



UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

RÉGIS WENDEL RABELO LUCCAS

## **PARA ACOMPANHAR SEU DIA**

Controvérsias e negociações entre o consumo das playlists situacionais do  
Spotify e o gosto musical

Niterói

2021

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

RÉGIS WENDEL RABELO LUCCAS

**PARA ACOMPANHAR SEU DIA**

Controvérsias e negociações entre o consumo das playlists situacionais do Spotify e o  
gosto musical

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Simone Pereira de Sá

Niterói

2021

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG  
Gerada com informações fornecidas pelo autor

R114p Rabelo Luccas, Régis Wendel  
Para acompanhar seu dia. : Controvérsias e negociações  
entre o consumo das playlists situacionais do Spotify e o  
gosto musical / Régis Wendel Rabelo Luccas ; Simone Maria  
Andrade Pereira de Sá, orientadora. Niterói, 2021.  
178 f. : il.

Dissertação (mestrado)-Universidade Federal Fluminense,  
Niterói, 2021.

DOI: <http://dx.doi.org/10.22409/PPGCOM.2021.m.39381386889>

1. Spotify. 2. Playlists. 3. Gosto musical. 4. Sistemas de  
recomendação musical. 5. Produção intelectual. I. Pereira  
de Sá, Simone Maria Andrade, orientadora. II. Universidade  
Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social.  
III. Título.

CDD -

Bibliotecário responsável: Debora do Nascimento - CRB7/6368

## **RÉGIS WENDEL RABELO LUCCAS**

*Para acompanhar seu dia:* Controvérsias e negociações entre o consumo das playlists situacionais do Spotify e o gosto musical

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre em Comunicação.

### **BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Simone Pereira de Sá – Orientadora  
Universidade Federal Fluminense (UFF)

---

Prof. Dr. Felipe da Costa Trotta  
Universidade Federal Fluminense (UFF)

---

Prof. Dr. Leonardo Gabriel De Marchi  
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

---

Prof. Dr. Jeder Silveira Janotti Júnior  
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Às mulheres da minha família, as quais renovo minha admiração a cada dia pela força, persistência e resistência na luta por seus objetivos. Em especial, àquelas que dedicaram uma parte da vida ensinando e inculcaram em mim o gosto pelos livros.

## AGRADECIMENTOS

Sou grato à diversas pessoas e instituições que apoiaram e viabilizaram o desenvolvimento deste trabalho, bem como àqueles com os quais eu realizei trocas e debates profícuos em congressos e grupos de pesquisa.

À minha mãe, Nívea, e à minha tia, Neiva, por sempre acreditarem em mim e terem dado o apoio incondicional para continuar a estudar, mesmo nos momentos de maiores adversidades e de difíceis escolhas. Nada disso aconteceria sem o amor de vocês.

Ao meu pai, Antonio Claudio, pela parceria, dedicação e amor de uma vida toda.

Ao Felipe, por toda a torcida, paciência, disponibilidade em ajudar, e principalmente pela união. É um privilégio estar ao seu lado.

À minha querida orientadora Simone Pereira de Sá, pelo acolhimento, dedicação, paciência e confiança desde a primeira orientação num café do Cosme Velho, passando pelos congressos, viagens e projetos que tive o prazer de participar. Além de ser uma referência para mim, o contato com Simone – mesmo que à distância na maior parte do tempo – me permitiu conhecer com uma figura humana de uma generosidade ímpar.

Aos usuários e usuárias do Spotify que aceitaram contribuir com esta pesquisa por meio das entrevistas, relatando suas experiências pessoais, seus sentimentos, suas histórias e suas rotinas.

Aos professores e professoras que gentilmente aceitaram compor as bancas de qualificação e defesa, pelas interlocuções e inspirações que me trouxeram através de seus trabalhos.

Ao PPGCOM da UFF, pela qualidade indiscutível do ensino e das disciplinas, que, sem dúvida, possibilitaram o aprimoramento do meu olhar crítico para as questões e fenômenos da atualidade. Desejo que a pesquisa seja cada vez mais valorizada e integrada à construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

Aos queridxs Labculters, que com tanto carinho e um punhado de afeto compartilharam ideias e diálogos que enriqueceram este trabalho e me permitiram conhecer temas e objetos de pesquisas tão instigantes. Um brinde!

À Pauline Saretto e Leonam Dalla Vecchia pela amizade que nasceu de nossas pesquisas e ao apoio mútuo e sincero nesse percurso, que resultou em um artigo e muitas risadas.

Aos amigos e amigas, colegas de trabalho, que me apoiaram e incentivaram a ideia de apostar na formação acadêmica quando só a rotina de trabalho não me completava.

À CAPES, pelo financiamento desta pesquisa.

Na parede de um botequim de Madri, um cartaz avisa: Proibido cantar. Na parede do aeroporto do Rio de Janeiro, um aviso informa: É proibido brincar com os carrinhos porta-bagagem. Ou seja: Ainda existe gente que canta, ainda existe gente que brinca.

Eduardo Galeano

RABELO LUCCAS, Régis W. *Para acompanhar seu dia: Controvérsias e negociações entre o consumo das playlists situacionais do Spotify e o gosto musical* [dissertação]. Niterói: Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2021.

## RESUMO

Esta dissertação lança o olhar sobre as playlists da plataforma Spotify que direcionam a fruição musical para determinados *moods* e situações cotidianas, aqui identificadas como playlists situacionais, a fim de investigar a percepção dos usuários acerca dessas categorizações, identificando, nesse processo, reforços e tensionamentos do gosto e dos valores simbólicos e afetivos que os ouvintes partilham em relação à fruição cotidiana, bem como as negociações que estes realizam entre os atores humanos e não-humanos que integram o consumo musical no ecossistema digital. Para tanto, a pesquisa adota a Teoria Ator-Rede (LATOUR, 2012) e a Performance de gosto (HENNION, 2001; 2011) como principais referenciais teórico-metodológicos capazes de mapear as controvérsias e negociações envolvendo as recomendações algorítmicas do Spotify e os agenciamentos estéticos (DENORA, 2000) mediados pela experiência musical nas plataformas. A problematização do trabalho tem como premissa a conjuntura de plataformização da música que levou com que as corporações de streaming apostassem no gosto musical dos usuários como o principal marcador de consumo e desenvolvessem sistemas de curadoria e recomendação baseados na personalização das preferências musicais. A partir da realização de entrevistas em profundidade com usuários frequentes da plataforma, foi possível identificar sentidos e dissensos entre as categorizações e o gosto dos usuários, e como estes se apropriam das playlists e de seus imaginários para dar suporte à realização de atividades cotidianas, modulação das emoções e ambientação de espaços.

**Palavras-chave:** Spotify; playlists; performance de gosto; sistemas de recomendação

RABELO LUCCAS, Régis W. *To keep up during your day: Controversies and negotiations between the consumption of Spotify's situational playlists and the musical taste* [dissertation]. Niterói: Postgraduate Program in Communication, Fluminense Federal University, 2021.

## ABSTRACT

This dissertation aims to study the playlists on the Spotify platform that direct musical enjoyment to certain moods and everyday situations, that here is called situational playlists, in order to investigate the user's perception about these categorizations, identifying, in this process, reinforcements and tensions of the taste and symbolic and affective values that listeners share in relation to everyday enjoyment, as well as the negotiations between human and non-human actors who integrate music consumption in the digital ecosystem. Thus, this research adopts the Actor-Network Theory (LATOURE, 2012) and Taste as Performance (HENNION, 2001; 2011) as the main theoretical and methodological references capable of mapping the controversies and negotiations between the algorithmic recommendations of Spotify and the aesthetic agency (DENORA, 2000) mediated by musical experience on streaming platforms. The assumption of this work is related to the platformization of music that led streaming corporations to bet on the user's musical taste as the main consumption indicator and to develop curation and recommendation systems based on the personalization of music preferences. By conducting in-depth interviews with frequent users of the platform, it was possible to identify agreements and disagreements between the categorizations and the user's taste, and how they make use of playlists and their symbolic values to support the performance of daily activities, emotion modulation and ambience.

**Keywords:** Spotify; playlists; taste as performance; recommendations systems

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Interface da playlist <i>Sextou</i> .....	18
Figura 2 – Interface da playlist <i>Meditação e Relaxamento</i> .....	59
Figura 3 – Interface da playlist <i>Paixão Bandida</i> .....	65
Figura 4 – Interface de uma página inicial do Spotify.....	69
Figura 5 – Interface da playlist <i>Retrôvisor</i> .....	79
Figura 6 – Interface da playlist <i>Alongamento</i> .....	80
Figura 7 – Interface e conteúdo da playlist <i>Jantar Relax</i> .....	88
Figura 8 – Interface inicial do questionário.....	105
Figura 9 – Questão sobre a frequência de acesso dos usuários ao Spotify.....	106
Figura 10 – Questão sobre a forma de acesso à música em atividades cotidianas.....	107
Figura 11 – Questão sobre autorização para contato.....	108
Figura 12 – Perfil demográfico da primeira filtragem.....	109
Figura 13 – Compilado de playlists apresentado nas entrevistas.....	116
Figura 14 – Painel de análise das entrevistas.....	119
Figura 15 – Interface e conteúdo da playlist <i>Songs to sing in the Car</i> .....	147
Figura 16 – Interface da playlist <i>Hits Felizes</i> .....	150
Figura 17 – Interface da playlist <i>Faxina Nostalgia</i> .....	151
Figura 18 - Interface da playlist <i>Verão Forever</i> .....	157

## SUMÁRIO

<b>A playlist ideal para o seu momento: Uma introdução.....</b>	<b>13</b>
<b>Capítulo 1: Mapeando controvérsias. Dinâmicas e disputas que ambientam as categorizações no Spotify.....</b>	<b>30</b>
1.1 Do MP3 ao Daily Mix. Um percurso histórico de plataformização da música popular massiva.....	32
1.2 Um não-humano personalizado: A lógica algorítmica na categorização musical..	54
<b>Capítulo 2: Afetos e “gatilhos”. A relação cotidiana entre sujeito e música como marca das categorizações situacionais.....</b>	<b>67</b>
2.1 A dimensão reflexiva e os tipos de agenciamentos estéticos decorrentes da experiência musical cotidiana.....	71
2.2 A contribuição das noções de gênero e gosto musical ante as dinâmicas da cultura musical digital.....	81
<b>Capítulo 3: Investigando associações. Referenciais metodológicos e abordagens de pesquisa.....</b>	<b>96</b>
3.1 Experiências narradas: vantagens e limitações da entrevista enquanto abordagem qualitativa.....	97
3.2 Registros metodológicos sobre a aplicação e análise das entrevistas.....	102
<b>Capítulo 4: Analisando tensões, reforços e negociações na escuta das playlists situacionais.....</b>	<b>120</b>
4.1 Plataformas utilizadas.....	120
4.2 A música no cotidiano.....	125
4.3 A experiência com as playlists.....	142

**Considerações Finais.....164**

**Referências Bibliográficas.....169**

## A PLAYLIST IDEAL PARA O SEU MOMENTO: UMA INTRODUÇÃO

Em abril de 2020, a corporação *Spotify Technology S.A.*, detentora da plataforma de streaming de músicas, podcasts e vídeos Spotify, divulgou seu relatório financeiro referente ao primeiro trimestre do ano<sup>1</sup>, contendo dados consolidados sobre o percentual de crescimento de seus usuários, receita, margens de lucro e participação de mercado, como de costume. Seria um balanço usual, periodicamente divulgado ao mercado fonográfico, não fosse por uma parte dedicada aos impactos causados pela pandemia de COVID-19, não só em suas metas e estrutura empresarial, mas também no consumo e engajamento dos usuários com o conteúdo fonográfico e audiovisual hospedado na plataforma. O relatório, de abrangência global, apontou mudanças significativas na rotina de consumo musical dos usuários nos períodos de fevereiro e março, em razão das restrições pelas medidas de distanciamento e *lockdown* implementadas em diversos países.

Com base em seus dados e levantamentos, o relatório apontou para um aumento no tempo de escuta musical em atividades como “cozinhar, fazer tarefas, ter um tempo para a família e relaxar em casa”, atividades domésticas relacionadas ao maior período de permanência dos usuários em seus lares. O balanço trimestral cita também um estudo realizado nos Estados Unidos pelo Spotify, que aponta para o fato de que os usuários estariam fazendo maior uso de determinado conteúdo da plataforma para gerenciar a ansiedade e o estresse nos momentos de isolamento, o que justificaria, na visão da corporação, o notável aumento das buscas relacionadas a termos como “relaxamento” e “instrumental”.

Outro levantamento realizado pelo Spotify, dessa vez no Brasil, também apontou para o crescimento da procura por playlists com faixas e trilhas sonoras indicadas para serem ouvidas durante atividades domésticas e cotidianas, segundo matéria do jornal Estadão<sup>2</sup>. A pesquisa, realizada entre abril e maio de 2020, comparou playlists criadas no período com relação às playlists criadas na última semana de fevereiro, momento anterior à oficialização da quarentena no país. O levantamento mostrou um aumento na criação

---

<sup>1</sup> Spotify First Quarter 2020 Financial Performance. Disponível em: <https://bit.ly/Spotify20Q1>. Acesso em 09.jun.2020

<sup>2</sup> Estadão: “Pesquisa mostra estilos de playlists mais criadas durante quarentena; confira”. Disponível em: [https://bit.ly/Estadao\\_Spotify](https://bit.ly/Estadao_Spotify). Acesso em 09.06.2020

de coletâneas musicais para serem consumidas durante atividades como “limpar a casa”, “cortar o cabelo”, “cozinhar” ou “dançar em casa”. A matéria ainda identificou algumas playlists criadas pelo próprio Spotify ou por produtoras com títulos que remetem a atividades domésticas como “Rotina de Beleza<sup>3</sup>” e “Dançando com as crianças<sup>4</sup>”.

Ainda que sejam resultados de pesquisas com vieses estritamente mercadológicos ou comerciais, e sem maiores detalhamentos a respeito da metodologia utilizada, os levantamentos citados ajudam-nos a descortinar o cenário atual que envolve o objeto da presente pesquisa: O Spotify e a categorização musical em playlists relacionadas a momentos e atividades cotidianas. Descrevo tal cenário como atual, pelos exemplos estarem diretamente relacionados com as dinâmicas que o isolamento social provocou nos últimos meses em razão da pandemia de COVID-19, onde o ambiente doméstico e as atividades familiares passaram a ser o principal espaço da fruição musical. Todavia, tal distribuição taxonômica da música em plataformas de streaming por agrupamentos que extrapolam a classificação entre gênero-artista-álbum-faixa não somente é anterior ao contexto global do Coronavírus, como também é verificada em outras plataformas como Deezer, YouTube Music, Resso, SuperPlayer.

Percebo, dessa forma, que as categorizações musicais podem assumir um caráter fluido e múltiplo a depender de diversos fatores que circunscrevem as suas condições de fruição. Refiro-me a uma rede que envolve desde as disputas em torno da noção de gênero musical (FRITH, 1996; FABBRI, 2012; JANOTTI JR., 2003; JANOTTI JR.; PEREIRA DE SÁ, 2019), passando pela dimensão de agentes dos artefatos técnicos e suas materialidades (LATOURE, 1991, 2012; MILLER, 2013), sobretudo no ambiente digital, como também a capacidade da música em configurar estados afetivos, constituir corpos e construir espaços de sociabilidades (MIDDLETON, 1990; DENORA, 2000, BORN, 2013, HERSCHMANN, 2018). Essa constituição permite-nos brevemente vislumbrar a variedade de abordagens, perspectivas e premissas possíveis ao estudo da música na Comunicação. A compreensão e articulação dessas diversas abordagens, frente aos fenômenos e às práticas metodológicas a serem adotadas, consiste no desafio de grande parte dos pesquisadores e pesquisadoras no campo da Comunicação e que, portanto, também tange o presente trabalho de mestrado.

---

<sup>3</sup> Playlist Rotina de Beleza. Disponível em: <https://bit.ly/RotinaBeleza>. Acesso em 19.jun.2020.

<sup>4</sup> Playlist Dançando com as Crianças. Disponível em: <https://bit.ly/DancandoCrianças>. Acesso em 19.jun.2020.

É necessário, inicialmente, contextualizarmos o atual espaço ocupado pelas plataformas de streaming na indústria da música popular massiva, problematizando os contornos que os dispositivos sonoros mediados pelas tecnologias digitais têm impresso sobre a construção das experiências musicais.

As plataformas de reprodução sonora via transmissão direta de dados sem armazenamento, conhecidas como plataformas de streaming de música, emergiram e se popularizaram no início da década de 2010, diante de um cenário de vertiginosa queda da venda de discos físicos e um crescimento do compartilhamento ilegal de fonogramas e conteúdos audiovisuais pela internet, via *download*. Porém, em poucos anos, o consumo de fonogramas nos meios digitais assumiu o protagonismo entre as fontes de receita da indústria da música, a nível global e nacional<sup>5</sup> e constituiu um dos principais agentes responsáveis pela mudança mercadológica observada desde então. De Marchi (2016) identifica a ascensão das plataformas de streaming em um período de articulação do mercado fonográfico com empresas de nível global denominadas por ele como “empresas eletrônicas de música” (DE MARCHI, 2016, p. 198-199), que passaram a desempenhar um papel intermediário, que até então não havia sido claramente delimitado, de organizar e categorizar os conteúdos fonográficos digitais dos artistas, produtoras e editoras de forma que essas categorias correspondam às expectativas de seus usuários finais, os consumidores.

Desde este marco temporal, nota-se reordenações na forma de consumo da música a partir de sua plataforma e o conseqüente esforço das grandes corporações detentoras dos direitos em acompanhar a entrada do consumo dos fonogramas no mercado digital sem perder a participação que outrora obtinham por meio das cópias físicas, CDs e do rádio. Sob o discurso da comodidade do controle de seleção e reprodução do conteúdo pelos usuários – o qual será problematizado no capítulo seguinte – e de um aparente acesso ilimitado e instantâneo, tais empresas eletrônicas de música puderam disponibilizar uma maior gama de gêneros, versões, estilos de conteúdo audiovisual em suas mídias e a apurar as técnicas de aferição do conteúdo reproduzido em tempo real.

---

<sup>5</sup> Segundo dados da Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD), em 2008 a venda de cópias físicas (CDs e DVDs) no Brasil liderava a receita da indústria fonográfica com uma quantia de R\$ 316,4 milhões, representando 88% da arrecadação anual. Dez anos depois, em 2018, o setor de streaming já liderava com folga a maior fatia da arrecadação da indústria, com uma receita de R\$ 207,8 milhões, representando 69% do total. Os downloads e cópias físicas representaram 2,9% e 1,4% do total, respectivamente. Disponível em: <https://bit.ly/ABPD2008> e <https://bit.ly/ABPD2018>. Acesso em 10.ago.2019

Em consonância com alguns estudos que localizam a ascensão das plataformas em meio a consolidação de uma “cultura do acesso” (KISCHINHEVSKY, 2015), partimos do pressuposto que o alcance a uma ampla gama de conteúdos sonoros em uma única plataforma, de forma interativa, permitiu a aposta dessas corporações em diversos tipos de formatos e categorizações, muitas vezes alternativas ou complementares às classificações genéricas advindas dos *majors* e produtoras. Dentre os diversos conteúdos criados pelo Spotify: podcasts, estações de rádio, agendas de shows; são justamente as playlists situacionais – que se utilizam de categorizações relacionadas a atividades humanas ou *moods*<sup>6</sup> - o meu objeto de estudo.

No contato diário com a plataforma, enquanto usuário, foi possível encontrar categorizações musicais com títulos sugestivos como: “Faxina com Sofrência”, “Jantar Relax”, “Treino Funk”, “Louvando e Louça”, “Cantando no chuveiro”, com imagens e descrições de conteúdo que convidam o usuário à escuta ubíqua, direcionando a fruição sonora da coletânea para determinadas atividades cotidianas como trabalhar, correr, dormir, cozinhar, acordar, tomar banho ou até mesmo fazer sexo. Não é por acaso que a dinâmica de consumo dessas coletâneas parece reforçar a noção de “escuta conexa” (JANOTTI JR., 2020) ao permitir que os ouvintes se tornem seguidores da playlist, acompanhem seus lançamentos, curtam, salvem ou compartilhem seu conteúdo, entre outras formas de interação que se traduzam em experiências prazerosas. Essas percepções me levam ao encontro de estudos como os de Eriksson et alli (2019) e Werner (2020), que demonstram como a corporação sueca, na última década, passou a apostar no gosto musical dos usuários como o principal marcador de consumo no ambiente digital:

Por muitos anos, a interface do Spotify se baseou na ideia de que o usuário sempre possuía o pleno conhecimento de suas preferências musicais, mas, então, ocorreu a virada curatorial, e as recomendações musicais personalizadas gradualmente se tornaram a característica central da plataforma. (ERIKSSON et alli, 2019, p. 78, tradução livre)<sup>7</sup>.

De fato, a aposta da plataforma na descoberta das preferências dos ouvintes fica evidenciada nas playlists situacionais. Por exemplo, com mais de 627 mil usuários

---

<sup>6</sup> Em livre tradução da língua inglesa, *mood* significa humor. No entanto, a expressão é comumente utilizada na língua portuguesa para designar uma frequência afetiva ou estado emocional. Conforme desenvolvermos a seguir, o Spotify utiliza-se do termo na recomendação de playlists cuja fruição foi pensada em função de um determinado estado emocional do usuário: alegria, tristeza, concentração, preguiça, raiva, tranquilidade.

