

O *Youtube* e os dispositivos móveis como agentes transformadores da interação com a música

Denis Martino Cota¹
PPGM/UNIRIO/MESTRADO
SIMPOM: *Educação Musical*
denismartinoc@gmail.com

Resumo: O desenvolvimento da *internet* propiciou que houvesse uma reestruturação espaço-temporal, o que influencia diretamente a cultura e como o homem produz conhecimento e arte. Essa característica propiciou que se criassem inúmeras formas de interação entre homem e máquina. Uma das ferramentas mais influentes da *internet* é o sítio e aplicativo para dispositivos móveis *Youtube*, que é considerado o terceiro maior sítio em número de acessos da *web*. Esse artigo tem como objetivo fazer uma reflexão a respeito de como o sítio eletrônico e aplicativo de *smartphones* e *tablets Youtube* interfere na maneira como as pessoas interagem com a música, bem como analisar como os dispositivos móveis interferem nessa mudança. O *Youtube* promove uma contínua mutação na maneira como as pessoas interagem com a música, o que acontece de acordo com a evolução e transformação da própria tecnologia empregada nele e na *internet*.

Palavras-chave: Tecnologia; *Internet*; *Smartphones*; *Tablets*.

Youtube and Mobile Devices as Transformers Agents with Music Interaction

Abstract: The development of the Internet has provided that there was a space-time restructuring, which directly influence the culture and how man produces knowledge and art. this characteristic led that would create new ways of interaction between men and machine. One of the most influential tools of the internet is the site and mobile app Youtube, which is considered the third largest site in number of web hits. This article aims to reflect on how this electronic website and smartphone and tablets app Youtube interfere in the way people interact with music and to examine how mobile devices interfere with this change. Youtube promotes a continuous change in the way people interact with music, which happens according to the evolution and transformation the own technology employed in it and on the Internet.

Keywords: Technology; Internet; Smartphones; Tablets.

¹ Orientadora: Silvia Sobreira. Pesquisa financiada pela CAPES.

1. Introdução

O *Youtube* é uma rede social pertencente ao Google. Ele foi criado em 2005 como forma de armazenar e compartilhar vídeos pela internet e ao longo dos anos muitas transformações foram feitas no sítio e no aplicativo para *smartphones* e *tablets*. Desde sua inauguração músicos vem utilizando esse serviço para divulgar seu trabalho na *internet*, o que devido às limitações e possibilidades dessa mídia propiciou consequências importantes na performance e interpretação dos músicos, sobretudo os mais jovens que iniciaram sua carreira com vídeos e não discos.

Os jovens têm, nos últimos anos, mudado a maneira de fazer e registrar música. Embora o mais usual na música do ocidente ainda seja fazer apresentações instrumentais e vocais feitas em locais destinados a esse fim, com um público físico e com uso de instrumentos reais, muitas mudanças têm acontecido nos últimos anos com o desenvolvimento das tecnologias móveis. Esses pequenos dispositivos elaborados a partir dessas tecnologias são capazes de realizar inúmeras tarefas, dentre elas: gravações de áudio e vídeo com boa qualidade (depende das características de *hardware* do dispositivo) e reprodução, em tempo real, de *samplers* de sons de instrumentos reais, abrindo um enorme leque de possibilidades, tanto em termos de registro sonoro, quanto de performance. Dessa forma, tarefas que necessitavam de equipamento profissional de alto custo no passado, passou a ser substituído, desde que não se espere um resultado profissional, por um único equipamento, que é capaz de gravar (áudio e vídeo), editar, mixar e reproduzir sons equivalentes a instrumentos musicais.

2. Desenvolvimento

O desenvolvimento da *internet* tem papel crucial nas novas maneiras de interagir com a música, principalmente por parte dos jovens, sobre isso explica-se:

A disseminação das redes digitais representadas pela *Internet* e seus diversos protocolos não se limita a ampliar a quantidade de informação a que os indivíduos têm acesso ou facilidade com que se pode estabelecer comunicação entre locais distantes. Antes, a *Internet* interfere em nossa organização espaço-temporal, na maneira como se organiza nossa cultura e no modo como produzimos os signos com os quais povoamos o mundo. Subestimar sua importância, ou limitá-la a seus aspectos mais técnicos significa não compreender as modificações que se operam no seio de nossa cultura e seus reflexos no estabelecimento de nossos valores éticos e estéticos. (IAZZETTA; KON, 1998, p. 39.)

