

Categorias de análise para vídeos no YouTube: entendendo produção e consumo de *covers* de *game music* na internet

Analysis categories for YouTube music videos: understanding the production and consumption of game music covers on the internet

Categorías de análisis para videoclips em YouTube: entendiendo la producción y consumo de covers de música de juegos em internet

Schneider SOUZA¹

Resumo

O objetivo do artigo é apresentar uma análise baseada em categorias sobre vídeos de *cover* de *game music* produzidos e consumidos por fãs no YouTube. Com o objetivo de lidar com dados produzidos em pesquisa de campo de caráter etnográfico, criamos quatro categorias de performance artística que tentam sintetizar a produção de *game music* compartilhada pelos interlocutores. Neste artigo, iremos explicar essas categorias e demonstrar seu funcionamento como ferramenta de análise enquanto exploramos algumas questões relacionadas a performance social e *musical*. Estas categorias têm demonstrado que a *game music* funciona como um catalisador pelo qual outras práticas culturais fluem por meio dela trazendo consigo seus potenciais de sociabilidades como também de conflito e preconceitos.

Palavras-chave: *Game music*; performance musical, YouTube; fãs; categorias

Abstract

The objective of the article is to present a category-based analysis of game music cover videos produced and consumed by fans on YouTube. To deal with data produced in ethnographic field research, we have created four categories of artistic performance that attempt to synthesize the production of game music shared by the interlocutors. In this article, we will explain these categories and demonstrate their functioning as an analysis tool while exploring some issues related to social and musical performance.

¹ Licenciado em Música pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestre em *Musicologia* pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Doutor em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense. Atualmente pesquisador autônomo e professor do estado do Rio de Janeiro. E-mail: schneidersouza@gmail.com. ORCID: [0009-0009-6006-6654](https://orcid.org/0009-0009-6006-6654).



These categories have shown that *game* music functions as a catalyst through which other cultural practices flow, bringing with them their potential for sociability, conflict, and prejudice.

Keywords: Game music; musical performance; YouTube; fans; categories

Resumen

El objetivo del artículo es presentar un análisis basado en categorías sobre vídeos de covers de game music producidos y consumidos por fans en YouTube. Con el fin de lidiar con datos producidos en una investigación de campo de carácter etnográfico, creamos cuatro categorías de performance artística que intentan sintetizar la producción de game music compartida por los interlocutores. En este artículo, explicaremos estas categorías y demostraremos su funcionamiento como herramienta de análisis mientras exploramos algunas cuestiones relacionadas con la performance social y musical. Estas categorías han demostrado que la game music funciona como un catalizador a través del cual otras prácticas culturales fluyen, trayendo consigo sus potenciales de sociabilidad, así como de conflicto y prejuicio.

Palabras clave: Música de juegos; interpretación musical; YouTube; fans; categorías

Introdução

O objetivo deste artigo é apresentar uma análise de práticas musicais da cultura da *game music* que acontecem dentro do contexto do YouTube. Para isso, será utilizado um recorte de dados produzidos durante pesquisa de caráter etnográfico já publicada (SOUZA, 2019) sobre consumo e produção de versões (*covers* e remixes) de *game music* fora do momento de jogo.

Primeiramente, é importante apontar que há um entendimento sobre a *game music* que é corroborado tanto pelos interlocutores da pesquisa quanto por outros pesquisadores (COLLINS, 2008; MENEGUETE, 2016; SHUM, 2008) em que sua definição está ligada diretamente ao seu **uso**, dentro dos *games*, e na sua **função**, como componente da experiência dos jogos. É uma definição, portanto, que indica que ela compõe a experiência do jogar como um todo, sem dissociação de sua escuta para além do ato de jogar. Contudo, um movimento que chama atenção é o de fãs que desenvolvem seus próprios meios de consumir esta música sem precisar estar jogando. Em alguns casos, escutando-a até mesmo como som de fundo durante algum trabalho.

Algo que destacamos neste processo é o movimento de apropriação que os fãs fazem da *game music* ao aprendê-las e tocá-las em seus instrumentos musicais,



criando versões que, além de serem utilizadas para consumo próprio, são compartilhadas para apreciação de outras pessoas. Henry Jenkins (2015) demonstra como esse tipo de movimento é comum entre fãs. A vontade de estar se relacionando com um conteúdo leva os fãs a produzirem material novo e derivativo tanto para si quanto para outras pessoas. Cria-se, a partir desse movimento, um novo tipo de material que se desdobra em mais possibilidades de consumo e que, inclusive, tem criado um campo de trabalho em que os artistas (solo ou em grupo) comercializam suas versões.

O YouTube é um site que se destaca como um tipo de “ponto de encontro”, um local que fãs se direcionam para consumir *game music* e compartilhar seus gostos e afetos com relação ao mundo dos *games*. No caso desta pesquisa, ela se direciona a este site para entender o tipo de uso que os fãs fazem dele e o papel que o YouTube cumpre na cultura *game music*.

Desse modo, realizamos pesquisas de caráter etnográfico para entender a prática da *game music* neste site e apresentaremos uma análise baseada em categorias produzidas para lidar com os modos de produção e consumo desta música. Vale ressaltar que a categorização adotada é resultado de um agrupamento metódico que encapsula as formas pelas quais a *game music* se apresenta no contexto do site sendo ponto de partida para análise e reflexão sobre o tema. Nesse sentido, essas categorias foram criadas para organizar o material de pesquisa de campo e possibilitar uma análise crível de questões socioculturais, além de incentivar reflexões sobre o tema.

A *game music* no YouTube e abordagem de pesquisa

O YouTube é uma plataforma de streaming de vídeos amplamente utilizada pelos usuários para publicação e compartilhamento de conteúdo. Segundo Burgess e Green (2009), a popularidade do YouTube pode ser atribuída, em grande parte, à sua interface simplificada, que torna fácil a publicação de vídeos, e ao armazenamento gratuito oferecido aos usuários. Em 2006, o site foi adquirido pela corporação Google e tem passado por constantes mudanças para se adequar a interesses empresariais, com ênfase na lucratividade capitalista. Essas mudanças têm levado o site a utilizar



cada vez mais estratégias algorítmicas para se tornar uma plataforma mais "eficiente" para o consumo de produtos culturais relacionados à mídia vídeo.²

Em relação à *game music*, o site se destaca como um dos mais utilizados pelos fãs, devido a essa facilidade de acesso tanto para produtores quanto para consumidores (SOUZA, 2014).³ No YouTube, podemos encontrar, com relativa facilidade, desde vídeos de pessoas aprendendo suas músicas favoritas de *game music* até artistas que produzem *covers* complexos e conseguem reconhecimento neste meio.⁴

Para estudar estas práticas dentro do campo amplo do YouTube, empreendemos uma pesquisa etnográfica baseada em autores que falam sobre a etnografia em ambientes virtuais como Christine Hine (2000), Robert Kozinets (2010), Joan Planells (2002) e Michal Wesch (2008), que delinearão a base procedimental da pesquisa no âmbito digital online. É importante ressaltar que procuramos criar uma convergência entre essas propostas com aquilo tradicionalmente produzido nas pesquisas de caráter etnográfico. Desse modo, concordando com Fragoso, Amaral e Recuero (2011), as variáveis possíveis no *online* e *offline* são importantes para a etnografia no ciberespaço e devem ter seus encaixes dispostos e problematizados como forma de superar os problemas que surgem no cotidiano de pesquisa.