<sup>7</sup> No original: For many years, Spotify’s interface was based on the idea of a user always possessing perfect knowledge of her own musical preferences, but then the curatorial turn occurred, and personalized music recommendation gradually became the central feature.

seguidores<sup>8</sup>, a playlist “Cafezinho” parece apostar no prazer da atividade de consumir café como um marcador de experiência musical, e possui a descrição: “Pegue seu café, ache um bom lugar pra sentar, ajuste seu fone de ouvido e aproveite o momento.”, sem fazer nenhuma referência verbal aos gêneros musicais e artistas ali contidos. Já a playlist “Sol e Churrasco”, com quase 578 mil usuários seguidores<sup>9</sup>, descreve a mistura de estilos como o seu principal ingrediente: “Tem sertanejo! Tem funk! Tem pagode! A melhor trilha para embalar seu churrasco.”, partindo do pressuposto de que o usuário reconheceria tais gêneros e os imaginários que eles acionam como adequados ao ambiente festivo de um churrasco. Além disso, é possível encontrar agrupamentos com um recorte temporal, relacionados a determinadas sazonalidades ou atividades de determinados dias da semana, como as playlists “Verão Forever”, “Sol de Domingo” e “Sextou”, que conta com mais de 1 milhão de usuários seguidores<sup>10</sup>.

FIGURA 1: INTERFACE DA PLAYLIST SEXTOU



FONTE: SPOTIFY

Outras categorizações, ainda, são direcionadas à escuta de acordo com a sintonia emocional do ouvinte, os *moods*, posicionando-se como ferramentas para o desempenho de determinadas atividades. Poderíamos considerar, a priori, que essa abordagem busca explorar o que Tia DeNora (2000) classifica como dimensão modulatória da música, capaz de estimular sensações que provocam ou dão suporte a ações. Novamente, diversas playlists de autoria do Spotify direcionam a fruição musical para atividades por meio dos títulos, imagens e descrições. Com mais de 578 mil usuários seguidores<sup>11</sup>, a playlist “Corra Numa Boa” aborda o ouvinte com a seguinte descrição: “Quer fazer aquele

<sup>8</sup> Dados de acesso em 19.jun.20. Disponível em: <https://bit.ly/PlayCafezinho>.

<sup>9</sup> Dados de acesso em 19.jun.20. Disponível em: <https://bit.ly/PlaySolEChurrasco>.

<sup>10</sup> Dados de acesso em 19.jun.20. Disponível em: <https://bit.ly/PlaySexta>.

<sup>11</sup> Dados de acesso em 17.jun.20. Disponível em: <https://bit.ly/PlayCorraNumaBoa>.

exercício empolgante e sem estresse? Fizemos uma playlist com o som certo para você alcançar novas metas.”. Coletâneas como “Paixão Bandida”, “Coração Partido”, “Rage Beats”, “Concentração Perfeita” e “Desplugado” são outros exemplos de classificações musicais na plataforma que se utilizam da dimensão afetiva do usuário.

Para além dessas formas de categorização inicialmente identificadas, podemos dar destaque também às playlists que se apropriam de causas ou manifestações populares e culturais. Como as demais citadas, essas coletâneas também parecem explorar o consumo situacional da música, indicando-nos a amplitude e extensão que a problematização do objeto pode ganhar em direção às articulações entre estética e política nas plataformas. Playlists como “Vozes do Brasil”, “Funk Consciente”, “Horizonte Preto”, “Lacradorxs”, “Club Resistance”, e “Fervo”, entre outras, acrescentam temáticas políticas e pautas identitárias às sugestões de fruição ubíqua que ajudam-nos a descortinar as diversas dinâmicas e atores envolvidos na problematização apresentada, podendo vir a desenvolver embasamentos a estudos que se proponham a lançar luz sobre a dinâmica do consumo musical em rede, como nos exemplos citados no início dessa obra, de aumento pela busca de uma determinada categorização musical em função de um fenômeno de isolamento social.

Na esteira desse recorte de consumo identificado nas plataformas de streaming envolvendo gêneros, gosto musical, artistas e consumidores, é mister situarmos a presença atuante das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e da inteligência artificial como pano de fundo da discussão. O uso de sistemas algorítmicos pelas redes sociotécnicas é assunto de diversos estudos que tentam compreender as formas de mediação das tecnologias digitais e suas fronteiras entre o humano e o não-humano. plataformas de streaming de conteúdo, bem como as redes sociais, fazem constante uso de inteligências de dados que se processam por meio dos algoritmos, da combinação de informações demográficas, de geolocalização, de práticas folksonômicas<sup>12</sup> e do constante monitoramento das atividades e interações entre usuários de seus domínios.

De certo modo, lançar o olhar sobre a atuação do não-humano no consumo musical e na percepção dos usuários integra o percurso dessa pesquisa já que a circulação

---

<sup>12</sup> Considero o termo folksonomia no ambiente digital com base no trabalho realizado por Amaral e Aquino (2008) sobre as práticas de indexação da plataforma de música Last.fm. Destaca-se como principal característica a capacidade de gerenciamento do conteúdo musical pelos próprios usuários através de agrupamentos por *tags*, permitindo a criação de vastos bancos de dados que revelam práticas de escuta e disputas em torno da construção da noção de gênero musical.

dessas informações nos domínios das corporações traduz comportamentos, identidades e subjetividades que adquirem a capacidade tecnológica de armazenamento em forma de dado. Esses dados, por sua vez, adquirem valor de mercado (COULDRY E MEJIAS, 2018, SADOWSKI, 2019) e permitem às plataformas detentoras dessas informações pressuposições sobre o comportamento e as preferências de um usuário ou grupos que possuam atributos semelhantes.

Diversos pesquisadores, sociólogos, teóricos dos estudos de mídia e comunicólogos como Gillespie (2010; 2018), Papacharissi (2015), Srnicek (2017), Bucher (2018), Grohmann (2019), Santini (2020), entre outros; têm se debruçado sobre os fenômenos da dataficação da vida cotidiana, para além da infraestrutura ou programação das plataformas, com o intuito de identificar as implicações políticas, econômicas, éticas, étnicas, estéticas e culturais do seu caráter midiaticizado. Algumas análises empíricas já identificam os desdobramentos da plataformização da música sobre as dinâmicas de consumo e organização musical. Werner (2020), por exemplo, nos aponta que, a partir de uma “cultura algorítmica” (p. 3), o Spotify consegue criar sistemas de recomendação de conteúdo baseados no gosto e nas experiências musicais dos usuários.

Partindo da contextualização apresentada, me chamou atenção como as playlists mencionadas se valem de prescrições que normatizam os agenciamentos produzidos pela dimensão reflexiva da música, por meio de categorizações intrínsecas a comportamentos humanos, muitas vezes relacionados ao consumo de produtos e serviços ou então relacionados às afetividades e atividades cotidianas. Ao mesmo tempo, percebo que tais categorizações estão inseridas em uma ampla dinâmica de “personalização” do consumo por meio dos sistemas digitais de recomendação de conteúdo (SANTINI, 2020), estabelecida pelos algoritmos com base no comportamento do próprio usuário em diversos contextos, convergindo em um sistema de recomendação musical “cuidadosamente planejado para manter o internauta em terreno conhecido, construindo perfis de usuários que permitem a esses sistemas sugerir-lhes fonogramas supostamente compatíveis com seu gosto pessoal” (KISCHINHEVSKY, 2015, p. 6070). Em outras palavras, ao assumir que a adequação do conteúdo musical ao gosto do usuário é construída em função do contexto da escuta, a plataforma parece imprimir certos contornos sobre a música popular massiva que podem tanto reforçar como tensionar os valores de uso e estéticos que balizam o engajamento afetivo do usuário com a música, bem como os imaginários que atravessam as noções de gêneros partilhadas entre si.

Diante dessa problemática, ao assumir que o gosto e engajamento dos usuários performa de acordo com o momento da escuta, quais controvérsias e desestabilizações a aposta da plataforma em categorizações situacionais e sensoriais pré-definidas provoca em direção aos valores e usos que os usuários fazem da música no dia a dia? De que forma os usuários negociam o consumo dessas playlists entre os diversos atores que circundam a construção do gosto? Assim, considerando desde já as contribuições do pensamento de Bruno Latour (2012), expoente da teoria Ator-Rede, sobretudo para o mapeamento das controvérsias existentes entre os atores humanos e não-humanos que integram a experiência das playlists; a presente pesquisa se propõe a localizar consensos e dissensos provocados pelas categorizações situacionais do Spotify nos agenciamentos estéticos e nas associações entre elementos intra e extramusicais que os ouvintes realizam cotidianamente, tomando o cenário que envolve os sistemas algorítmicos como pano de fundo para a problematização sobre as disputas e tensionamentos envolvendo as playlists e a construção do gosto musical dos usuários. O olhar investigativo para esse cenário dialogará com diversos apontamentos teóricos que demonstram como consumo de música está relacionado a interações sociais que despertam emoções, sentimentos, memórias e constroem espacialidades.

Em face da problematização suscitada, formulo as hipóteses de investigação partindo do pressuposto de que plataformas de streaming como o Spotify popularizaram uma forma de categorização<sup>13</sup> que concentra seu ponto focal nas múltiplas mediações que a música é capaz de produzir entre as sensibilidades dos ouvintes e as relações que estes estabelecem com o contexto social em que a escuta é realizada. O estímulo à fruição musical através de experiências do cotidiano vai ao encontro do que Hennion (2011) destaca como natureza performativa do gosto. Ou seja, o gosto do usuário é constituído não somente pela constatação de uma música, artista ou gênero, mas também pela forma pela qual ele interage e se engaja com o seu conteúdo de forma processual.

Sendo assim, considero que haveria a percepção por parte das corporações que gerenciam as plataformas de streaming do potencial que o consumo musical segmentado por atividades ou *moods* teria de traduzir gostos, afetos, vínculos e práticas no imaginário

---

<sup>13</sup> É importante destacar que as playlists que considero como relacionadas a momentos e atividades cotidianas não são os únicos formatos de categorização musical contidos na plataforma atualmente. O Spotify dispõe de playlists com outras classificações como gênero, subgênero, coletânea por artista e outros formatos que também se popularizaram desde seu surgimento, como os podcasts, e que não pertencem ao recorte dessa pesquisa.

dos usuários. Ao nos aprofundarmos no cenário de plataformização da música, onde a vida cotidiana necessita ser configurada de tal forma que propicie a extração de informações (COULDRY E MEJIAS, 2018), identificaremos a tentativa de monetização das práticas cotidianas em que o gosto musical e os afetos são construídos – como, por exemplo, um almoço de domingo com a família – como parte de um modelo de negócio que aposta no sucesso mercadológico e publicitário desse tipo de categorização musical.

Contudo, a despeito do aparente exitoso investimento econômico e tecnológico das corporações em sistemas algorítmicos delegados a recomendar conteúdo relevante às preferências dos usuários, minha hipótese central consiste na inquietação de que, ainda assim, as categorizações situacionais possam reforçar ou desestabilizar as associações de uma complexa rede de atores que compõem o ato de escuta no ambiente digital, se considerarmos as sonoridades, as materialidades e os recortes sociais que atuam sobre os agenciamentos estéticos que dão suporte à realização de atividades cotidianas.

Embora haja o argumento, por parte das corporações de streaming, de que o desenvolvimento do não-humano tenha possibilitado predições cada vez mais precisas sobre as preferências e valores de uso da música, me debruço sobre a questão partilhando da perspectiva de autores como Janotti Jr. (2015), Soares (2015) e Pereira de Sá (2016) acerca dos modos de habitar a cultura Pop, em que o consumo da música popular massiva é atravessado por expressões produzidas dentro de regras e padrões da indústria da música ao mesmo tempo em que nos possibilita abordar as diferentes formas de apropriações, disputas, negociações e ressignificações dos produtos midiáticos como causa de tensões e controvérsias entre os valores que ela sustenta. Assim, a hipótese central está fundamentada na ideia de que os estudos sobre os desdobramentos da plataformização do consumo musical devem olhar para além das características e atributos dos sistemas de recomendação na organização e circulação dos produtos midiáticos, e posicioná-los como agentes em uma ampla rede de atores, passíveis de produzir consensos mas também rupturas, falhas e apropriações, proporcionando um fértil campo de pesquisa sobre as formas de negociação que os usuários ativamente produzem no uso cotidiano do Spotify.

Em linha com a suposição central, minha hipótese secundária consiste na suspeita de que abordar a recepção das playlists situacionais na chave da performance do gosto proposta por Hennion (2001; 2011) nos auxiliaria a descortinar e compreender de forma processual as apropriações e negociações que os usuários realizam em direção à modulação de seus estados emotivos, às configurações dos espaços sonoros propícios

para a fruição, à expressão dos afetos e valores que delimitam as comunidades de gosto com as quais se filiam e à experiência estética no contato com as materialidades e artefatos tecnológicos. Essa proposição ressoa o esforço de Amaral, Soares e Polivanov (2018) em situar a dimensão performativa do gosto como “categoria metodológica de análise interessante ao ser operacionalizada de forma empírica nas análises de embates de fãs e *haters* na internet” (p. 78). Ademais, a proposta do sociólogo francês em reestabelecer a natureza performativa do gosto, acompanhando o desenrolar do ato de degustação de um objeto, nos permitiria testar se o gosto se constitui como um balizador entre os *moods* e as atividades categorizadas pela plataforma.

Diante das questões traçadas, o objetivo geral da pesquisa consiste em investigar a percepção dos usuários acerca das categorizações situacionais do Spotify, identificando, nesse processo, reforços e tensionamentos do gosto e dos valores simbólicos e afetivos que os ouvintes partilham em relação à fruição cotidiana, bem como as negociações que estes realizam entre os atores humanos e não-humanos que integram o consumo musical no ecossistema digital.

Partindo dessa proposta, os objetivos secundários consistem, em primeiro lugar, revisitar o percurso do processo de plataformação da música na última década, identificando as disputas entre os atores que compõem a cadeia produtiva que levou o Spotify a apostar na performatividade do gosto musical como principal marcador do consumo no ambiente digital. Em segundo lugar, analisar a dinâmica de fruição das playlists da plataforma Spotify levando em consideração a ação de sistemas de recomendação algorítmicos, e identificando, assim, as afetações que os possíveis dissensos entre as prescrições não-humanas e o gosto do usuário podem causar. Por fim, refletir sobre como o caráter reflexivo e os agenciamentos estéticos decorrentes da experiência musical, que modulam os estados afetivos dos usuários e resgatam sensibilidades, interagem com as noções de gênero musical e valores simbólicos que as prescrições das categorizações situacionais acionam.

A justificativa da pesquisa se inicia no meu contato com a plataforma Spotify em dois âmbitos: no pessoal e no profissional. No pessoal, porque desde sempre fui apaixonado por transformar a música em companheira de vida, tornando o ato de buscar e encontrar a trilha certa para uma ocasião quase como um ritual de religação comigo mesmo. Desde o meu primeiro Ipod, a portabilidade que as tecnologias trouxeram para as minhas experiências musicais me compeliavam a (re)classificar os artistas e gêneros que

gostava pelas ocasiões e lugares em que a fruição normalmente acontecia. Era “Anos 90 para dançar”, “Skank para acordar”, “Pop do buzu”, “Festa fim de ano”. Isso culminou com o meu acesso ao Spotify, nos idos de 2015, e com a descoberta de que se podia criar playlists com esse tipo de categorização um tanto quanto “utilitarista”. O contato diário com a plataforma logo me fez perceber que, conforme atualizava o conteúdo dessas coletâneas com lançamentos e novos hits, elas iam assumindo características distintas das iniciais. Esse caráter fluido das categorizações foi o propulsor das minhas inquietações em torno da plataforma.

No âmbito profissional, como publicitário, tive algumas oportunidades de fazer contato com a área de vendas do Spotify, e me chamou atenção como a corporação se posicionava comercialmente como uma plataforma que havia “revolucionado” os modos de se ouvir música, sobretudo a partir de categorias e recomendações que prescrevessem uma escuta ubíqua capaz de acompanhar as transformações nos estados afetivos dos usuários. Seria de fato uma revolução, já que a prática de recorte e mixagem de álbuns e artistas precedia o advento do streaming? Portanto, o contato prévio com o discurso corporativo da plataforma constituiu uma das inquietações que embasam a problematização desta pesquisa.

Ademais, tendo em vista que as categorizações situacionais podem ser encontradas em diversas outras plataformas, a escolha do Spotify também levou em consideração o fato desta atualmente ser a plataforma de streaming de música com maior número de usuários no Brasil. Segundo dados da Kantar IBOPE Media, o Spotify apresenta cerca de 17,9 milhões de usuários frequentes no Brasil, sendo a corporação de streaming musical com maior penetração na população brasileira, à frente de outras plataformas como YouTube Music, Google Play Music, Deezer e AmazonMusic<sup>14</sup>.

Sem me deter a índices meramente quantitativos, esses dados nos ajudam a dimensionar a relevância do Spotify no cenário da indústria fonográfica e a vislumbrar o potencial de alcance das categorizações situacionais, bem como os diferentes recortes econômicos, sociais e culturais que elas encontram num país como o Brasil.

Diante disso, julgo que a proposta desta pesquisa possui relação direta com o campo que compreende os fenômenos das redes sociotécnicas e suas materialidades. Há,

---

<sup>14</sup> Fonte: Kantar IBOPE Media – Target Group Index - BR TG 2021 R1 Covid (Ago20-Mar21) v1.0. Análise da penetração de streaming de música por plataforma no Brasil.

atualmente, a produção de conceituados trabalhos e debates no campo da Comunicação e na grande área da Ciências Sociais que visam entender as reconfigurações da indústria fonográfica diante do surgimento de novos atores na cultura digital, como as plataformas de streaming, considerando a mediação dos objetos técnicos na construção da experiência musical e as questões éticas, sociais e culturais implicadas nesse cenário. Destarte, este trabalho pretende contribuir com o debate sendo um mapeamento sobre os possíveis desdobramentos da lógica da dataficação no consumo dos produtos midiáticos e nas suas práticas de fruição musical. Assim, esforço-me em abordar a música a partir de suas potencialidades comunicativas e como forma de mediação entre produtos midiáticos e sujeitos, constituída a partir de dinâmicas de construção de sentido, identidade e sociabilidades. Esforço-me também em exercer o diálogo entre as perspectivas culturalistas e as perspectivas tecnológicas sem estabelecer embates dicotômicos ou abordagens “tecnodeterministas”, no sentido trabalhado por Pereira de Sá (2021), visando contribuir para a compreensão dos fenômenos abordados.

Em cenários de crises e intensas transformações sociais, como as que vivemos atualmente por conta de uma pandemia que desestabilizou o cotidiano dos centros e periferias urbanas, provocando readequações e reinvenções nos formatos e meios de experiência musical em rede, torna-se ainda mais providencial o desenvolvimento de pesquisas que visem contribuir com o campo mencionado, de forma a trazer para o debate: o potencial da música como vetor de sociabilização, as questões das configurações afetivo-cognitivas das tecnologias comunicacionais e, por fim, poder contribuir em torno do debate sobre a ética da gestão de dados e informações geradas pelo contato cotidiano com produtos midiáticos em poder das grandes corporações do entretenimento.

Diante dos objetivos e hipóteses apresentados, direciono o olhar para as relações entre os usuários do Spotify e as categorizações situacionais, adotando a cartografia das controvérsias proposta por Latour (2012) como principal proposta metodológica capaz de tecer evidências a respeito dos possíveis tensionamentos ou reforços do gosto e valor que a dinâmica de consumo ubíquo das playlists nos traz. A adoção dessa perspectiva teórico-metodológica é fundamentada em estudos como os de Venturini (2010), Lemos (2012) e Pereira de Sá (2014) que indicam a pertinência da Teoria Ator-Rede (TAR) para a abordagem de fenômenos envolvendo a cultura digital, sobretudo no que diz respeito às mediações tecnológicas da experiência musical. “Nas controvérsias, nenhum coletivo natural ou tecnológico pode ser dado como garantido [...] Toda controvérsia funciona

como um ‘fórum híbrido’, um espaço de conflito e negociações entre atores que, em outra situação, se ignorariam.” (VENTURINI, 2010, p. 4, tradução livre<sup>15</sup>). Foi imbuído desse referencial que iniciei uma jornada em direção ao mapeamento de parte dos atores que mediam a fruição das playlists até chegar na recepção dos usuários como principal vértice das controvérsias analisadas.

Ao longo da primeira metade do mestrado, desenvolvi um levantamento bibliográfico sobre cenário atual da indústria fonográfica e do mercado de música popular massiva no qual as plataformas de streaming estão atualmente inseridas a fim de identificar os desdobramentos e disputas envolvendo artistas, produtoras e editoras pela circulação do conteúdo musical nessas mídias. Para tanto, recorri a algumas produções acadêmicas centradas na análise do processo de adesão do consumo musical à internet e os desdobramentos da lógica da cultura digital impressos nas formas de se apreciar música. Mais do que promover o registro do percurso de surgimento do Spotify em meio a este cenário, o referido levantamento teve densa contribuição para o entendimento dos possíveis atores humanos e não-humanos envolvidos nas disputas e tensionamentos em torno das formas de categorização musical nas plataformas, e, assim, me permitiu avançar para as etapas de investigação das controvérsias existentes entre tais associações.

