home is where your heart is set in stone*

*It's where you go when you're alone*

*It's where you go to rest your bones*

*It's not just where you lay your head*

*It's not just where you make your bed*

*As long as we're together, does it matter where we go?*

*Home*<sup>127</sup>

No entanto, a mesma canção, lançada no álbum “English Rain”, de 2013, foi usada em 2015 como tema romântico do casal protagonista da novela *Totalmente demais*, da Rede Globo. Isso fez com que as rádios brasileiras tocassem a música exaustivamente por meses. Durante o período da pandemia em que a emissora não produziu novas obras, em 2020, a novela foi reprisada e a música voltou a ser bastante executada. Assim, por mais que fizesse todo sentido e estivesse bem colocada, minha reação à cena provavelmente não foi a esperada pelos autores do jogo. Ao invés de me emocionar, me senti levemente enfadado (e sei que a culpa não é da música).

Em *LiS:TC* as referências passam a ser mais explícitas: bandas são nominalmente citadas, capas de discos são mostradas, a protagonista carrega fones de ouvido para toda parte e um dos passatempos dela é tocar suas músicas favoritas no violão que ela ganhou do irmão.

Uma das cenas que mais me marcou, em todos os jogos da série, acontece no primeiro capítulo, quando Alex presenteia o irmão com um álbum da banda Kings of Leon. A capa é mostrada com detalhes, o disco de vinil é colocado no aparelho e só então eles (e eu) ouvem a música e dançam animadamente. Nessa sequência é possível se identificar já que é um ato corriqueiro, mas também emocional, pois marca o reencontro de irmãos separados há mais de uma década. Para quem está acostumado com jogos de ação, onde todo movimento do avatar desencadeia reações que modificam os desafios propostos, uma cena como essa muitas vezes pode parecer desnecessária. No entanto, em *LiS:TC* ela é fundamental, uma vez que assim conseguimos entender um pouco da personalidade tímida de Alex, perceber a presença expansiva de Gabe e criar uma conexão com aquele reencontro. Os jogos da série *Life is Strange* privilegiam esse tipo de vínculo, criado por momentos sensíveis, e até singelos, em detrimento de sequências mais vigorosas. Com isso, busca atingir um público que não se vê contemplado pelos jogos de ritmo mais intenso.

Um elemento sutil que percebi por jogar *Life is Strange: True Colors* na época de seu lançamento é que não há uma preocupação de se utilizar somente músicas novas para compor a trilha. Isso provavelmente diminuiria a imersão, já que a maioria das pessoas, por mais que

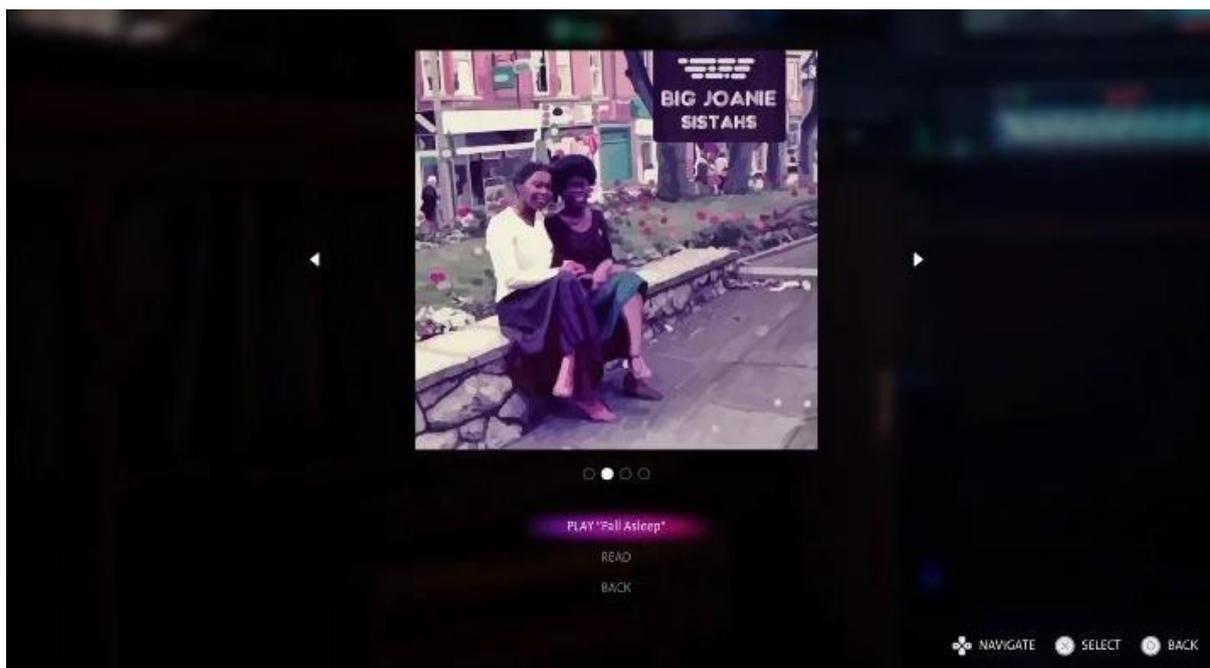
---

<sup>127</sup> Porque eles dizem que lar é onde seu coração está gravado em pedra/ É onde você vai quando está sozinho/ É onde você vai descansar seus ossos/ Não é apenas onde você coloca sua cabeça/ Não é apenas onde você faz sua cama/ Enquanto estivermos juntos, importa para onde vamos? / Lar (Tradução nossa)

se interesse pelo que está tocando nas paradas de sucesso, também costuma consumir canções já conhecidas, que de alguma forma marcaram sua vida. A cena em que Steph e Alex tocam *Blister in the sun*, música do Violent Femmes lançada há quase 40 anos, aumenta a naturalidade com que a música é inserida. É difícil pensar que a gravadora está se esforçando para divulgar uma música de um LP de 1983, mas é justamente isso que faz com que a inserção soe natural, algo que pessoas de verdade fariam (e não simplesmente personagens de um jogo de videogame).

Uma outra novidade em *LiS:TC* é dar ao jogador a possibilidade de escolher qual música será ouvida em determinados trechos do jogo. Embora as opções sejam limitadas, nunca mais do que 4 faixas, essa sensação de estar elegendo a trilha sonora daquelas cenas faz com que a música passe a ser mais um elemento do jogo, além de gerar uma percepção enganosa de que aquele momento é personalizado, único para cada jogador (Figura 20).

(Figura 20– Tela de escolha de faixas no jogo *Wavelengths*)



(Fonte: Eurogamer)

Por fim, chegamos à *Wavelengths*, uma expansão do *True Colors* em que vivemos a história de Steph Gingrich. É uma personagem interessante, porque acaba servindo como elo para as histórias. Na sequência de RPG de *Life is Strange: Before the Storm*, Steph é uma das jogadoras. Descobrimos então que ela foi uma das sobreviventes do furacão em Arcadia Bay e agora vive em Haven Springs, trabalhando na loja de discos e como DJ da rádio local.

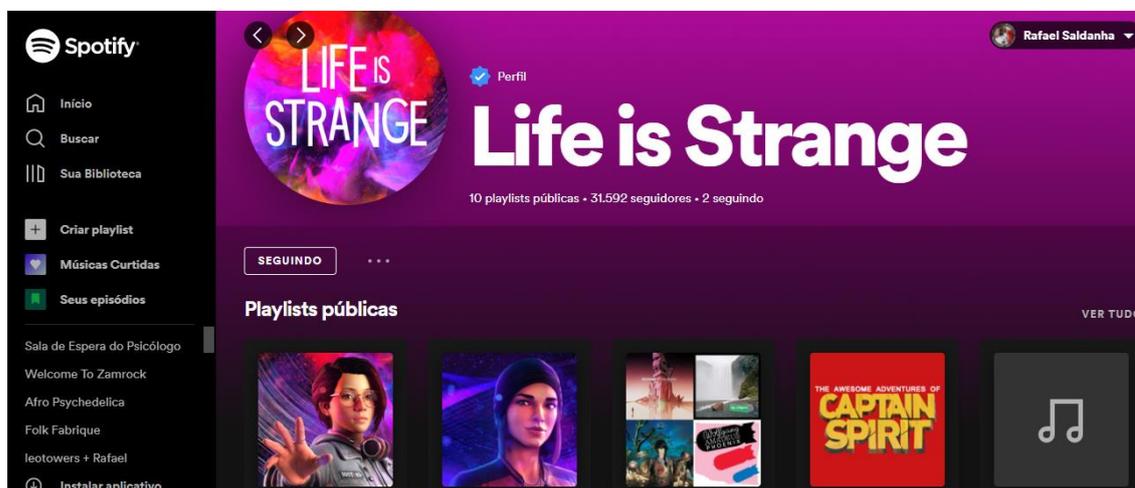
*Wavelengths* é uma radicalização na proposta de ser uma narrativa visual, já que apresenta poucos desafios (apenas alguns puzzles) e mais tarefas que ajudam o jogador a conhecer o passado da personagem. Também podemos dizer que esse DLC leva ao extremo a proposta de prescrição musical. Boa parte do tempo temos a protagonista na cabine da rádio e uma das principais atividades realizadas consiste em definir as músicas da programação. Assim, o jogador é levado a ver capas de discos e escolher quais entram no programa e quais não entram. Embora, mais uma vez, as opções sejam limitadas (no máximo quatro por vez) é interessante sentir novamente que está decidindo a trilha sonora do jogo que está jogando. Além disso, durante toda a série, é estabelecido que os protagonistas têm bom gosto musical, que costumam escolher canções “cool”. Assim, uma vez que a música aparece como opção para entrar na lista da rádio, isso pode indicar que ela é considerada boa. Além disso, à medida que Steph modifica a programação da rádio, tocando faixas que o jogador escolhe, recebe elogios de sua chefe e vê os índices de audiência subirem. As referências musicais não param por aí: ao longo do jogo, Steph compõe uma música, organiza os discos da loja e ao preencher o perfil em um app de relacionamentos, a personagem pode colocar um trecho de música (que, em um excelente esforço de localização da equipe de tradução, é preenchido com um verso de “Evidências”, música de Chitãozinho e Xororó lançada em 1989 e que se tornou popular entre os jovens recentemente). Apesar de na maior parte do tempo *Wavelengths* não ter uma história nova, servindo somente para recordarmos as narrativas de *LiS*, *LiS:BtS* e *LiS:TC* sob outra perspectiva, é possível ver ainda novas conexões entre as canções escolhidas e novas situações a partir dos telefonemas que a DJ recebe, em que ela aconselha os ouvintes enquanto músicas de Portugal, The Man, Hot Chip e Agnes Obel tocam ao fundo.

A experiência de jogar a série *Life is Strange* é, indiscutivelmente, uma experiência musical. Sem a trilha sonora licenciada teríamos algo totalmente diferente. Por sua jogabilidade simples, mesmo um jogador sem habilidade como eu pude vivenciar aqueles momentos da vida de personagens totalmente diferentes de mim. Quando ouço uma música no jogo, em parte quem ouve é aquele herói fictício cujas ações só tomam forma quando eu utilizo meu joystick. Porém, quando ouço essas canções fora do jogo, alguma parte de mim se recorda daquela experiência de ser, ao menos um pouco, –uma fotografa tímida adolescente, uma jovem rebelde, um rapaz de origem mexicana sendo perseguido em uma terra hostil, uma moça com poderes empáticos ou uma DJ lésbica com passado traumático.

As faixas das trilhas sonoras dos jogos estão compiladas na plataforma de streaming Spotify, em um perfil oficial com mais de 30 mil seguidores (Figura 21), sendo que a playlist do primeiro jogo sozinha tem mais de 200 mil fãs (Figura 22). Isso tudo é um forte indício de

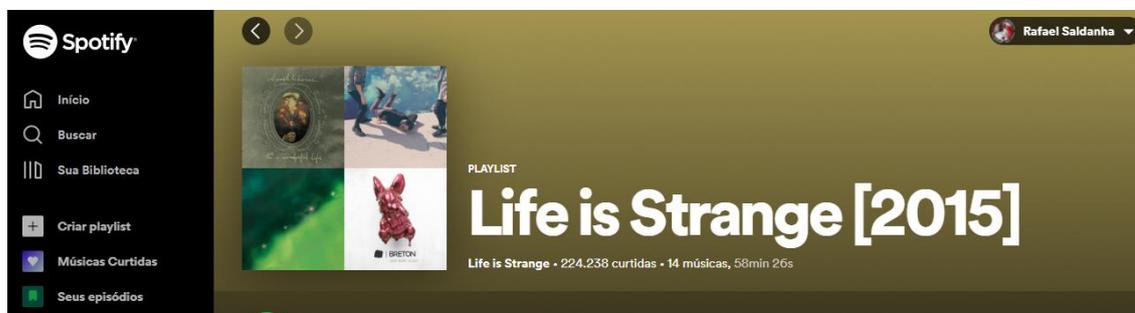
que a música de *Life is Strange* impactou não só a mim, e que milhares de pessoas ainda se conectam àquelas aventuras através de suas canções.