Um ponto importante nesta questão é a diferenciação no modo como o contato com os interlocutores ocorre em pesquisas online, quando comparado com a aproximação física que foi sempre a base de pesquisas etnográficas. No caso do YouTube, além da falta de contato presencial, o site condiciona um tipo específico de interação social limitada pela interface de uso do site. Para lidar com esse desafio, utilizamos a *observação participante* (Malinowski, 1976) como estratégia de aproximação com o campo.⁵

² Apesar do foco na mídia vídeo, vale apontar que o YouTube também possui compartilhamento do formato áudio. Este caso será trabalhado parcialmente em uma das categorias propostas posteriormente no texto (categoria *artista não-visível*).

³ Este fato inclusive é corroborado por entrevistas, nas quais alguns entrevistados evidenciam o quão comum em seu cotidiano é acessar o YouTube para consumir esse tipo de conteúdo. Essa informação pode ser encontrada em trabalho publicado anteriormente (SOUZA, 2019).

⁴ Artistas como Family Jules e RichaadEB, por exemplo, possuem mais de 500 mil inscritos em seus canais de YouTube, local no qual compartilham vídeos com versões heavy metal de *game music*.

⁵ Em resumo, criamos um canal no YouTube para produzir vídeos de *game music* semelhantes aos feitos pelos fãs como tentativa de alcançar sensibilidade epistemológica em relação aos sujeitos envolvidos na pesquisa.



Como recorte de pesquisa, acompanhamos 23 canais⁶ em que têm a *game music* como conteúdo principal, durante aproximadamente 4 anos. Apesar das dificuldades materiais e da força de trabalho disponível (somente um pesquisador), conseguimos mapear uma quantidade significativa de práticas sociais que foram categorizadas em quatro grupos: (1) o *herói do instrumento*, (2) *banda de uma pessoa*, (3) *artistas sem rosto* e (4) *artista não visível*.

Estas categorias se apresentam como forma de embasar a análise aqui proposta dentro dos limites da pesquisa e, portanto, não devem ser consideradas como finais ou iminentes. Elas foram produzidas a partir da ideia de que os vídeos possuem formas específicas de apresentar o conteúdo de *game music* que circunscrevem os modos de consumo. Em outras palavras, a forma de apresentação condiciona o consumo das pessoas que entram em contato com essas músicas e que, a partir disso, criam interações diversas no sistema, sem desconsiderar, é claro, outros elementos influenciadores de comportamentos.

O que queremos apontar é importância da relação dialética entre forma e conteúdo na produção de sentido. Como Ernst Fischer (1983) enfatiza, uma mudança sutil tanto na forma quanto no conteúdo altera a relação produzida entre os dois e, portanto, são inseparáveis na sua produção de sentido. Portanto, as categorias não são iminentes, mas uma forma de racionalizar a complexidade dos fenômenos estudado e torná-los pedagogicamente comunicáveis.

O herói do instrumento

Na categoria *herói do instrumento* procuramos nos referir a vídeos em que a narrativa produzida demonstra intenção em destacar as habilidades musicais dos artistas, posicionando a técnica como elemento estético.⁷ Nessa categoria, pode-se dizer que a técnica musical é parte importante do conteúdo audiovisual e representa um valor desejado, um tipo de *poder simbólico* (BOURDIEU, 1989) que é expresso e

⁶ Os canais acompanhados foram: Jonny Atma, Insaneintherainmusic, RichaadEB, Family Jules, LittleVmills, Chequerchequer, LennartAlsing, Guitar Geek, Songe, ToxicEternity, Bateragamer, String Player Gamer, Lara6683, Smooth Mcgroove, Megafive, Bruno Shinkou Guitar Dreamer (nostalgic sound), Nestalgica, Taioo, Andrew Malefice, GuitarWanker90, Hari Sivan e Beatgames VGM Tribute

⁷ Devido à grande quantidade de guitarristas que produzem versões de *game music* no YouTube, esta categoria faz referência direta ao herói da guitarra, que é uma figura emblemática na história da música popular devido a altíssima técnica musical e que foi midiaticizado durante um período. Há também uma referência à série de jogos Guitar Hero (2005) que possibilita ao jogador ter a experiência de ser um guitarrista



reproduzido entre os atores. Vale destacar que este valor se baseia nos critérios avaliativos do gênero musical usado como base para produção da versão de *game music*. Exemplificando resumidamente, uma versão rock de uma música no formato *herói do instrumento* trará para si os critérios avaliativos do rock, criando uma intersecção cultural entre os gêneros e os jogos.

Contudo, é importante ressaltar que a ênfase dada às habilidades técnico-instrumentais não implica exatamente em um sujeito virtuoso no instrumento, mas sim que há alguma idealização exposta por ele que aponta valorização de certas características da performance.⁸ Leva-se em consideração, portanto, a intencionalidade desse artista-fã de *game music* na expressão de valores e ideais estéticos por meio de seus vídeos, considerando o fato de que a performance apresentada se dá somente após uma produção controlada anteriormente. Este artista pode, por exemplo, gravar diversas vezes até conseguir um resultado satisfatório ou aplicar técnicas de edição de vídeo na pós-produção. Assim, ele poderá se certificar de que o vídeo esteja de acordo com os valores estéticos pretendidos antes de publicar abertamente, o que, é importante ressaltar, não garante o sucesso do vídeo.

Como exemplo, temos o vídeo *Castlevania III: AQUARIUS (Blood Curse Tribute Album) || RichaadEB* produzido pelo guitarrista RichaadEB, no qual é notório que a narrativa do vídeo enfatiza sua habilidade técnica na guitarra. Várias tomadas da edição de vídeo se direcionam à região onde se toca o instrumento musical e seu arranjo destaca nuances técnicas da linguagem própria da guitarra como bends,⁹ slides,¹⁰ palhetada alternada,¹¹ sweep picking,¹² dentre outras (Figura 1).