Em um segundo momento, direcionei o olhar para a plataforma Spotify e me propus levantar os dados sobre sua participação no mercado fonográfico global e nacional, a fim de traçar alguns recortes demográficos ou estatísticos que pudessem corroborar com a escolha da plataforma para abordagem do fenômeno inicialmente verificado. Em seguida, a fim de delimitar o *corpus* da pesquisa, foi realizada uma análise prévia das playlists da plataforma que possuíam as características situacionais mencionadas. Ao todo, foram catalogadas mais de 170 playlists criadas pela própria plataforma Spotify, nos idiomas português, inglês e espanhol que continham título, descrição e imagens voltadas para a fruição em momentos cotidianos, atividades rotineiras ou faziam referência a um *mood* como sendo adequado para essas ocasiões. Foi registrada a quantidade de usuários seguidores de cada playlist catalogada e o link de acesso, o que permitiu-me retornar às coletâneas na etapa empírica da pesquisa e observá-las.

---

<sup>15</sup> No original: In controversies, no natural or technical assembly can be taken for granted. [...] Every controversy functions as a “hybrid forum,” a space of conflict and negotiation among actors that would otherwise happily ignore each other.

É importante destacar que a plataforma permite que todo usuário cadastrado crie suas próprias seleções musicais. Nesse processo, pude registrar também a existência de playlists com a mesma lógica de categorização criadas por pessoas físicas ou perfis de editoras<sup>16</sup>. Porém, mantive como recorte da problematização as coletâneas hospedadas pelo Spotify pois o meu interesse central é investigar os reforços e tensionamentos que as estratégias de curadoria aliadas aos sistemas de recomendação de conteúdo provocam enquanto principal aposta da plataforma. Ademais, como veremos adiante, o caráter obscuro que as plataformas assumem em relação às práticas e intervenções do não-humano na produção e recomendação de conteúdo, bem como no impulsionamento de anunciantes e artistas, muitas vezes nos dificulta identificar quais playlists de terceiros estariam sendo recomendadas ou não. Portanto, ao escolher as playlists próprias da plataforma como recorte, parto do pressuposto de que estas produções são recomendáveis *per se*.

Com o levantamento prévio do cenário das playlists situacionais e a delimitação do recorte da problematização, caminhei em direção à etapa empírica da pesquisa, cujo intuito era coletar as percepções dos indivíduos que utilizam o Spotify acerca das categorizações situacionais e, a partir delas, detectar as controvérsias – ou até mesmo os consensos – provocadas pelos atores e mediações identificados até então.

A técnica de entrevistas em profundidade se mostrou bastante pertinente ao referencial teórico-metodológico. Não apenas por ser um método exploratório capaz de “mapear práticas, crenças, valores e sistemas classificatórios de universos sociais específicos, mais ou menos bem delimitados, em que os conflitos e contradições não estejam claramente explicitados” (DUARTE, 2004, p. 215), mas também pelo fato de que o processo de formulação de roteiro, aplicação, análise e descrição das entrevistas atende à proposta de Latour para a TAR sobre a importância do registro textual das impressões do pesquisador, na tarefa de se construir uma narrativa que desvele as ações dos atores da rede e rastreie as controvérsias que se apresentem ao longo da fala dos entrevistados. Ademais, as indagações feitas aos usuários sobre as dinâmicas de uso das playlists na ambientação da escuta e o gosto musical, me permitiram observar a reflexividade sobre a

---

<sup>16</sup> Embora não seja o foco da pesquisa, é interessante destacar que existem diversos perfis de grande popularidade dentro do Spotify pertencentes a editoras e *majors*, que hospedam playlists e lançamentos dos artistas ligados às suas produções, e exploram as categorizações situacionais. É o caso dos serviços Topsyfy Brasil, pertencente à Warner Music; do Digster, pertencente à Universal Music e do Filtr Brasil, pertencente à Sony Music; que chegam a somar centenas de milhares de seguidores na plataforma.

dimensão performática do consumo musical e os modos de escuta em ação, o que também constitui parte da abordagem metodológica proposta por Hennion (2001) em direção à pragmática do gosto, enriquecendo, assim, a fundamentação metodológica.

Para chegar aos usuários das playlists situacionais, foi desenvolvido um questionário em formato *survey* entre as datas de 09 e 14 de julho de 2020 para identificar usuários frequentes da plataforma que tivessem acesso ao *corpus* da pesquisa e estivessem dispostos a serem entrevistados. O questionário alcançou 1025 usuários em 05 regiões do país. O método de filtragem dos usuários para as entrevistas considerou aqueles(as) que declararam consumir as playlists hospedadas na plataforma “Sempre” ou “Na maioria das vezes” e que o acesso se dava durante atividades cotidianas. A partir dessa seleção, foi possível a realização de 15 entrevistas em profundidade entre outubro e novembro de 2020, com pessoas de diversas regiões e idades, levantando a relação dos usuários com a música no cotidiano, a experiência com as playlists e a percepção dos sistemas de recomendação. O detalhamento dos métodos de seleção e análise se encontra no capítulo 3.

A partir dessas etapas de pesquisa, estruturei esta dissertação em quatro capítulos. Nos dois primeiros, procuro desenvolver o embasamento teórico-crítico para a construção dos referenciais e abordagens com as quais dialogaremos na compreensão das questões já pontuadas anteriormente, e nos dois últimos estruturei a etapa empírica, reunindo a apresentação e desenvolvimento dos métodos utilizados, os procedimentos de análise das entrevistas e conclusão das informações obtidas com o embasamento dos referenciais teóricos anteriormente adotados.

O primeiro capítulo traz o mapeamento do cenário atual da indústria fonográfica digital a partir a retomada do percurso histórico de surgimento das plataformas de streaming de música no cenário global e nacional, sobretudo a partir do processo de deslocamento da música de seu suporte físico para os meios digitais, realizando o esforço de concatenar as conjunturas, controvérsias e apropriações que desencadearam o cenário propício para o ambiente comunicacional das playlists (DE MARCHI, 2016; CASTRO, 2001; 2007; AMARAL; AQUINO, 2009; PEREIRA DE SÁ, 2009; GILLESPIE, 2010; ERIKSSON et alli, 2019). Em um segundo momento do capítulo, volto o olhar para o Spotify enquanto plataforma de streaming já consolidada no mercado fonográfico diante de um contexto mais amplo de reconfiguração da vida cotidiana mediada pelos ecossistemas digitais. O diálogo com os estudos de software e de plataformas (SRNICEK,

2017; VAN DJICK; POELL; DE WAAL, 2018; SADOWSKI, 2019; GROHMANN, 2019; 2020) nos ajudará a entender de que forma os dispositivos técnicos e os sistemas de recomendação que garantem o seu funcionamento contribuem para deslocar a música popular massiva, e as disputas que a circunscrevem, em relação à dataficação dos modos e espaços de escuta.

O segundo capítulo direciona o campo de visão em direção às formas de percepção e apropriação do conteúdo musical, sobretudo a partir do diálogo com os referenciais teóricos que se propõem identificar os elementos intra e extramusicais que mediam a reflexividade estética e os agenciamentos decorrentes da experiência musical. Na primeira parte, buscaremos o diálogo com o campo da sociologia da música e etnomusicologia para abordar os possíveis efeitos da música na construção da subjetividade e na organização do cotidiano dos indivíduos (DENORA, 2000; 2003; SLOBODDA; O'NEILL, 2001; VAN DIJCK, 2006; MIDDLETON, 1990;). Ao estabelecer quais premissas nos auxiliam a conceber a música como dispositivo que media emoções, corporalidades e configura espaços, meu intuito é constantemente refletir sobre a contribuição das playlists para a circulação dessas significações. Ao longo da segunda parte, revisito os conceitos sobre noção de gêneros musicais (FRITH, 1996; FABBRI, 2012; HOLT, 2003; JANOTTI JR E PEREIRA DE SÁ, 2018) e gosto como performance (HENNION, 2001; 2011) a fim de destacar o caráter simbólico, dinâmico e reflexivo dos fatores que circundam a experiência musical, sobretudo no ambiente digital.

O terceiro capítulo inaugura a parte empírica do trabalho com o desenvolvimento metodológico das entrevistas em profundidade com usuários do Spotify. Para tanto, o capítulo inicia revisando o conceito de cartografia das controvérsias (LATOUR, 2012; VENTURINI, 2010; LEMOS, 2012; PEREIRA DE SÁ, 2014) e as práticas e técnicas que me foram caras na abordagem dos entrevistados. Na sequência, proponho a reflexão sobre pertinência das entrevistas em profundidade para a análise da recepção das categorizações situacionais pelos usuários, considerando-se suas potencialidades e limitações (DUARTE, 2004; MARCONI; LAKATOS, 2003). A partir de então, registro o percurso de elaboração, aplicação e análise das entrevistas, detalhando as técnicas de seleção da amostra de entrevistados, a formulação do roteiro semiestruturado, o manuseio dos dados coletados em categorias de análise, registrando, sobretudo, as minhas impressões sobre o contato com os entrevistados. Os resultados sistematizados foram contextualizados com

a discussão teórica empreendida anteriormente a fim de colocar as questões da pesquisa em teste.

O quarto e último capítulo consiste justamente na etapa mais robusta da pesquisa, que é a aplicação da argumentação teórica promovida nos capítulos um e dois sobre o corpus da pesquisa: as entrevistas. Trata-se, portanto, da etapa de análise interpretativa das informações e da recepção dos usuários às categorizações situacionais. A divisão do capítulo obedece aos eixos temáticos nos quais o roteiro das entrevistas foi estruturado: a) plataformas utilizadas; b) a música no cotidiano dos entrevistados; c) experiência com as playlists; que se desdobram em categorias de análise estruturadas a partir das significações trazidas pelos próprios respondentes. A partir disso, foi possível destacar os principais atores – humanos e não-humanos – que interagem sobre as associações entre música e cotidiano e nos reforços e/ou tensionamento do gosto e valores simbólicos dos usuários na experiência com as playlists, permitindo-nos reafirmar os diálogos teóricos inicialmente traçados.

Assim sendo, convido a leitura da presente pesquisa com o intuito de contribuir para os estudos sobre a música na cultura digital, com foco no consumo por meio das plataformas de streaming e provocar reflexões acerca dos modos de se experienciar a cultura popular massiva num cenário de mediações tecnológicas.

## **CAPÍTULO 1: MAPEANDO CONTROVÉRSIAS. DINÂMICAS E DISPUTAS QUE AMBIENTAM AS CATEGORIZAÇÕES NO SPOTIFY**

*O tempo todo estávamos assistindo o mundo da música mudar ao nosso redor. Sabíamos que alguma versão do Spotify estava por vir, e que o verdadeiro poder estava naquele lindo momento em que você encontrava uma nova banda ou música para amar.*

(Tristan Jehan e Brian Whitman, fundadores da empresa de inteligência musical Echo Nest, em seu discurso de aquisição pelo Spotify, 2014.)

Sob certa configuração da vida contemporânea urbana, adentrar as plataformas e redes sociotécnicas e usufruir do “ecossistema de mídia conectada” (VAN DIJCK, 2013) que suas múltiplas funcionalidades oferecem, tornou-se uma forma de habitar o Mundo. Sem negligenciarmos os inúmeros recortes de gênero, classe, raça, nacionalidade e filiações que atravessam esse “habitar”, o ambiente digital media não somente as narrativas de si (PEREIRA DE SÁ; POLIVANOV, 2012) para o mundo externo, como também a possibilidade de constante reavaliação dos gostos e valores partilhados.

Como bem elucida Miller (2013) sobre o papel das tecnologias da comunicação sob o prisma da antropologia, a internet pode ser compreendida como um ambiente onde se articulam tecnologias com a finalidade de atrair interesse, atenção e consideração daqueles que a acessam, destacando, assim, sua dimensão persuasiva. Olhando atentamente para o uso das plataformas digitais, é possível acrescentar, a partir de seu raciocínio, que os artefatos tecnológicos intrínsecos a esses dispositivos atuam como agenciadores da construção da subjetividade de seus usuários. O Spotify, enquanto plataforma de acesso a conteúdos musicais via streaming, parece incorporar o papel dos dispositivos que inserem a indústria fonográfica nesse ecossistema interconectado da cultura digital, desencadeando reorganizações, reconfigurações e reclassificações.

Não somente o Spotify, é necessário dizer. Outras plataformas de música como Deezer, YouTube Music, Apple Music, Resso também possuem interfaces interativas que direcionam a experiência musical para as lógicas e práticas de uma “cultura ligada em rede” (JENKINS; GREEN; FORD, 2015), corroborando a máxima utilizada pelo

pesquisador Janotti Jr. (2020) em seu ensaio sobre gêneros musicais em ambientações digitais: “escutar música em tempos de cultura digital implica conectividade.” (p. 12). E implica tanto conectividade entre usuários, humanos, que utilizam da interface das plataformas para compartilhar entre si o hit recém-lançado da cantora preferida, fazendo comentários sobre sua performance; como implica também conectividade entre humanos e não-humanos, quando, por exemplo, o mesmo usuário “salva” a música na seleção de músicas favoritas, intitulada “playlist da sofrência”. Os rastros de navegação deixados pelos usuários traduzem gostos e valores musicais. Traduzem ainda noções sobre gêneros musicais, suas fronteiras e a significação de espaços de escutas dentro e fora dos limites dos *apps*<sup>17</sup>.

Se há, por parte das corporações que gerenciam as plataformas, o arranjo do conteúdo musical para gerar interesse ou identificação dos usuários, buscarei nesse capítulo desenvolver uma reflexão teórica acerca do protagonismo dos sistemas de recomendação e categorização nas práticas de escuta dos usuários, em consonância com diversos estudos que apontam para a presença do não-humano como um agenciador da fruição musical na cultura digital (ERIKSSON; JOHANSSON, 2017; WENER, 2020; JANOTTI JR., 2020). Com base na revisão bibliográfica desenvolvida, meu intuito é esboçar um mapeamento dos atores e coletivos que circundam a construção da experiência musical mediada pelas plataformas de streaming. Em última instância, este capítulo inicial pretende acessar o aporte teórico capaz de identificar os tensionamentos, apropriações e controvérsias ante a fruição das playlists e agrupamentos a serem analisados empiricamente mais adiante.

Assim, podemos dividir essa sistematização em duas seções principais. Inicialmente, realizarei a retomada do percurso histórico do surgimento das plataformas de streaming de música no cenário global e nacional, sobretudo a partir do processo de deslocamento da música de seu suporte físico para os meios digitais. O esforço em localizar o conteúdo sonoro e audiovisual do Spotify como um produto do que Janotti Jr.

---

<sup>17</sup> Considero o termo *apps* uma abreviação de “aplicativos”: softwares de programas desenvolvidos para operarem em sistemas móveis como celulares, smartphones e tablets. No Brasil, o acesso à internet por sistemas móveis é cada vez mais representativo quantitativamente. Segundo pesquisa IBGE, 98,1% dos 135 milhões de brasileiros que acessaram a internet em 2018, o fizeram por meio de dispositivos móveis de uso pessoal ou compartilhado. Disponível em: <https://bit.ly/IBGE-PNAD2018>. Acesso em 14.jul.2020. O que não nos permite concluir, todavia, que o acesso se dê de forma homogênea e linear em todo país. Portanto, considero necessário que sempre olhemos para o Spotify sem perder de vista o contexto ainda restritivo do acesso aos dispositivos de mídia digital no Brasil, sobretudo devido às implicações econômicas e sociais.

e Cardoso (2006) definem como “música popular massiva”, nos permitirá identificar os aspectos e embates que envolveram a reorganização dos processos de circulação, organização e consumo mediante o surgimento das “empresas eletrônicas de música” (DE MARCHI, 2016, p. 198-199). No caminho, mapearei os atores, conjunturas, controvérsias e apropriações que desencadearam o cenário propício para o ambiente comunicacional das playlists.

Em um segundo momento, voltarei o olhar para o Spotify enquanto plataforma de streaming já consolidada no mercado fonográfico diante de um contexto mais amplo de reconfiguração da vida cotidiana mediada pelos ecossistemas digitais. O diálogo com os “estudos de software” ou “de plataformas” nos ajudará a entender de que forma os dispositivos técnicos e os sistemas de recomendação que garantem o seu funcionamento contribuem para deslocar a música popular massiva, e as disputas que a circunscrevem, em direção à dataficação dos modos e espaços de escuta.

### **1.1. Do MP3 ao Daily Mix. Um percurso histórico de plataformização da música popular massiva.**

Partindo de uma breve reflexão sobre a experiência musical na internet, é possível identificar que as múltiplas relações possíveis entre ouvintes e música que tangenciam o que denominamos como ambiente digital são historicamente estabelecidas por meio de uma materialidade, em geral, dispositivos digitais de reprodução sonora (celulares, smartphones, computadores, caixas de som, fones de ouvido) conectados às plataformas que disponibilizam o conteúdo. No entanto, diversos registros nos apontam que a estrutura organizacional da indústria fonográfica que hoje nos interpela com lançamentos de álbuns e faixas nas mais variadas classificações é resultado de inúmeros embates econômicos, sociotécnicos e políticos envolvendo os mercados de comunicação e cultura, grandes conglomerados de produção fonográfica, artistas, cantores e, por que não, fãs e consumidores.

Proponho voltarmos à trajetória e arranjos que propiciaram a ascensão da plataformização da música englobando-a em um cenário de reconfiguração da própria cultura digital ao longo da última década. Recorrerei à algumas perspectivas das Materialidades da Comunicação para observar como a interação com novos artefatos

técnicos de acesso à música contribuíram para a construção dos discursos que atravessam os usos e apropriações das plataformas de streaming como o Spotify.

Em constante diálogo com o resgate da história social da indústria fonográfica desenvolvido por De Marchi (2016), é interessante atentarmos para o fato de que, em alguma medida, o desenvolvimento da indústria fonográfica sempre esteve articulado à investimentos financeiros em inovações tecnológicas. Essas inovações, por sua vez, imprimiram novos usos e novos contornos sobre distribuição e consumo, que reverberaram em tensionamentos nas noções de gênero e valor musical. Um exemplo citado na obra de De Marchi que bem ilustra o que quero afirmar é o lançamento do disco no formato *Long Play* (LP) nos Estados Unidos, em 1948. A inovação permitia uma maior estocagem de faixas e um contato mais longo do ouvinte com o álbum. Porém, o novo formato exigiria que os consumidores substituíssem os aparelhos reprodutores. Para estimular a custosa compra de novos aparelhos, a Columbia Records, detentora do formato, adotou um recorte econômico em sua distribuição:

A Columbia adotou a tática de relacionar seu LP aos consumidores adultos, brancos e mais abastados. Para tanto, o novo produto começou a ser utilizado apenas para registrar o que se chamava de “música séria”, isto é, música erudita, trilha sonora de cinema e jazz. (DE MARCHI, 2016, p. 97).

O exemplo pode ser pensado a partir da Teoria do Ator-Rede (LATOUR, 2012), se dermos o enfoque sobre como as materialidades e os dispositivos técnicos (no caso o LP) podem alterar uma rede associativa de atores humanos e não-humanos, onde suas ações e transformações resultaram em embates econômicos e no reforço da noção de determinados gêneros como “eruditos”. Ou seja, a proposta teórico-metodológica de Bruno Latour, direcionada por Pereira de Sá (2014) para a ecologia dos estudos de som e música em ambientes digitais, nos permite analisar não apenas o cenário do surgimento do Spotify como também a dimensão processual e performática dos coletivos<sup>18</sup> que foram se estabelecendo em meio a sua ascensão. Ademais, essa abordagem nos localiza diante de uma gama de estudos que procuram desnaturalizar as dicotomias entre os campos das

---

<sup>18</sup> Em sua proposta de superação dos paradigmas da sociologia do social, Latour (2012) classifica o conceito de coletivo como um agrupamento de entidades atuantes sobre um fenômeno, que extrapole as noções de dicotômicas entre entidades sociais e materiais. Coletivo “designará o projeto de juntar novas entidades ainda não reunidas e que, por esse motivo, obviamente não são feitas de material social” (p. 112). Por essas entidades, Latour considera as ações de agentes humanos e não-humanos.

materialidades, às quais incluem-se as inovações tecnológicas da comunicação, e das subjetividades e construção de sentido.

#### 1.1.1. Os primórdios: materialidades que engendram novos fluxos de circulação e classificação.

Munidos desse aporte teórico, tomemos como ponto de partida o gradual processo de digitalização da música, enquanto fonograma. No final da década de 1990, o surgimento comercial dos formatos de compressão de áudio digitais (WAV, FLAC, MP3)<sup>19</sup> possibilitou o maior armazenamento de músicas nos dispositivos de reprodução de áudio e marcou o momento de intensificação da dissociação massiva do conteúdo fonográfico de seu suporte físico. Tal avanço, em um primeiro instante restrito à esfera informacional, teve seus desdobramentos sobre a organização das formas e espaços de fruição musical na internet já nos primórdios dos anos 2000.