Figura 21 – Tela inicial do perfil *Life is Strange* na plataforma de streaming Spotify, mostrando que em junho de 2022 havia 31.592 pessoas o seguindo



(Fonte: Spotify)

Figura 22 – Tela inicial da *playlist Life is Strange [2015]*, com músicas do primeiro jogo da série, mostrando que em junho de 2022 já havia sido curtida por 224.238 pessoas



(Fonte: Spotify)

A seguir, tentaremos articular essa experiência com marcos teóricos estabelecidos, para entendermos como a prescrição musical atua nos jogos da franquia *Life is Strange*.

#### 4.5 – Prescrição musical na série *Life is Strange*

Agora que já temos uma visão geral de cada um dos jogos da franquia *Life is Strange* e da experiência de jogá-los, podemos nos dedicar a olhar a forma como a prescrição musical acontece ao longo da série. Nessa seção, tentaremos buscar as semelhanças com o que já acontecia em outros veículos, naquilo que chamamos de formas históricas de prescrição

musical, bem como aqueles elementos que são diferenciais das chamadas novas formas de prescrição musical.

#### 4.5.1 - Exposição

*Ela sai da sala de aula, coloca os fones de ouvido. Os ruídos do corredor diminuem e começa a tocar uma música. Com o app Shazam descubro que a faixa é “To All of You”, da banda Syd Matters. (...) Max caminha pelo corredor, observando e pensando sobre as pessoas que encontra. A música toca até que Max entre no banheiro, quando ela tira os fones.  
(Trecho do diário de campo do jogo Life is Strange)*

Talvez a forma mais evidente de prescrição musical presente na série de jogos seja a simples exposição das músicas. Como vimos em capítulos anteriores, para o ato de gostar de algo é preciso que primeiro se tenha contato com esse objeto. No caso da música, a oportunidade de ouvir uma determinada canção é fundamental para que se possa eventualmente acrescentá-la a seu repertório pessoal.

Antes de ter nome, o efeito da exposição era debatido como uma espécie de tautologia: gostamos de coisas que nos são familiares porque gostamos de sua familiaridade. O problema dessa análise, conforme observou Robert Zajonc, psicólogo e criador do termo, é que as coisas de que as pessoas gostavam não eram necessariamente aquelas de que mais se lembravam. Em certos casos, ele afirmou, gostamos mais das coisas com a exposição repetida quando não percebemos que fomos expostos a elas. (VANDERBILT, 2017, p.115).

Essa lógica é defendida pelos autores ligados à neurociência, e de certa forma também está contida na crítica feita por Adorno à música dentro da indústria cultural. Assim, os jogos seriam um cenário bastante propício para a prescrição, já que essa exposição se daria de forma sutil, enquanto o jogador está concentrado em outras tarefas. A duração dos jogos, geralmente maior do que a dos filmes, dá a oportunidade para que as faixas sejam repetidas sem que haja uma saturação ou mesmo aquilo que Vanderbilt vai chamar de “saciedade”<sup>128</sup>.

Além disso, precisamos levar em consideração também a ideia da pragmática do gosto explicada por Hennion (2011): o objeto do gosto é somente parte da performance do gostar, que é influenciado por outros fatores. Assim, Vanderbilt (2011) aprofunda a ideia de que a maneira como a música é classificada tem influência na quantidade de pessoas que se dispõem a ouvi-

---

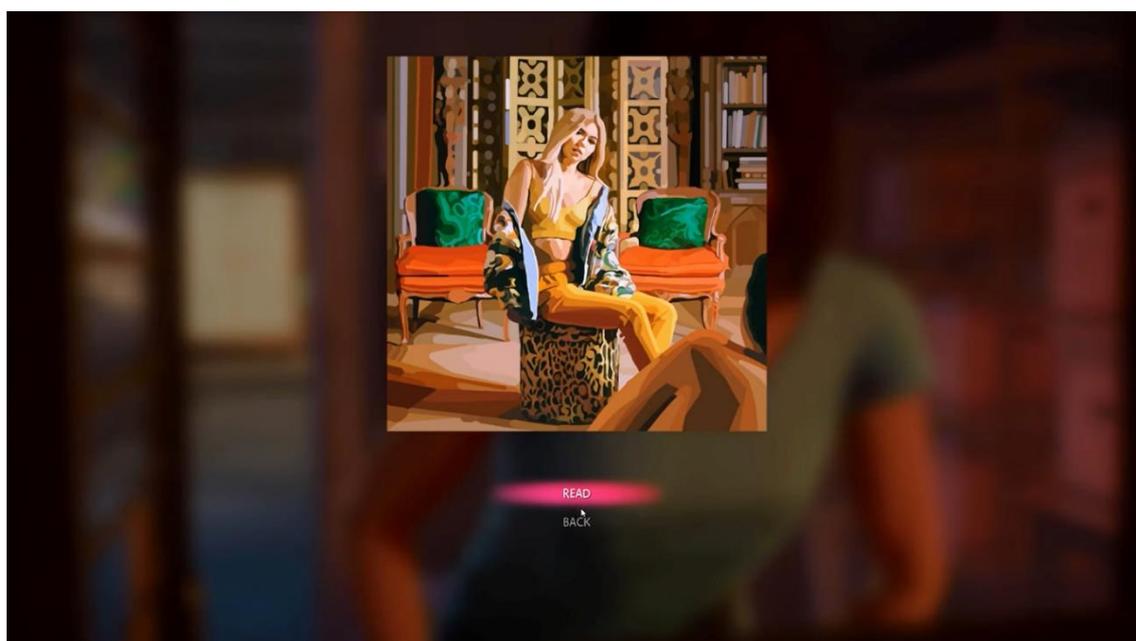
<sup>128</sup> “A exposição contém um risco oculto: passamos a gostar menos de algumas coisas quanto mais expostos somos a elas — sobretudo as coisas de que já não gostávamos antes. Não existe uma fórmula exata, mas uma das teorias principais, apresentada pelo psicólogo Daniel Berlyne, é que nosso gosto por música segue o formato de um U invertido baseado no fator ‘complexidade’. Gostamos menos de algo quanto mais simples ou complexo ele é. Para a maioria, o meio-termo é ideal”. (VANDERBILT, 2017, p.116).

la, e cita o cinema como meio em que "(...) a música nos chega às cegas, sem noções preconcebidas. Não sabemos o que é ou quem canta. Somos *obrigados*<sup>129</sup> a ouvir". (VANDERBILT, 2011, p.113). Podemos dizer que na maioria dos casos a mesma lógica opera quando falamos de jogos eletrônicos.

Na franquia *Life is Strange*, músicas novas e antigas são misturadas e apresentadas sem que sejam identificadas. Assim, para que se saiba qual música estamos ouvindo, é preciso esperar até os créditos finais de cada episódio (ou do jogo, no caso de *Life is Strange: True Colors*) ou usar de artifícios paralelos, como o aplicativo de reconhecimento de músicas Shazam. Em outros momentos, essa exposição é explícita (Figura 23), como podemos ver aqui:

*O tempo passa e Steph está mais acostumada com a rotina da rádio. A rádio não toca mais música country. Um ouvinte liga e pede para dedicar uma música para seu filho que saiu do armário, para mostrar que o ama. Ele pede "Feelings", de Hayley Kiyoko. Steph precisa solucionar alguns puzzles para pegar o disco no depósito. Mais uma vez, a capa do disco é mostrada com destaque.*  
(Trecho do diário de campo do jogo *Wavelengths*)

Figura 23 – Capa do álbum *Expectations*, de Hayley Kiyoko, como mostrada no jogo *Wavelengths*



(Fonte: Eurogamer)

Levando em consideração a diversidade do público-alvo, é possível que mesmo canções que fizeram sucesso quando foram lançadas sejam desconhecidas para os jogadores mais novos, ou que retornem para os repertórios daqueles que já as conheciam. Isso fica evidente quando

<sup>129</sup> Grifo do autor

vemos os comentários dizendo “*Life is Strange brought me here*<sup>130</sup>”, que os jogadores deixam nos vídeos oficiais das canções contidas nas trilhas sonoras da franquia.

#### 4.5.2 – Imersão

*No ferro-velho há um barco. Quando subo nele para ver o incêndio que provocamos na noite anterior, o rádio toca a música “All I Wanted”, da banda Daughter. Enquanto espero por Rachel, tento consertar uma camionete que está no ferro-velho. Não consigo fazer o carro andar, mas fazer com que fique “habitável”. (Trecho do diário de campo do jogo Life is Strange: Before the Storm)*

Uma das principais características que diferenciam a experiência com jogos eletrônicos é a enorme capacidade de imersão que estes carregam. Se ao começar, jogador e personagem são entidades separadas, essa divisão tende a se desfazer à medida que as interações do avatar<sup>131</sup> do controlador vão acontecendo. Esse efeito é desejável, algo que geralmente é pensado durante o processo de desenvolvimento do jogo e que é aferido como indicativo da qualidade do mesmo (HUIBERTS, 2010).

Ao escrevermos o diário de campo das experiências com os jogos da série *Life is Strange*, optamos por descrever as ações que aconteciam na tela usando a terceira pessoa do singular, numa tentativa de diferenciação das ações do jogador e do avatar. No entanto, em alguns momentos essa distinção se perdia e o relato acidentalmente passava para a primeira pessoa do singular, como no trecho destacado, indicando que, de alguma forma, as ações que estavam acontecendo na tela, de alguma forma, eram compreendidas como nossas ações. Isso acontece com alguma frequência na descrição de experiências com jogos de videogame, como podemos observar nessa descrição de uma experiência com o jogo *Bastion*:

O Garoto parou no segundo clipe porque, como meu avatar, ele estava respondendo aos meus movimentos hesitantes, sondando o jogo para a fonte e a lógica do terreno aparente. *Eu* estava tentando descobrir se o chão iria desaparecer se “*eu*” voltasse, e se iria parar de aparecer se “*eu*” parasse de me mover.<sup>132</sup> (KAMP, 2021, p.161)<sup>133</sup>.

O autor explica em seguida que na discussão da experiência de se jogar videogames, a separação entre avatar e jogador frequentemente se nubla. Essa “confusão” não é uma exclusividade de pesquisadores. Também em *Life is Strange: Before the Storm*, existe uma sequência em que a protagonista Chloe Price pode beijar Rachel Ambers pela primeira vez (se

<sup>130</sup> “*Life is Strange* me trouxe até aqui”, em tradução nossa. Optamos por deixar a citação no idioma original por ser a forma como mais aparece.

<sup>131</sup> Avatar é a expressão usada para designar o personagem de um jogo que é controlado pelo jogador, servindo como elemento de interação.

<sup>132</sup> Tradução nossa.

<sup>133</sup> Grifo nosso.

essa for a escolha do jogador) ao som da música “Taking you there”, do duo neozelandês Broods. Ao buscar por comentários relacionados ao jogo no vídeo oficial da canção no site *YouTube*, encontramos a mensagem deixada pelo usuário DuWOD há 3 anos: “Palavras não podem descrever o quanto *eu* amo Rachel. Dói ainda mais saber o que vai acontecer...”<sup>134</sup>.

A conceituação de imersão é objeto de muita discussão dentro do campo dos estudos de *games*. O termo, que também é presente em análises de outros produtos audiovisuais, é definido de formas diferentes por diversos autores. Em sua tese, Huiberts lista mais de uma dezena de variações sobre o tema. Avaliando os pontos mais frequentes, ele chega à seguinte definição:

(...)um termo para definir o estado que aparece quando um forte envolvimento é experimentado por um jogador durante o jogo, muitas vezes com fenômenos correspondentes, como ficar completamente focado no jogo, uma sensação de estar isolado do mundo real ou um sentimento de ser transportado para o mundo virtual. (HUIBERTS, 2010, p.41).

Pensando na imersão sonora, talvez a forma mais comum de se discutir seja usando as categorias relativas à diegese. Os sons nos jogos eletrônicos frequentemente são classificados inicialmente entre diegéticos e não-diegéticos, da mesma forma como é feito com o som no cinema.