⁸ Vale também ressaltar que a nomeação dessa categoria é baseada nos *guitar heroes*, instrumentistas que utilizam a guitarra de forma virtuosa, demonstrando o domínio de diversas técnicas (AZEVEDO, 2009, p. 146) e as utilizando para tomar os holofotes para si. Isso se deve ao notório comportamento dos guitarristas de *game music* no YouTube que criam seus vídeos apresentando performance semelhante aos dos famosos guitarristas de rock: Adrian Smith, Slash, Van Halen, dentre outros.

⁹ Bends são tensionamentos da corda de modo a alcançar notas mais agudas em relação àquela inicialmente tocadas. O efeito é de uma movimentação ascendente da frequência sonora.

¹⁰ Slide é o movimento de deslizar o dedo de uma nota inicial até outra em uma mesma corda.

¹¹ Palhetada alternada é uso da palheta de guitarra em movimentos ascendentes e descendentes para tocar as cordas.

¹² Sweep picking é o uso da palhetada em uma mesma direção em cordas consecutivas e diferentes. Também chamado de “palhetada econômica” por utilizar menos esforço físico em relação a palhetada alternada.



Figura 1 – Momento do solo em vídeo de RichaadEB



Fonte: Canal RichaadEB no YouTube, 2022¹³.

Além da ênfase na seleção de tomadas que demonstram o domínio no instrumento musical, a narrativa do *herói da guitarra* é reforçada pela inclusão de um trecho para solo de guitarra que não existe no original. Em particular, o vídeo de RichaadEb apresenta acompanhamento específico criado por ele com *riffs* de guitarras distorcida e bateria com bumbos duplos constantes, criando uma sonoridade mais intensa e densa que se enquadra na estética de subgêneros do heavy metal (metalcore e *power* metal).

Essa personalização do arranjo, adaptando-o aos códigos técnico-formais do heavy metal, é uma forma do artista expressar-se enquanto fã-consumidor, pois apropria-se do material original e o personaliza de modo subversivo (CAMPBELL, 2004). A seção de solo, portanto, consiste em alguns segundos nos quais o artista pode explorar sua criatividade e técnica de modo mais explícito, devido à liberdade artística convencionalmente historicamente a ela neste gênero musical. Isso demonstra a característica geral da *game music* de intersecção constante com a cultura dos gêneros musicais. No caso apresentado, critérios de valor convencionados no Heavy Metal influenciam a produção do arranjo musical, fazendo com que as possibilidades expressivas sejam balizadas e limitadas dentro do escopo do gênero musical, alterando o produto ainda mais em relação ao original.

¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oAC8yMZV5pQ>. Acesso em: 22 fev. 2023.



Lehmann e Kopiez (2003) apontam em um estudo sobre a subjetividade na recepção de solos de guitarra que performances engajadas, com movimentos corporais diversos, são mais apreciadas pelo público geral, enquanto a velocidade é valorizada pelos guitarristas. Diante disso, pode-se argumentar que a adição de solos de guitarra em arranjos de *game music* é uma forma de agregar valor à interpretação musical, buscando atingir um nicho de público que aprecia técnica avançada na guitarra. Embora o solo instrumental não seja essencial para um arranjo de *game music*, a adição dele pode ser compreendida como uma estratégia para construir uma identidade de virtuoso e alcançar o público que aprecia esse tipo de performance. É possível observar, portanto, um marcador identitário de virtuosismo que esses artistas procuram afirmar em suas interpretações musicais.

O momento de solo é aqui destacado por evidenciar a conceituação proposta de *herói do instrumento*, porque, para produzi-lo, o artista precisa criar uma seção específica na música em que ele atrai toda a atenção para si. Assim, é um momento não apenas de expressão musical, mas também um em que o artista pode realizar um outro tipo de consumo musical durante a performance.

Colin Campbell (2004) aponta o fato de que esse tipo de consumo possui um processo de apropriação do material para produzir um novo, personalizando este produto. O consumidor, ao alterar aquele produto, cria adaptações para seu gosto que subvertem os sentidos inicialmente intencionados. No caso do solo supracitado, este processo se realiza de modo evidente, pois os artistas que o produzem criam um espaço ainda maior de expressão própria a partir do material sonoro original. Cada movimento realizado pelo artista na produção faz daquela versão mais distinta em relação as outras versões encontradas no espaço do YouTube.

Do mesmo modo que este tipo de situação pode ser um ponto em que o artista encontra liberdade para essa expressão, pode ser também um momento de cerceamento, pois cada gênero musical demanda que certos critérios sejam respeitados para que o material adicional seja reconhecido como pertencente ao tipo de música proposta. Nisso, é importante as análises de Pierre Bourdieu em *as Regras da Arte* (1992) em que mostra como as bases estéticas de um tipo de arte são construídas historicamente em meio a conflitos sociais e, por isso, impõe aos artistas uma necessidade constante de adequação ideológica, moral e técnica para que não fique de fora do campo artístico. O que queremos apontar é que o gênero musical direciona certas decisões estéticas na produção do arranjo musical, possibilitando



expressividades específicas enquanto limita outras de acordo com a historicidade desta música.

Ao assistir os vídeos de *herói do instrumento*, fica evidente o quanto a expressão de fã se torna uma forma de empoderamento no processo de criação de versões daquilo que gosta (JENKINS, 2015). Este fã demonstra um tipo de poder por ter a habilidade necessária para conseguir se apropriar do conteúdo musical e usá-lo para expor suas habilidades técnicas no instrumento. A demonstração do domínio técnico torna-se importante para criar uma distinção do artista e dos outros fãs que não possuem essas habilidades. Nesse sentido, apesar de a simples diferença entre *aqueles que fazem* e *aqueles que não fazem* versões já ser suficiente para produzir distinções de poder, o *herói do instrumento* estabelece uma relação de autoridade cada vez mais intensa na medida em que incorpora a identidade historicamente validada do virtuoso em sua performance.

A técnica no instrumento musical baliza a narrativa proposta no vídeo e produz distinções (BOURDIEU, 2007) configurando também o campo de conflito social. Neste caso, a diferenciação se dá na forma como o conteúdo é apropriado para expressividades artísticas que não são possíveis aos para a maioria dos fãs que não desenvolveram habilidades musicais para tal.

A técnica musical é algo que, portanto, encanta e fascina, e que adiciona valor a um tipo de estética que permeia o universo da Música e que persiste na *Game Music*. A distinção entre artista e público é reforçada com intensidade nesse tipo de prática, pois está dentro de nossa sociedade capitalista em que a especialização técnica é um valor desejado. Thomas Turino (2008) nos mostra uma reflexão sobre isso ao apontar que esse tipo de prática tende a reforçar a distinção entre quem produz e quem consome, nos levando a uma normatização das divisões sociais em todos os âmbitos sociais além da música.