A *internet* vem mudando de forma significativa a maneira com que as pessoas compartilham a música, sobretudo pela questão citada acima da nossa organização espaço-

temporal, pois não há mais a necessidade de se ter um músico presente para que se conheça sua música, tampouco há a necessidade de haver alguma mídia física (CD, LP e outros) para o mesmo objetivo. A “*web 2.0*”² abriu a possibilidade para que o usuário manipule grande quantidade de conteúdo gerado por ele mesmo. Qualquer um pode postar o que quiser, sendo que alguns pesquisadores estão chamando isso de democratização da arte³.” (CAYARI, 2012, p. 6, tradução minha). Hoje, naturalmente, as pessoas pesquisam na *Internet*, e, no caso da música, mais especificamente, no sítio *Youtube*. Vale ressaltar que embora o sítio seja voltado para vídeos de todos os tipos, a quantidade de conteúdo musical é imensa.

O *Youtube* influencia a performance musical de um jovem que utiliza a tecnologia assim como uma sala de concertos influencia a performance de um cantor, pois esse aplicativo/sítio é um grande palco onde os músicos podem expor suas ideias e criação. Ressalta-se ainda, que é capaz de realizar concertos em tempo real pelo *Youtube*. Essa possibilidade endossa o que Iazzeta e Kon (1998) afirmaram sobre uma nova organização espaço-temporal, ou seja, o palco ou a sala de concertos passam a estar com as pessoas onde quer que elas estejam, desde que haja acesso à *internet*.

O *Youtube* é considerado o terceiro maior sítio da *internet* mundial em número de acessos, perdendo respectivamente, para o *Facebook* e *Google* (ALEXA *apud* CAYARI, 2012, p. 2). Seu funcionamento é simples, o usuário cria uma conta e através dela pode postar seus vídeos e interagir com os demais usuários por meio de avaliações e comentários. A pessoa que utiliza o sítio ainda pode criar *playlists*⁴, com seus vídeos favoritos e canais (como na TV) com a programação produzida por ele. No Brasil há uma predominância de canais de comédia e sobre jogos eletrônicos. Os vídeos postados no *Youtube* podem gerar receita⁵, o que incentiva a produção de vídeos de melhor qualidade.

Até a década de 1990 era muito comum os artistas mais populares comemorarem ao receber os discos de prata, ouro e platina. No entanto, hoje, a maioria comemora a quantidade de acessos de seus vídeos no *Youtube*. Uma prova disso é a repercussão que o famoso vídeo *Gangnam Style*, do cantor coreano Psy, teve por todo o mundo, estando inclusive no livro dos recordes de 2014, como vídeo mais visto na história do sítio, com mais

² Não se trata de uma atualização da *internet* em termos técnicos, mas sim da maneira com que o usuário interage com ela, passando de agente passivo a ativo e produtor de conteúdo.

³ Sabe-se que o termo democratização não é o mais apropriado, pois nem as tecnologias nem as artes estão acessíveis a todas as pessoas, mas fica aqui registrado que há pesquisadores tentando compreender esse fenômeno.

⁴ Listas de vídeos personalizada

⁵ Os *Youtubers* (produtores de vídeo para o *Youtube*) e o próprio sítio usam o termo “monetizar” para gerar receita em um vídeo por meio de publicidade, geralmente antecedendo o vídeo.

de 2 bilhões de visualizações. (VEJA ON LINE, 2014)⁶. Felinto (2008, p. 35) explica que, “parte dessa ‘produção audiovisual’ disponível na *internet* acaba por conquistar índices de audiência próximos (ou mesmo superiores) aos das mídias massivas⁷”. O próprio *Youtube* premia os produtores de conteúdo com troféus para número de inscritos em um canal e para número de acessos em um vídeo.

A repercussão de vídeos no *Youtube* se explica pelo argumento de que o sítio mais do que uma plataforma de compartilhamento de vídeos é uma grande rede social (CAYARI, 2012), onde os usuários não somente assistem os vídeos, bem como os comentam e criticam, levando à construção de novos conteúdos, muitas vezes baseados nessa interação. “Ele serve como um café virtual onde as pessoas podem se reunir com o mesmo sentimento, contrastando os indivíduos para discutir ideias, arte e música” (CAYARI, 2012, p. 9, tradução minha)⁸. O caráter democrático do *Youtube* permite que todo tipo de conteúdo seja compartilhado, desde vídeos promocionais feitos por músicos profissionais, até vídeos amadores de grupos iniciantes. O que certamente contribui para a inovação nas formas de apresentar música.