Sons diegéticos seriam aqueles que existem dentro do universo ficcional e, portanto, interagiriam e influenciariam nas ações dos personagens, enquanto os sons não-diegéticos seriam aqueles que no cinema seriam ouvidos somente pelos espectadores, podendo interferir na reação destes em relação à cena exibida, mas não influenciando nos atos dentro da narrativa. No entanto, nos *games* precisamos levar em consideração a interatividade. O avatar não é um elemento independente, respondendo aos comandos do jogador. Assim, “(...) mesmo se assumirmos que um personagem-avatar não pode ouvir música não-diegética, o jogador pode ouvir essa música, que influencia o modo como seu personagem-avatar age<sup>135</sup>”. (FRITSCH e SUMMERS, 2021, p.132).

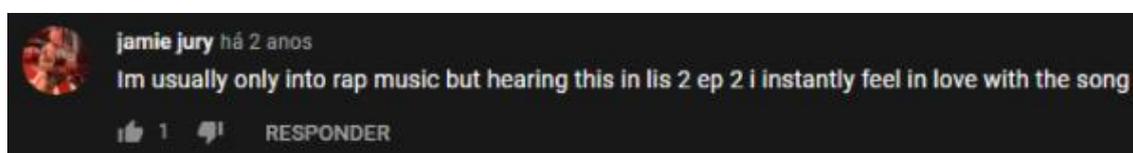
Pode parecer, portanto, que tal divisão se torna irrelevante para pensarmos a música nos jogos eletrônicos. Contudo, quando analisamos a questão da prescrição musical, o fato da música estar inserida na narrativa ainda tem importância. Ao analisar a música diegética no jogo *Grand Theft Auto: San Andreas*, a etnomusicóloga Kiri Miller observa que apesar das estações de rádio oferecerem uma gama de escolha de gêneros musicais para o jogador, as características do personagem-avatar CJ (um homem negro vindo da periferia de uma grande

<sup>134</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=GTauGcv4jH0> – tradução nossa – grifo nosso.

<sup>135</sup> Tradução nossa.

cidade americana) influenciava nas seleções dos jogadores. Foi observada uma preferência por estações que tocassem gêneros como hip-hop, soul, funk e house. Segundo ela, “Essa música facilita a identificação com CJ e sua história, atraindo o jogador para o espaço do jogo em vez de deixá-lo em sua sala de estar” (MILLER, 2012, p.63), ou seja, ajudaria na imersão. No entanto, o processo vai além, levando o jogador a “ouvir com os ouvidos de CJ” (MILLER, 2012, p.64), ou seja, os jogadores passavam a escutar músicas que normalmente eles não escolheriam, e com uma atitude mais receptiva do que se estivessem ouvindo em outros contextos (Figura 24):

Figura 24 – Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “I found a way”, de First Aid Kit



Isso pode ser observado na experiência com a franquia *Life is Strange*. Dos 6 jogos analisados, em 4 o personagem-avatar diferia dos autores desta tese em relação ao gênero. Embora a canção “Home”, de Gabrielle Aplin, já fosse conhecida por nós, quando ela é tocada em *Life is Strange: True Colors* é possível redescobri-la com os ouvidos de Alex Chen, uma jovem de 21 anos que está indo se encontrar com seu irmão após quase uma década separados, influenciando assim essa experiência.

#### 4.5.3 – Esqueumorfismo e remediação

*Enquanto explora a casa, Chris encontra um toca-discos no quarto de seu pai e escolhe um disco para tocar. A música é “Moon and Moon”, da banda Bat for Lashes. Enquanto a música toca, vemos Chris deitado na cama, seu pai bebendo whisky enquanto pensa na carreira de jogador de basquete interrompida, a casa humilde e desorganizada, com a pintura descascando em várias partes. É uma cena em que a música determina totalmente o clima emocional melancólico. Ao terminar, Chris diz amar os discos antigos de sua mãe.*

*(Trecho do diário de campo do jogo The awesome adventures of Captain Spirit)*

Como vimos anteriormente, a fonte sonora no caso das músicas dos jogos é o próprio videogame. Com suas placas de som e arquivos de áudio, os consoles modernos são capazes de reproduzir qualquer sonoridade existente com perfeição. No entanto, quando pensamos em termos de diegese e imersão, vemos que frequentemente outros “aparelhos” são acionados dentro da narrativa.

Esqueumorfismo é um termo emprestado da arqueologia que indica elementos sem função prática que aparecem em determinadas peças para remeter algo que teve função anteriormente, como rebites falsos em um vaso de cerâmica. Austin (2016) sugere que a interface dos programas utilizados para a execução de arquivos sonoros em computadores possui vários elementos esqueumórficos para criar familiaridade no usuário, e podemos dizer que o mesmo ocorre em muitos jogos de videogame, entre eles os da série *Life is Strange*.

Em *Life is Strange: True Colors*, há uma série de momentos musicais em que se destaca o fato de as músicas serem consumidas em discos de vinil. O mais significativo talvez seja a sequência em que Alex presenteia seu irmão Gabe com o álbum “Mechanical Bull”, da banda americana Kings of Leon (Figura 25). Vemos então o disco sendo colocado na bandeja, o mecanismo sendo acionado (Figura 26) e, só então, ouvimos a música.

Figura 25 – Gabe, personagem de *Life is Strange: True Colors*, recebe o disco “Mechanical Bull”, da banda Kings of Leon. A capa do álbum é mostrada em destaque



(Fonte: HD Playground)

Figura 26 – Captura de tela do jogo *Life is Strange: True Colors* que mostra o disco sendo colocado para tocar na vitrola



(Fonte: HDPlayground)

A escolha dos desenvolvedores em colocar o recurso “Mixtape” em *Life is Strange: Before the Storm* também não deixa de ser significativa. Mais do que somente uma seleção de músicas, a interface visual remetendo ao uso de fitas cassete (Figura 27) também faz parte da experiência sonora que se pretende ali.

Figura 27 – Captura de tela do menu do modo Mixtape do jogo *Life is Strange: Before the Storm*



(Fonte: Eurogamer)

Um outro conceito que pode nos ajudar a pensar esses pontos é o de remediação, que Bolter e Grusin definiram como “a lógica formal pela qual os novos meios remodelam as formas de meios anteriores<sup>136</sup>” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 273). Os autores elencaram os jogos eletrônicos<sup>137</sup> no rol de situações contemporâneas que ilustram a ideia de remediação. Isso aconteceria desde jogos mais simples, que trariam uma atualização das formas de antigos jogos de tabuleiro, até os mais modernos. Para eles, os jogos de ação remediariam sobretudo o vídeo. A ideia da câmera de vigilância, da monitoração dos atos dos avatares, é a principal característica evocada por esse gênero de jogos. Escrevendo há mais de duas décadas, é curioso como os autores fazem uma distinção entre jogos executados nos consoles e *arcades* daqueles experimentados nos PCs.

Jogos de arcade e consoles não exploraram as possibilidades da narrativa interativa como os jogos de computador, contudo, provavelmente porque os fliperamas e as salas de estar são públicas e barulhentas demais. Jogos de narrativa interativa privilegiam jogadores solitários, com tempo e tranquilidade para resolver puzzles e tomar decisões. Esses jogos remediaram os filmes ao invés do vídeo.<sup>138</sup> (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 94).

Hoje em dia essa distinção faz pouco sentido, ao passo que a maioria dos jogos são lançados para todas as plataformas. Os jogos da série *Life is Strange* se encaixam nessa descrição de “jogo de narrativa interativa”, apesar de estarem disponíveis para consoles e computadores pessoais. Assim, podemos afirmar que nos exemplos descritos temos pelo menos duas camadas de remediação, a do filme, sugerida por Bolter e Grusin (2000), e dos aparatos sonoros que são evocados quando há execução das músicas.

Também a retrômania, que Reynolds (2011) descreveu e que identificamos como parte de um processo de prescrição musical afetiva, é acionada aqui para que se emule práticas já conhecidas pelos jogadores, fazendo com que o jogo de alguma forma se aproxime da prescrição musical interpessoal.

#### 4.5.4 – Consumo de Experiências

*O jogo começa com uma garota fumando em uma linha de trem. Ela está usando um capuz e não conseguimos ver seu rosto. O trem se aproxima, mas ela só desvia no último instante. Então vemos que a garota é Chloe Price. Ela está chegando a uma serraria abandonada onde está acontecendo o show da banda punk fictícia Firewall.*

<sup>136</sup> Tradução nossa.

<sup>137</sup> Referidos por eles como “Jogos de computador” (*Computer games*).

<sup>138</sup> Tradução nossa. Optamos por manter a palavra “puzzle” como no original por se tratar da forma como os jogadores se referem não somente à quebra-cabeças, mas a desafios que exigem raciocínio lógico. Além disso, o termo “fliperama” foi usado como uma tradução para “arcade”, visto que esse foi com esse nome que estes espaços se popularizaram no Brasil.

*Chloe precisa convencer o segurança a deixá-la entrar apesar de não ter idade para tal, o que consegue vencendo uma batalha de insultos. Ela precisa se esgueirar para conseguir ver o show. A banda está tocando a música “Are you read for me”, da banda Pretty Vicious. Após esbarrar em dois homens violentos, ela acaba sendo salva por Rachel Amber, a moça desaparecida do primeiro jogo. Elas então vão para a frente do palco para aproveitar o concerto (Figura 28).*

*(Trecho do diário de campo do jogo Life is Strange: Before the Storm)*

Figura 28 – A personagem Chloe Price assiste o show da banda fictícia *Firewalk* em *Life is Strange: Before the Storm*



(Fonte: YouTube)

Para além da imersão, em alguns momentos dizemos que o que acontece nos jogos eletrônicos pode ser caracterizado pelo consumo de experiência.

A ideia muitas vezes é confundida com a noção de “experiência de consumo”<sup>139</sup> pela semelhança dos termos, mas o “consumo de experiência” expressa um processo em que a suspensão de descrença possibilita a vivência de uma narrativa previamente reconhecida, “(...)promovendo o deslocamento da subjetividade e a integração sensível – intensa em efetividade, envolvente como imersão, totalizadora como realidade simulada(...)” (PEREIRA; SICILIANO; ROCHA, 2015, p.16). Para que isso aconteça, é preciso que o objeto reúna as seguintes características descritas pelos autores:

- (1) um espaço físico ou virtual, cujo acesso pressupõe, necessariamente, alguma espécie de “preço”, e que seja intencionalmente preparado para que ele vivencie sensações, emoções e impressões dentro de um tempo delimitado e pontual;
- (2) uma

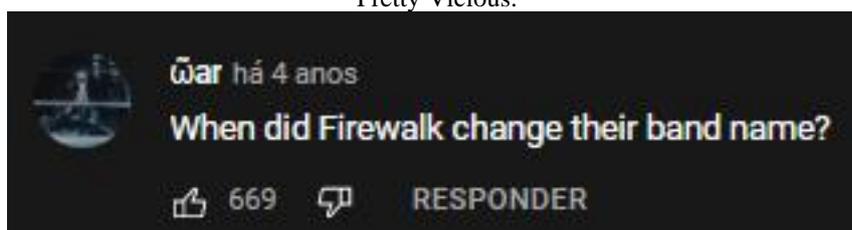
<sup>139</sup> Que se refere a “toda e qualquer compra cotidiana que inclui algum tipo de troca e, portanto, experiência.” (PEREIRA; SICILIANO; ROCHA, 2015, p. 7).

preparação ritualizada anterior; (3) uma narrativa, fragmentos dela ou alguma referência previamente conhecida; (4) a participação consensual do indivíduo ou do grupo, uma espécie de acordo tácito entre os participantes com relação à suspensão da descrença e aos aspectos lúdicos, mágicos ou imaginados que serão, naquele espaço, apresentados como “simulacro”; (5) o deslocamento de significados subjetivamente experimentado; e, finalmente, (6) que tal repertório dotado de significado tenha total correspondência com a narrativa de origem. (PEREIRA; SICILIANO; ROCHA, 2015, p. 9).

Embora seja mais comum em outros jogos, é possível visualizar esse tipo de vivência em alguns momentos da franquia *Life is Strange*, como por exemplo o fragmento descrito no trecho do diário de campo destacado no início desta seção. Ali temos que levar em consideração que essa é a sequência inicial do segundo jogo a ser lançado e que a personagem Chloe Price já era conhecida pelos que haviam jogado o primeiro jogo da série. O preço a ser pago era vencer o desafio proposto, e as impressões estavam limitadas a um espaço (a serraria) durante um tempo pré-determinado (o show).