A questão do valor estético da técnica é muito valorizada no meio dos *covers* de *game music*. Um dos interlocutores entrevistado comentou que considera importante adicionar uma seção de solo nas versões para agradar os “caras chatos que ficam criando expectativas” (SOUZA, 2014; 2019). Essa fala mostra a percepção que este fã-produtor tem da cultura da *game music* e do posicionamento de sua prática dentro dela. Além disso, a intenção de desabafo percebida nesta fala nos indica uma insatisfação relacionada à forma como essa pressão social incide sobre ele, fato que nos



fãs questionar se o solo é realmente adicionado por espontaneidade expressiva do artista de *game music*.

Esse tipo de percepção, vale adicionar, assemelha-se muito a algo que notamos durante a produção de *covers* realizada para observação participante. Muitas das vezes, em meio a criação do arranjo, a mente em um processo quase que automático procurava espaços para adicionar um solo instrumental. Isso provavelmente ocorreu por dois fatores simultâneos: a influência de nossa própria história como guitarrista e o aprendizado de um tipo estética de *covers* de *game music* que ocorreu de modo sensível pela observação constante na pesquisa.

Outro aspecto importante é a comunicação dos atores na construção da identidade do(a) *virtuose*, pois esta existirá somente quando o público atestar sua habilidade e conferir-lhe esse status. Nesse caso, o público faz um papel importante expressando ideias que comunicam a aceitabilidade ou não de certas atitudes apresentadas em vídeo, estimulando certas ações ao mesmo tempo que desestimula outras. A seção de comentários embaixo de cada vídeo tem papel importante por catalisar percepções dos fãs sobre a música em um registro na forma de texto. Desse modo, as falas de aceitação podem ser entendidas como um estímulo para o artista continuar determinado direcionamento em sua produção, enquanto discursos negativos podem inibi-lo.

As forças históricas e as considerações e comentários de outros sujeitos, portanto, influenciam constantemente o artista, que pode fruir e explorar a identidade do virtuoso por meio de sua música em seus vídeos, porém em um escopo relativamente delimitado. Nesse sentido, o artista que assume a performance de *herói do instrumento* precisa também realizar um jogo, um manejo, para equilibrar suas expressões artísticas com aquilo que é valorizado historicamente na performance musical em relação direta com as críticas recebidas em sua vivência presente. O resultado pretendido pelo artista será, portanto, direcionado para dentro de um espectro estético que consiste em um tipo de negociação entre ele e o público.

Por outro lado, toda essa performance tem uma perspectiva diferente do que temos nos estudos musicais que procuram compreender a música em eventos ao vivo, pois a temporalidade do produto no contexto do YouTube é condicionada ao tempo corrido de um videoclipe gravado. Diante disso, o que esse artista apresenta para o público pode ser previamente selecionado antes da publicação do vídeo na plataforma. Assim, independentemente do tipo de pressão social percebido, pode haver um certo



controle daquilo que vai ser apresentado pelo artista no vídeo, pois pode-se tanto planejar um roteiro de vídeo quanto editá-lo.

Banda de uma pessoa

A segunda categoria *banda de uma pessoa*¹⁴ configura os vídeos em que o artista aparece multiplicado na tela tocando diversas tomadas e ou instrumentos diferentes. Esse efeito de multiplicação é produzido pelo modo como diversos artistas utilizam a edição de diversas tomadas gravadas para produzir uma simultaneidade de si na tela. O resultado é um tipo de performance como de um grupo musical. Este tipo de vídeo é também muito recorrente entre os artistas de *game music* no YouTube e se mostra ainda mais popular entre músicos multi-instrumentistas, configurando também outro sistema de valores em que a habilidade em diversos instrumentos e de edição é mais valorizada.

Quem se deparar com esse tipo de produção, notará que há uma interseccionalidade com a categoria *herói do instrumento*, pois nela há também tomadas pontuais do artista tocando outros instrumentos, mas que se diferencia principalmente por não se apresentar simultaneamente na tela em diversos momentos como nesta categoria de *banda de uma pessoa*.

No contexto do YouTube, uma pessoa aparecer replicada em vídeo, em um mesmo momento, tornou-se um tipo de estética muito utilizada por artistas amadores ou profissionais de diversos tipos de música. No caso da *game music*, este tipo de produção é muito utilizado pelos artistas que podem expressar-se por meio de uma performance coletiva virtualizada que ressalta alguns elementos da cultura dos *games*. Na *game music*, ela ganha contornos específicos na expressão de alguns artistas que utilizam uma performance lúdica com objetos simbólicos e representações teatrais, ambos baseados da cultura dos jogos. É situação que também acontece em outras categorias, porém em menor nível. Para exemplificar isto, um músico conhecido como String Player Gamer se destaca por ter sua fama construída em vídeos desse tipo.

¹⁴ Esse termo, vale destacar, é baseado no conceito de *banda de um homem* que historicamente designa artistas que vão a público com mais de um instrumento para tocá-los simultaneamente (BRENNAN, 2015).



Figura 2 – Performance da Mini Mario Orchestra em vídeo



Fonte: Canal String Player Gamer no YouTube, 2013¹⁵.

No vídeo intitulado “*The Ultimate Nintendo Medley*” (*Fan Orchestral Cover/Remix*) || *String Player Gamer* (Figura 2), podemos encontrar uma orquestra composta pelo músico *String Player Gamer* desempenhando os papéis de todos os instrumentistas presentes na tela. A edição do vídeo em conjunto com truques audiovisuais possibilita que esta performance se apresente como coletiva, apesar de ser um único músico que a gravou.

Essa replicação do sujeito é algo somente possível no contexto deste tipo vídeo. A aceitação da fantasia imaginativa, que parece comum dentro de nossos contextos culturais em que a mídia vídeo é acessada por muitos, é chamada por Michel Chion (1994) de *contrato audiovisual*. Em resumo, o conceito se refere à aceitação dos dispositivos com tela e alto-falantes como meios para reproduzir experiências em outra temporalidade. Portanto, a união entre som e imagem é feita a nível cognitivo por uma correlação entre o que acontece na tela e nosso conhecimento prévio sobre a origem do som. Assim, a maioria dos vídeos de *game music* produz esse processo de correlacionar o som de um instrumento com aquilo que está sendo representado em vídeo. O que temos no caso do vídeo citado é uma situação ainda mais complexa, pois temos o personagem replicado tocando diversos instrumentos ao mesmo.