A circulação da música em formatos de compressão digitais desencadeou profundas mudanças na estrutura da indústria fonográfica ao incluir novos atores responsáveis pelo caminho que a música popular massiva percorria até consumidores e fãs. De Marchi (2016) propõe a ideia de que a distribuição e consumo fonográfico na web rompeu com a dinâmica mercadológica vigente até então, onde as grandes gravadoras e produtoras detinham a produção musical, reprodução das cópias, distribuição e comunicação.

Conforme assinala, o mercado da música dispunha do investimento em novas matrizes tecnológicas de escuta e reprodução musical como forma de estimular o consumo, que, por sua vez, desencadeavam práticas de fruição e atribuíam distinções de gosto e valor musical aos produtos midiáticos. Entretanto, essa dinâmica que pôde ser notada durante todo o século XX, através do surgimento e substituição intermitente de novos formatos como o exemplo do LP, a fita cassete e posteriormente o CD, encontrou uma lógica diferente no espaço digital, muito em função da forma como os sujeitos navegantes, usuários, interagem com suas materialidades.

---

<sup>19</sup> O formato MPEG-3 foi criado em 1993, pelo Instituto Fraunhofer. Campos (2004) identifica o início do uso da tecnologia MP3 comercialmente em 1997 com o primeiro lançamento do reproduutor de MP3, o Winamp, pela fabricante Nullsoft.

Pela internet, a distribuição e o armazenamento da música passam a ser instantâneos. O valor de mercado de uma música não era mais aferido em função da reprodução de diversas cópias, mas marcado pela sua capacidade de propagação e engajamento em rede, constituindo o que Jenkins, Green e Ford (2015) classificam como “cultura participativa”. Em outras palavras, “o valor do fonograma digital depende do interesse que ele gera como informação para tal coletividade e da capacidade de seu distribuidor de controlar seu fluxo”. (DE MARCHI, 2016, p. 120). Sendo assim, o desafio dos *majors*<sup>20</sup> naquele momento era o de controlar o fluxo e estabelecer novas estruturas produtivas. Embora não possamos afirmar que a ruptura com os modelos mercadológicos anteriores tenha ocorrido de maneira súbita, mas sim de forma gradual ao longo da primeira década do século XXI, sobretudo no Brasil<sup>21</sup>; as dinâmicas de acesso à música que se estabeleceram a partir da digitalização do conteúdo fonográfico de fato revelaram uma relação menos verticalizada e mais “rizomática”, em referência a Deleuze e Guatarri, entre produtores, distribuidores e consumidores.

De Marchi (ibid.) aponta, ainda, que o controle das inovações tecnológicas digitais, à época, ainda não estava concentrado nas mãos dos *majors*, mas de empresas eletrônicas de menor porte ou nas mãos de usuários ordinários que desenvolviam sistemas de acesso a conteúdos musicais. Nesse contexto, alguns estudos como os de Campos (2004), Castro (2007), Huygen el alli (2009) e ABPD (2006) destacam o sistema *peer-to-peer* (popularmente conhecido como P2P) como principal responsável por popularizar a cultura do *download* entre fãs e consumidores de música popular massiva na internet, tanto no Brasil como em diversas outras partes do Mundo. A lógica desse sistema é a de estabelecer uma rede de dados interligada pelos dispositivos dos usuários, denominados terminais, que hospedam e compartilham arquivos entre si. Assim, não haveria um único servidor geograficamente localizável que concentrasse a distribuição da música.

A empresa pioneira a sistematizar esse serviço de compartilhamento musical foi o Napster. Essa ferramenta, criada por um universitário norte-americano em 1999, se

---

<sup>20</sup> Consideramos o termo *major* como referência aos grandes conglomerados e corporações que compõem o mercado de entretenimento na atualidade. Utilizado tanto do meio mercadológico, quanto em estudos acadêmicos, o termo remonta diretamente à noção de cultura *mainstream* trabalhada por Frédéric Martel (2013) como a produção cultural hegemonicamente dominante, de alcance massivo.

<sup>21</sup> A transição do mercado da música para a cultura digital aconteceu de forma gradual e coexistente com a queda da venda de discos físicos. Segundo dados da Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD), em 2005 a receita de cópias físicas (CDs e DVDs) somava uma quantia de U\$18,5 bilhões, representando ainda 89% da arrecadação anual, quando já se falava na ascensão do modelo de download pago na internet. Disponível em: <http://bit.ly/ABPD2005>. Acesso em 18.ago.2019.

popularizou rapidamente e inspirou o surgimento de diversas outras ferramentas de download gratuito de músicas, vídeos e filmes, como por exemplo o Limewire, Scour, MP3.com, Torrent, E-mule, etc., que perduraram em atividade, ainda que não-linear, durante toda a primeira década do século XXI. Uma parte considerável dos amantes de música que tinham acesso à internet nesse período ainda guarda recordações das práticas e gramáticas que o acesso ao conteúdo através das ferramentas *peer-to-peer* demandava.

Em que pese toda a produção acadêmica já construída em torno do caso Napster e da lógica do *download* para a consolidação da indústria fonográfica nos meios digitais, meu objetivo com essa contextualização é menos pontuar os eventos, números e datas – o que já foi realizado de maneira bastante acurada nas obras com as quais dialogamos – do que assinalar as formas de interação que se estabeleceram entre os dispositivos tecnológicos e os amantes de música, resultando em deslocamentos das noções de gênero e dos espaços de fruição que possam ter fundamentado as categorizações musicais observadas nas plataformas de streaming atualmente.

Consideremos a seguinte formulação de Gisela Castro (2001) sobre o funcionamento do Napster:

Todos os que estavam utilizando o Napster publicavam sua lista em um banco de dados comum, o qual podia ser vasculhado quando se estava procurando uma música em que se estava interessado. Ao ser acionado o sistema de busca, o Napster exibia uma lista de compatibilidades e, ao clicar do mouse, o usuário estaria diretamente conectado ao usuário escolhido, do qual poderia obter diretamente o arquivo desejado. Sistemas de filtragem por gênero ou artista facilitavam a busca. (CASTRO, 2001, p. 6)

Note que nessa dinâmica a circulação do produto audiovisual (fonogramas, videoclipes) e sua classificação estavam agora também a cargo dos consumidores finais e dos sistemas de busca. Nesse sentido, o ouvinte já tinha a oportunidade de se habituar a um ecossistema onde não só era possível obter uma faixa separada do álbum e adicioná-la a outras listas, como as classificações de gênero musical podiam ser construídas a partir de filtragens, “tagueamentos” (AMARAL; AQUINO, 2009) e atos de nomeação. Em estudo quantitativo desenvolvido por Castro (2007) em 2006 em escolas particulares brasileiras, pôde-se perceber que certas práticas de apropriação dos dispositivos de *download* pelos jovens já remontavam ao ambiente das playlists observado atualmente. Na análise da autora, o compartilhamento de música pela internet contribuiu para a prática de confecção de coletâneas compostas por faixas de distintos artistas e álbuns, seja para

uso próprio, como divertimento, como alternativa ao preço dos CDs ou para comercialização.

Ademais, algumas pesquisas realizadas para tentar medir as implicações econômicas e culturais da cultura do *download* gratuito sobre a indústria do entretenimento, nos permitem concluir que havia uma maior circulação de determinados gêneros musicais – consequentemente de bandas e artistas – em detrimento de outros, guardadas as singularidades locais que também afetavam esse cenário. Em estudo desenvolvido na Holanda, por exemplo, Huygen et alli (2009) destacam que gêneros como a música clássica eram baixados com menor frequência do que gêneros como rock, indie, experimental, pop e dance. Dentre as razões encontradas para esse fenômeno estaria “o fato de que as faixas etárias mais jovens são compartilhadoras fervorosas de arquivos.” (HUYGEN et. al., 2009, p. 110, tradução livre)<sup>22</sup>. Ou seja, o estudo aponta para uma razão para os gêneros de maior circulação serem justamente os gêneros populares associados à juventude, uma vez que o público que mais rápido se adaptou ao acesso musical via *download* foram os jovens.

Mais uma vez retomando o raciocínio de Janotti Jr. E Pereira de Sá (2018) sobre as noções de gênero musical no ambiente digital, é possível identificarmos que, no processo de desenvolvimento da cultura musical digital que desencadeou nas plataformas de streaming, as materialidades comunicacionais implicadas nas redes sociotécnicas constituíram um dos atores que compõem a “constelação de mediações” (JANOTTI JR.; PEREIRA DE SÁ, 2018) pelas quais a noção de gênero musical é reflexivamente estabelecida.

Nessa direção, é possível expandir o olhar para as implicações dos artefatos técnicos na fruição musical. O surgimento de dispositivos portáteis como MP3 Player, iPod e posteriormente os smartphones viabilizaram uma maior mobilidade à reprodução sonora. Para Castro (2005), a onipresença de reprodutores de áudio portáteis bem como dos acessórios adaptados a esses dispositivos passou a fazer “parte do vestuário urbano” (p. 4), ao menos de uma classe média que possuía poder aquisitivo para adquirir esses equipamentos. Nesse período, ainda que o fonograma não estivesse taxonomicamente disposto em uma plataforma digital de forma sugestiva, a portabilidade assumia a responsabilidade pela construção de espaços simbólicos propícios para a execução

---

<sup>22</sup> No original: [...] This is in line with the fact that the younger age brackets are fervent file sharers.

musical<sup>23</sup>. Embora a comercialização de dispositivos portáteis de reprodução sonora como o *walkman* antecederesse o período de digitalização do consumo de música, os dispositivos em rede introduziram os ritos performativos de escuta compartilhada (FRITH, 1996) na dinâmica da conectividade.

Em 2009, ainda em um período de reorganização da indústria fonográfica diante do consumo de música sob a lógica da web e de diversas pesquisas sobre os efeitos das mídias digitais nas formas de construção de sociabilidade, Marcelo Kischinhevsky já apontava as reações sociais da prática da escuta em locais públicos ou compartilhados pelos dispositivos móveis. “A possibilidade de ouvir música e captar emissoras de rádio em telefones móveis ocasiona usos inusitados destes aparelhos, entre os quais a audição de transmissões em viva-voz em locais públicos (salas de espera de aeroportos, por exemplo).” (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 228). Em certa medida, tal materialidade exploraria a dimensão da música de “criar, demarcar e reconstruir fronteiras espaciais” (BORN, 2013, p. 22). Espaços estes que contribuem para a subjetivação das “paisagens sensoriais” (JANOTTI JR., 2020) ligadas ao imaginário sonoro de determinados gêneros musicais (por exemplo, funk para ouvir no baile, sertanejo para trabalhar, pop-rock para dirigir).

Empreendo essa discussão em linha com as contribuições dos estudos e debates de vertente alemã sobre as Materialidades da Comunicação conduzidos por Gumbrecht (2010), para pensarmos os desdobramentos causados pelos objetos sobre os sujeitos. O teórico parte de uma crítica ao campo da Teoria Literária para propor um deslocamento epistemológico do campo hermenêutico (GUMBRECHT, 2010; SILVEIRA, 2010; PEREIRA DE SÁ, 2016) – que fincou raízes na modernidade a partir da abordagem dos sentidos de forma interpretativa – em direção a um campo que privilegiasse os efeitos constituídos na presença ou interação imediata com os artefatos materiais. Dentro de alguns limites, me parece útil pensarmos a ação dos dispositivos técnicos que ampliaram o controle dos usuários sobre o acesso e a fruição musical na chave da produção de presença.

---

<sup>23</sup> Em 2004 surge comercialmente a tecnologia 3G no Brasil que permitia o acesso à internet por dispositivos móveis. Mas pode-se dizer que a expansão de sua cobertura no país foi lenta e gradual. Em 2012, no ano da chegada da tecnologia posterior, o 4G, 49% dos municípios brasileiros ainda não possuíam cobertura de internet móvel. Disponível em: <https://bit.ly/3GOGlobo>. Acesso em 12.jul.20

Na obra em que desenvolve tal conceito, Gumbrecht (ibid.) se esforça em identificar como os diferentes meios de comunicação atuam sobre a construção das subjetividades, ou seja, como as materialidades afetariam o sentido que transportam, sem que para isso sejam interpretadas pelo campo hermenêutico. Cabe-nos observar, diante disso, seu diálogo com George Steiner (1986) a respeito da relação mútua entre os efeitos de presença e de sentido na obra de arte, onde as coisas do mundo possuem um sentido inerente, enraizado nas substâncias e apreensível através do contato, efêmero e presencial; sendo tarefa da estética “tornar presente o *continuum* entre [...] a matéria e o espírito” (STEINER, 1986 apud GUMBRECHT, 2010, p.84). É instigante notar, na fusão do pensamento destes dois teóricos, a possibilidade de concebermos a experiência estética como uma “oscilação (às vezes uma interferência) entre efeitos de presença e efeitos de sentido”. (GUMBRECHT, 2010, p. 22). Quero, portanto, destacar que é mister considerarmos, para efeitos teóricos e metodológicos dessa pesquisa, a tangibilidade dos dispositivos tecnológicos em meio aos processos cognitivos e estéticos da música e em relação à dimensão reflexiva do gosto musical, que trataremos no capítulo seguinte.

Em que pese a validade da proposta filosófica de Gumbrecht sobre os efeitos de presença para a nossa análise, é importante registrarmos que embora diversas áreas do conhecimento humano apostassem na primazia do sentido sobre os fenômenos, a temática das materialidades ganhara ênfase nos primórdios dos estudos comunicacionais sobre a cultura de massa, e não somente a partir de sua proposta. Elaborei essa ressalva a partir do esforço empreendido por Simone Pereira de Sá (2004) em traçar uma genealogia da noção de materialidade, revisitando as perspectivas de alguns teóricos que se debruçaram sobre os efeitos dos suportes materiais na relação entre corpo, cognição e tecnologias. A proposta da pesquisadora nos permite constatar uma gama considerável de autores – de Walter Benjamin a Shusterman, por exemplo – que já reavaliavam as condições epistemológicas que determinavam a construção do sentido na interioridade do sujeito ao deslocarem o enfoque de seus trabalhos para as especificidades e características da experiência estética advinda da interação somática e corpórea entre as tecnologias da comunicação e o sujeito, em especial a partir dos rearranjos espaciais e temporais da vida moderna e urbana.

Dentre os autores resgatados por Pereira de Sá, devo mencionar as contribuições de McLuhan (1973), que me são muito caras para pensar os agenciamentos dos dispositivos digitais nas formas de organização e categorização musical. Partindo do

conceito de tradução, ele formula que “todos os meios são metáforas ativas em seu poder de traduzir a experiência em novas formas” (p. 76) e que “nesta era da eletricidade, nós mesmo nos vemos traduzidos mais e mais em termos de informação, rumo à extensão tecnológica da consciência.” (p. 77). Nesse sentido, o teórico canadense nos sugere que as tecnologias, onde se incluem os meios de comunicação da era moderna, constituem modelos, sistemas de organização e linguagens que traduzem experiências sensoriais. Os novos meios – à época de McLuhan representados pela velocidade da eletricidade – ensinam novos modelos ou exigem o domínio de novas linguagens e classificações, em suma, novas formas de traduzir experiências.<sup>24</sup> É possível observarmos então, que sua proposta consiste em um olhar sobre o papel das materialidades nos processos de subjetivação, anterior aos estudos de Gumbrecht.

Assim sendo, diálogo com a perspectiva mcluhaniana para entender como a acoplagem da música em dispositivos e ecossistemas digitais ensejou novas lógicas de classificação e distribuição que nos permitam localizar as materialidades como um dos atores não-humanos que compõem a rede de associações das playlists do Spotify. Ou seja, é possível identificar a possibilidade de práticas alternativas de categorização musical já nos primórdios do processo de chegada da indústria fonográfica à internet, dadas pela conjuntura econômica, mas também pelas múltiplas experiências estéticas que as novas materialidades digitais proporcionaram à subjetividade dos usuários.

#### 1.1.2. Baixar não é legal: o acesso à música marcado por disputas e embates.

Retomando o percurso da música na internet, de fato a primeira década dos anos 2000 trouxe uma queda constante na comercialização de discos físicos no Brasil, em receita e em unidades, conforme apontam dados da ABPD (2009). Na visão de De Marchi (2016) as razões desse cenário eram mais endógenas à própria indústria da música do que exógenas, visto que o Brasil passava por um crescimento econômico no consumo de bens não-duráveis no período, e que a queda do consumo de cópias era verificada em diversos

---

<sup>24</sup> Embora o diálogo que estou empreendendo ao longo desta obra, com autores de diversas matrizes, explicito isto, é necessário pontuar que não estou aqui propondo uma abordagem determinista ou puramente funcional dos meios de comunicação a partir das teorias *mcluhanianas*; que deram corpo inclusive a críticas de diversos teóricos da comunicação e estudos culturais, como Reymond Williams (2016), que definia a proposta de McLuhan como dessocializada (p. 137) ao desprezar as intenções culturais e históricas por trás dos efeitos. Em movimento contrário, estou buscando extrair alguns conceitos que nos permitam posicionar os suportes materiais diante de uma ampla e coletiva rede de atores, onde, em consonância com Latour (2012), não há hierarquias e determinismos pré-estabelecidos entre si.

outros países do globo. Sob esse aspecto, sua análise endossa nosso argumento de que o acesso às tecnologias e as materialidades das redes sociotécnicas já vinha alterando as formas de fruição musical e desestabilizando associações e provocando controvérsias.

A nova dinâmica do consumo musical e a popularização da cultura de *downloads* gratuitos frente à queda da receita desencadeou uma série de embates entre diversos atores e entidades que buscavam o controle da distribuição musical. Elenco brevemente alguns desses embates que praticamente definiram os contornos do surgimento das plataformas de streaming de música na década seguinte.

Em 2006, a Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD) desenvolveu uma pesquisa que estimava que cerca de 3 milhões de pessoas faziam download de músicas no Brasil, contabilizando quase 1,1 bilhão de canções, faixas e versões baixadas via sistemas P2P<sup>25</sup>. A entidade afirmava que esses números traziam prejuízos “incalculáveis” para o setor e fazia estimativas do montante que poderia ser arrecadado caso esses *downloads* fossem pagos. Ainda que as metodologias utilizadas pela indústria fonográfica sejam questionáveis e alguns pesquisadores apontem que essa não tenha sido a principal razão para o declínio das vendas físicas (CASTRO, 2007; DE MARCHI, 2016), esse cenário ilustra um embate mais amplo travado em instâncias jurídicas pelos *majors* e artistas contra as empresas que hospedavam softwares P2P. Os produtores clamavam a proibição da prática conhecida por “*ripping CDs*” (fragmentar CDs), que no Brasil era popularmente conhecida como “pirataria digital”<sup>26</sup>.

Mais uma vez o caso Napster ganhou destaque internacional por ser o exemplo de um embate que reconfigurou os parâmetros e leis de propriedade intelectual e direitos autorais no ciberespaço – por esse motivo, aliás, o nome “caso” dado a esse evento, pois se tratou de fato de um julgamento. Acusada de violação de direitos em subsequentes processos que datam de 1999 a 2003, a empresa de compartilhamento escorava-se na própria legislação norte-americana, de onde era sediada, para justificar a permanência de suas atividades. A vasta documentação do caso aponta que a defesa utilizou-se de brechas em leis de direitos autorais anteriores ao advento da internet comercial, como a aplicação

---

<sup>25</sup> Dados da ABPD no Relatório Mercado Brasileiro de Música em 2005. Disponível em <http://bit.ly/ABPD2005> Acesso em 18.ago.2019

<sup>26</sup> Vale lembrar que no Brasil a comercialização não autorizada de produtos audiovisuais não foi uma prática exclusiva dos meios digitais. Anteriormente a esse período, os suportes físicos como CD e DVD já eram reproduzidos de forma caseira e circulados como forma alternativa aos valores cobrados pelos produtos originais. Com o surgimento de softwares que gravavam o conteúdo digital na mídia física, instaláveis em qualquer computador, as antigas normas de fiscalização tornaram-se menos eficientes.

do *fair use*<sup>27</sup>, e adotou um discurso em prol da democracia da acessibilidade de conteúdos culturais, posicionando-se como um intermediário sem fins lucrativos e se eximindo da responsabilidade de possíveis infrações autorais em consequência do uso e reprodução dos seus usuários. (CASTRO, 2001; LADEIRA, 2003; CAMPOS, 2004; DE MARCHI, 2016).

Essa conjuntura nos permite considerar que o discurso adotado pelo Napster sobre o seu papel enquanto mediador da produção audiovisual, incluindo o debate sobre o que esses dispositivos representavam e o que não representavam em um cenário onde buscava-se regular seus usos e suas fronteiras; serviu de importante substrato para estudos como os de Gillespie (2010; 2018) acerca do posicionamento das próprias corporações em relação ao seu discurso público envolvendo seu papel econômico, social e político, enquanto plataformas. Em outras palavras, é possível identificar nesses embates da indústria fonográfica o acionamento de certos elementos semânticos como “neutro”, “democrático”, “intermediário”, “participativo” que, segundo o cientista e pesquisador americano, fundaram o discurso que pautou o processo de platformização de serviços e produtos.