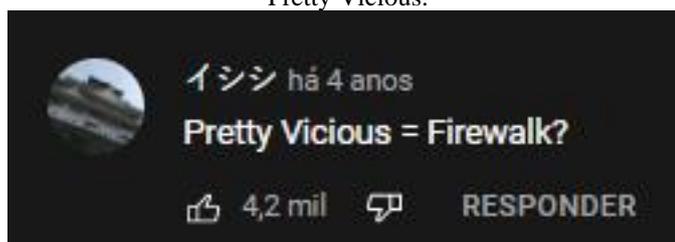
Apesar da banda Firewalk só existir dentro daquele cenário, o show que ela proporciona é real, pelo menos durante aquela música. Ao buscar os artistas verdadeiros, a banda galesa Pretty Vicious, muitos fãs do jogo comentam no vídeo oficial do clipe de “Are you read for me?” fazendo referência àquela experiência virtual (Figuras 29, Figura 30 e Figura31), vivenciada por eles como se fosse real sinalizando que o pacto entre jogo e jogador para acreditar naquela história foi bem-sucedido.

Figura 29 - Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “Are you read for me?”, da banda Pretty Vicious.



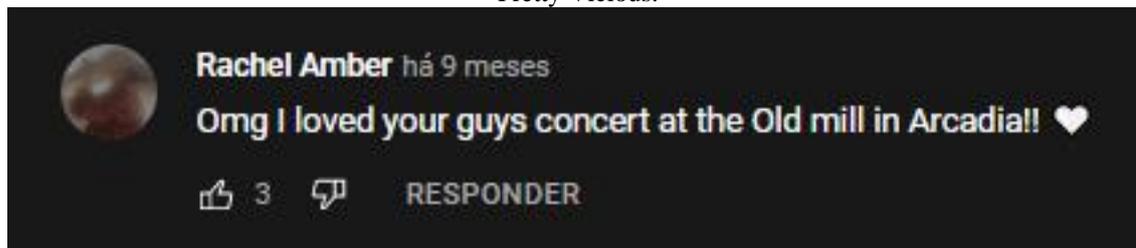
(Fonte: YouTube)

Figura 30 - Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “Are you read for me?”, da banda Pretty Vicious.



(Fonte: YouTube)

Figura 31 - Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “Are you read for me?”, da banda Pretty Vicious.



(Fonte: YouTube)

#### 4.5.5 – Possibilidade de escolha

*A primeira tarefa do jogo é operar a rádio. Steph então se apresenta e vai ver a playlist no computador, mas reclama que é muito reduzida. Ela então decide escolher as músicas ela mesma (e - por consequência - a escolha é do jogador). São quatro opções - todas elas de discos existentes, mostrando a capa dos álbuns. Escolhi a faixa “Fall Asleep”, da banda Big Joanie Sistahs. (Trecho do diário de campo do jogo Wavelengths)*

Se as trilhas sonoras dos filmes têm como diferencial o fato de “obrigar” o espectador a ouvir aquela determinada faixa, como dissemos na seção sobre exposição, isso muitas vezes pode ser visto como um ponto negativo. Nos videogames, volta e meia temos a possibilidade de escolher a música que acompanhará a ação de seus personagens, e isso pode ser uma estratégia de engajamento do jogador para com a trilha. Em *Life is Strange: True Colors* e *Wavelengths*, muitas vezes no jogo escolher qual música será tocada (Figura 32) é a própria ação, visto que Steph Gingrich é a DJ e locutora da rádio comunitária de Haven Springs.

Figura 32 – A personagem Steph Gingrich mostra as capas de dois álbuns para que Alex Chen escolha qual será tocado em *Life is Strange: True Colors*



(Fonte: YouTube)

Independente dos critérios e métodos aplicados, o processo de selecionar em si pode ser um atrativo:

(...)a única coisa de que temos certeza de que gostamos é esta: gostamos de escolher. Pesquisas mostram que o mero fato de haver um cardápio de pratos para escolhermos aumenta nosso apreço por todos os pratos elencados. E embora a expectativa da nossa escolha nos empolgue, a expectativa de podermos fazer a escolha, como imagens do cérebro revelam, parece resultar em mais atividade neural do que simplesmente ansiar por algo sem fazer escolhas. (VANDERBILT, 2017, p. 28).

Pode se questionar se ao deixar o jogador escolher a música o jogo não estaria perdendo sua capacidade prescritiva, uma vez que perderia o domínio das canções que seriam tocadas. No entanto, o que observamos é que as opções são oferecidas de forma bastante reduzida, geralmente colocando o avatar para interagir com 4 faixas por vez. Assim, os desenvolvedores conseguem fazer com que o jogador tenha a sensação de estar escolhendo, mas mantêm o controle das possibilidades. Além disso, o fato de fazer uma triagem nas faixas que serão tocadas pode fazer com que o jogador sinta curiosidade para conhecer aquilo que não entrou em sua seleção.

*Em um dia quente, logo após a Parada do Orgulho Gay, Steph está mais uma vez na rádio dando conselhos para seus ouvintes. Ela reclama do calor enquanto tenta se refrescar com um pequeno ventilador onde se lê “Fuck, it 's hot!”. Mais uma vez, é preciso selecionar que música tocar. Steph elogia os álbuns da rádio KRCT, dizendo que queria ter uma coleção como aquela, e o jogo pede para escolher entre três discos. Opto por “Seaglopur”, dos islandeses do Sigur Rós, por ser uma banda que já conheço. A animação mostra a personagem pegando o disco, colocando na vitrola e deixando a capa exposta no vidro do aquário. Enquanto a música toca, descubro que é possível deixar as outras faixas “na fila”, e assim coloco também para tocar “bloodstream”, da cantora americana Soccer Mommy.*  
(Trecho do diário de campo do jogo Wavelengths)

O jogo assim consegue instigar o jogador a explorar boa parte das faixas que foram licenciadas, ao mesmo tempo que faz com que ele sinta que está escolhendo o que vai ou não ouvir. Dessa forma, é possível uma exposição efetiva sem que seja criada uma sensação de “obrigatoriedade”.

#### 4.5.6 – O corpo-ouvinte contra o corpo-jogador

*Na primeira tela, vemos um subúrbio americano típico de filmes, ao entardecer. Eventualmente passa um carro, ou pássaros voam pelo telhado. Ouvimos os sons destes, assim como latidos, formando uma paisagem sonora, a qual é sobreposta por uma trilha instrumental. Aproveito para colocar a TV num volume adequado, que me permita ouvir todos esses elementos, e me ajeitar no sofá com o joystick em minhas mãos.*  
(Trecho do diário de campo do jogo Life is Strange 2)

Ao definir os passos que compõe a pragmática do gosto, Antoine Hennion elencou o corpo entre os elementos a serem analisados. Para o autor francês precisamos levar em consideração o engajamento do corpo que degusta para podermos entender o gosto enquanto trabalho. Ele complementa dizendo que

esse corpo que degusta não é um dado natural. Ele é o produto da atividade, é um engajamento que vai do treinamento das faculdades – no sentido quase esportivo da expressão – no longo prazo ao caráter ativo da colocação de si próprio em condição no momento de degustar (no momento da performance, para permanecer na imagem esportiva). (HENNION, 2011, p.262).

O autor usa a palavra “corporada” para definir essa relação, julgando-a mais neutra do que a expressão “incorporada” (frequentemente utilizada por Bourdieu) ou “embodied” (preferida pelos estudos culturais). Para ele, o corpo é o produto de uma relação entre o amador e o objeto amado, através de “uma atividade coletiva e instrumentada” (HENNION, 2011, p. 269). O francês faz ainda uma ressalva à ideia de que esse corpo “aprende” a gostar:

(...) o termo aprendizagem não é satisfatório. Ele supõe objetos muito definidos e exteriores a esse corpo que emerge da própria atividade do amador, por um lado, e por outro, em face desses objetos, um corpo muito dócil, maleável, ao qual bastaria “aprender” tais objetos, como se se tratasse de um saber e não de uma coprodução de sensações. O corpo sentindo não é um dado, um objeto físico autônomo e preexistente ao qual bastaria incorporar uma formação (musical, enológica, visual...). O corpo é criado pelo gosto que dele se apodera, mas que ele realiza, por sua vez. É a boa palavra “exercício” que o diz: o corpo se exercita e se adapta a esse exercício, e na passagem o sentido da palavra exercitar desliza do treinamento que exercita para a faculdade que exercemos. (HENNION, 2011, p. 270).

Resta então nos perguntarmos: *como é esse corpo que ouve (e ama) a música?* Quem talvez mais tenha se preocupado em formular essa resposta foi o filósofo checo Vilém Flusser. Em seu livro “Os gestos”, o autor buscou desvendar a fenomenologia por trás de atos cotidianos, como: falar, fumar cachimbo, fotografar e, o que mais nos interessa, ouvir música, tentando entender a dimensão afetiva destes. Flusser (1994) destaca que o gesto de ouvir música é fortemente determinado pela mensagem: tipos diferentes de música são ouvidos de forma diferente. Além disso, há uma influência do aparato usado para a audição, já que uma música tocada na TV é recebida de forma distinta de outra tocada em um gramofone. No entanto, o autor caracteriza o gesto de ouvir como “essencialmente uma adaptação do corpo à mensagem acústica<sup>140</sup>” (FLUSSER, 1994, p. 152). Diz então que

O escutar música é uma postura corporal. Isso significa uma tensão interna, que se afrouxa e até desaparece, quando se manifesta como movimento. Nesse aspecto o

---

<sup>140</sup> Tradução nossa.

gesto de escutar música pode ser comparado com a posição de sentido ou com a postura defensiva de um boxeador<sup>141</sup>. (FLUSSER, 1994, p.152).

No entanto, somente consultando a edição em inglês do livro percebemos uma outra passagem onde o autor deixa claro então algo que será fundamental para pensarmos o corpo que ouve música enquanto joga videogames: "ouvir música é prestar atenção<sup>142</sup>". (FLUSSER, 2014, p. 112).

Precisamos então pensar como é o corpo que joga videogame, para podermos compará-lo com o corpo que ouve música. Falecido em 1991, Flusser não escreveu sobre os jogos eletrônicos. No entanto, Poltronieri (2014) fez uma tentativa de interpretar elementos relacionados ao jogar videogame sob a ótica do pensamento flusseriano. Ele então encaixa o jogador na categoria de funcionário:

Flusser define o funcionário como alguém que interage com o aparelho, mas não entende como é feita sua programação e, portanto, não pode ter nenhum tipo de visão crítica de seus processos. O que resta ao funcionário é apenas agir de acordo com o aparelho<sup>143</sup>. (POLTRONIERI, 2014, p. 173).

Os videogames seriam para o autor “aparelhos pós-históricos”, que não teriam como objetivo mudar o mundo, mas sim mudar o próprio funcionário. O jogador tem uma aparente liberdade de ação dentro do universo do jogo, mas estaria limitado às possibilidades pré-programadas, não sendo, portanto, livre de verdade. Aparelho e funcionário (corpo e máquina) se “mesclariam” numa relação simbiótica pela produção de sentido. (POLTRONIERI, 2014).

Diante disso, podemos pensar que o corpo-jogador demanda atenção para concretizar sua interação com o aparelho-videogame, uma vez que ele joga contra o aparelho, numa “tentativa de exaurir o programa”. (POLTRONIERI, 2014, p. 179). Isso se mostraria incompatível com a função do corpo-ouvinte, já que se estabeleceria uma competição entre os dois processos pela atenção do jogador.

É possível ainda pensar a partir de uma perspectiva cognitiva, como faz Messias (2017) com sua ideia de “gambiarra”:

Cognição e materialidade participariam de uma coevolução que busca sempre o resultado mais viável, o mais satisfatório, não o melhor ou mais especializado. Isso significa que ambas estão sujeitas ao pragmatismo do improvisado, aos possíveis resultados precários. (Messias, 2017, p. 260).

---

<sup>141</sup> Tradução nossa.

<sup>142</sup> Tradução nossa. Na edição espanhola, publicada em 1994, o trecho – na página 150 – ficava dúbio por dizer “(...)el oír música es una escucha”, enquanto na edição americana, de 2014, aparecia “(...) to listen to music is to pay attention”. A tradutora Nancy Ann Roth, responsável pela versão em inglês, explica que uma das dificuldades ao se traduzir Vilém Flusser está no fato do autor escrever em 4 idiomas, e frequentemente ser responsável pelas traduções entre essas línguas, muitas vezes modificando ele mesmo o sentido da obra.

<sup>143</sup> Tradução nossa.

O corpo se adaptaria à máquina na mesma medida que as máquinas seriam pensadas para se adaptar aos corpos.