Desse modo, o que fazemos, no caso deste vídeo, é aceitar a possibilidade de haver uma orquestra de Super Mario tocando em nossa frente, pois nossa imaginação concebe a correlação entre os sujeitos e o som que ouvimos em uma simultaneidade que podemos fruir o consumo de uma prática musical coletiva. Temos, portanto, a ideia

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=d718wZ9J3aU&t>. Acesso em: 22 fev. 2023.



de *banda de uma pessoa*, na qual um indivíduo, por meio de técnicas de edição, mostra-se como coletivo e até pode ser pensado como coletivizado.

Contudo, se por um lado, o grupo ali presente tenta representar uma orquestra, por outro, o faz sem as individualidades somadas dos músicos, como aconteceria em uma apresentação ao vivo. Uma experiência de performance coletiva é resultado de interpretações diversas, influenciadas tanto pela diferença técnica quanto pela percepção subjetiva dos músicos. Porém, não há indivíduos diversos ali. Há um somatório do mesmo indivíduo replicado na temporalidade do vídeo. Portanto, somos convidados a cognitivamente estabelecer a correspondência entre sons e imagem de modo a preencher essa “brecha” na realidade, mesmo conscientes que a *performance* apresentada não foi realizada simultaneamente e que há um único indivíduo replicado nos quadros por meio da edição.

No caso do vídeo citado de *String Player Gamer*, temos uma teatralidade que adiciona elementos lúdicos que se sobrepõe à performance de música orquestral e provoca o público. Além de utilizar o *cosplay* de Super Mario na maioria dos personagens, ele se apresenta como um regente onde sua função prática é adicionar contexto narrativo, mas sem relação com o tipo de som reproduzido, pois o material foi gravado em momentos distintos. Para realizar esse tipo de produção, usa-se uma faixa base ou metrônomo como guia na gravação de cada tomada, para depois serem unidas para que soem como uma música em conjunto. Portanto, não houve regência da música dele por ele mesmo, pois a performance foi gravada anteriormente. O personagem (regente) é adicionado, portanto, para compor a performance teatral proposta. Assim, a soma do imagético, da indumentária e o comportamento dos personagens adiciona um caráter lúdico a performance por meio de uma teatralidade cômica.

Esse tipo de prática mostra-se como efetiva pela demonstração de aceitação do público. Um exemplo interessante é um fio na seção de comentários que mostra os fãs estendendo o momento lúdico e expandindo-o em conversas para além da performance apresentada.

- 1: Aquele com o chapéu de Mario mandou muito bem.
- 2: Eu sei, certo? (resposta ao 1)
- 3: Então, todos menos o regente? (resposta ao 1)
- 2: Talvez
- 4: O regente fez um trabalho ruim, sim. (resposta ao 3)
- 5: bem, aquele com chapéu foi o melhor. (resposta ao 1)



6: Mas o regente é literalmente aquele que está tocando os instrumentos.

7: Você está mentindo. Esses são definitivamente, absolutamente, 120% 2 pessoas diferentes. (resposta ao 6).
(SOUZA, 2019, p. 181 Transcrição e tradução do autor)

Todo o fio da conversa é um jogo de ambiguidades em si. É uma brincadeira na qual a imprecisão e a confusão são auxiliares da retórica comunicativa dos sujeitos. Eles não se levam a sério para que a brincadeira de String Player Gamer se alastre para fora do vídeo reunindo outros fãs num meta-jogo. Portanto, podemos entender isso como um tipo de brincadeira referenciada na identificação que se tem com algum dos elementos da cultura dos *games* representados no vídeo.

O que podemos notar a partir disso é uma tendência de os vídeos de *banda de uma pessoa* possuírem mais elementos teatrais do que outras categorias. A hipótese é a de que artistas que enfoquem mais no aspecto da virtuosidade técnica no instrumento, como no caso do *herói do instrumento*, tendem a ser mais sérios durante a performance, pois carregam a subjetividade histórica desse tipo de artista.

O contraste entre essas categorias é importante porque demonstra uma característica nas performances musicais hoje que foram produzidas historicamente. Os músicos conhecidos como banda de uma pessoa são, em sua maioria, artistas de rua que precisam chamar atenção do público por necessidade de sobrevivência por meio de seu trabalho que fazia com que se utilizassem de técnicas circenses na performance (BRENNAN, 2015). Por outro lado, os músicos virtuosos acabavam tendo seu trabalho associado aos palcos em que eram apreciados pela precisão técnica. Desse modo, toda a atenção do público direcionada a suas habilidades fazia com que se dedicassem mais a precisão técnica (HENNION, 2012). Esse fator histórico é importante de se considerar porque está ligado diretamente ao sistema de produção e consumo de *game music*, endereçando os desejos e ânsias dos fãs, tanto produtores quanto consumidores.

Artistas sem rosto: exposição parcial da identidade

Artistas sem rosto são produções que possuem o foco na performance musical direcionada ao instrumento, contudo sem a apresentação do rosto do artista no vídeo. O destaque ao instrumento musical valoriza a técnica, porém não do mesmo jeito que no *herói do instrumento*, pois os comportamentos dos músicos são mais contidos,



menos espalhafatosos, uma vez que o exagero no movimento pode revelar seus rostos. Em resumo, mãos, braços, troncos, colos, instrumento musical e cenário, protagonizam, junto com o som, o produto audiovisual e medeiam a experiência estética. Dentro da história dos instrumentos musicais, esse fato pode ter relação direta também com os vídeos tutoriais de ensino que se popularizaram a partir do aumento do acesso ao vídeo cassete.

O que chama atenção nesse tipo de vídeo é que ao excluir o rosto temos uma performance sem esse importante marcador de identidade. Nos primeiros momentos da pesquisa, pensamos que esse tipo de vídeo tinha o intuito de esconder a identidade dos artistas, por motivos de privacidade, no entanto, alguns artistas produzem vídeos ou publicam fotos em que seus rostos aparecem. Portanto, a escolha desse formato induz um entendimento que há uma intencionalidade estética ou há restrições de materialidade técnica.

Primeiro, em relação à estética, há diversos vídeos em que os youtubers produzem só enfatizando o instrumento musical e sem a demonstração de seu rosto. Diferentemente de hoje, esse tipo de exposição no online não era tão comum e era considerada assustadora por algumas pessoas. Aparecer em vídeo na internet não era algo comum para a maioria e isso afetou o tipo de abordagem que as pessoas tiveram com o YouTube no seu início. Desse modo, vídeos em que só aparecem o instrumento musical é algo notório nos anos iniciais do YouTube (Figura 3), contudo, é interessante notar que isso foi se tornando um tipo de estética de produção de vídeos musicais que fazem com que atualmente entender o fenômeno somente pelo critério de medo de exposição seja uma simplificação excessiva.