Dentro da disputa em que se encontravam as práticas de escuta da música popular massiva nos anos 2000, um actante que certamente merece destaque nessa análise são os artistas, enquanto classe detentora dos direitos sobre suas obras. A lógica dos *downloads* gratuitos dividia opiniões e causava tensionamentos na relação entre intérpretes e fãs. Entre os artistas que preenchiam o circuito da música popular midiática, houve aqueles que se associaram aos *majors* na tentativa de barrar a ação de plataformas como Napster, Grooveshark, MP3.com. Castro (2001) elucida o caso de Lars Ulrich, vocalista da banda de heavy metal Metallica, que foi um dos apelantes das ações judiciais contra o Napster, reivindicando a suspensão de seus conteúdos musicais da plataforma.<sup>28</sup> No entanto, o posicionamento do artista causou certa revolta de alguns fãs e do público

---

<sup>27</sup> *Fair use* (uso justo) corresponde a uma argumentação ancorada em brechas da lei de direitos autorais estadunidense utilizada na década de 1980 pela Sony, que livrava empresas produtoras de aparelhos gravadores de responsabilidade por infração a direitos autorais. (PASQUALE, 2005 apud. DE MARCHI, 2016, p. 124).

<sup>28</sup> Na época, o caso ganhou repercussão na imprensa, inclusive nos veículos brasileiros, como a matéria da Folha de S. disponível em: <https://bit.ly/Folha2000> Acesso em 24.07.2020.

que consumia música pela lógica do download, rendendo uma chuva de vaias à banda durante a entrega do Video Music Awards da MTV<sup>29</sup>.

Em contrapartida, alguns artistas internacionais como Madonna e Bono Vox, e Lobão, no Brasil, chegaram a fazer acenos favoráveis ao *download* ilegal e à circulação de suas músicas pela internet. Seria uma forma de não se indispor com os fãs ou uma tentativa de transitar pela cena *underground*? Talvez nenhuma das alternativas. Castro (ibid.) argumenta que a presença desses artistas nos dispositivos de consumo musical, ainda que ilegais, geravam certa visibilidade que poderia ser convertida em venda de ingressos para shows e *merchandising*, que não a venda direta de discos (CASTRO, 2001, p. 7). Já De Marchi (2016) enxerga o apoio dos artistas como percepção da perda de legitimidade e descentralização de poder do modelo de negócio em que estavam ancorados, especialmente entre seus consumidores, os fãs.

De qualquer modo, tais exemplos da relação entre as narrativas construídas pelos artistas e seus fandoms nos mostram, retomando Hennion (2011) e Pereira de Sá (2016), como a dimensão afetiva que envolve o gosto pode gerar consensos e dissensos que extravasam as fronteiras do ambiente digital, sobre as práticas de escuta e os hábitos de consumo. É possível afirmar, então, que a relação gênero-artista-fã é um dos principais fatores que marcam as práticas de consumo musical no ambiente digital.

Mesmo diante do esforço da indústria fonográfica em criminalizar o consumo via *download*, a onda de embates legais perdurou até o final dos anos 2000, momento em que os *majors* conseguiram se reestabelecer diante da dinâmica de consumo, porém, intermediados por outros agentes e escorados em outros mecanismos de coleção e categorização musical.

### 1.1.3. Plataformas que sustentam: períodos de reestruturação da indústria musical.

Sob uma perspectiva global, a velha lógica mercadológica se fez presente. A dissolução dos programas de download ilegal de música inicia um movimento de compra ou fusão dos sistemas de compartilhamento por empresas legalizadas, algumas até pertencentes aos conglomerados e produtoras internacionais. O Napster, por exemplo, foi adquirido e revendido por algumas empresas de venda de música online, até se constituir

---

<sup>29</sup> Getty Images. “Lars Ulrich Arriving to the 2000 MTV Video Music Awards Red Carpet”. Disponível em: <https://bit.ly/UlrichBoos>. Acesso em 02.ago.2020

como uma plataforma de streaming, atualmente de propriedade da Rhapsody Inc. Nesse período, o iTunes, *software* de gerenciamento de áudio e vídeo da empresa Apple se tornou o primeiro e principal referencial dos *majors*, com um amplo catálogo de artistas e gêneros em que o usuário podia comprar o fonograma unitariamente e armazená-lo no próprio dispositivo Apple (Ipod, Ipad, Iphone), já que o software apresentava essa integração. A instituição do modelo de *downloads* pagos inaugura a economia do acesso aos conteúdos protegidos por direitos autorais, mas ainda com dificuldade de alcançar grandes mercados consumidores devido ao preço dos fonogramas.

Com isso, a indústria fonográfica encontrou uma reestruturação da sua cadeia produtiva que correspondesse à organicidade do universo digital na esteira da ascensão das Redes Sociais. Diversos estudos sobre perfis em sites de relacionamento, como os de Recuero (2005), boyd e Ellison (2007), Baym e Ledbetter (2008) já apontavam para uma tendência de targetização de redes sociais mantendo as interações através de perfis, mas buscando organizá-las por assuntos e gostos.

Ao passo que redes de relacionamento como Twitter e Facebook se consolidam, surgem redes específicas para compartilhamento de imagens como Flickr e Pinterest, ou redes específicas para *gamers* como Twitch, e também redes de reprodução, *download* e armazenamento de músicas, classificadas por Amaral (2009) como “Plataformas de música online” (p. 157). Partindo de uma análise comunicacional do consumo musical, a pesquisadora identifica um hibridismo entre dispositivos de reprodução de músicas e redes sociais em plataformas como MyStrands, Pandora, ILike, Imeen, Musicoverly, Blip.fm e Last.FM – estas últimas duas compoendo seu principal corpus de análise – que lhes confere diversas funcionalidades, linguagens e, por extensão, múltiplas conceituações dentro dos estudos acadêmicos.

Importante salientar que algumas funcionalidades e a lógica de acesso dos sistemas P2P foram mantidas nesse período, porém, com *downloads* pagos e protegidos por direitos, num esforço para alcançar o público que outrora construiu suas práticas de escuta digital em torno da lógica do *download*. Como bem aponta Soilo (2019), é possível inferir que de fato o acesso à música e às práticas de escuta mediadas pelo teor menos verticalizado da conectividade imprimiram contornos sobre a organização das plataformas de streaming:

Desse modo, é interessante perceber que novos aspectos simbólicos e novas hierarquias que reproduzem padrões “piratas” de valorização

social, podem ser visualizadas na tecnologia streaming, ou seja, é possível perceber que estratégias centrais que seduzem, simultaneamente consumidores e produtores de entretenimento — atores muitas vezes em conflito — remetem a críticas e reivindicações que permearam os conflitos envolvendo os programas de compartilhamento [...] (SOILO, 2019, n.p.)<sup>30</sup>

Essa noção de “estratégias centrais que seduzem consumidores e produtores” tem diálogo direto com Freire (2007) e Pereira de Sá (2009) sobre o discurso empregado pelos desenvolvedores das plataformas de música online, centrado na adivinhação do gosto e das noções de gênero musical dos usuários. Como uma aposta da indústria da música para sua re-monetização após a “era do *download*”, a customização do consumo musical foi capitaneada por “sistemas de recomendação de conteúdo” (PEREIRA DE SÁ, 2009, p. 4), que se desenvolveram cada vez mais até os dias atuais. Como aprofundaremos mais adiante, os sistemas de recomendação são atores fundamentais quando se pensa na construção simbólica das playlists situacionais, pois para que o conteúdo de uma playlist intitulada “Pulando da cama”<sup>31</sup> seja assimilado como propício para tal atividade, é necessário não só que as noções de gênero, gosto e memória afetiva do usuário correspondam à recomendação, mas que ele seja interpelado pelo conteúdo próximo ao momento em que realizará a atividade.

Nessa direção, os trabalhos de Pereira de Sá (2009), Amaral (2009) e Amaral e Aquino (2009) nos dão pistas sobre onde podem residir as controvérsias ou tensionamentos a serem analisados diante das categorizações do Spotify. Ao descreverem a mecânica dos sistemas de recomendação e classificação de música nos primórdios das plataformas online, as pesquisadoras nos fornecem um ponto de partida para identificarmos o processo de aperfeiçoamento tecnológico que deu origem ao consumo musical algoritmicamente mediado dos dias atuais. Assim, suas análises nos indicam a combinação de dois principais métodos.

Em primeiro lugar, plataformas como Last.FM, Pandora, MySpace e posteriormente o próprio Spotify, dispunham de recursos de filtragem colaborativa ou *social tagging*, ou seja, os usuários classificavam livremente as faixas e álbuns musicais por meio de etiquetas de acordo com suas preferências. Assim, o consumidor dispunha de recursos para classificar um álbum da banda R.E.M. com a etiqueta “rock clássico”,

---

<sup>30</sup> Manual do usuário: “Napster e o legado (legalizado) da “pirataria””. Disponível em: <https://bit.ly/ManualUsuário>. Acesso em: 05.ago.2020

<sup>31</sup> Disponível em: <https://bit.ly/PulandoCama> Acesso em 17.jun.2020

se assim julgasse conveniente, mesmo que as convenções da indústria fonográfica classificassem o repertório da banda como advindo da cena independente; ou até mesmo classificar uma faixa do cantor Elton John com a etiqueta “festa”, por exemplo, podendo favoritá-la e recuperá-la posteriormente. “As possibilidades de relações semânticas entre um arquivo musical e a *tag* escolhida encontram-se geralmente no âmbito dos gêneros musicais, também os compreendendo como modulações relacionadas a estilos de vida e/ou subculturas.” (AMARAL; AQUINO, 2009, p. 125).

A segunda mecânica presente é apontada como “análise do conteúdo das músicas por especialistas ou na *metadata* dos arquivos digitais para classificar previamente as canções” (PEREIRA DE SÁ, 2009, p. 9), que constituía basicamente uma curadoria humana de especialistas ou desenvolvedores dos próprios sistemas que analisam aspectos intrínsecos à música e aos seus respectivos gêneros, subgêneros e classificações possíveis para atrair o gosto dos usuários.

O que essas práticas evidenciam é uma reconfiguração da indústria fonográfica pautada na dimensão valorativa da fruição musical, que traduz padrões de gosto e noções de gêneros. Digo pautada pois a acuidade dos sistemas de recomendação, encarregados da distribuição da música popular massiva nessas plataformas, era diretamente proporcional à capacidade de rastreamento das preferências dos usuários e do valor semântico (e social) de sua etiquetagem. Em outras palavras, quanto maior a participação dos usuários em traduzir suas práticas de escuta para hipertextos como as *tags*, maior a capacidade de prever comportamentos.

Todavia, é válido destacar que as recomendações eram passíveis de rupturas ou distorções em relação às preferências dos usuários. Pereira de Sá (ibid.) aponta ainda que os sistemas de filtragem coletivos dependiam da colaboração dos usuários – e aqui considero tanto a frequência do uso das plataformas, quanto à literacia exigida para manuseio e engajamento com o conteúdo, retomando o diálogo sobre o papel das materialidades da comunicação na experiência estética, que tratei anteriormente com as noções de tradução (MCLUHAN, 1973) e produção de presença (GUMBRECHT, 2010).

Posto isto, cabe ainda lançar luz sobre a conjuntura local, que compõe o recorte geográfico dessa análise. Embora observemos as forças globais que atuaram sobre a reorganização do consumo musical, as transformações vividas conjuntamente no âmbito

nacional apresentam suas especificidades e seu ritmo de adesão, que merecem ser considerados.

Em seus trabalhos, De Marchi (2013; 2016) aponta para o período de surgimento de um modelo de comércio e circulação de fonogramas ainda mais descentralizado, constituído por empresas, agentes e até autônomos que intermediavam o serviço de acesso à música em sites e redes sociais, denominados pelo pesquisador como “empresas eletrônicas de música”. Como no cenário global, a virada do *download* para o streaming exigiu que a indústria fonográfica brasileira buscasse novos modelos de circulação menos centralizados que justificaram parte do título de sua obra: “A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira”. Com a crescente quantidade de informações disponíveis na internet, “esses empreendimentos se especializavam em conectar produtores de conteúdos musicais aos consumidores” (DE MARCHI, 2016, p. 221) oferecendo serviços de distribuição, gerenciamento de direitos autorais e edição de formatos. Sob essa perspectiva foi possível, então, observar no Brasil, aproximadamente entre os anos de 2009 e 2013, o florescimento de grandes, médias e microempresas que intermediaram a venda de fonogramas via *download* pago, serviços de streaming ou rádios web. Refiro-me ao momento de ascensão de empresas como IMúsica, Palco MP3, Trama Musical.

Todavia, o fenômeno que me interessa assinalar desse contexto é como essa dinâmica possibilitou o fortalecimento das cenas independentes e da transformação de bandas e artistas em empresas autônomas de distribuição. Em estudo comparativo, o autor denota que o principal fator que diferenciava a esfera em que cada uma dessas empresas eletrônicas de música atuava, residia nos catálogos que cada uma apresentava. Isso significava que o alcance, e muitas vezes a permanência dos intermediários que mediavam a distribuição da música na web, dependia dos acordos e contratos feitos com os detentores de direitos autorais e produtoras.

Sendo assim, artistas independentes, que não tinham alto poder de negociação com as produtoras, começaram a desenvolver seus próprios canais de divulgação e distribuição de suas obras em sites ou redes sociais como Twitter, YouTube, Facebook. “Em geral, os artistas autônomos têm preferido gravar suas músicas e distribuir gratuitamente os fonogramas pela Internet como forma de atrair fãs para concertos ao vivo e/ou vender produtos *Premium*.” (DE MARCHI, 2013, p. 156). Esse foi o caso de bandas como Móveis Coloniais de Acaju, O Teatro Mágico, Versário, entre tantas outras. Ao passo que essas dinâmicas locais foram instaurando novos caminhos para a circulação

desses artistas, diversos trabalhos acadêmicos se debruçaram em investigar os esforços das redes sociotécnicas em monetizá-los e garantir a circulação desse conteúdo para um público de nicho, bem como identificar seus desdobramentos sociais. E é este movimento que me interessa destacar.

As pesquisadoras Pereira de Sá e Cunha (2014) por exemplo, apontam o funk carioca como um exemplo notório das formas alternativas de circulação do conteúdo musical nesse período, a partir de artistas independentes ou de cenas musicais periféricas que ganharam destaque no YouTube. Vale frisar que a análise das pesquisadoras em torno dos comentários e reações de fãs e *haters* na plataforma de vídeos, sobre a performance dos artistas locais e periféricos, evidencia disputas simbólicas em torno de gêneros musicais atravessadas por estigmas de raça e classe. O mapeamento desse tipo de controvérsias engloba a minha investigação acerca da categorização musical, dessa vez nas playlists situacionais do Spotify.

Outros estudos indicam ainda que a percepção por parte das plataformas de conteúdo do potencial de alcance que essas cenas locais possuíam levou não só à monetização dos artistas e ao investimento em formatos de transmissão de shows e espetáculos ao vivo nos circuitos *underground* e *mainstream*, mas levou também ao investimento em tecnologias e serviços que aprimorassem o rastreamento do público e dos fãs desses conteúdos, conforme bem concluem Pereira de Sá e Bittencourt (2014).

A conjuntura traçada até aqui sobre o percurso do consumo de música popular massiva no universo digital nos possibilita vislumbrar o complexo cenário de associações que circunscrevem a ascensão das plataformas de streaming. Portanto, se “as categorizações musicais, em diferentes níveis e escalas, pressupõem partilhas e conflitos em relação aos modos endereçamento de produtos aos consumidores, consumo e apropriação de produtos sonoros e audiovisuais” (JANOTTI JR., 2020, p. 16), podemos afirmar, então, que as coletâneas musicais inseridas no ecossistema de mídia conectada são menos um produto acabado da indústria fonográfica, do que uma resultante de forças e embates estabelecidos ao longo do tempo entre actantes como *majors*, convenções de gêneros musicais, materialidades e dispositivos técnicos, instituições regulatórias e legais, artistas, apropriações de consumidores, fandoms, sites de redes sociais, sistemas de recomendação, performances de gosto e aspectos locais.

Em síntese, nota-se que a década de 2010 trouxe novos rearranjos que contestariam os estudos de cibercultura, emergentes na fase de maturação da internet comercial, que preconizavam a relação direta e horizontalizada entre artistas, produtores e consumidores. Em sentido contrário, identificamos a reconfiguração das mídias massivas ante a proliferação de inúmeras formas de mediação da experiência musical e o constante esforço do mercado da música *mainstream* em se reconfigurar e monetizá-las.

#### 1.1.4. Escutar muda tudo<sup>32</sup>: a consolidação do streaming sob novos embates.

Nesse cenário das “plataformas de música online”, a reprodução via transmissão direta de dados sem armazenamento, o streaming, começa a ganhar força com o surgimento de plataformas como Spotify, Deezer, Apple Music, Pandora, Google Music. Toda a revisitação que fizemos até então me concede força argumentativa para afirmar que, como nos demais momentos da curta e intensa história do conteúdo musical na internet, a ascensão do streaming se deu a partir de sucessivos acordos e desacordos entre as entidades que compunham sua rede associativa.

A consolidação mundial do Spotify ocorreu após sua entrada no mercado norte-americano em 2011, em decorrência de acordos com as três grandes gravadoras mundiais (Sony, Universal e Warner) em torno do pagamento de direitos autorais (ERIKSSON et alli, 2019; JANOTTI JR., 2020), o que denota mais uma vez a aposta dos *majors* no formato. Já no Brasil e em demais países latino-americanos, a sua popularização dependeu também de conjunturas locais. Vale lembrar que a utilização do streaming no Brasil se dá em conjunto e em razão da gradual ampliação do acesso às redes digitais via banda larga móvel. O ano de 2014 marca a chegada do Spotify no Brasil<sup>33</sup>, no âmbito da música popular massiva, e marca também o ano de consolidação da transição para tecnologia 4G, que, teoricamente, permitiria maior velocidade de dados e possibilitaria o acesso instantâneo aos catálogos das plataformas.

A instantaneidade do streaming é um aspecto frequentemente empregado no discurso dessas plataformas sobre a comodidade de seus serviços. Em vista disso, o diálogo com Gillespie (2010) mais uma vez me interessa pelo alerta de que tais empresas

---

<sup>32</sup> Atual slogan do Spotify Brasil. Disponível em: <https://www.spotify.com/br/>. Acesso em 13.ago.2020.

<sup>33</sup> Tecnoblog: “A estreia oficial do Spotify no Brasil”. Disponível em: <https://bit.ly/TecnoBlog-Spotify14> Acesso em 02.ago.2020

moldam seus discursos em relação ao seu público ao “definir um papel e um conjunto de expectativas aceitáveis para cada um [dos públicos] e que também sirvam a seus próprios interesses financeiros”. (p. 353, tradução livre<sup>34</sup>). É nesse sentido que afirmo que o Spotify utiliza de sua comunicação e dos enunciados de seus conteúdos, enquanto estratégia, para oferecer ao usuário a comodidade ter a seu alcance as músicas preferidas para cada ocasião.

Outro aspecto que podemos elencar da ascensão das plataformas de streaming é a estratégia adotada pelas corporações de promover uma política de preços para que os usuários assinem o serviço. No Spotify, os usuários que assinam uma mensalidade de cerca de R\$ 19,90<sup>35</sup> passam a ter acesso ilimitado ao catálogo, não são impactados com anúncios publicitários e podem baixar as músicas para serem ouvidas *offline*. Outras plataformas como Deezer também oferecem assinaturas pessoais ou para familiares por um preço semelhante. Não pretendo aqui adentrar numa análise mercadológica do setor, mas sim assinalar, fazendo referência ao olhar de Janotti Jr. (2020) para a ambientação comunicacional das plataformas de consumo musical, que a estratificação do consumo em usuários *premium* e não-pagantes acarreta recortes econômicos em torno da escuta de seus conteúdos mediados pela acessibilidade tecnológica, a serem considerados na abordagem empírica do objeto.

Um terceiro aspecto a ser creditado ao aparente sucesso do Spotify, também apontado pelo pesquisador brasileiro, são as associações ou parcerias estratégicas com outras plataformas de música já existentes, que permitiram que a corporação sueca se apropriasse de arquiteturas e funcionalidades já existentes e reconhecidas no ecossistema digital, bem como a troca de dados e informações sobre as preferências dos seus usuários. A parceria com a Last.FM<sup>36</sup> demonstra que para os gerenciadores do Spotify as ações em rede são mais importantes para o sucesso da empresa do que a exclusividade. (JANOTTI JR., 2020, p. 61).

---

<sup>34</sup> No original: Intermediaries like YouTube must present themselves strategically to each of these audiences, carve out a role and a set of expectations that is acceptable to each and also serves their own financial interests.

<sup>35</sup> Valores vigentes em 02.nov.2021.