Embora o *Youtube* não seja o único sítio na *internet* com o propósito de compartilhar material audiovisual, ele tem destaque especial, principalmente pelo fato de também ser um aplicativo para *smartphone* e *tablet*. Provavelmente grande parte do sucesso atribuído ao número de acessos do sítio e dos vídeos que lá são postados se deve a esse fato, pois a possibilidade de acessar esse conteúdo de um dispositivo móvel amplia significativamente as possibilidades do usuário, quebrando outra barreira em relação ao aspecto espaço-temporal de apreciação e produção de conteúdo musical. Ainda é possível observar que a música tem papel de destaque para seus desenvolvedores, que em 2014 realizaram uma atualização em que há um campo de busca especial para música, essa modificação esteve no sítio e no aplicativo para *smartphones* e *tablets* até 2015, quando a interface gráfica recebeu uma nova atualização.

O desenvolvimento tecnológico das ferramentas móveis se dá em escala geométrica, ou seja, para cada novidade criada outras tantas baseadas na primeira são feitas. Nesse sentido, é possível observar que o fato de o *Youtube* estar presente nos dispositivos

⁶ <<http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/gangnam-style-pulveriza-o-recorde-de-visualizacoes-no-Youtube>> Acesso em: 17 nov. 2014

⁷ O autor refere-se, sobretudo à TV.

⁸ It serves as a virtual coffee house where people can share ideas and gather with likeminded and contrasting individuals to discuss ideas, art, and music.

móveis em forma de aplicação promove uma convergência, sobretudo na intenção dos jovens que produzem conteúdos musicais para o sítio. Sobre isso W. Johnston comenta em uma entrevista: “[*Youtube*] me faz tentar mais. Ele me faz querer escrever mais canções. Ele me faz querer ser um músico melhor. Eu quero que ele seja o meu *ticket* para o negócio real. Ele me faz tentar mais” (CAYARI, 2012, p. 9, tradução minha).⁹

Os jovens veem essa ferramenta como uma maneira de se promoverem, e de fato, muitos deles conseguiram entrar para o *show business* por meio de grandes visualizações dos seus vídeos no sítio. É o caso do próprio Psy, de Justin Bieber e outros. Para que eles consigam uma autopromoção e reconhecimento, há a necessidade de se criar conteúdo original e pensado de acordo com um público alvo. Geralmente, também há a necessidade de se criar esse conteúdo com um orçamento mínimo e por isso os jovens acabam usando os equipamentos simples para fazer o registro das ideias: câmeras portáteis, *smartphones* e *tablets* (embora muitos *youtubers* vem se profissionalizando e adquirindo equipamentos melhores à medida que vão obtendo lucro com seus vídeos).

Storoli (2014) faz uma reflexão sobre como as tecnologias e, sobretudo, novas mídias provocam mudanças na performance musical. Para isso a autora traz exemplos de *performers* que realizam trabalhos em que a tecnologia tem papel fundamental na formação de sentido para o espectador. Um conceito importante abordado no artigo é a remediatização, o qual é explicado como sendo um fenômeno em que o artista transporta seu material artístico para outras mídias: gravação de DVD’s de apresentações ou mesmo vídeos de performances postados no *Youtube*. A autora conclui: “cada artista tem uma relação distinta com a tecnologia, mas sem dúvida alguma, a presença e influência dos novos meios é indiscutível”. (STOROLI, 2014, sem numeração.) Embora a autora se preocupe mais com a performance de um profissional, seu tema se encaixa nessa busca pelo fato de os jovens promoverem intensa remediatização. Esse fenômeno começou a partir da popularização massiva de câmeras (geralmente integradas aos *smartphones* e *tablets*), da melhoria da *internet* de banda larga e do desenvolvimento de sítios¹⁰ e aplicativos como: *Youtube*, *Soundcloud*, *Spotify*, *Take* e *Figure* onde o conteúdo criado pode ser postado e compartilhado. Dessa forma muitos músicos estão compondo ou interpretando já pensando em preparar um conteúdo que seja de

⁹ [*YouTube*] makes me try harder. It makes me want to write songs more. It makes me want to be a better musician. I want this to be my ticket to the real deal. It makes me want to try so hard (W. Johnston, interview, May 11, 2009).