Figura 3 – Vídeo de um dos primeiros vídeos de Songe



Fonte: Canal Songe no YouTube, 2007¹⁶

¹⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2G77-HMwpss>. Acesso em: 25 jan. 2023



John Dewey em “A Arte Como Experiência” nos mostra que a recorrência cotidiana de uma experiência artística tende a criar uma estética baseada naquela prática, envolvendo principalmente a relação do objeto artístico em relação direta com a vida humana. Isso conduz a um entendimento de que os valores estéticos são produzidos nas relações diretas com o cotidiano das pessoas. Nas palavras do próprio Dewey “a obra de arte só é completa na medida em que funciona na experiência de outros que não aquele que a criou. Assim, a linguagem envolve o que os lógicos chamam de relação triádica. Há o falante, o dito e aquele com quem se fala” (DEWEY, 2010, p. 216).

Adicionalmente, Dewey aponta a importância da comunicação dessas experiências no cotidiano, nesse processo que é também social. Nesse sentido, valores estéticos são construídos nas relações entre este tipo de sociabilidade comunicada no cotidiano. Podemos também entender esse processo como produção e reprodução de convenções de gosto, que podem se mostrar tanto como formas de convergir indivíduos dentro de cada mundo artístico (BECKER, 1982) quanto, simultaneamente, como produtoras de distinções e conflitos (BOURDIEU, 2007).

A materialidade técnica que nos referimos é o conjunto de equipamentos e softwares utilizados para produção dos vídeos. Ao considerarmos que este formato de vídeo existe desde a primeira década do YouTube, é importante lembrarmos que os equipamentos disponíveis para gravação não eram acessíveis como na atualidade. Hoje, celulares considerados populares, por exemplo, possuem capacidade técnica de gravação superior à maioria dos dispositivos utilizados há anos atrás. Além disso, outros equipamentos relacionados ao processo de produção de vídeos (iluminação, suportes e estantes) não eram disponíveis em grande escala e com diversidade de preços.

Nesse sentido, diante dessas limitações um desses fãs utilizará seus equipamentos do modo mais eficiente possível em relação às condições do ambiente. Em alguns casos, gambiarras são utilizadas para contornar os problemas da gravação. Contudo, a questão que é importante aqui é o fato de que direcionar a câmera ao instrumento exige menos preparação e matérias para uma gravação.

Além disso, soma-se também os usos de programas de edição de vídeo que exige técnica específica para conseguir reunir o material e produzir o clipe musical. Portanto, o artista está em meio a essas questões técnicas que influenciam sua tomada de



decisões na hora de produzir os vídeos para serem expostos online. No caso de vídeo em que você não mostre seu rosto, como nesta categoria *artista sem rosto*, pode-se eliminar o trabalho necessário para alinhar os movimentos corporais com a expressividade singular do rosto na performance pretendida.

Durante a observação participante, vale destacar, foi notado ser consideravelmente mais fácil, conseqüentemente, mais rápido, conseguir uma boa tomada quando a única preocupação é a de tocar a música com o foco da câmera no instrumento. Isso remove a necessidade de pensar as expressões faciais que estariam na performance.

O que estamos querendo ressaltar é que esses fatores indicam que a lógica dessa produção não deve ser pensada somente pelo pressuposto de que alguém está escondendo parte de sua identidade apesar de poder ser um fator importante em alguns casos.

Lidar com uma câmera, com intuito de gravar para o YouTube pode ser intimidador para muitas pessoas, até mesmo alguns artistas com experiência de palco. Conforme destacado por Simon Frith (1996) nos lembra que a performance musical é um momento de comunicação direta e dinâmica entre artista e público que acontece no período da apresentação musical. Porém, a câmera não interage de forma dinâmica como o público e a intenção de compartilhar o material via internet adiciona uma dimensão virtual ao objeto, na qual ele representa os olhos do potencial público que assistirá aos vídeos. As lentes da câmera virtualizam um palco no local da gravação e representam os olhos de estranhos em locais desconhecidos.

Se considerarmos o YouTube como um grande palco, podemos ver que o medo da exposição pública pode ter condicionado inicialmente esse tipo de produção audiovisual. Maciente (2016), que realizou um estudo sobre medo de palco de músicos em apresentações ao vivo, aponta que a performance pública causa um medo de exposição da identidade do sujeito que está com o foco da atenção sobre ele. É um tipo de situação que pode fazer o *performer* se posicionar de modo defensivo para proteger sua intimidade, fazendo com que isso afete o tipo de performance musical gravada e exposta. O que queremos apontar com essa ideia é que esse tipo de sentir pode impor algum tipo de pressão sobre esse fã-artista que pretendia compartilhar suas experiências musicais no YouTube.

Importante nessa hipótese levantada é que raramente notamos algum comentário do público pedindo para que o artista mostre seu rosto. A proposta do vídeo



era compreendida dentro do formato apresentado. Nisso, vale apontar um fato curioso no qual o artista Taioo (2016), em postagem no Facebook, agradecia os fãs por ter chegado à marca de 90 mil inscritos no YouTube. Nessa postagem ele comentou da possibilidade de fazer uma revelação de seu rosto ao atingir 100 mil. O que nos chamou a atenção nesta postagem é o fato de que em 18 respostas que recebeu, ninguém comentou sobre a possibilidade de ver o rosto do artista. No caso específico desse artista, os fãs preferiram só responder uma outra pergunta, também feita por ele, sobre quais as músicas que gostariam de ouvir.

Artista não visível

A última categoria, *artista não visível*, refere-se aos vídeos compostos por imagens estáticas ou filmes de *gameplay* enquanto a música toca. A figura humana do artista, portanto, não está presente em imagem no vídeo. A presença do artista só é notada por meio do som.

No que se refere ao vídeo do tipo *artista não visível*, o aspecto visual é composto, predominantemente, por imagens originais ou alternativas extraídas do jogo no qual a música foi criada. Como resultado, a experiência de consumo desse material é semelhante à prática de ouvir uma música enquanto se aprecia uma obra de arte baseada no jogo. Essa forma de apresentação, no entanto, pode fazer com que a atenção se concentre mais no conteúdo sonoro do que no visual. É comparável, por exemplo, a escutar uma música enquanto se observa a arte da capa de um álbum.