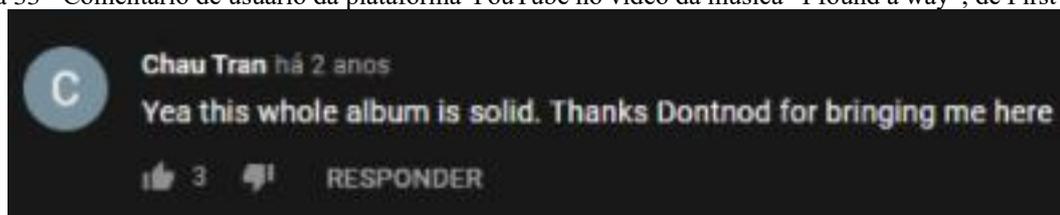
Durante minha experiência com os jogos da franquia *Life is Strange*, mesmo estando na posição de “jogador-pesquisador”, em alguns momentos foi preciso que eu me forçasse a prestar atenção na música, uma vez que os estímulos visuais e táteis acabam por prevalecer quando se está jogando. Por vezes, parece que a intenção acaba por ser uma exposição sem que o ouvinte perceba que está sendo exposto, como descrevemos anteriormente.

Assim, se não podemos afirmar categoricamente qual corpo se destaca durante a prática em *Life is Strange* (o corpo-ouvinte ou o corpo-jogador), me parece possível dizer que os corpos se alternam. Isso ficou claro não só em minha experiência, mas também em alguns comentários deixados nos vídeos das canções do jogo no YouTube, como o do usuário *Lust94* há 4 anos no clipe de “Crosses”, de José González: “Quando eu toquei o violão em *Life is Strange* e ouvi essa música tocando, eu simplesmente me sentei e não fiz nada... Deixei o *joystick* em minhas pernas e fiquei ouvindo e ouvindo essa canção maravilhosa<sup>144</sup>”.

#### 4.6 – Recepção

Ao longo deste capítulo, fizemos uma exploração sobre as possibilidades prescritivas percebidas ao jogar a série *Life is Strange*. Não era nosso objetivo aferir a eficácia das mesmas, visto que para isso seria preciso uma nova pesquisa, com outra metodologia e outro *corpus*. No entanto, alguns indícios nos permitem vislumbrar a efetividade dos jogos enquanto prescritores. Talvez o mais presente, ou pelo menos mais perceptível, esteja nos comentários deixados nos vídeos oficiais das músicas que compõem as trilhas sonoras dos 6 jogos analisados. Buscando relatos de experiências para comparar com as minhas, foram inúmeras as vezes que encontrei jogadores agradecendo os produtores (Figura 33) e, por vezes, os personagens dos jogos (Figuras 34 e Figura 35) por terem apresentado bandas ou artistas para eles.

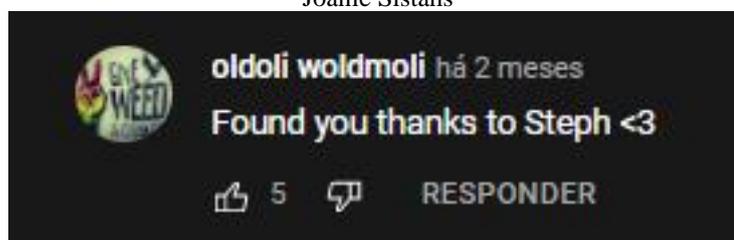
Figura 33 - Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “I found a way”, de First Aid Kit



(Fonte: YouTube)

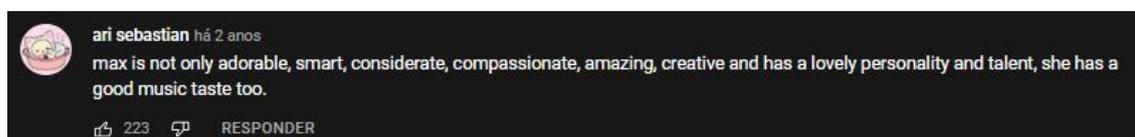
<sup>144</sup> Tradução nossa.

Figura 34 - Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “Fall Asleep”, da banda Big Joanie Sistahs



(Fonte: YouTube)

Figura 35 - Comentário de usuário da plataforma YouTube no vídeo da música “To All of You”, de Syd Matters



(Fonte: YouTube)

Não é possível ainda saber qual será o espaço ocupado pelos videogames no cenário de prescrição musical no futuro, mas temos certeza de que estamos diante de um fenômeno que já tem consolidado seu lugar na dinâmica da indústria fonográfica no século XXI.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao finalizar este trabalho, encontramos um mundo bem diferente daquele em que começamos. A pandemia de COVID-19 impôs uma série de restrições às atividades cotidianas e o setor musical foi um dos mais afetados. Diante da impossibilidade de se apresentarem ao vivo, muitas vezes principal fonte de renda e meio de divulgação, muitos músicos tiveram que se reinventar para permanecer no mercado. Ao mesmo tempo, os longos períodos de confinamento em todo o mundo fizeram aumentar o interesse por ambientes virtuais imersivos, culminando no anúncio do Metaverso, no segundo semestre de 2021<sup>145</sup>.

Em meio a tudo isso, o cenário das músicas em videogames também foi passando por transformações. A conjuntura mundial de restrições fez com que a pesquisa tomasse rumos diferentes dos que haviam sido planejados. Se por um lado isso frustra alguns dos objetivos inicialmente traçados, por outro, tivemos a oportunidade de explorar possibilidades que não haviam sido ainda aventadas. Buscamos aqui pistas que nos possibilitassem discutir as relações entre o mercado fonográfico e a indústria de videogames, sob um prisma que levasse em consideração as mudanças recentes na maneira de se ouvir música.

Pensar a história dos videogames a partir de uma perspectiva sonora nos ajudou a perceber que, embora as mudanças nas últimas gerações tenham sido bastante sutis, as oportunidades ainda estão começando a ser exploradas. Das primeiras máquinas, vistas como uma curiosidade eletrônica, à consolidação da grande indústria lucrativa que supera setores tradicionais do entretenimento, como a do cinema<sup>146</sup>, pudemos acompanhar os relutantes passos das empresas de fonografia em direção ao mercado de *games*. É possível dizer que houve uma confluência de fatores que possibilitaram essa parceria entre os dois ramos: *técnicos*, afinal era preciso que os consoles fossem capazes de reproduzir músicas com uma qualidade aceitável; *sociais*, pois foi necessário que os videogames deixassem de ser vistos como produtos para o público infantil e entrassem de vez em todas as camadas da sociedade e, finalmente, *comerciais*, com as empresas da área musical construindo as pontes legais para a colaboração.

Um marco que nos chamou a atenção nesse movimento foi o lançamento do Playstation, da Sony: pela primeira vez, um mega conglomerado com tradição no ramo de gravadoras e eletrônicos passa a produzir um console, facilitando o licenciamento de faixas e agenciamento de artistas. A partir da quinta geração, esse intercâmbio que antes era episódico passa a ser cada

---

<sup>145</sup><https://olhardigital.com.br/2021/10/17/internet-e-redes-sociais/metaverso-quando-esse-mundo-vai-se-tornar-realidade/>

<sup>146</sup><https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n184496/industria-dos-games-200-bilhoes-2023.htm>

vez mais frequente, ao ponto de termos jogos onde a música licenciada passa a ocupar o espaço central, como os simuladores de instrumentos e os jogos de dança.

Agora que entramos na nona geração, a integração entre plataformas de *streaming* e consoles de videogames ligados à internet já é uma realidade, e podemos esperar que esse elemento seja incorporado aos jogos possibilitando que os desenvolvedores atualizem continuamente as músicas, sejam diegéticas ou não-diegéticas, de um *game*, criando uma trilha sonora virtualmente infinita. *Qual será o impacto disso sobre a forma como as pessoas ouvem música? Os jogos seriam capazes de modificar o gosto musical das pessoas?*

A discussão sobre o gosto musical era um tema que precisava ser revisitado num momento em que as teorias da neurociência e as fórmulas algorítmicas parecem dominar o cenário e ditar os rumos do mercado bem mais do que os antigos conceitos filosóficos e modelos sociológicos.

Mesmo sendo frequentemente menosprezado como objeto de estudo, o gosto vem sendo uma ideia inquietante para a humanidade há milênios. Desde Platão a filosofia se debruça para tentar entender os caminhos que levam as pessoas a apreciarem determinadas coisas. Se em Montesquieu (2005) é aquilo que nos liga a algo por meio do sentimento e em Hume (2008) é inescapavelmente subjetivo, para Kant (2016), o gosto seria a capacidade de reconhecer o belo, um valor absoluto, inerente aos objetos. Bom gosto e mau gosto seriam assim características objetivas.

A sociologia do século XX complexifica a ideia ao apresentar o gosto como uma construção, permeada pela classe social e influenciada pelos modos de produção. Para Adorno (1986), a indústria cultural eliminaria o gosto, já que estaria oferecendo sempre mais do mesmo para que fosse reconhecido e consumido acriticamente. Bourdieu (2006), no entanto, pensa nessa construção como uma forma de distinção de classe através do qual se acumula capital cultural. Gostar ou não de determinadas coisas garantiria o acesso a espaços sociais privilegiados que somente aqueles que dominam certos códigos podem ocupar. Já Hennion (2011), professor da “Teoria do Ator-Rede”, enxerga o gostar como uma ação ou performance, algo que demanda um engajamento constante e estaria sempre em movimento.

Porém, desde o final do século XX vemos novas tentativas de se pensar o gosto a partir de outros pontos de vista, como o da neurociência (JOURDAIN, 1998; LEVITIN, 2010; SACKS, 2007). Com experimentos que visam medir e analisar as reações do cérebro a estímulos controlados, propõe-se refletir desde uma perspectiva biologizante, ao explicar o ato de gostar ou não através de ligações sinápticas e descargas hormonais. O gosto passa a ser uma questão de produção de prazer e desprazer pelo corpo; não pela mente, ou seja, está em uma

dimensão supra-individual, não intersubjetiva. O gosto não seria então inato ou construído, mas manipulável. Além disso, essas experiências acabam por conferir características quantificáveis ao gosto, o que é interessante para aqueles que tentam, através de modelos computacionais complexos na forma de algoritmos, determinar o que será consumido pelo grande público, servindo então de ferramenta para o mercado fonográfico pensar suas estratégias para fazer com que suas músicas chegassem ao público, o que chamamos aqui de prescrição musical.

O termo, cunhado por Gallego Pérez (2011), toma emprestada da medicina a ideia de uma recomendação feita por um especialista visando o bem daquele que a recebe. Não tem o peso de uma ordem, mas sim de uma sugestão qualificada e desinteressada em qualquer coisa que não o bem-estar do aconselhado. Entendemos que essa expressão seria mais abrangente do que a ideia de curadoria, por também incluir as recomendações geradas por agentes não-humanos, como sistemas algorítmicos.

A necessidade por parte da indústria fonográfica de prescrever música existe desde seus primórdios. Não bastava simplesmente gravar álbuns, era preciso fazer com que estes fossem comprados e ouvidos. Algo que é comum às diferentes teorias de explicação do gosto musical é a necessidade de que o ouvinte conheça algo para que possa então gostar, daí a necessidade de divulgar amplamente os conteúdos sonoros.

Ao longo do século XX, muitas foram as estratégias empregadas pelas empresas de discos para fazer seus produtos caírem no gosto do consumidor final. Sem desprezar as formas interpessoais de prescrição, nos detivemos aqui no uso dos meios de comunicação massiva e seu papel na construção do gosto musical. Da imprensa especializada (que orientou o consumo através de críticas desde a época em que não se podia gravar sons), passando pelas rádios (meio que parecia perfeito para o lançamento comercial de artistas musicais) e chegando à TV (que associou o conteúdo sonoro à imagem) pudemos pensar as maneiras como os ouvintes eram formados. No entanto, com o aumento da pirataria eletrônica e a consequente transformação na indústria fonográfica, outros paradigmas tiveram que ser considerados nesse processo.

Se antes o domínio dos meios fazia com que os produtores determinassem *o quê, quando e onde* seriam executadas determinadas canções, a internet possibilitou que o ouvinte tivesse maior controle sobre aquilo que lhe interessava. Saímos de uma economia de escassez e passamos para uma economia da atenção (GOLDHARBER, 1997), onde a informação é abundante e a competição passa a ser pelo foco exclusivo do usuário. É nesse cenário que os sistemas algorítmicos de recomendação musical tentam atuar, direcionando a concentração do ouvinte dentro de uma infinidade de canções disponíveis. O avanço tecnológico nos leva de volta às questões do primeiro capítulo: *seria o videogame um prescritor musical?*

Apesar de pouco explorada academicamente, a ideia do videogame como “nova MTV”, um meio para apresentar novas músicas para o público, foi ganhando força nas últimas décadas (COLLINS, 2018a). Há uma mudança no perfil dos jogadores, que se torna mais abrangente, abarcando todas as faixas etárias (WOODCOCK, 2019). A evolução técnica da qualidade do som e da capacidade de armazenamento das mídias foi fundamental para que os jogos eletrônicos passassem a ser vistos pela indústria fonográfica como um veículo interessante para a divulgação de seus produtos. O uso de games para o lançamento de novos *hits* passa a ser algo corriqueiro no mercado.