<sup>36</sup> A parceria desenvolvida com a Last.FM permite a integração de dados de usuários de ambas as plataformas por meio de um sistema que rastreia a atividade de escuta musical no Spotify e projeta suas preferências em um dashboard do Last.FM chamado Scrobber. Ali, é possível o usuário visualizar não somente os artistas e gêneros mais escutados, como também recomendações de artistas semelhantes e compatibilidade musical entre diferentes perfis. Fonte: <https://www.last.fm/pt/about/trackmymusic>. Acesso em 13.ago.2020

Em seu aprofundado trabalho sobre o surgimento e consolidação do Spotify no mercado digital de música, os pesquisadores suecos Eriksson et alli (2019) traçam a trajetória da ascensão da plataforma desde o seu lançamento na Suécia em 2008, tida como “um serviço revolucionário que oferecia acesso imediato a todos os tipos imagináveis de música” (p. 59, tradução livre<sup>37</sup>), passando pelas transformações em seus modelos de negócio, os embates com as produtoras pelo desenvolvimento de sua política de assinaturas até o investimento em infraestrutura tecnológica que permitiu a expansão da sua base de usuários sobre diversos mercados do globo. A obra conflui em apontar que as parcerias estratégicas com empresas de música, gravadoras, desenvolvedores dos *softwares* P2P que haviam se tornado investidores, e, mais recentemente, a aquisição de serviços de inteligência de dados, foram seminais para a aposta do Spotify em categorizações situacionais orientadas para o gosto dos usuários.

As negociações de direitos de acesso e circulação da produção musical com as gravadoras nos anos anteriores haviam concedido às plataformas de streaming uma massiva quantidade de arquivos, faixas e versões até então organizados sob a lógica de demanda. Ou seja, cabia ao usuário percorrer o extenso catálogo de conteúdos através de sistemas de busca, selecionar seus conteúdos favoritos e agrupá-los. No entanto, surgem, por volta de 2012, algumas *startups* especializadas em desenvolver recursos de curadoria e personalização do conteúdo que realizassem o trabalho de busca e recomendação para o ouvinte, rapidamente se tornando apostas promissoras dos investidores e da crítica. Dentre essas, estava o Songza:

O Songza não pedia ao usuário que procurasse uma música ou artista favorito, ou mesmo que escolhesse entre os gêneros musicais. Em vez disso, os conceitos orientadores foram as atividades e *moods*. [...] Dependendo do perfil pessoal, da hora e do dia da semana, o Songza dava a opção de escolher entre seis atividades diferentes. Por exemplo, em uma quarta-feira de manhã, o Songza oferecia uma escolha entre trabalhar, fazer exercícios ou ficar na cama e, em seguida, fornecia uma trilha sonora para essa atividade. As opções possíveis para uma sexta-feira à noite podiam incluir "Amassos", "Ficar chapado" ou "Hora de dormir". As atividades também podem ser filtradas pela seleção de um *mood* predefinido, como "Agressivo" ou "Introspectivo". As listas de reprodução resultantes seriam montadas pelos próprios especialistas em música do Songza. (ERIKSSON et alli, 2019, p. 69, tradução livre<sup>38</sup>).

---

<sup>37</sup> No original: The company was frequently described as a revolutionary service offering immediate access to every conceivable kind of music.

<sup>38</sup> No original: Songza did not ask the user to search for a favorite song or artist, or even to choose between genres. Instead, the guiding concepts were activity and mood [...]. Depending on the personal

Ainda que o Songza representasse um modelo incipiente, é a partir deste marco temporal, na esteira de uma tendência do mercado de streaming, que nasce a aposta do Spotify e de outras plataformas em organizar taxonomicamente os fonogramas em categorias situacionais e recomendá-los aos usuários nos momentos em que esses considerem adequados à experiência sonora. Para Eriksson et alli (ibid.), essa visada estratégica da corporação sueca se concretiza com uma série de aquisições de empresas especializadas em recomendação de música de pequeno e médio porte como a Tunigo (curadoria de conteúdo) e a Echo Nest<sup>39</sup> (recomendação algorítmica), recrutadas para criar e impulsionar playlists que integrassem gêneros, atividades e *moods*, compondo o que os pesquisadores intitulam “virada curatorial” (p. 73-79). A partir de então, o Spotify se dedica a aprimorar a recomendação de suas curadorias situacionais investindo em inteligência de dados e pesquisas sobre o gosto musical de seus usuários.

A partir desses diálogos, me interessa assinalar como a aposta do Spotify nas categorizações situacionais está diretamente relacionada com o desenrolar do processo de plataformização da música envolvendo diversos atores e controvérsias. Em linha com esse raciocínio, a pesquisadora Ann Werner (2020) utiliza de etnografia virtual para analisar a página inicial do Spotify. Nessa interface, a autora denota uma remediação da organização das lojas de disco na distribuição dos lançamentos pela página inicial e algumas funcionalidades como as playlists e as descobertas da semana baseadas em funcionalidades de outros dispositivos. Assim, fica evidente que essas plataformas se apropriam em rede das dinâmicas da cultura da conectividade e de formas de classificação anteriores para estruturar sua comunicação.

---

profile, the time of day, and the day of the week, Songza would give the user a choice between six different activities. For example, on a Wednesday morning, Songza could offer a choice between work, exercise, or staying in bed and then provide a soundtrack for this activity. Possible choices for a late Friday night could include “Making Out,” “Getting High,” or “Bedtime.” Activities could also be filtered by the selection of a predefined mood, such as “Aggressive” or “Introspective.” The resulting playlists would be put together by Songza’s own music experts.

<sup>39</sup> A Echo Nest é uma empresa de “inteligência musical” que utiliza combinações de aparelhos de escuta e varredura na web para criar bancos de dados para sistemas de recomendação como rádio personalizado. Ela foi comprada pelo Spotify em 2014 como empresa de curadoria, como parte de seus movimentos de expansão. Vale destacar que a empresa surgiu como startup em 2005, época dos embates entre indústria fonográfica e sistemas de download e compartilhamento, da necessidade de fazer fãs descobrirem novas músicas. Em seu blog, os diretores da empresa pontuam sobre o surgimento: “O tempo todo, estávamos assistindo o mundo da música mudar ao nosso redor. Nós sabíamos que alguma versão do Spotify estava por vir, e que o verdadeiro poder estava naquele lindo momento em que você encontrava uma nova banda ou música para amar.” Disponível em: <https://bit.ly/EchoNest14> e <https://blog.echonest.com/>. Acesso em 11.ago.2020.

Entretanto, tal momento de ascensão do streaming não ocorreu sem novas disputas e embates relacionados a concessão de direitos autorais entre artistas, gravadoras e plataformas. O caso mais evidente nesse período é o da compra da plataforma Tidal pelo *rapper* estadunidense Jay-Z em 2015. Crítico do Spotify e publicamente insatisfeito com as políticas de remuneração dos artistas celebradas pelas principais plataformas do mercado, o cantor investiu no desenvolvimento do Tidal como uma plataforma com foco em “artistas exclusivos” e maior qualidade de sonora (THE INDEPENDENT, 2019)<sup>40</sup> para fazer concorrência às demais. Às vésperas do lançamento de seu álbum 4:44, Jay-Z, recordista em faixas no ranking da Billboard, solicitou a remoção de praticamente toda a sua discografia do Spotify, Apple Music e Amazon Music. Na esteira do rapper, outros artistas da cultura Pop como sua esposa Beyoncé, Taylor Swift e Keyne West fizeram lançamentos exclusivos no Tidal.

O caso Tidal dividiu opiniões entre críticos, imprensa, artistas e fãs, sobretudo relacionadas a real superioridade da qualidade sonora e diante do fato de ser uma plataforma restrita a assinantes pagos. Mais uma vez, podemos notar que a construção da estética musical através das materialidades e da produção de presença foi um fator acionado nos embates da música popular massiva. Jay-Z, no entanto, só conseguiu sustentar a exclusividade do Tidal até 2017, ano em que retornou sua discografia para o Spotify e demais plataformas<sup>41</sup>.

De qualquer maneira, do ponto de vista da indústria fonográfica e produtores, as plataformas de streaming de música foram uma aposta que trouxe engajamento dos usuários e retornos financeiros. Constantemente apontado nos relatórios da Internacional Federation of the Phonographic Industry (IFPI) entre os anos de 2011 e 2016, o crescimento da receita de streaming digital foi propellido pela combinação do aumento do número de usuários assinantes e do crescimento do alcance das plataformas em novos mercados como África e Ásia (IFPI, 2016)<sup>42</sup>. Essa assertiva corrobora a ideia de que a condução do negócio fonográfico se tornou um empreendimento global (DE MARCHI, 2016, p. 250).

---

<sup>40</sup> The Independent: “Jay Z takes his music off Spotify”. Disponível em: <https://bit.ly/Jay-ZOffSpotify>. Acesso em 13.ago.2020

<sup>41</sup> Tribuna Online: “Jay-Z, dono do serviço de streaming de música Tidal, está de volta ao Spotify.” Disponível em: <https://tribunaonline.com.br/jay-z-dono-do-servico-de-streaming-de-musica-tidal-esta-de-volta-ao-spotify>. Acesso em 13.ago.2020

<sup>42</sup> IFPI: Global Music Report 2016. Disponível em: <http://bit.ly/GMReport2016>. Acesso em 01.ago.2020

## 1.2. Um não-humano personalizado: A lógica algorítmica na categorização musical.

Ao longo do percurso apresentado de plataformização do fonograma, foi comum fazer referência ao termo plataforma. Como bem aponta Amaral (2009), à época de seu estudo, não havia ainda consensos com relação à nomenclatura e às fronteiras que tais dispositivos tecnológicos estavam assumindo. Se observarmos para além das questões meramente terminológicas, constataremos que a delimitação de um campo epistemológico para os estudos que investigavam os desdobramentos desses sistemas no cotidiano era ainda incipiente – havia uma gama diversificada de abordagens e pesquisas sobre o tema que variavam da sociologia à computação.

Entretanto, se o ato cotidiano de fruição de um conteúdo musical por uma amante de música pop em uma plataforma de streaming, a caminho do seu trabalho, se tornou parte constituinte de um “empreendimento global”, em face da conjuntura que desencadeou a popularização dos *softwares* e *apps* de reprodução sonora, considero necessário ampliarmos alguns horizontes para observar que o fenômeno midiático de plataformização não se restringe à música, mas se estende a outros bens culturais, guardadas suas particularidades, como cinema, *games*, moda, literatura; podendo ser observado atualmente em várias camadas do tecido social.

Munido de uma perspectiva transdisciplinar, Manovich (2013) cunha o termo “estudos de software” sugerindo que as formas de apropriação desses dispositivos fossem pensadas sob os diversos prismas das Ciências Sociais, incluindo os estudos culturais e de mídia, dada a sua presença no cotidiano de seus usuários, pois “penso no software como uma camada que permeia todas as áreas das sociedades contemporâneas.” (MANOVICH, 2013, p. 15, tradução livre<sup>43</sup>). Tal noção de onipresença dos dispositivos midiáticos nas práticas cotidianas e a interrelação de sentido que essas materialidades constroem entre si compõem o conceito de “mídiatização profunda” dos teóricos Couldry e Hepp (2017) e encarna a ideia de “sociedade de plataforma” nos estudos mais recentes de Van Djick, Poell e De Waal (2018):

O conceito de sociedade de plataforma não só transfere o foco do econômico para o social; o termo também se refere a uma profunda disputa sobre ganhos privados *versus* benefício público em uma

---

<sup>43</sup> No original: I think of software as a layer that permeates all areas of contemporary societies.

sociedade em que a maioria das interações são realizadas via internet. (VAN DJICK; POELL; DE WAAL, 2018, p. 2, livre tradução<sup>44</sup>).

Assim, é mister incluir à discussão a contribuição dos estudos de plataforma sobre a lógica de extração de dados da vida cotidiana pelas mídias digitais. Novamente, parto das premissas apresentadas por Van Djick, Poell e De Waal em direção ao objeto da pesquisa, evitando me vincular a abordagens puramente tecnicistas ou economicistas sobre as formas de atuação dos algoritmos e sua sistematização. Em outras palavras, proponho nesse momento pensarmos o lugar do Spotify, enquanto plataforma já consolidada, num cenário mais amplo em que o valor simbólico da vida cotidiana interpelada pelas tecnologias da comunicação assume um valor financeirizado (GROHMANN, 2019) e ganha circulação através dos sistemas algorítmicos de recomendação.

Portanto, abordarei essas questões munido da mesma perspectiva sociológica dos fenômenos, sem perder de vista: a) a transculturalidade das redes sociotécnicas e suas múltiplas formas de apropriação da vida cotidiana em diferentes partes do globo; b) a manutenção do diálogo com os referenciais teóricos já apresentados como os conceitos da Teoria Ator-Rede (LATOUR, 2012), das Materialidades da Comunicação (GUMBRECHT, 2010, MILLER, 2013) e da performance de gosto (HENNION, 2001, 2011).

#### 1.2.1. Entre modos de produção e fluxos comunicacionais: a dataficação do cotidiano.

Diversos estudos atuais sobre cibercultura convergem para o protagonismo dos sistemas não-humanos de coleta, cruzamento e armazenamento de dados, ou a chamada *data*, diante de uma suposta reconfiguração do modo de produção capitalista, que teria como recurso central a tradução da vida cotidiana contemporânea em rastros digitais. Os sociólogos Couldry e Mejias (2018), por exemplo, apontam a lógica extrativista do *Big Data* pelas corporações como o mecanismo para um novo estágio do capitalismo, do qual ainda não se pode precisar todas as implicações e limites, mas que encontra seu principal fundamento na reconfiguração da vida social de forma que ela esteja disponível para apropriação e atribuição de um valor de mercado. Isso resultaria, não sem possibilidades

---

<sup>44</sup> No original: The Platform Society does not merely shift the focus from the economic to the social; the term also refers to a profound dispute about private gains versus public benefit in a Society where most interactions are carried out via the internet.

de resistências e apropriações, num processo de “comodificação dos aspectos mais íntimos da vida pessoal” (COULDRY; MEJIAS, 2018, p. 3).

Nessa mesma direção da financeirização de dados, Sadowski (2019) recorre à Teoria d’O Capital, de Marx, e concebe o surgimento de uma “configuração política e econômica onde o dado é criado, coletado e circulado como capital” (SADOWSKI, 2019, p. 3, tradução livre<sup>45</sup>). Ou seja, a extração de informações com potencial de significação assumiu a mesma lógica do capital, onde o que confere valor aos dados é sua capacidade de constante circulação, gerando mais-valia e acumulação. “A transmissão de dados deve continuar fluindo e crescendo” (SADOWSKI, 2019, p. 4, tradução livre<sup>46</sup>). Isso se daria em razão de uma característica substancial do sistema capitalista em buscar novas fontes (materiais ou não) de acumulação de capital diante do sucessivo esgotamento de seus recursos.

Em consonância com essas definições, Srnicek (2017) identifica a ascensão de um novo modelo de negócios entre as empresas que aderiram a lógica produtiva do *Big Data*: as plataformas digitais. Essas infraestruturas operam como os principais dispositivos tecnológicos que articulam o fluxo de dados entre os usuários e os softwares de armazenamento<sup>47</sup> de corporações transnacionais como Google, Facebook, Amazon, Apple, Spotify, Uber, Airbnb, etc. Esse fluxo, por sua vez, permeia uma série de serviços e atividades que se espalham pelos setores mais diversos da economia: comunicação, telefonia, transportes, indústria de bens de consumo e logística, construção civil, compondo o chamado “capitalismo de plataforma” (SRNICEK, 2017).

Dessa forma, todo o processo que revisitamos de reorganização do consumo de música no ambiente digital nas últimas décadas, que incluiu a ascensão das plataformas de streaming e envolveu disputas e negociações entre artistas, fãs, indústria e as empresas de nível global, está imerso num contexto mais amplo de reconfiguração do capitalismo, centrado no processamento de dados e nos sistemas algorítmicos que auxiliam a circulação de valor simbólico sobre essas informações. Sob esse prisma, a “música

---

<sup>45</sup> No original: “This statements points to an emerging political economic shift in which data is created, collected, and circulated as capital.”

<sup>46</sup> No original: “The stream of data must keep flowing and growing.”

<sup>47</sup> Embora atualmente as plataformas de comunicação e serviços representem a maior parcela dos investimentos em economia digital, Couldry e Mejias (2018), Sadowsky (2019) e Grohmann (2019) também citam outros dispositivos tecnológicos avançados como a “internet das coisas” e dispositivos movidos por inteligência artificial.

popular massiva” (JANOTTI JR.; CARDOSO, 2006, p. 3) presente nas plataformas de streaming musical torna-se também dataficável.

Em última instância, me interessa indagar os possíveis agenciamentos dos algoritmos na construção da subjetividade dos amantes de música. Para isso, é necessário localizar a dimensão comunicacional das plataformas na produção de sentido, em meio à dinâmica de extração de dados. Grohmann (2019; 2020), que pesquisa as relações de trabalho nos ambientes digitais, realiza o importante exercício de estabelecer uma ponte dialética entre os estudos de plataforma desenvolvidos pelos teóricos citados – em sua maioria anglófonos – e o campo da Comunicação, marcando os papéis comunicacionais na aceleração da circulação de capital. O pesquisador destaca o duplo papel das plataformas como meios de comunicação e meios de produção:

A partir disso, podemos considerar que a dataficação e a plataformização envolvem não só a crescente centralidade dos dados na vida cotidiana, mas a circulação de sentidos sobre plataformas, dados, algoritmos e inteligência artificial em processos comunicacionais e produtivos, envoltos nas interações cotidianas e nas instituições. Isso ocorre de maneira inseparável à circulação do capital e sua dimensão comunicacional. (GROHMANN, 2019, p. 108).

Em outras palavras, essa abordagem entende as plataformas não somente como um espaço de circulação de capital, mas também como “lugar de trabalho, produção, interação, sociabilidade e circulação de sentidos” (GROHMANN, 2020, p. 4). Assim, haveria nas sociedades de plataforma a tentativa de construir sentidos sobre a ação algorítmica nas relações sociais, que fundamentam o discurso de naturalização da captura de dados como neutra, imparcial e benéfica. Inclusive, alguns exemplos dessa construção discursiva são ilustrados nas obras de Grohmann (2019), Couldry e Mejias (2018), Van Djick, Poell e De Waal (2018).

Contudo, é interessante problematizar de que maneira essa construção discursiva se faz presente no objeto de análise dessa pesquisa. Por exemplo, as mais de 170 playlists de autoria do Spotify que cataloguei apresentam descrições de no máximo 130 caracteres que legendam o conteúdo musical ou explicam o racional utilizado para a respectiva coletânea. Voltadas para momentos, *moods* e situações diversas, tais descrições se utilizam de uma retórica persuasiva como se a plataforma conhecesse suficientemente a subjetividade e as práticas de escuta privada do usuário a ponto de lhe sugerir modos de agência.

FIGURA 2: INTERFACE DA PLAYLIST MEDITAÇÃO E RELAXAMENTO



FONTE: SPOTIFY

“Respira, inspira... Uma seleção musical ideal para você relaxar.” é a descrição que acompanha a playlist intitulada Meditação e Relaxamento<sup>48</sup>. Marcadas por certa impessoalidade, as playlists são hospedadas na plataforma e aguardam o julgamento dos algoritmos sobre o melhor momento para serem recomendadas a um usuário específico e se tornarem personalizadas. Destarte, é possível identificar o esforço de construção de sentido em torno da acuidade e objetividade das inteligências artificiais, que posicionam as plataformas como ferramentas que “facilitam” o dia a dia dos usuários.

Como já assinalai, a construção de sentido em torno do papel das plataformas de streaming de música ganha fundamento na argumentação de Gillespie (2010) sobre os diferentes posicionamentos e discursos que as corporações por trás dessas infraestruturas digitais adotam em relação aos seus usuários, patrocinadores e produtores de conteúdo; por meio de múltiplos acionamentos semânticos para o termo “plataforma”. Ora as corporações se posicionam apenas como intermediárias entre a produção de conteúdo de terceiros e os usuários – acionando a ideia de cultura participativa e inclusiva que circunda o ciberespaço desde seus primórdios –, ora acionam discursos e práticas contraditórias, e utilizam seus sistemas de dados para intervir diretamente na atuação de seus componentes, ainda segundo o autor, de acordo com seus interesses comerciais e regulatórios<sup>49</sup>.

<sup>48</sup> Disponível em <https://bit.ly/MeditaRelax>. Acesso em 17.jun.20

<sup>49</sup> Vale destacar que em muitos países periféricos, fora do eixo Norte-Global, onde tais corporações também desempenham suas atividades comerciais, ainda não há legislação que regule e preveja a atuação das mesmas em todos os setores da sociedade. Mesmo nos países europeus, onde essa discussão está em voga, não há ainda consensos finais sobre os limites legais e políticos das plataformas.

Esses sites também enfatizam que estão meramente hospedando todo esse conteúdo, enquanto minimizam as formas que intervêm - não apenas como moderam, excluem e suspendem, mas como classificam o conteúdo de maneira específica, destacam algorítmicamente algumas postagens em detrimento de outras, e concedem aos seus parceiros posições privilegiadas nos sites. (GILLESPIE, 2018, p. 7, tradução livre<sup>50</sup>).

Tal isenção seletiva transfere às plataformas um caráter obscuro em relação às suas práticas e intervenções na produção e recomendação do conteúdo hospedado, delegando aos algoritmos uma performance pouco transparente. Isso de fato se faz presente no cotidiano de usuários que cedem valiosas informações em troca de acesso às plataformas sem a completa ciência do funcionamento desses sistemas e das reais fronteiras entre a atuação do humano e o não-humano. O atual cenário da política de dados das plataformas tem provocado uma série de debates acadêmicos sobre como os algoritmos reforçam desigualdades, perpetuam estereótipos de gênero e raça, mantêm estruturas de poder opressivas e imprimem novos contornos legais sobre as noções de público e privado na contemporaneidade (TAYLOR, 2017; NOBLE, 2018).