¹⁰ Tem-se como alguns exemplos desses sítios: *Youtube*, *Soundcloud*, *Myspace* e *Vimeo*.

acesso fácil para seu público e que se porte bem nessas mídias em relação ao formato, tipo de arquivo, qualidade de imagem/áudio e tempo de duração.

Explorando a criatividade dos jovens em produzir vídeos para o *Youtube*, encontram-se muitos vídeos em que eles utilizam a própria tecnologia de várias formas, inclusive fazendo música. Nesses vídeos, avistam-se pessoas realizando explicações sobre aplicativos de música, equipamentos de áudio e instrumentos musicais. Algo que antes era visto somente em revistas especializadas e era feito por pessoas com reconhecimento no meio. Hoje uma análise completa de determinado produto ou tecnologia é feita por alguém cujo reconhecimento se dá exclusivamente por essa pessoa produzir esse tipo de conteúdo, ou seja ele é afirmado no próprio *Youtube*, por outras pessoas que comentam, aprovam, criticam e fazem sugestões, validando aquele conteúdo. Muitos vídeos de composições e performances também são postados, ou seja o *Youtube* abriu uma nova possibilidade para os músicos.

Embora o *Youtube* tenha facilitado muito o compartilhamento de conteúdo ele apresenta uma limitação que alguns compositores já buscam solucionar: realizar performances em conjunto com músicos separados geograficamente. Arango (2013) descreve como isso pode ser feito e quais recursos tecnológicos são necessários. Com apoio de *hardware* (telas em alta definição para o músico e a plateia) e *software* (que transmite e recebe áudio e vídeo de várias câmeras e instrumentos/microfones em tempo real) sofisticados para o consumidor em geral, mas já presente em grandes empresas, centros de pesquisa e universidades, é possível que músicos possam realizar um concerto estando geograficamente separados. Há que se ressaltar que além de um público nos locais onde os músicos estão realizando sua performance, também pode haver um público online, que acessará o concerto via streaming.

O autor explica que, por mais que a velocidade da rede seja muito alta, há um atraso no recebimento do áudio e vídeo e por isso os compositores devem compor baseados nessa característica da transmissão de dados:

A discontinuidade temporal inerente a comunicação sonora através da internet é bastante conhecida, ela se manifesta tanto em um leve atraso na chegada do sinal de áudio (latência) como na irregularidade e impossibilidade de corrigir esse atraso (jittering). Estas restrições não são enfrentadas como limitações a ser resolvidas, senão como condições acústicas próprias do meio. Neste sentido, enfrentar esta discontinuidade temporal se converte no maior desafio artístico para a composição musical em rede e por sua parte, propicia traços idiomáticos e preocupações musical particulares às obras. (ARANGO, 2013, sem paginação, tradução minha)¹¹.

¹¹ *La discontinuidad temporal inherente a la comunicación sonora a través de Internet es bastante conocida, ella se manifiesta tanto en un leve retraso en la llegada de la señal de audio (latencia) como en la irregularidad e imposibilidad de fijar este retraso (jittering). Estas restricciones no son enfrentadas como limitaciones a ser*

Embora essa característica seja determinante nesse momento para as características das composições, não está descartada a possibilidade de que essa latência possa ser eliminada ou minimizada a um ponto tolerável no futuro, assim como ocorreu com as placas de som dos computadores ao longo do desenvolvimento dessas tecnologias. No entanto, esse desafio é muito grande, pois envolve a infraestrutura dos países e certamente esse desenvolvimento não acontece uniformemente.

Realizar uma tarefa como essa pode ser algo muito avançado para a proposta do *Youtube*, mas ao analisar o processo de evolução do sítio, que inicialmente era apenas um portal para fazer *uploads* de vídeos e hoje já se pode fazer edições de vídeo, apresentações ao vivo, dentre outros recursos, pode-se imaginar que em algum momento algum recurso como esse pode ser lançado. Pois as limitações técnicas provavelmente serão resolvidas com o desenvolvimento de redes mais rápidas.