Aqui nos interessava não os aspectos da produção, mas sim os elementos subjetivos. Afinal, como bem lembra Woodcock (2019, p.124)<sup>147</sup> “os jogos eletrônicos não são apenas produzidos, são também *jogados*”. Escolhemos a série de jogos *Life is Strange*, lançada pelo estúdio francês *Dontnod* entre 2015 e 2021 e reconhecida pela crítica por seu trabalho acurado de seleção musical. Optamos então por um trabalho autoetnográfico, que nos daria a oportunidade de explorar a subjetividade do ato de jogar, permitindo perceber a forma como a música pode atravessar o ouvinte.

O fato de selecionar somente uma série de jogos e decidir por uma metodologia que ressalta as características peculiares da experiência individual ao invés de seu caráter generalizante pode parecer ousado, mas nos pareceu adequado para um trabalho que buscava entender processos que nem sempre são perfeitamente quantificáveis. Como defende Kamp (2021), se cada jogador traz em si suas próprias idiossincrasias, aquelas que o “jogador-pesquisador” ostenta não são por isso menos aceitáveis.

O relato de experiências se tornou assim uma exposição bastante pessoal, que tentava entender na prática os efeitos de um fenômeno que já havia sido pensado no campo teórico. Conseguimos assim identificar semelhanças e diferenças do videogame para os prescritores musicais já descritos, traçando então o perfil de um novo prescritor. Ao final dessa pesquisa podemos dizer, sem dúvidas, que o videogame é um artefato cultural único também no que diz respeito a sua capacidade de influenciar o consumo musical, não sendo somente a apropriação de técnicas e estratégias já conhecidas em outros meios.

Este trabalho não tem a pretensão de abarcar todas as mudanças surgidas no campo de pesquisas em música, videogames ou gosto musical, mas sim a de colocar mais elementos para uma discussão que passasse pela função comercial das trilhas sonoras de videogames, a formação do gosto musical por elas e a percepção subjetiva desse processo. As inovações

---

<sup>147</sup> Grifo do autor.

surtem todos os dias no campo da tecnologia e os videogames já são encarados com seriedade pela indústria fonográfica. O futuro nos traz possibilidades infinitas, ainda sequer imaginadas.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. Sobre música popular. IN: COHN, Gabriel (Org.). **Adorno**. São Paulo: Ática, 1986.
- \_\_\_\_\_. O fetichismo na música e a regressão da audição. IN: ADORNO, Theodor. **Textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1996.
- AGAMBEN, Giorgio. **Gosto**. Belo Horizonte: Autêntica editora, 2017.
- AGRA FILHO, Luciano Bezerra. Por que razão pensa Kant que o juízo de gosto estético é subjetivo? IN: **Psicanálise & Barroco em Revista**. Rio de Janeiro: UNIRIO. v.9, n.1: 176-192, jul.2011.
- AHLKVIST, J. A. Programming philosophies and the rationalization of music radio. IN: **Media, Culture & Society**, v. 23, n. 3, p. 339-358, 2001.
- AHLKVIST, J. A.; FAULKNER, R. “Will This Record Work for Us?”: Managing Music Formats in Commercial Radio. IN: **Qualitative Sociology**, v. 25, n. 2, p. 189-215, 2002.
- AHLKVIST, J. A.; FISHER, G. And the hits just keep on coming: Music programming standardization in commercial radio. IN: **Poetics**, v. 27, n. 5-6, p. 301-325, 2000.
- AMARAL, Adriana; AQUINO, Maria Clara. “Eu recomendo.. e etiqueto”: práticas de folksonomia dos usuários no Last.fm EM **Líbero** – São Paulo – v. 12, n. 24, p. 117-130, dez. de 2009.
- AMARAL, Adriana. Autonetnografia e inserção online: o papel do pesquisador-insider nas práticas comunicacionais das subculturas da Web. IN **revista Fronteiras** – estudos midiáticos 11(1): 14-24, São Leopoldo: UNISINOS, janeiro/abril 2009
- \_\_\_\_\_. Curadoria de informação e conteúdo na web: uma abordagem cultural IN **Curadoria digital e o campo da comunicação**. São Paulo : ECA/USP, 2012.
- \_\_\_\_\_. Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop. IN **EcoPos**, Rio de Janeiro, v.17, n.3, 2014.
- ANDERSON, Chris. **A cauda longa** – do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier/Alta books, 2006.
- ANDERSON, Horace. 'Criminal Minded?' Mixtape DJs, the Piracy Paradox, and Lessons for the Recording Industry. **Tennessee Law Review**, Vol. 76 No. 1. Knoxville: University of Tennessee College of Law, 2008.
- ARRUDA, Agnes. **O peso e a mídia**: as faces da gordofobia. São Paulo: Alameda Editorial, 2021.
- ASKA, Alyssa. **Introduction to the Study of Video Game Music**. Morrisville, NC: Lulu Press Inc, 2017.

AUSTIN, Michael. From mixtapes to multiplayer: sharing musical taste through video games. IN **The Soundtrack** Volume 8 Numbers 1 & 2, 2015.

\_\_\_\_\_. Experiencing Radio and interface: preserving the past and designing the Future of Radio. IN **Journal of radio & audio media** 23:2, 2016.

**ATARI:** Game Over. Direção Zak Penn. Redmond: Microsoft, 2014.

BALLERINI, Franthiesco. **Jornalismo cultural no século 21:** literatura, artes visuais, teatro, cinema e música: a história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática. São Paulo: Summus, 2015.

BARCINSKY, André. **Pavões misteriosos:** 1974-1983: a explosão da música pop no Brasil. São Paulo: Três Estrelas, 2014.

**BEEP:** a documentary history of vídeo game sound. Direção de Karen Collins. Canada: Ethonal, 2016. 115 min. Disponível em <https://vimeo.com/ondemand/beep> .

BENZECRY, Lena. **Critérios para Formação de Repertório no Rádio Musical:** práticas e interesses consolidados em perspectiva histórica. In: XI Encontro Nacional de História da Mídia, 2017, São Paulo. Anais do 11o Encontro Nacional de História da Mídia - 2017, 2017.

BIJSTERVELD, Karin; VAN DIJCK, José. **Sound Souvenirs** – Audio Technologies, Memory and Cultural Practices. Amsterdã: Amsterdam University Press, 2009.

BOLLOS, Liliana H.. Crítica musical no jornal: uma reflexão sobre a cultura brasileira. Em: **Opus** (Porto Alegre), Campinas, v. 11, n.11, 2005.

\_\_\_\_\_. Mário de Andrade e a formação da crítica musical brasileira na imprensa. IN **MÚSICA HODIE**, v. 6, 2006.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation:** understanding new media. Cambridge: The MIT Press, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção:** Crítica Social Do Julgamento. São Paulo: EDUSP, 2006.

\_\_\_\_\_. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 2015.

BRIDSON, K., EVANS, J., VARMAN, R., VOLKOV, M. and MCDONALD, S., "Questioning worth: selling out in the music industry", **European Journal of Marketing**, Vol. 51 No. 9/10. 2017.

BRITTOS, Valério Cruz; OLIVEIRA, Ana Paola de. MTV, sucesso musical e cena alternativa IN **MÚSICA HODIE**, v. 1, 2006.

BRYAN, Guilherme; VILLARI, Vincent. **Teletema:** volume I 1964 a 1989. A história da música popular através da teledramaturgia brasileira. São Paulo: Dash, 2014.

BURKE, Robin. Hybrid recommender systems: Survey and experiments IN: **User Modeling and User-Adapted Interaction**, vol. 12, no. 4, 2002.

BYRNE, David. **Como funciona a música**. Barueri, SP: Amarilys, 2014.

CATANI, Afrânio Mendes; NOGUEIRA, Maria Alice; HEY, Ana Paula; MEDEIROS, Cristina de. **Vocabulário Bourdieu**. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

CELMA, Òscar. Foafing the Music Bridging the semantic gap in music recommendation IN **5th International Semantic Web Conference (ISWC)**, Athens, GA, USA, 2006.

\_\_\_\_\_. **Music Recommendation and Discovery** - The Long Tail, Long Fail, and Long Play in the Digital Music Space. Berlin: Springer Berlin Heidelberg, 2010.

CESPEDES, Fernando Garbini. **Todos somos DJs**: como as redes sociais digitais amplificam a voz do homem comum e alteram os processos de construção do gosto musical. Dissertação (Mestrado em Ciências da comunicação) Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013).

CHANG, Heewon. **Autoethnography an Method**. Walnut Creek, CA: Left Coast Press, 2008.

CHANG, HY., HUANG, SC, WU, JH. A personalized music recommendation system based on electroencephalography feedback IN **Multimed Tools Appl**, 76, 2017.

CHANG, Y. I., WU, C. C., TSAI, M. C.. A Fair Approach to Music Recommendation Systems Based on Music Data Grouping IN **IAENG International Journal of Computer Science**, vol. 38, no. 4, pp. 418-427, 2011.

CHEN, Y.-S., CHENG, C.-H., CHEN, D.-R., and LAI, C.-H. A mood- and situation-based model for developing intuitive Pop music recommendation systems. IN **Expert Systems**, 33, 2016.

CHILDS IV, G.W. **Creating music and sound for games**. Boston, MA: Thomson Course Technology, 2007.

CHIN, Yu-Hao, LIN, Szu-Hsien, LIN, Chang-Hong, SIAHAAN, Ernestasia, FRISKY, Aufaclav, WANG, Jia-Ching. Emotion Profile-Based Music Recommendation IN **7th International Conference on Ubi-Media Computing and Workshops**, 2014.

CIOCCA, Sophia. **Spotify's Discover Weekly**: How machine learning finds your new music. 2017. Disponível em <https://hackernoon.com/spotify-s-discover-weekly-how-machine-learning-finds-your-new-music-19a41ab76efe> (visitado em 9 de fevereiro de 2018).

COLLINS, Karen. From Bits to Hits: Video Games Music Changes its Tune. IN **Film International**. 3. 10.1386/fiin.3.1.4. 2005.

\_\_\_\_\_. **Game sound**: na introduction to the history, theory, and practice of vídeo game music and sound design. Cambridge, MA, Londres :The MIT Press, 2008a.

\_\_\_\_\_. **From Pac-Man to Pop Music**: interactive audio in games and new media. Hampshire: Ashgate, 2008b.

\_\_\_\_\_. “Grand Theft Audio?: Video Games and Licensed IP”. **Music and the Moving Image**, Vol 1/1, Champaign: University of Illinois Press. 2008c.

\_\_\_\_\_. One-bit Wonders: Video Game Sound before the crash IN WOLF, Mark P. J.. **Before the crash: Early video game history**. Detroit: Wayne State University Press, 2013a.

\_\_\_\_\_. **Playing with Sound: A Theory of Interacting with Sound and Music in Video Games**. Cambridge, MA, Londres: The MIT Press, 2013b.

COOPER, Aaron. Where are the negative music reviews? - How the lack of negativity is killing journalism. Em: **Bearded Gentlemen Music**, 22 de agosto de 2017. (disponível em <https://beardedgentlemenmusic.com/2017/08/22/negative-music-reviews/>).

CORRÊA, Elizabeth Saad; BERTOCCHI, Daniela. O algoritmo curador - O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação IN **Curadoria digital e o campo da comunicação**. São Paulo : ECA/USP, 2012.

CORTEZ, Natalia Moura Pacheco. A ecologia midiática de streaming de músicas: recomendações e compartilhamento em arquiteturas multiplataforma. IN **Rev. Comun. Midiática** (online), Bauru/Sp, V.12, N.1, p. 10-24, Jan./abr. 2017 .

COUCHOT, Edmond. **A natureza da arte: O que as ciências cognitivas revelam sobre o prazer estético**. São Paulo: Editora Unesp, 2018.

CUNHA, Leonardo Antunes ; FERREIRA, Nísio Antônio Teixeira ; MAGALHÃES, Luiz Henrique Vieira de . Dilemas do Jornalismo Cultural Brasileiro. Em: **Revista Temas**, Belo Horizonte, 2002.

DAVIDSON, James et alli. The YouTube video recommendation system. IN **RecSys**, Barcelona, v. 26,n.30, p. 293-296, 2010.

DE MARCHI, Leonardo. A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos. IN **E-Compós**, v. 2, 11. 2005.