A pesquisadora Fernanda Carrera (2020), em seu trabalho sobre recortes de gênero e raça nos mecanismos de busca de bancos de imagens na internet, ressalta que, ao ignorar os processos produtivos e tecnológicos destes mecanismos, o usuário tende a atribuir objetividade e racionalidade a resultados de busca que podem estar carregados de subjetividade e vieses discriminatórios. (CARRERA, 2020, p. 141).

Tendo em vista esse complexo cenário comunicacional, para que consigamos mapear onde podem residir as controvérsias causadas pela ação dos algoritmos no objeto de estudo dessa pesquisa - o Spotify - é necessário discorrer sobre como a lógica algorítmica estrutura os sistemas de recomendação presentes nesses ecossistemas digitais.

1.2.2. Para acompanhar seu dia<sup>51</sup>: algoritmos, sistemas de recomendação e possíveis controvérsias.

---

<sup>50</sup> No original: “These sites also emphasize that they are merely hosting all this content, while playing down the ways in which they intervene – not only how they moderate, delete, and suspend, but how they sort content in particular ways, algorithmically highlight some posts over others, and grant their financial partners privileged real estate on the site.

<sup>51</sup> Exemplo de categoria de recomendação de playlists voltadas para atividades cotidianas ao longo do dia, sugerido na página inicial do meu Spotify em 13.ago.2020.

Segundo a análise bibliográfica desenvolvida por De Marchi (2018), os algoritmos funcionam por meio da decomposição de um rastro digital em fragmentos cruzáveis, denominados “atributos” (p. 204) que comporão uma base de dados imbuída de um determinado valor de mercado. Os algoritmos, então, são capazes de gerar diversos cenários prováveis e a partir dessa base e oferecer à plataforma pressuposições sobre o comportamento e as preferências de um usuário ou grupos de usuários que possuam atributos semelhantes. O autor enxerga que a lógica operacional dos sistemas algorítmicos estaria fundamentada na lógica derivativa do mercado financeiro. “Trata-se de projeções que se baseiam em padrões para criar cenários futuros de interesses ou afinidades” (DE MARCHI, 2018, p. 205). Em perspectiva semelhante, Bucher (2018, p. 24) classifica esse tipo de algoritmo como “*machine learning*”, ou seja, o algoritmo ou a plataforma aprendem a tomar decisões e a inferir significados sem a necessidade de constante intervenção humana<sup>52</sup>. Em tese, é possível, portanto, que um algoritmo suponha de antemão o momento ou a frequência em que o usuário costuma praticar corrida e os estilos musicais e performances que compõem a sua memória ou paisagem sensória.

É justamente partindo dessa lógica algorítmica que o Spotify consegue criar diferentes sistemas de recomendação de conteúdo<sup>53</sup>. Em sua obra sobre os “algoritmos do gosto”, Santini (2020) aprofunda a discussão entre os diferentes métodos e técnicas de recomendação de conteúdo atualmente vigentes nas redes sociotécnicas. Com base no detalhamento realizado pela pesquisadora, três modalidades de recomendação podem ser destacadas como as principais disponíveis nas plataformas, podendo ser aplicadas em conjunto: a) as “recomendações baseadas em atributos” (p. 140), onde o conteúdo é recomendado a partir das propriedades sintáticas indicadas pelo usuário (quando uma playlist é recomendada após uma busca por gênero, por exemplo); b) as “correlações item a item” (p. 141), onde o conteúdo é recomendado de acordo com a interação do usuário com um conjunto de outros conteúdos correlacionados (exemplo das recomendações com base no que o usuário ouviu recentemente); c) as “correlações pessoa a pessoa” (p. 142), onde o conteúdo é recomendado com base no cruzamento dos dados de interação de

---

<sup>52</sup> Os *machine learning* já são utilizados em grande parte dos dispositivos digitais mais recentes, compondo não só o sistema algorítmico de redes sociais como Facebook, Instagram e plataformas como Spotify, mas também as plataformas publicitárias de compra e otimização de anúncios como FacebookAds, LinkedIn Ads e Google Display & Video 360.

<sup>53</sup> O Spotify é uma plataforma que utiliza das categorizações algorítmicas para recomendar novos conteúdos aos usuários. A plataforma dispõe de um sistema de recomendação de playlists “com base no que você ouviu recentemente”, ou “100% você”, ou ainda os conhecidos “Daily Mix” e “Descobertas da Semana”.

outros usuários que possuam comportamento e preferências semelhantes (é o caso das recomendações com base na projeção do gosto de grupos de usuários).

A complexidade dos SRs de música deve-se às possibilidades tanto de experimentação instantânea do produto cultural recomendado (ou seja, escuta musical por meio de streaming em tempo real) como ao interesse crescente dos usuários na avaliação das canções emitidas pelos sistemas de acordo com seus gostos e interesses – o que torna a recomendação mais relevante e precisa. (SANTINI, 2020, p.

Em face dessas informações podemos inferir que os dados fragmentados pelos algoritmos da plataforma compõem uma série de práticas sociais em torno da noção de gêneros e performance de gosto dos usuários, muitas vezes cruzadas sem o seu completo conhecimento. A questão levantada nos trabalhos de Bucher (2018) e Santini (2020) e que merece nossa atenção, entretanto, é que as categorizações criadas pelos algoritmos não são neutras. Embora os sistemas sejam capazes de aprender desvios e performarem sozinhos, é necessário que eles sejam previamente alimentados com dados. “Algoritmos trabalham com certas suposições e valores sobre o mundo ao qual estão agindo.” (BUCHER, 2018, p. 23, tradução livre<sup>54</sup>).

Tal noção de que as inteligências artificiais necessitam previamente de valores simbólicos para performarem, amplamente difundida nos estudos de plataforma, nos remete ao âmago do conceito de delegação desenvolvido por Bruno Latour (1991), que nos auxilia a compreender os sistemas de recomendação enquanto actantes fundamentais na construção simbólica das playlists. Na visão do teórico, o não-humano, ao ser delegado a tarefas e funções designadas por humanos, assume as atitudes seletivas daqueles que o criaram e passa a interferir na rede sociotécnica. “Temos conseguido delegar aos não-humanos não apenas a força [de trabalho] como sabemos há séculos, mas também delegar os valores, deveres e a ética.” (LATOUR, 1991, p. 157). Em outras palavras, Latour propõe que a transcrição das ações dos dispositivos não-humanos seja feita reconstituindo-se os processos que levaram a sua criação. Nesse percurso seria possível denotar os valores éticos imbricados nas tarefas realizadas pelos algoritmos, que, no caso em questão, certamente traduzem práticas sociais e valores que são confrontados com os valores dos usuários.

---

<sup>54</sup> No original: “Algorithms come with certain assumptions and values about the world on which they are acting”.

A proposta de Latour justifica, de certa maneira, a importância da retomada do percurso histórico que realizei na primeira parte do capítulo para que consiga mapear mais adiante as controvérsias causadas pelas categorizações musicais. Na sociedade de plataforma, a prática humana de filtragem coletiva ou *social tagging*, outrora apontada por Amaral e Aquino (2009) e Pereira de Sá (2009) como um mecanismo dos sistemas de recomendação nos primórdios das plataformas de música online, passaria a ser delegada aos seus algoritmos de forma automática. Ou seja, a aferição das noções de gênero, julgamentos de valor e práticas de escuta que alimentam os sistemas de recomendação, deixa de ser dependente do tagueamento realizado pelo próprio ouvinte e passa a ser, cada dia mais, tarefa de uma inteligência artificial.

Isso aparentemente resolveu a questão da dependência dos softwares de música em relação à colaboração voluntária dos usuários, visto que atualmente os rastros digitais podem ser recolhidos apenas mediante uma simples interação com o conteúdo musical hospedado (ERIKSSON; JOHANSSON, 2017; SANTINI, 2020). Contudo, não cessou a possibilidade de ruptura ou distorções em relação às preferências dos usuários.

Se Bucher (2018) nos indica que é necessário *data* para que um algoritmo possa performar, é justamente nesse ponto onde pode residir os tensionamentos da noção de gosto e gênero entre o usuário e a plataforma. Por exemplo, para que um usuário seja classificado como fã de heavy metal, a plataforma precisa ter previamente delimitado qual conteúdo pode ser considerado heavy metal, diferenciando-o de outras denominações ou subgêneros de rock, e ainda qual interação com a plataforma configura gosto ou engajamento por aquele conteúdo. Tendo em vista o argumento que desenvolverei no próximo capítulo sobre o caráter instável e dinâmico entre as fronteiras dos gêneros, as categorizações podem divergir entre a definição da plataforma e a experiência que um usuário busca em torno da fruição musical.

Nesse sentido, o argumento de Bucher (2018) do qual estamos nos aprofundando vai ao encontro dos tensionamentos possíveis entre a identidade algorítmica e a identidade do sujeito identificadas por Cheney-Lippold (2017). O pesquisador estadunidense considera que as inteligências artificiais criam categorizações de “gênero”, “raça”, “nacionalidade” feitas a partir dos dados que lançamos sobre nossa vida cotidiana nas plataformas. Porém, tais categorizações não assumem necessariamente as mesmas conceituações culturais, históricas e políticas com as quais filiamos nossas identidades, mas, assumem, ontologicamente, outras convenções, baseadas nos parâmetros

mercadológicos e relações de poder das reconfigurações econômicas e tecnológicas já citadas. Em outras palavras, Cheney-Lippold argumenta que, embora o nosso self algorítmico (a forma como os algoritmos nos enxerga) possa destoar e tensionar a subjetividade do usuário, ele não a substitui, mas “se constitui como uma camada adicional sobre nossa identidade<sup>55</sup>.” (CHENEY-LIPPOLD, 2017, p. 10, tradução livre).

É justamente a partir desses tensionamentos que argumento que os sistemas de recomendação se constituem como agentes da experiência sonora no Spotify. O conceito de delegação parte do princípio de que a ação delegada ao não-humano impõe de volta ações aos atores humanos que se relacionam na mesma rede.<sup>56</sup> Longe de aceitarmos que essas prescrições sejam hipodermicamente absorvidas pelos usuários, nos interessa assinalar as formas como eles negociam com esses tensionamentos – ou ratificações – para manter a coerência em torno de seus gostos musicais, valores e identidades.

Alguns estudos empíricos têm nos dado pistas sobre essas controvérsias nas plataformas de música. Eriksson e Johansson (2017), por exemplo, se alimentam do diálogo entre os estudos de plataforma com os estudos feministas e de performatividade de gênero, que tem como principal expoente o trabalho da filósofa Judith Butler, para identificar de que modo os sistemas de recomendação do Spotify generificam o conteúdo musical, ou seja, reforçam e perpetuam relações hegemônicas de gênero (noções binárias de masculinidade e feminilidade) que historicamente acompanham os gêneros musicais. O trabalho utilizou-se de experimentos com usuários robôs para verificar a categoria de recomendações personalizadas chamada “Feito pra você” e concluiu que a plataforma de streaming categorizou os usuários a partir de noções binárias de gênero e privilegiou a recomendação de artistas classificados pela plataforma como masculinos – ainda que houvesse dentro desse grupo artistas que não correspondessem ao padrão normativo masculino – em gêneros como Rock, R&B e Dance.

Sob a mesma temática, Werner (2020) destaca como certas ideias de gênero e branquitude se fazem presentes na ilustração das playlists recomendadas pelos sistemas do Spotify, constituindo mais um elemento que reforça ou tensiona as noções de gênero

---

<sup>55</sup> É necessário assinalar que concebemos os processos identitários em diálogo com a noção de auto-reflexividade fundamentada pelo sociólogo britânico Antony Giddens (2002), onde, na modernidade tardia, a identidade é continuamente construída e reavaliada com base na reflexão sobre como as escolhas e grupos com os quais nos filiamos vão compor a narrativa sobre quem somos. (PEREIRA DE SÁ; POLIVANOV, 2012).

<sup>56</sup> Em seu artigo sobre os artefatos mundanos, Latour (1991) dá o nome de “prescrição” (p. 157) às ações e habilidades que os artefatos não-humanos demandam de seus interagentes humanos.

musical com as quais o usuário confronta as recomendações. Estamos tratando aqui dos elementos estéticos que as playlists carregam, que fazem com que a playlist “Paixão Bandida”<sup>57</sup>, por exemplo, seja acompanhada de uma imagem de um casal heteronormativo, branco, com vestimentas e adereços de estilo *country*. “Tanto as escolhas algorítmicas invisíveis, quanto o design da interface visível e sua representação da música e dos artistas empurraram o ouvinte em diferentes direções de acordo com o gosto e a identidade.” (WERNER, 2020, p. 10, tradução livre<sup>58</sup>).

FIGURA 3: INTEFACE DA PLAYLIST PAIXÃO BANDIDA



FONTE: SPOTIFY

Ainda sobre as controvérsias existentes nos sistemas de recomendação, em artigo sobre as rupturas de performance de gosto causadas pelos algoritmos da Retrospectiva Spotify de 2019<sup>59</sup>, analisei as afetações causadas em alguns usuários pelos dissensos em relação a apresentação de sua trajetória musical ao longo do ano. O especial da plataforma incluiu uma série recorrente de nomes de cantores e faixas sertanejas dentre os conteúdos mais ouvidos por alguns usuários, que, ao não reconhecerem suas práticas de escuta, recorreram aos sites de redes sociais para expressar seu descontentamento e reforçar seus gostos. É interessante destacarmos dessa análise que, além da suposta performance algorítmica ter causado tensionamentos, os comentários dos usuários denotaram também a ciência da presença do não-humano nas recomendações da

<sup>57</sup> Disponível em: [https://bit.ly/Paixão\\_Bandida](https://bit.ly/Paixão_Bandida). Acesso em 18.jun.20

<sup>58</sup> No original: Both the invisible algorithmic choices, and the visible interface design and its portrayal of music and artists nudged the listener in different directions according to taste and identity.

<sup>59</sup> WHAT THE F\*CK, SPOTIFY? Rupturas na performance de gosto e a atividade algorítmica na Retrospectiva 2019. Artigo apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Som e Música do XXIX Encontro Anual da Compós, 2020.

plataforma, ainda que de forma incerta sobre os seus poderes e limites. Alguns inclusive cobraram explicações da plataforma Spotify BR sobre as suas regras de gestão de dados.

Gillespie (2018), ainda em seu estudo mais recente sobre as decisões ocultas que moldam as redes sociotécnicas, revela que cada vez mais os usuários das plataformas tomam ciência de sua função moderadora, seja porque recorrem a ela por serem objeto de violações, invasões de terceiros ou tensionamentos entre o *selfie* algorítmico e a “coerência expressiva” (PEREIRA DE SÁ; POLIVANOV, 2012) que o usuário busca para si nas redes; ou seja porque são alvo de suas intervenções reais e substantivas. “Atualmente, acreditar que essas plataformas estão amplamente abertas a todos os usuários e que todos as experienciam da mesma forma, revela alguns privilégios culturais e sutis em ação.” (GILLESPIE, 2018, p. 8, tradução livre)<sup>60</sup>.

Contudo, em que pese toda a contribuição dos estudos acerca da atuação dos algoritmos nas plataformas de streaming de música para localizarmos seus modos de ação na construção da experiência musical, é imprescindível não perder de vista que os sistemas não-humanos atuantes nas recomendações são parte de uma ambientação comunicacional mais ampla composta também por forças humanas. Embora saibamos da existência das “*machine learning*” e outras recomendações automatizadas no funcionamento dos dispositivos midiáticos, retomamos os trabalhos de Eriksson et al (2019) e Jeder Janotti Jr. (2020) ao nos trazer a informação de que o Spotify se fortaleceu no mercado a partir de parcerias que fornecem curadorias aos seus conteúdos,

Apesar dos rumores sobre a automação das recomendações do Spotify, a associação com o Songza, e a oferta de empregos para profissionais especializados em playlists pelo Spotify mostram que a curadoria da plataforma articula humanos e robôs. Isso não quer dizer que não haja intenção de automatizar o sistema e sim, que a mistura entre indicações humanas e não-humanas parece ser ainda a melhor forma de garantir os acoplamentos entre consumo de música on demand em streaming, curadorias e agrupamentos de usuários em pacotes de targets. (JANOTTI JR., 2020, p. 61-62)

Quero, portanto, conceituar os sistemas de recomendação como sistemas de atuação conjunta entre algoritmos e atores humanos por trás da interface convidativa das plataformas, que utilizam de prescrições sobre valores musicais e convenções de gênero para inferir modos de escuta, agenciamentos estéticos e paisagens sensoriais. Esses sistemas assumem a ininterrupta e extenuante tarefa de se anteciparem ao momento da

---

<sup>60</sup> No original: Believing that these plat forms are wide open to all users, and that all users experience them that way, reveals some subtle cultural privilege at work.

fruição musical do amente de música. Nesse sentido, o ato de (re)categorizar desempenhado pelas plataformas ilustra muito bem a visão de Fabbri (2012) sobre o contínuo e dinâmico processo de rotulação do conteúdo sonoro, em seus diversos níveis de circulação.

Assim, vale concluirmos esse capítulo ressaltando o alerta feito pelo pesquisador Janotti Jr. (ibid.), de que os fenômenos que circundam as categorizações merecem ser observados a partir da ampla ambientação comunicacional que as plataformas ensejam, que perpassa as múltiplas funcionalidades dos dispositivos de reprodução e extravasa as fronteiras físicas dos *softwares*; e que não poderiam ser compreendidos se olhássemos o ato de escuta de forma estrita. Assim, avanço sobre a análise da recepção das playlists munido das abordagens apresentadas e do mapeamento dos atores e coletivos que contribuíram para o cenário da plataformização da música.

## CAPÍTULO 2: AFETOS E “GATILHOS”. A RELAÇÃO COTIDIANA ENTRE SUJEITO E MÚSICA COMO MARCA DAS CATEGORIZAÇÕES DO SITUACIONAIS.

Durante um breve passeio pela página inicial do Spotify, em uma tarde comum de quinta-feira, sou abordado por diversas recomendações de coletâneas musicais, álbuns e artistas, os quais reconheço sem muito esforço. A seção que marca o ponto de partida da busca pela fruição musical na plataforma é ambientada por diversas fileiras de playlists, verdadeiras vitrines, delimitadas entre si por títulos que dão voz aos sistemas de recomendação: “Rock”, “Pop”, “Música Popular Brasileira” são exemplos das nomeações musicais desses conjuntos de playlists existentes em meu perfil pessoal, popular e comercialmente conhecidas, no universo em que a música popular massiva circula, por gêneros musicais. A disposição dos elementos na página inicial reforça o argumento de Werner (2020) sobre uma remediação da taxonomia<sup>61</sup> existente nas antigas lojas de discos físicos: playlists enfileiradas, com o conteúdo visual em formato quadrangular, semelhante aos álbuns dos discos *Long-Play*. Como consequência disso, a plataforma parece estimular a percepção de uma atmosfera nostálgica em torno do ato de seleção musical.

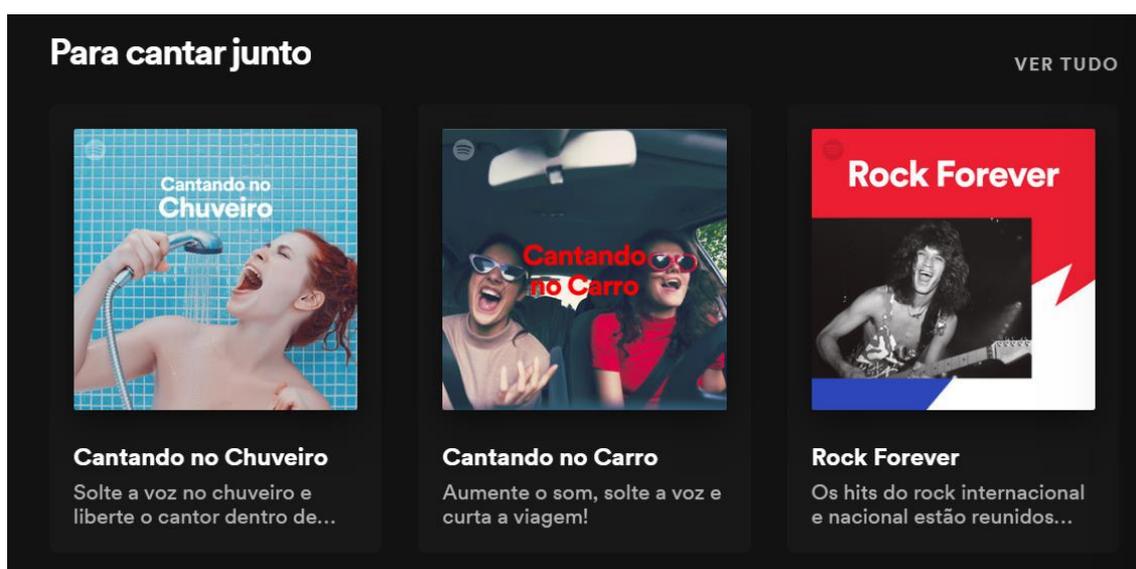
No entanto, é interessante destacar que, ao mesmo tempo, tais classificações consagradas na memória dos amantes de música e facilmente reconhecíveis entre artistas e produtores, combinam-se às playlists direcionadas a momentos e *moods*, lado a lado com outros títulos e nomeações como “Quinta-feira é quase sexta”, “A trilha sonora da sua casa”, ou “lavando louça com hits”. O mesmo acontece na seção “buscar” (mobile) ou “navegar” (desktop)<sup>62</sup>, onde a plataforma apresenta o catálogo de todas as playlists disponíveis para aquela localização com a inscrição “seus gêneros favoritos”. Mais uma vez, agrupamentos de playlists intituladas como “Funk”, “Pop”, “Samba”, “Sertanejo”, “Jazz” se misturam a títulos como “Em casa”, “Seu astral”, “Relax”, “Para treinar”, “Culinária”, demonstrando, *à priori*, que as fronteiras entre as classificações convencionais e as personificações do conteúdo musical podem ser turvas e dinâmicas.