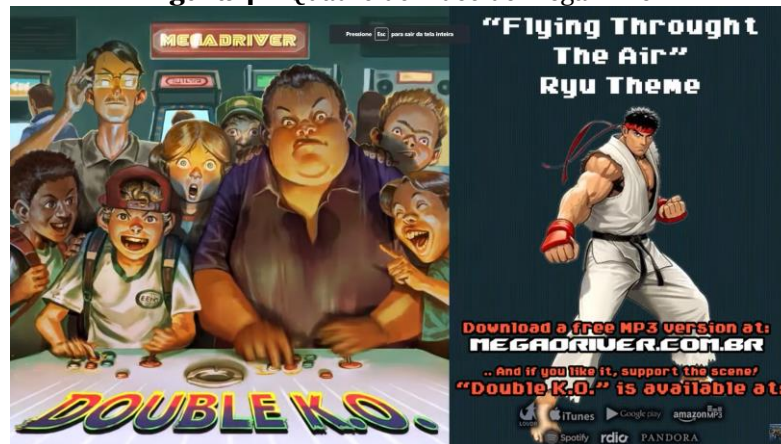
A imagens utilizadas, por se basearem em algum jogo, impõe uma restrição na fruição estética provocando o acesso de memórias que possuem correlação com aquelas artes. Desse modo, a imagem adquire a função de sugerir caminhos para a experiência de consumo, expandindo o horizonte de fruição estética para além do som. O caráter estático das imagens, por outro lado, pode desestimular o público consumidor a continuar a observar a tela, fazendo com que o vídeo seja acessado exclusivamente para a audição da música em si.

Esse tipo de vídeo é utilizado como estratégia de divulgação por artistas que atuam principalmente fora do YouTube. Em 2014, por exemplo, a banda MegaDriver lançou o álbum *Double K.O.* contendo diversas versões de jogos do gênero luta e utilizou o YouTube para divulgar este álbum com vídeos do tipo *artista não visível*. Cada vídeo consistia em apenas duas imagens simultâneas dispostas lado a lado



(Figura 4), com a música tocando ao fundo. A única alteração visual acontece na edição de cores para simular um efeito de luzes em movimento.

Figura 4 – Quadro do vídeo de MegaDriver



Fonte: Canal megadriver no YouTube, 2014¹⁷

Na Figura 4, podemos notar que a arte é composta por duas imagens com elementos da cultura *gamer*. Primeiro, há uma imagem com jovens impressionados enquanto olham na direção da tela de um arcade, que está posicionada no local de quem está observando a imagem (nós). Nela, dois dos jovens estão segurando os controles do arcade enquanto os outros estão acompanhando o jogo. Ao fundo, algumas máquinas de arcades para complementam a ambientação do cenário.

Essa imagem remete ao ato de ir jogar nos fliperamas (arcades), que foram bastante populares no Brasil nas décadas de 1980 e 1990. O ponto de vista da arte evidencia as expressões dos jovens que parecem fascinados pelo conteúdo na tela, o jogo. É uma imagem estática que, apesar de não convidar muito o ouvinte a ficar atento a ela, estimula uma experiência estética a nível cognitivo baseada em lembranças que o sujeito possa ter com esse jogo ou com a identificação construída com os personagens representados.

No lado direito da arte, por exemplo, percebe-se o personagem Ryu, da série de *games* Street Fighter (1987), o que é ainda mais um reforço imagético para provocar a memória dos ouvintes e comunicar a música que está sendo tocada.

Outro tipo de produção é aquela em que há um vídeo de *gameplay* (um vídeo do jogo) enquanto a música é tocada. Esses vídeos são recortados e editados para se encaixarem ao tempo da versão musical apresentada. O resultado disso são vídeos em que a experiência de jogo não se expressa por eles de forma completa, pois o *gameplay*

¹⁷ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=g1_s2oWqaLM. Acesso em: 20 mar. 2023.



adquire um caráter secundário, sendo apenas pretexto referencial para a experiência musical e com potencial de instigar ainda mais a memória de quem está assistindo a acessar as lembranças dos momentos de jogo.

Na verdade, podemos pensar a corporeidade dessas performances como imaginadas (FRITH, 1996; HARGREAVES, 2012). Simon Frith (1996, p.211), em seu trabalho sobre performance na música, destaca a relevância da experiência de escuta, na qual nós, enquanto ouvintes adicionamos imagens em nossa mente para complementar a performance, podendo ser até a imaginação dos movimentos dos artistas. É um processo de preenchimento cognitivo que acontece no vácuo da *esquizofonia*,¹⁸

A ideia de Frith (1996) é importante por apontar o fato de que a imaginação do ouvinte procura preencher as brechas daquilo que sente falta na experiência. Nesse sentido, é uma possibilidade de construirmos parte dessa experiência por meio de uma base sugerida pelo material musical com que entramos em contato.

David Hargreaves (2012) vai além dessa ideia e sugere a imaginação como base cognitiva da atividade musical. Ele propõe que a imaginação na escuta é simultaneamente criativa e dinâmica, pois o “ouvinte e o contexto estão em constante estado de interação mútua”¹⁹ (HARGREAVES, 2012, p. 553, tradução nossa) e isso representa uma mudança constante nas preferências individuais, nos gostos, influenciando na *performance* musical pensada de modo amplo, como formas de interpretação, expressão, composição e improvisação.

Nesse sentido, os vídeos do *artista não visível* parecem conduzir para um tipo de *performance* da própria experiência de jogar que surge em processos mnemônicos cognitivos, considerando a relação prévia do fã jogador com o jogo. A *performance* apresentada nesses tipos de vídeo seria a de uma experiência de jogo comunicada, porém com abertura suficiente para uma apropriação imaginativa que possibilita, durante o consumo, certo agenciamento da fruição estética.

Considerações finais

¹⁸ Esquizofonia é um conceito de Murray Schafer (1991) que aponta uma mudança que os desenvolvimentos tecnológicos causaram na escuta humana. A relação de escuta sempre foi direta com o objeto produtor do som, mas com o advento do rádio, por exemplo, podemos escutar esses sons que foram gravados em outros momentos e por meio de alto-falantes.

¹⁹ No trecho original: “*the listener and the context are in a constant state of mutual interaction*”.



Este artigo procurou apresentar uma síntese das categorias que utilizamos para entender as práticas de consumo e produção de *game music* no YouTube. Como puderam notar, as quatro categorias tomam como ponto de partida o modo de fazer, pois é por meio dessas formas de vídeo que os fãs comunicam seus afetos em relação a *game music*. O que queremos apontar é que esses vídeos promovem espaços nos quais os fãs podem fruir experiências estéticas significativas em que a cultura dos *games* é exaltada como algo comum entre os sujeitos.

Portanto, a utilização destas categorias é baseada na ideia de que o modo de fazer (forma), integrado ao conteúdo, proporciona um tipo específico de relação com o material da *game music* e com o tipo de reação que causa ao seu público. Essas categorias, assim, apresentam-se como forma de embasar a análise proposta aqui, mas é importante que não sejam consideradas como finais ou imanentes. Sua utilização em outros contextos pode requerer uma adaptação.