\_\_\_\_\_. **A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009: dos discos físicos ao comércio digital de música**. Rio de Janeiro: Folio Digital/Letra e Imagem, 2016

DIAS, Márcia Tosta. **Os donos da voz**. São Paulo: Boitempo, 2000.

\_\_\_\_\_. Rede Globo e Indústria Fonográfica: um negócio de sucesso. IN: BRITTOS, Valério; BOLAÑO, César. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005. (Mimeo)

DORAN, John. I was threatened with death after writing a bad music review Em: **Vice**, em 15 de abril de 2016. (Disponível em [https://www.vice.com/en\\_us/article/kwzsynx/jolly-lad-blackmetal-john-doran](https://www.vice.com/en_us/article/kwzsynx/jolly-lad-blackmetal-john-doran)).

DORDA, María F.. **Serendipia programada**: la construcción del gusto según las recomendaciones de Spotify. (Dissertação de mestrado). Getafe: Universidad Carlos III de Madrid, 2017.

DORFLES, Gillo. **Oscilações do gosto**: A arte de hoje entre a tecnocracia e o consumismo. Lisboa: Livros Horizonte, 1974.

DU GAY, Paul; HALL, Stuart; JANES, Linda; MADSEN, Anders Koed; MACKAY, Hugh; NEGUS, Keith. **Doing Cultural Studies**: The Story of the Sony Walkman. (2a edição). Londres: SAGE, 2013.

ELLIS, Carolyn; ADAMS, Tony E.; BOCHNER, Arthur P. Autoethnography: an overview. IN **Historical Social Research**, 36(4),273-290, 2011.

EVANS-PRITCHARD, E.E.. **Os Nuer**: Uma descrição do modo de subsistência e das instituições políticas de um povo nilota. São Paulo: Perspectiva, 1978.

FALCÃO, Thiago; MARQUES, Daniel (orgs). **Metagame**: panoramas dos game studies no Brasil. São Paulo: Intercom, 2017.

FAMITSU Extreme Edges IN: **Square Enix Extreme Edges**, 20 de abril de 2020. Disponível em [https://www.famitsu.com/matome/sqex-ee\\_lis/2020\\_04\\_09.html](https://www.famitsu.com/matome/sqex-ee_lis/2020_04_09.html) Acessado em 16 de setembro de 2021.

FARIAS, Tássio Ricelly Pinto; COSTA, Jean Henrique. Ensaio sobre o ‘gosto’ em Theodor W. Adorno e Pierre Bourdieu. **Acta Scientiarum – Human and Social Sciences**, Maringá, v. 37, v. 1, p. 93-101, jan.-jun., 2015.

FERREIRA, G. ; KISCHINHEVSKY, M. ; GOES, C. ; SEIDEL, A. ; MONTEIRO, L. S. . **Programação musical radiofônica** - Sobre diversidade, gêneros e repetição. IN: 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2019, Belém. Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2019.

FERREIRA, Rita. Los prescriptores ganan terreno en Internet. IN: **Diario Expansión**, Madrid, 24 de outubro de 2003. p.57.

FLUSSER, Vilém. **Los Gestos** - Fenomenología y comunicación. Barcelona: Editorial Herder, 1994.

\_\_\_\_\_. **Gestures**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2014.

FRITSCH, Melanie, SUMMERS, Tim. "Part III Analytical Approaches to video game music - Introduction". IN **The Cambridge Companion to Video Game Music**. Cambridge: Cambridge University Press, 2021.

GALLEGO PÉREZ, Juan Ignacio. Novas formas de prescrição musical. IN: HERSCHMANN, Micael. **Nas bordas e/ou fora do mainstream**. Novas tendências da Indústria da Música Independente no início do século XXI. São Paulo: Ed. Estação das Letras e das Cores, 2011.

\_\_\_\_\_. User-Generated Playlists: Radio Music Programming in the Age of Peer-to-Peer Production, Distribution and Consumption. IN: BONINI, T. e MONCLÚS, B. (org.). **Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society**. NY: Routledge, 2015.

GAMBARO, D.; VICENTE, E.; RAMOS, T. S. A Divulgação Musical no Rádio Brasileiro: da “caitituagem” aos desafios da concorrência digital. IN: **Contracampo**, v. 37, n. 2, ago-nov, 2018.

GAMBARO, Daniel. VICENTE, Eduardo. A (re) valorização do locutor na internet: estratégias do rádio em um cenário de reconfiguração digital. IN **Revista Eletrônica de Radio Difusão / SET**. v. 7, n. 8 (2013). São Paulo : Editora Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão - SET, 2013.

GAMBARO, D. **Curadoria Smart**: reflexão sobre o papel do rádio na relação com a indústria musical. IN: Anais do 39º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, SP, 2016.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIRON, Luís Antônio. **Minoridade crítica** – a ópera e o teatro nos folhetins da corte. 1826 – 1861. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo – Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

GREENBERG, DM, BARON-COHEN, S, STILLWELL, DJ, KOSINSI, Mm RENTFROW, PJ. Musical Preferences are Linked to Cognitive Styles. IN **PLOS ONE** 10(7) San Francisco, CA: 2015.

GRÖSCH, Julia, HÜNERS, Susanne, RÜTZEL, Andrea. Mach mir ein Mixtapes! Das Kleine Einmaleins der Kassetteproduktionen. IN **Kassettengeschichten** – Von Menschen und ihren Mixtapes. HERLYN, Gerrit, OVERDICK, Thomas (org.). Münster: Lit, 2003.

GROSSBERG, Lawrence. **Dancing in Spite of Myself**: Essays on Popular Culture. Durham, NC: Duke University Press, 1997 (versão kindle).

HAN, Byeong-jun, RHO, Seungmin, JUN Sanghoon, HWANG, Eenjun. Music emotion classification and context-based music recommendation IN **Multimed Tools Appl**, 47, 2010.

HARRIS, Blake J.. **A Guerra dos Consoles**: Sega, Nintendo e a batalha que definiu uma geração. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

HENNION, Antoine. Pragmática do Gosto. IN: **Desigualdades & Diversidade** – Revista de Ciências Sociais da PUC - Rio, nº 8, jan/jul., pp. 253-277, 2011.

HERLYN, Gerrit, OVERDICK, Thomas(org.). **Kassettengeschichten** - Von Menschen und ihren Mixtapes. Münster: Lit, 2003.

HERSCHMANN, Micael. Boom dos videogames musicais nas culturas urbanas, In: BORELLI, Silvia. H.; FREITAS Ricardo F. (orgs.). **Comunicação, Narrativas e Culturas Urbanas**. São Paulo: EDUC, 2009

\_\_\_\_\_. **Indústria da música em transição**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

\_\_\_\_\_. Uma nova indústria da música “mostra sua cara”: relevância socioeconômica dos videogames musicais. Em: **TRANS** – Revista transcultural de música. 2010b.

**HIGH SCORE.** Produzido por William Acks, Sam LaCroix, France Costrel, Melissa Wood, Courtney Coupe. Nova Iorque: Great Big Story, 2020. (6 episódios). Disponível em Netflix.

HOGAN, Marc. This is not a mixtape. IN **Pitchfork**, 22 de fevereiro de 2010. Disponível em: <https://pitchfork.com/features/article/7764-this-is-not-a-mixtape/> Acessado em 20 de junho de 2019

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. Pp. 169 a 214. IN: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa.** São Paulo: Paz e Terra, 2002.

HORNBY, Nick. **Alta fidelidade.** Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

HUME, David. Do padrão do gosto. IN: **A arte de escrever ensaio e outros ensaios (morais, políticos e literários).** São Paulo: Iluminuras, 2008.

\_\_\_\_\_. **Tratado da natureza humana:** uma tentativa de introduzir o método experimental de raciocínio nos assuntos morais. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

JANSEN, Bas. Tape Cassettes and Former Selves: How Mix Tapes Mediate Memories. IN: **Sound Souvenirs – Audio Technologies, Memory and Cultural Practices.** BIJSTERVELD, Karin; VAN DIJCK, José. Amsterdã: Amsterdam University Press, 2009.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder. Afeto, Autenticidade e Socialidade: uma abordagem do Rock como fenômeno cultural. IN: **Media & Cultura.** GOMES, Itania Maria; SOUZA, Maria Carmem (org). Salvador: Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, 2003.

JECKS, Chris. Life Is Strange Interview: Julia Stone Talks Composing True Colors Soundtrack & Emotive Themes in Music IN: **Twinfinite.** 15 de setembro de 2021. Disponível em <https://twinfinite.net/2021/09/life-is-strange-true-colors-julia-stone-interview/> . Acessado em 4 de dezembro de 2021.

JOURDAIN, Robert. **Música, cérebro e êxtase.** Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

KAMINSKAS, Marius, RICCI, Francesco. Contextual music information retrieval and recommendation: State of the art and challenges. IN **Computer Science Review** Volume 6, Issues 2–3, May 2012.

KAMP, Michiel. "Autoethnographic, Phenomenology and Hermeneutics". IN **The Cambridge Companion to Video Game Music.** Cambridge: Cambridge University Press, 2021.

KAMP, Michiel, SUMMERS, Tim, SWEENEY. **Ludomusicology: Approaches to video game music.** Sheffield, UK: Equinox Publishing Ltd., 2016

KAMPMEIER, Carissa. It Was You I Was Thinking Of: Looking at Audience through the Genre of Mixtapes IN: **Grassroots Writing Research Journal** 5.1. Normal, IL: Illinois State University, 2014.

KANT, Immanuel. **Crítica à faculdade de julgar**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2016.

KERR, Aphra. **The business and culture of digital games** - gamework/gameplay. Londres, Thousand Oaks, Nova Delhi: Sage, 2006.

KIM, Y. Globalization of the privatized self-image: The reaction video and its attention economy on YouTube. Em: **Routledge handbook of new media in Asia**. Nova Iorque: Routledge, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda** - Convergência digital e novos desafios na radiodifusão. 1. ed. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2007.

\_\_\_\_\_. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MUSTAFA, I. ; MALERBA, J. P. C. ; MONTEIRO, L. S. ; RAMOS, C. V. S. ; RODRIGUES, E. B. ; KEBIAN, G. B. . **Programação de rádios universitárias** - Diferentes abordagens no endereçamento de conteúdos em áudio. IN: 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2019, Belém. Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2019.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; VICENTE Eduardo; DE MARCHI, Leonardo. Em busca da música infinita: os serviços de streaming e os conflitos de interesse no mercado de conteúdos digitais. IN **Revista fronteiras**: estudos midiáticos, São Leopoldo, v. 17, n. 3, p. 302-311 set./dez. 2015.

LANDOWSKI, Eric; FIORIN, José Luiz (org.). **O gosto da gente, o gosto das coisas** – Abordagem semiótica. São Paulo: EDUC, 1997.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social** - uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012; Bauru, SP: Uduisc, 2012.

LEMES, Daniel. A história do NES (Famicom) IN **Memória Bit**. 30 de abril de 2012. Disponível em <https://www.memoriabit.com.br/historia-dos-videogames-nes-e-famicom/>

LEVITIN, Daniel J. **A música no seu cérebro**: A ciência de uma obsessão humana. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

LOEFFLER, Jordan. Life is Strange: Before the Storm Interview -- Making a Real Story About Teenage Life. IN: **Dualshockers**. Cheshire, 2017. Disponível em <https://www.dualshockers.com/life-is-strange-before-the-storm-interview-real-story-teenage-life/>. Acessado em 15 de setembro de 2021.

LUZ, Alan Richard da. **Vídeo games**: história, linguagem e expressão gráfica. São Paulo: Blucher, 2010.

MALINOWSKI, Bronislaw Kasper. **Argonautas do Pacífico ocidental**: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos no arquipélago da Nova Guiné melanésia. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MARTEL, Frédéric. **Smart**: o que você não sabe sobre a internet (Versão Kindle). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015

MATOS, Gabriel Ferreira de; BICALHO, Mariana Ferreira; SOUZA, Luciana Cristina de. **Música livre**: uma análise do futuro da circulação de obras musicais. Apresentado em VIII Simpósio Nacional da ABCiber. São Paulo: 2014.

MELLO, Zuza Homem de. **A era dos Festivais**: uma parábola. São Paulo: Ed. 34, 2003.

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

MESSIAS, José. Gambiarra e videogames: uma visão cognitiva das tecnologias de entretenimento em World of Warcraft. FALCÃO, Thiago; MARQUES, Daniel (orgs). **Metagame**: panoramas dos game studies no Brasil. São Paulo: Intercom, 2017.

MIGUEL, Luiz Felipe. O jornalismo como sistema perito. Em: **Tempo Social**, vol.11 no.1 São Paulo, 1999.