Conclusões

O *Youtube* saiu do patamar de uma ferramenta de armazenamento para um meio de geração de receita para produtores de vídeo. No começo de seu funcionamento os músicos buscavam usá-lo apenas como uma forma de divulgar seus trabalhos recentes, entretanto muito se alterou nesse percurso. Hoje ter muitos acessos significa gerar muita receita o que propiciou que as produções fossem feitas focadas nessa mídia. A geração de receita também atraiu muitos músicos, que antes não viam a possibilidade de lançar seu material em algum meio que pudesse ser amplamente divulgado; ali puderam. O desenvolvimento das câmeras, *smartphones*, *tablets*, placas de áudio portáteis propiciou uma integração direta com o sítio/aplicativo fazendo com que mais conteúdo fosse produzido. Em meio a esse desenvolvimento a música entra como mais um elemento, que associado a imagem forma esse todo que é o vídeo do *Youtube*.

Muitas pessoas acreditam que o sítio/aplicativo facilitaram a vida dos músicos e que por existirem exemplos de artistas que obtiveram sucesso e fama por meio de seus vídeos veiculados que alcançar esse objetivo ficou mais fácil. No entanto, o que é facilitado pelo *Youtube*, bem como pelas tecnologias móveis é a produção de material audiovisual com boa qualidade de imagem e áudio. A divulgação, e os meios para fazer vídeos interessantes para o público ainda são responsabilidades do produtor do conteúdo, o que por fim acaba, ainda que hajam muitas exceções,

resueltas, sino como condiciones acústicas propias del medio. En este sentido, enfrentar esta discontinuidad temporal se convierte en el mayor desafío artístico para la composición musical en red y por su parte, otorga trazos idiomáticos y preocupaciones musicales particulares a las obras.

privilegiando artistas com mais recursos financeiros. Ainda assim, existem muitos vídeos tutoriais no próprio *Youtube* sobre como fazer vídeos que atraiam mais audiência.

Tanto as tecnologias móveis como o *Youtube* provocaram e ainda provocam muitas mudanças na maneira como as pessoas consomem, interagem e produzem música. Portanto o sítio/aplicativo contribui para uma contínua mutação da forma como o público e o músico interagem com a música. Essas mudanças começaram com o advento da *internet* e evoluem, mudam, tomam novos rumos a medida que novidades apresentadas em relação ao aumento de capacidade de processamento e recursos dos dispositivos e da crescente popularização da rede e de sua capacidade de transferência de dados. Ou seja, o *Youtube* e os dispositivos móveis promovem uma mutação contínua no processo de interação com a música e essa mutação está baseada nos avanços tecnológicos.

Referências

- ARANGO, Júlian Jaramillo. Música en internet, una realidad brasileña. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA XX CONGRESSO DA ANPPOM, 2013, Natal, *Anais...* Disponível em: <<http://www.anppom.com.br/congressos/index.php/23anppom/Natal2013/paper/view/2413>> Acesso em: 21 mai. 2015
- CAYARI, C. The Youtube effect: How Youtube has provided ways to consume, create and share music. *International Journal of Education&Arts*. v. 12, n. 6, 2011. Disponível em: <www.ijea.org/v12n6/> Acesso em: 15 nov. 2014.
- FELINTO, Erick. Videotrash: o Youtube e a cultura “spoof” na internet. *Revista Galaxia*, São Paulo, n.16, dez 2008, p. 32-42. Disponível em: <http://www.researchgate.net/profile/Erick_Felinto/publication/267833245_VIdEOTraSh_1_o_YouTube_e_a_cultura_do_spoof_na_internet/links/54732e6f0cf216f8cfaeae77.pdf> Acesso: 11 nov. 2015.
- IAZZETTA, Fernando e KON, Fábio. (1998). A Música Efêmera da Internet. In: *XI Encontro Nacional da ANPPOM*, 24 a 28 de agosto, UNICAMP. Anais, p. 35-40. Disponível em <<http://www2.eca.usp.br/prof/iazzetta/papers/anppom98.pdf>> Acesso: 11 nov. 2015.
- STOROLLI, Wânia Mara Agostini. Voz e performance multimídia. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA XXIV CONGRESSO DA ANPPOM, São Paulo, *Anais...* 2014, sem paginação. Disponível em: <<http://www.anppom.com.br/congressos/index.php/Anppom2014/trabalhosEscritos2014/paper/view/2905/853>> Acesso em: 24 abr. 2015.
- VEJA ON LINE. Gangnam Style pulveriza o recorde de visualizações no youtube. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/gangnam-style-pulveriza-o-recorde-de-visualizacoes-no-Youtube>> Acesso em: 17 nov. 2014.