Devido ao fluxo amplo de subjetividades possíveis que podem ser associadas à *game music*, é importante pontuar que a imprecisão de elementos característicos fixos dessa música é uma abertura para uma apropriação conceitual e para criação de expressões únicas por meio dela. Nesse sentido, o que realmente sugerimos é a utilização dessas categorias como um caminho para pensar a cultura da *game music* em relação às outras formas culturais, pois é no entrelaçamento com outras práticas culturais que esta música se impulsiona pelo mundo em diversas mídias e plataformas.

Desse modo, outras culturas também ficam em fluxo nas práticas da *game music*, como os gêneros musicais que se associam primeiramente pela sonoridade, mas que acabam possibilitando a ligação entre culturas diferentes. Franco Fabbri (1980) nos lembra que os gêneros musicais são construídos por convenções historicamente produzidas na relação cotidiana dos sujeitos. Sendo assim, tanto arranjo quanto performance desses *covers* de *game music* são moldados pelo poder que cada gênero musical tem em se impor historicamente a cada sujeito que se propõe a praticá-lo. Esse tipo de fator influencia diretamente na produção audiovisual de todas as quatro categorias apresentadas, contribuindo para intersecção estética entre esses universos.

Por fim, o YouTube tem sido espaço para troca de experiências de consumo e produção de *game music* que não ficam somente no campo dos jogos. A pesquisa tem demonstrado como os sujeitos projetam suas individualidades em meio ao social por meio da *game music*. Como a *game music* é base para diversos tipos de encaixes estéticos, ela possibilita um uso conveniente dos atores para encontrar espaço de



expressão de suas subjetividades em meio a diversos campos. Desse modo, surgem tanto expressões que promovem a convergência dos sujeitos quanto aquelas que estimulam o conflito e a exclusão.

Referências

AZEVEDO, Claudia. “**É para ser escuro!**” – codificações do black metal como gênero Audiovisual. 244f. 2009. Tese (Doutorado em Música) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

BECKER, Howard. **Art Worlds**. University of California Press: Londres. 1982.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte**: gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Porto: Difel, 1989.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução**: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Editora Aleph. 2009.

BRENNAN, Matt. One is the loneliest number: “one-man bands” and doing-it-yourself versus doing-it-alone. In: GUERRA, Paula; MOREIRA, Tania. (Orgs.). **Keep it Simple, Make it Fast!** An approach to underground music scenes. Porto: Universidade do Porto; Faculdade de Artes e Humanidades, 2015.

CAMPBELL, Colin. O Consumidor Artesão: Cultura, Artesania e Consumo em uma Sociedade Pós-Moderna. **Antropolítica**, Niterói, n. 17, p. 45-67, jul./dez. 2004.

CHION, Michel. **Audio-Visio**: Sound on Screen. Columbia University Press: Nova Iorque, 1994.

COLLINS, Karen. **Game Sound**: Introduction to the History, theory, and practice of Video Game Music and Sound Design. Cambridge (MA): Massachusetts Institute of Technology Press, 2008.

DEWEY, John. **Arte como experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

FABBRI, Franco. A theory of musical genres: Two applications. In: HORN, Ed.; TAGG, P. (Ed.). **Popular Music Perspectives**. Exeter: International Association for the Study of Popular Music, 1980. (p. 52-81)

FISCHER, Ernst. **A Necessidade da Arte**. Zahar Editores S.A: Rio de Janeiro, 1983.

FRAGOSO, Suely; AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel. **Métodos de Pesquisa Para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FRITH, Simon. **Performing Rites**. Oxford University Press: New York, 1996



- GUITAR Hero. Cambridge: Harmonix Music Systems, 2005. Jogo eletrônico.
- HARGREAVES, David. Musical imagination: Perception and production, beauty and creativity. **Psychology of Music**, n. 40, v. 5, p. 539–557, 2012.
- HENNION, Antoine. “As Fast as One Possibly Can ...”: Virtuosity, a Truth of Musical Performance. Stan Hawkins. **Critical Musicological Reflections**. Essays in Honor of Derek B. Scott, Ashgate, p. 125-138, 2012.
- HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. Sage Publications: California. 2000.
- JENKINS, Henry. **Textual poachers: television fans and participatory culture**. Taylor & Francis e-Library, 2015.
- KOZINETS, Roberts. **Netnography: Doing Ethnographic Research Online**. Londres: Sage Publications, 2010.
- LEHMANN, Marco; KOPIEZ, REINHARD. The influence of on-stage behavior on the subjective evaluation of rock guitar performances. **Musicae Scientiae**. N^o17, v.4, 2013.
- MACIENTE, Meryelle Nogueira. **Estratégias de enfrentamento para a ansiedade de performance musical (APM): um olhar sobre músicos profissionais de orquestras paulistas**. 330 p. 2016. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27158/tde-08092016-153009/>. Acesso em: 10 mar. 2023.
- MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1976 [1922].
- MENEGUETTE, Lucas Correia, **A afinação do mundo virtual: identidade sonora em jogos digitais**. 232 f. 2016. Tese (Doutorado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2016.
- PLANELLIS, Joan. Nuevas Tecnologías, Viejas Etnografías. Objeto y método de la antropología del ciberespacio. **Revista Quaderns de l'ICA**, Barcelona, n. 17-18, p. 79-97, 2002.
- SCHAFFER, Murray. **O ouvido pensante**. Editora da UNESP: São Paulo, 1991.
- SHUM, Lawrence. **Topologia(s) sonora(s) nos games**. 243 f. 2008. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008.
- SOUZA, Schneider. **A Video Game Music na Internet: Nostalgia e estética no YouTube**. 158 f. 2014. Dissertação (Mestrado em Música – Musicologia) – Programa de Pró-Graduação em Música, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2014.
- SOUZA, Schneider. **A Cultura da Game Music: práticas de consumo e produção de fãs em momentos além jogo**. 264 f (Doutorado em Comunicação Social) Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2019.
- STREET Fighter, Osaka: Capcom, 1987. 1 jogo eletrônico.
- TAIOO. **90.000 subscribers already! Thank you very much! Now the countdown for 100K (and a face reveal?) begins! I am back and I would like to hear your requests once more. What would you like me to play next? Make your suggestions**



below!. Internet, 2016. Facebook: taioopiano. Disponível em: <https://www.facebook.com/taioopiano/posts/1179041262166678>. Acesso em: 11 ago. 2021.

TURINO, Thomas. **Music as Social Life**. Chicago: University of Chicago Press, 2008.

WESCH, Michael. **An anthropological introduction to YouTube**. Vídeo. Youtube. 2008. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=TPAO-lZ4_hU. Acesso em: 7 de mar. de 2018.



Este é um ARTIGO publicado em acesso aberto (*Open Access*) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.