MILLER, Kiri. Jacking the Dial: Radio, Race, and Place in "Grand Theft Auto" IN **Ethnomusicology**, Vol. 51, No. 3 (Fall, 2007), pp. 402-438. University of Illinois Press, 2007.

\_\_\_\_\_. **Playing along** – Digital games, youtube, and virtual performance. Oxford: Oxford University Press Inc., 2012.

MONTESQUIEU, Charles de Secondat, Baron de. **O gosto**. São Paulo: Iluminuras, 2005.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX** – Volume 1: Neurose. Rio de Janeiro: Forense universitária, 1997

MORITZEN, Karina. “Salve o Teu Carnaval”: Cena Gamer, GTA Roleplay e o Carnaval do Cidade Alta. IN 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2021. **Anais do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2021.

NOGUEIRA, Bruno. Guitar Hero: novas práticas de consumo e cultura auditiva na música através dos videogames. IN **Contemporanea** (UFBA. Online), v. 8, p. 8, 2010.

OBRIST, Hans Ulrich. **Caminhos da Curadoria**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2014.

OLIVEIRA, Ana Paola de. **MTV Brasil**: O mercado comercial da música jovem. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. UNISINOS, São Leopoldo, 2004.

OLIVEIRA, Anderson Eslye Leite de Oliveira. **A construção do ídolo pop em programas de reality show musical** : sobre o The Voice Brasil. Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, SP, 2019

OLIVEIRA, Cassiano Francisco Scherner de. **O criticismo do rock brasileiro no jornalismo de revista especializado em som, música e juventude**: da Rolling Stone (1972-1973) à Bizz (1985-2001). Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Faculdade de Comunicação Social, PUCRS. – Porto Alegre, 2011.

OZZI, Dan. A resenha de discos morreu? Em: **Noisey**, em 14 de março de 2016 (Disponível em: [https://noisey.vice.com/pt\\_br/article/rmvzpq/a-critica-de-discos-morreu](https://noisey.vice.com/pt_br/article/rmvzpq/a-critica-de-discos-morreu))

PACHET F., ROY P.. Automatic Generation of Music Programs. IN **Principles and Practice of Constraint Programming** – CP’99. CP 1999. Lecture Notes in Computer Science, vol 1713. Berlin: Springer Berlin Heidelberg, 1999.

PEISERLER, Armin, RADZUWEIT, Jörn, TSITSIGIAS, Alexander. »My Favourite Chords« Mixtapes und Musikgeschmack. IN **Kassettengeschichten** – Von Menschen und ihren Mixtapes. HERLYN, Gerrit, OVERDICK, Thomas (org.). Münster: Lit, 2003.

PEREIRA, Cláudia; SICILIANO, Tatiana; ROCHA, Everardo. “Consumo de experiência” e “experiência de consumo”: uma discussão conceitual. IN: **LOGOS 43** Dossiê: Cotidiano e Experiência. Vol.22, Nº 02, 2º semestre 2015

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

POLTRONIERI, Fabrizio. Communicology, Apparatus, and Post-history: Vilém Flusser’s Concepts Applied to Video games and Gamification. IN Fuchs, M. et al. **Rethinking Gamefication**, Luneburg: meson press, 2014.

QIN, Jiwei, ZHENG, Qinghua, TIAN, Feng, ZHENG, Deli. An Emotion-oriented Music Recommendation Algorithm Fusing Rating and Trust IN **International Journal of Computational Intelligence Systems**, 7:2, 2014.

RABIN, Steve. **Introdução ao desenvolvimento de games**: Vol. 1: Entendendo o universo dos jogos. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

RAMOS, Daniela Osvald. Anotações para a compreensão da atividade do “Curador de Informação Digital” IN **Curadoria digital e o campo da comunicação**. São Paulo : ECA/USP, 2012.

REDDIT AMA (Season 1) IN: **Reddit**. 27 de janeiro de 2015 Disponível em [https://life-is-strange.fandom.com/wiki/Reddit\\_AMA\\_\(Season\\_1\)](https://life-is-strange.fandom.com/wiki/Reddit_AMA_(Season_1)). Acessado em 18 de setembro de 2021.

REDDIT AMA (Prequel) IN: **Reddit**. 10 de agosto de 2017 Disponível em [https://life-is-strange.fandom.com/wiki/Reddit\\_AMA\\_\(Prequel\)](https://life-is-strange.fandom.com/wiki/Reddit_AMA_(Prequel)). Acessado em 18 de setembro de 2021.

REIS, J. R. ; VITERBO, J. ; BERNARDINI, F. . **Uma análise comparativa de sistemas de recomendação musical para grupos**. IN Anais do II Workshop de Pesquisa e

Desenvolvimento em Inteligência Artificial, Inteligência Coletiva e Ciência de Dados (Workpedia 2016), 2016.

REYNOLDS, Simon. **Retromania** - Pop Culture's Addiction to Its Own Past. Nova Iorque: Faber and Faber Inc., 2011.

RIMI, Tulio Girelli. Identificação e Tomadas de Decisão em videogames *coming-of-age*: Uma análise sobre o jogo *Life is Strange* IN 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2021. **Anais do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2021.

ROSENBAUM, Steven. **Curation Nation** - How to win in a world where consumers are creators. Londres: McGraw-Hill Education, 2011 (versão kindle)

\_\_\_\_\_. **Curate this!** The hands-on, how-to guide to content curation. Londres: Magnify Media, 2014 (versão Kindle)

ROSS, Daniel. **Classic FM Handy Guides: Video Game Music**. Londres: Elliott and Thompson Limited, 2015.

ROTHENBUHLER, E. W. Programming Decision Making in Popular Music Radio. IN: **Communication Research**, v. 12, n. 2, p. 209-232, 1985.

ROTHENBUHLER, E. W.; MCCOURT, T. Commercial Radio and Popular Music: Processes of Selection and Factors of Influence. IN: LULL, J. (org.). **Popular Music and Communication**. Beverly Hills: Sage, 1987. p.101-115

SÁ, Simone Pereira. Se vc gosta de Madonna também vai gostar de Britney! Ou não? Gêneros, gostos e disputa simbólica nos Sistemas de Recomendação Musical. IN **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação** | E-compós, Brasília, v.12, n.2, maio/ago. 2009.

\_\_\_\_\_. (org) **Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SALDANHA, Rafael Machado. **Rock em revista: o jornalismo de rock no Brasil**. Monografia (Graduação em Comunicação Social) Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2005a.

\_\_\_\_\_. **O jabá por escrito, indústria fonográfica e a nova Bizz: reflexões sobre o jornalismo de rock em 2005..** IN: III Encontro Regional de Comunicação, 2005, Juiz de Fora, 2005b.

SANTOS, G.L.F. **O formato playlist: a prescrição musical entre filosofias de programação radiofônica e engenharias da experiência musical automática**. Tese (Doutorado em comunicação). Rio de Janeiro : Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2020.

SCHÄFER, Camila. **Entre o novo e o obsoleto: memória, rastros e aura do hardware na chipmusic**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós-

Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo, 2014.

SCHAFER, R. Murray. **A afinação do mundo**: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora. São Paulo: Editora UNESP, 2001.

SHAN, Man-Kwan, KUO, Fang-Fei, CHIANG, Meng-Fen, LEE, Suh-Yin. Emotion-based music recommendation by affinity discovery from film music IN **Expert Systems with Applications** Volume 36, Issue 4, May 2009.

SHEFFIELD, Rob. **Love is a mix tape** – life and loss, one song at a time. Nova Iorque: Crown publishing, 2007.

SILVA, Marília Graziella Oliveira da. **Do anonimato à fama**: como a produção de ídolos instantâneos em reality shows musicais envolve a audiência. Apresentado em XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Natal, RN, 2015.

SOARES, Thiago. O videoclipe no horizonte de expectativas do gênero musical. IN **E-Compós**, v. 2, 11. 2005.

\_\_\_\_\_. **O videoclipe como articulador dos gêneros televisivo e musical**. Apresentado em IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste – Salvador – BA, 2007a.

\_\_\_\_\_. **Videoclipe e Televisão Musical**: Uma abordagem de gêneros. Apresentado em I Encontro de Mídia e Música Popular Massiva; Salvador, BA, 2007b.

SOTO, Fran. GDC 2019: DONTNOD Talks Life is Strange Setting, Soundtrack, Episode 3 IN: **Hardcore Gamer**. 6 de abril de 2019. Disponível em <https://hardcoregamer.com/gdc/gdc-2019-dontnod-talks-life-is-strange-setting-soundtrack-episode-3/327805/> . Acessado em 16 de setembro de 2021.

STERNE, Jonathan. **The Audible Past**: Cultural Origins of Sound Reproduction. Duke University Press, 2003.

SUCUPIRA, Ana Cecília Silveira Lins. Estrutura da consulta. IN CAPRARA, Andrea; COELHO FILHO, João Macedo; LEITE, Álvaro Jorge Madeiro. **Habilidades de comunicação com pacientes e famílias**. São Paulo: SARVIER, 2007.

SUMAN, Katia. **O jabá no rádio FM**: Atlântida, Jovem Pan e Pop Rock. Dissertação (Mestrado em Ciências da comunicação). Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, RS, 2006.

SUMMERS, Tim. Analysing Video Game Music: Sources, Methods and a Case Study. IN **Ludomusicology: Approaches to video game music**. Sheffield, UK: Equinox Publishing Ltd., 2016

TAKEDA, André. **Clube dos corações solitários**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2001.

TINHORÃO, José Ramos. **Música Popular** – do Gramofone ao Rádio e TV. São Paulo: Ática, 1981.

TOLEDO, Heloísa Maria dos Santos. **Som Livre: Trilhas sonoras das telenovelas e o processo de difusão da música.** Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Faculdade de Ciências e Letras – UNESP/Araraquara. Araraquara, 2010a.

\_\_\_\_\_. Som Livre e trilhas sonoras das telenovelas: pressupostos sobre o processo de difusão da música. IN: GUERRINI JR., Irineu; VICENTE, Eduardo (ORG.). **Na trilha do Disco - Relatos sobre a indústria fonográfica no Brasil.** Rio de Janeiro : E-papers, 2010b.

THE MUSIC of LiS2 with Raoul Barbet IN: **Official Life is Strange Blog.** 2019. Disponível em <https://lifeisstrange-blog.tumblr.com/post/188905500640/the-music-of-lis2-with-raoul-barbet> . Acessado em 16 de setembro de 2021.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade** – Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Ed. Vozes, 1995.

ULM, Hernán, MARTONI, Alex. O gesto de ouvir música em Vilém Flusser. IN **Revista ECO-Pós**, 19(1), Rio de Janeiro, 2016.

VANDERBILT, Tom. **Talvez você também goste:** por que gostamos do que gostamos numa era de opções infinitas. Rio de Janeiro: Objetiva, 2017.

VENTURA, M. S.. Posicionamento e lugar dos agentes na crítica cultural: um estudo sobre a relação entre valores-notícia e hierarquia de legitimidades. Em: **RUMORES (USP)**, v. 6, p. SetDez, 2009.

VICENTE, Eduardo, KISCHINHEVSKY, Marcelo e DE MARCHI, Leonardo. A consolidação dos serviços de streaming e os desafios à diversidade musical no Brasil. IN: **Eptic On-Line (UFS)**, v. 20, p. 25-42, 2018.

VICENTE, E.; DE MARCHI, L.; GAMBARO, D. O rádio musical no Brasil: elementos para um debate. In: ZUCULOTO, V.; LOPEZ, Debora; KISCHINHEVSKY, M. (org.). **Estudos radiofônicos no Brasil – 25 anos do Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora da Intercom.** São Paulo: Intercom, 2016.

VOLTA da fita K7 faz empresa francesa de fitas magnéticas aumentar e exportar sua produção. IN **Folha de São Paulo**, São Paulo, 20 de março, 2019 Disponível em <https://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2019/03/volta-da-fita-k7-faz-empresa-francesa-de-fitas-magneticas-aumentar-e-exportar-sua-producao.shtml> Acesso em 20 de junho de 2019.

WITT, Stephen. **Como a música ficou grátis** : o fim de uma indústria, a virada do século e o paciente zero da pirataria. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

WOODCOCK, Jamie. **Marx no Fliperama:** videogames e luta de classes. São Paulo: Autonomia Literária, 2019.

ZHANG, Yuan Cao, SÉAGHDHA, Diarmuid Ó, QUERCIA, Daniele, JAMBOR, Tamas Jambor. Auralist: Introducing Serendipity into Music Recommendation IN **WSDM '12**

**Proceedings of the fifth ACM international conference on Web search and data mining.**  
Seattle, Washington, USA — February, 2012.