---

<sup>61</sup> Termo advindo da biologia, referente à classificação dos seres vivos em agrupamentos e níveis hierárquicos como forma de organizar o conhecimento. Aqui empregado para fazer referência à forma como o conteúdo musical era classificado e subdividido nas prateleiras e seções das lojas de discos e CDs.

<sup>62</sup> Algumas nomenclaturas das interfaces do Spotify variam de acordo com o dispositivo (móvel, computador ou tablet), língua e região.

FIGURA 4: INTERFACE DE UMA PÁGINA INICIAL DO SPOTIFY



FONTE: SPOTIFY

O denso trabalho de Eriksson et alli (2019) situa as playlists como um dos esforços de recomodificação da música diante do processo de desagregação que o fonograma sofreu em relação ao álbum ao longo de sua circulação pela web, em linha com o cenário contextualizado anteriormente. Nesse sentido, podemos pensar que o ato de nomeação de um conteúdo musical em um novo agrupamento pressupõe a concepção do álbum como um trabalho em aberto, mesmo após sua produção; passível de reapropriações, e, conseqüentemente, de ressignificações.

É fato que o ato de apropriação e reclassificação de um produto musical não é algo inédito na história da experiência musical moderna. Ao olhar para a popularização das fitas cassetes nos idos de 1970, Rob Drew (2005) já identificava as compilações caseiras como forma de personalização dos álbuns, possibilitando ao ouvinte a realização de conexões musicais que transcendessem os gêneros e a indústria fonográfica. Desde então, é possível notar que a prática da mixagem e do *sampling*<sup>63</sup> esteve presente no surgimento de determinados movimentos culturais e cenas musicais (STRAW, 1991) como um procedimento estético central para a consolidação de figuras como o *rapper*, na cena do hip hop (JANOTTI JR., 2003); e os DJs, na cena da música eletrônica, “que não hesitavam em quebrar a unidade original da canção ou retirá-la da sequência do álbum de

<sup>63</sup> Prática bastante comum no *rap*, sobretudo em seus primórdios, de composição de uma faixa com recorte e colagem de trechos ou bases de outra música pré-existente, muitas vezes pertencentes a outros intérpretes.

origem, com vistas a intensificar a experiência efêmera e sensorial da pista de dança” (PEREIRA DE SÁ; POLIVANOV, 2016, p. 5).

Todavia, o principal argumento defendido por Drew (ibid.) é de que a indústria da música, bem como empresas do setor varejista, transformou a lógica das mixagens caseiras em uma lógica comercial, sobretudo no ambiente digital, explorando a dimensão afetiva da personalização musical. A perspectiva adotada pelo autor vai ao encontro da aposta do Spotify em categorizações que extrapolam as classificações convencionais de gênero a partir dos anos de 2013 e 2014, juntamente com a incorporação das empresas de curadoria e recomendação musical:

O serviço [Spotify] teve que direcionar um caminho entre o relativismo puro (ou seja, cada indivíduo tem sua própria concepção do que é boa música) e o absolutismo puro (ou seja, certas peças musicais são inerentemente melhores do que outras). Como resultado, essa polarização foi transcendida pela ideia de que a qualidade musical depende do contexto. (ERIKSSON et alli, 2019, p. 74, tradução livre<sup>64</sup>)

É, portanto, a partir dessa noção de que uma música “funciona” melhor em certas ocasiões do que em outras, que a corporação sueca adotou o slogan “[temos] Música para qualquer momento”, delegando aos sistemas de recomendação o papel de orientador da fruição musical dos ouvintes. Ao considerar que a percepção do valor musical varia em função do contexto ou do momento em que o ouvinte experiencia o conteúdo, a plataforma abre caminho para pensarmos a interação com as playlists na chave da performance de gosto, proposta pelo sociólogo francês Hennion (2011), onde o gosto não é previamente dado por estruturas sociais, mas concebido em contínuo processo de construção da relação entre o objeto apreciado e o sujeito apreciador, sendo ainda mediado por uma multiplicidade de atores, os quais abordaremos mais adiante.

O mapeamento realizado no capítulo anterior me permitiu situar os dispositivos digitais de fruição musical e seus respectivos sistemas de recomendação como agenciadores dos modos de circulação e categorização da música no ecossistema da cultura digital, estando diretamente associados aos rearranjos e disputas que a música popular massiva atravessou ao longo de um determinado período. Contudo, o olhar investigativo para os tensionamentos e/ou reiterações que as playlists direcionadas a *moods* e atividades ocasionam na construção de valor, gosto e noção de gênero dos

---

<sup>64</sup> No original: The service had to steer a way between pure relativism (i.e., each individual has her own standard for what is good music) and pure absolutism (i.e., certain pieces of music are inherently better than others). This polarity was transcended by the idea that musical quality is dependent on context.

usuários, pressupõe que ampliemos o campo de visão em direção às formas de percepção e apropriação do conteúdo musical, sobretudo a partir do diálogo com os referenciais teóricos que se propõem identificar os elementos intra e extramusicais que mediam a construção de valor simbólico da música enquanto produto cultural.

Em outras palavras, busco abordar nesse capítulo como o ato aparentemente simples de categorizar um conteúdo sonoro em uma coletânea ou agrupamento é, na verdade, atravessado por múltiplas compreensões – individuais e coletivas – a respeito do papel da música enquanto organizadora da relação entre sujeitos e cotidiano, individualidades e sociabilidades. Assim, refletir sobre fatores que atuam na escolha de uma playlist para ouvir durante o *Happy Hour*, compreende também aprofundar o olhar sobre quais noções a música adquire, seja enquanto mediadora de subjetividades e estados de consciência, como organizadora de sentimentos e emoções, ou até mesmo como construtora de espacialidades e memórias. Mais do que isso, aliás, é necessário compreender a dimensão reflexiva da experiência musical como um dos principais ingredientes em jogo nas disputas e negociações que convenciam o gênero de um conteúdo musical.

Como continuação da construção do embasamento teórico-crítico que dá corpo à pesquisa, o presente capítulo encontra-se dividido em duas seções. Na primeira parte, teço o diálogo com o campo da sociologia da música e etnomusicologia para abordar os possíveis efeitos da música na construção da subjetividade e na organização do cotidiano do indivíduo. Ao estabelecer quais premissas nos auxiliam a conceber a música como dispositivo que media emoções, corporalidades e configura espaços, meu intuito é localizar a contribuição das playlists para a circulação dessas significações.

Na segunda parte, adentrarei os estudos de música popular que exploram a noção de gênero musical fundamentada em uma ampla rede de articulações e disputas sobre as fronteiras simbólicas dos agrupamentos musicais, a fim de discuti-la à luz das reconfigurações da música no ecossistema digital. Desenvolverei, então, diálogo com a noção de “paisagens sensoriais” proposta por Janotti Jr. (2020) para identificar as possíveis relações entre as playlists direcionadas à momentos e atividades e o imaginário sonoro dos gêneros musicais. É também nessa parte da discussão, que aprofundarei a contribuição da performance de gosto (HENNION, 2001; 2011) para o entendimento acerca da construção de valor em torno das categorizações musicais.

## 2.1. A dimensão reflexiva e os tipos de agenciamentos estéticos decorrentes da experiência musical cotidiana.

Ainda em sua obra sobre as dimensões da cultura do streaming, que toma o Spotify como objeto de análise, Eriksson et alli (2019) identificam que as playlists realizam prescrições normativas orientadas para o que seria uma “boa vida” (p. 144) ao produzir uma ideia de ubiquidade musical fragmentada em uma ou mais coletâneas para cada momento do dia. Nessa ambientação comunicacional, a música exerceria um papel ativo de aumentar ou aprimorar a performance do ouvinte em determinada atividade. Trata-se das playlists que exploram um estado emocional e cognitivo a ser alcançado com a fruição musical, ou, como já descrevemos na introdução, os *moods*. É o caso de playlists como “Jazz Relax”<sup>65</sup>, “Foco no estudo”<sup>66</sup>, “Sono Profundo”<sup>67</sup>, ou “Suor EDM”<sup>68</sup>.

Me permito uma rápida digressão, para pontuar que a noção de que a experiência estética resultante da fruição sonora desempenha funções nos modos de organização do cotidiano dos indivíduos é abordada desde estudos clássicos da etnomusicologia que se debruçaram sobre as capacidades sensoriais e cognitivas da música. Dentre estes, destaco os trabalhos de Blacking (2000; 2007)<sup>69</sup> em direção à ampliação dos modos de compreensão da música para além da primazia do saber musical especializado, mas considerando-a como uma capacidade humana, “como um quadro inato específico de capacidades cognitivas e sensoriais que os seres humanos estão predispostos a usar na comunicação e na produção de sentido do seu ambiente.” (BLACKING, 2007, p. 202). A despeito do diálogo que etnomusicólogo britânico empreende com teóricos da Antropologia e Sociologia estruturalista como Weber e Geertz para pensar a música como um sistema cultural, seu pensamento nos instiga a pensarmos a experiência musical e sua categorização atravessada não só por fatores estritamente musicais relacionados aos tocadores, mas também fatores culturais.

---

<sup>65</sup> Disponível em: <http://bit.ly/JazzRlx>. Acesso em 17.jun.20

<sup>66</sup> Disponível em: <http://bit.ly/FocoEstudo>. Acesso em 17.jun.20

<sup>67</sup> Disponível em: <http://bit.ly/SonoPro>. Acesso em 19.jun.20

<sup>68</sup> Disponível em: <http://bit.ly/SuorEDM>. Acesso em 17.jun.20

<sup>69</sup> A pesquisa etnográfica de Blacking (2000) desenvolvida por anos entre o povo Venda, na África do Sul, nos oferece um contraponto para pensarmos a presença da associação da música a atividades cotidianas, em ambientes externos à música popular massiva. O etnomusicólogo identificou 16 classificações musicais diferentes entre os habitantes locais. Na obra, ele destaca que havia entre o povo Venda classificações dos tipos de som de acordo com os tipos de atividades cotidianas para qual cada canção era destinada (*Songs for*).

Todavia, foi apoiado no ponto de inflexão que alguns estudos pós-estruturalistas provocaram na sociologia contemporânea, ao focar na relação dos afetos e do que podemos chamar de socialidade das emoções (AHMED, 2004) com a construção identitária de movimentos políticos e sociais, e também no bojo de perspectivas que consideram a contribuição dos artefatos culturais na construção da subjetividade do sujeito, algumas com os quais já dialogamos (MILLER, 2013; LATOUR, 2012; HENNION, 2011); que a sociologia da música passou a observar com mais afinco a potencialidade do som – e aqui inclui-se a música popular massiva retratada no primeiro capítulo – em mediar a construção de estados de consciência e a circulação de emoções, seja individual ou coletivamente.

Essa abordagem ganha respaldo nos trabalhos de DeNora (2000; 2003), Born (2003), Hennion (2001; 2011), Grossberg (1984) ao proporem o entendimento da relação entre música, sujeito e ambiente social, não como objetos fechados em si, mas “como objetos de configuração mútua” (DENORA, 2003, p. 88). Dialogando com esses e outros teóricos, é possível denotar que o processo de percepção e valoração da música que circula nas plataformas de streaming está intimamente ligado às afetividades que ela, enquanto forma cultural, produz.

#### 2.1.1. Hits Felizes<sup>70</sup>: A música como dispositivo de modulação de emoções.

Em sua obra intitulada *Music In Everyday Life*, DeNora (2000) explora os diversos níveis da vida cotidiana pelos quais a música atua como um dispositivo de regulação emocional, cognitiva, corpórea e de agenciamento social. Com base em seu trabalho etnográfico desenvolvido com mulheres britânicas e estadunidenses das mais variadas idades e ocupações<sup>71</sup>, a socióloga britânica concebe os elementos e a performance musical como recurso pelo qual os indivíduos elaboram reflexões sobre elementos não musicais. Ou seja, sob esse aspecto, a autora quer destacar que as propriedades estéticas e estilísticas da música são utilizadas pela ampla rede de agentes envolvidos na cadeia produtiva (compositores, artistas, produtores, gravadoras e consumidores) para projetar ou recuperar experiências e organizar significações a respeito

---

<sup>70</sup> Playlist do Spotify intitulada “Hits Felizes”. Disponível em <http://bit.ly/HitsFelizes>. Acesso em 19.jun.20

<sup>71</sup> É importante darmos destaque que, segundo a autora (p. 48), o recorte de seu estudo foi focado exclusivamente em mulheres, como um esforço de compensar o desequilíbrio de gênero existente na academia e nas pesquisas dos estudos culturais.

de algo externo à dimensão sonora, e, por diversas vezes, convencioná-la a partir desses enquadramentos.

“Partindo da noção de enquadramento musical, é possível investigar como atores de todos os tipos forjam ligações entre materiais musicais e questões não musicais, seja ao nível da produção musical ou no nível de consumo.” (DENORA, 2000, p. 27, tradução livre<sup>72</sup>). Nesse sentido, a premissa de que determinado conteúdo musical ou determinado gênero é percebido pelos usuários como ideal para uma atividade ou estado emocional específico, parece estar no cerne da ambientação sonora das playlists que estamos analisando, indo ao encontro do que Eriksson et alli (2019) classificam como abordagem “utilitarista” da música pelas corporações de streaming. Entretanto, diversos trabalhos empíricos na área da sociologia da música e da psicologia social, concluem que as associações que constituem esse cenário, estão relacionadas a questões mais profundas.

Ao analisar a relação da música com a constituição da subjetividade de suas respondentes, DeNora (2000) nos chama atenção para sua dimensão modulatória e sua capacidade de configurar e manter agenciamentos estéticos, ou seja, sensações que evocam ou dão suporte a ações. Esse despertar de sensações, por sua vez, é capaz de acionar rápidas mudanças de humor e nos modos de atenção ao ambiente ao seu redor. A dimensão modulatória da música torna-se evidente na fala de suas entrevistadas, dispersas pela obra, ao justificarem a predileção ou a aversão a um som, muitas vezes identificado através nome do interprete ou pelo gênero musical, em função das correlações realizadas entre suas propriedades harmônicas, rítmicas e performáticas e um determinado estado emocional ou situação vivida do qual gostariam ou não de ter acesso.

Outros estudos, com metodologias diferentes, também chegam a deduções parecidas, como é o caso do trabalho realizado por Sloboda e O’Neill (2001). Munidos de um aprofundado diálogo com teóricos da psicologia social, os autores se dedicam a entender as relações com os modos rotineiros de se ouvir música e as mudanças de humor provocadas em seus ouvintes. Com base nas respostas de seus entrevistados, eles identificaram três escalas de estados emocionais dentro das quais o humor dos ouvintes transitava no momento da fruição musical acompanhada de atividades habituais como

---

<sup>72</sup> No original: Using the notion of framing as a starting point, it is possible to investigate how actors of all kinds forge links between musical materials and non-musical matters, whether at the level of musical production (for example, composition – Bizet’s mapping of music and gender) or at the level of consumption (for example, interpretation – our impressions of the opera’s characters).

tomar banho, fazer refeições, chegar em casa do trabalho, viajar. Identificou-se variações entre estados de positividade e negatividade, excitação e relaxamento e entre atenção e abstração ao presente.

As falas relatadas por Sloboda e O'Neill mostram, mais uma vez, como as funções cognitivas e as alterações emocionais que os ouvintes buscavam estavam diretamente relacionadas ao contexto em que a música estava sendo empregada. A variedade dos relatos fornece um panorama de situações distintas em que os indivíduos recorrem às sonoridades no intuito de autorregular seus *moods*, seja direcionando a atenção para a frequência da harmonia musical e, assim, atingindo um nível de excitação e positividade que permita a abstração do momento presente, ou até mesmo utilizando-as como forma de reduzir a excitação e aumentar a concentração na tarefa realizada.

Um segundo exemplo é fornecido por uma participante que reportou estar em casa, arrumando o quarto como parte de sua rotina básica. Ela escolheu ouvir um trecho de uma música Pop em uma fita. A participante comentou que a música foi escolhida para “realçar a maravilhosa experiência de limpar” e que era “muito vivaz”. Esse episódio foi relacionado a um aumento da excitação durante a música. Parece que o propósito dessa música era permitir que a participante se concentrasse no som e longe da desinteressante tarefa doméstica, sendo essa atenção usada para aumentar seus níveis de energia. (SLOBODA; O'NEILL, 2001, p. 9, tradução livre)<sup>73</sup>

Em ambos os estudos citados, as práticas musicais dos entrevistados desvelaram a construção de um saber, por parte dos ouvintes, sobre o tipo de música, gênero ou estilo musical mais adequado para se alcançar a frequência emocional pretendida no momento relatado. Em outras palavras, a escolha por determinado conteúdo musical não se inicia no momento exato em que um fã abre um aplicativo de música, ou em que um colecionador passeia por uma feira de vinis, mas remonta a um processo de reflexividade essencial para compreendermos os diversos atores e controvérsias, para falar mais uma vez com Latour (2012), que vão compor a percepção musical de cada usuário, como o gosto musical, por exemplo.

---

<sup>73</sup> No original: A second example from the same category is provided by a female participant who reported being at home, tidying a bedroom as part of the normal basic routine. The participant had chosen to listen to a piece of pop/chart music on a tape. The participant commented that the music was chosen to "enhance the wonderful experience of cleaning" and was "very lively". This episode was associated with an increase in arousal during the music. It seems as if the purpose of this music was to allow the participant to focus attention on the music, and away from the uninteresting domestic chore, and this focused attention was used to increase energy levels.

Em parte de sua obra, DeNora (2000) se volta para as práticas de escuta íntimas a fim de conceber a música como uma “tecnologia do *self*”. Sua argumentação é de que a música é capaz de ser “apropriada pelos sujeitos como recurso para o contínuo processo de construção de si mesmos e de seus estados psicológicos, fisiológicos e emocionais” (DENORA, 2000, p. 47, tradução livre)<sup>74</sup>. Todavia, a socióloga propõe localizarmos a construção e manutenção do *self* menos como um fenômeno íntimo isolado do que como parte de um processo reflexivo mais amplo de constituição de si mesmo enquanto sujeitos sociais.

Ao propor essa concepção, a autora vai ao encontro da noção trabalhada por teóricos como Giddens (2002), Simmel (1973) e Witkin (1995) de que a identidade na modernidade tardia é centrada na autoreflexividade do sujeito. Ou seja, o entendimento da música como tecnologia do *self* partilha da premissa de que o sujeito pós-moderno goza de certa autonomia sobre as escolhas e condutas que guiarão a forma como este se constitui no Mundo, antes alicerçadas em valores e práticas fixos e pré-determinados. Assim, em diálogo com Polivanov e Pereira de Sá (2012), a identidade seria constituída cotidianamente com base na incessante reflexão sobre como tais escolhas vão elaborar sua narrativa de si, enquanto sujeito imerso em uma dinâmica social.

Dessa forma, o autoconhecimento presente na fala dos entrevistados sobre a experiência musical necessária para alcançar-se determinado estado emocional seria instituído através da reflexividade estética que a percepção musical propicia. Para DeNora (ibid.), esse saber “deve ser visto como parte das práticas nas quais as respondentes se produziram como seres sociais coerentes” (DENORA, 2000, p. 49, tradução livre)<sup>75</sup>. Considerando as diferentes realidades pelas quais o sujeito contemporâneo transita – que Goffman (2009) definiria a partir da metáfora das “encenações do eu”<sup>76</sup> – é através da reflexividade que os indivíduos administram as incongruências e buscam traçar uma

---

<sup>74</sup> No original: This research points clearly to the ways in which music is appropriated by individuals as a resource for the ongoing constitution of themselves and their social psychological, physiological and emotional states.

<sup>75</sup> No original: This practical knowledge should be viewed as part of the (often tacit) practices in and through which respondents produced themselves as coherent social and socially disciplined beings.

<sup>76</sup> O sociólogo Ervin Goffman, na obra *The Presentation of Self in Everyday Life* (2009), desenvolve a noção de performance do eu, utilizada em diversos campos das Ciências Sociais. Partindo de uma metáfora dramaturgical, Goffman considera que o *self* do indivíduo é constituído na constante interação com os “outros”, como em uma encenação teatral onde os atores “modelam” seu comportamento de acordo com a impressão que queiram transmitir. A essa “encenação”, entendemos como a noção de performance. Assim, o que o indivíduo fala ou expressa (ou guarda para si), performa de acordo com quem, onde e em que momento se dá a interação.

coerência expressiva de suas subjetividades. Partindo desse princípio, temos mais um vértice de onde podem residir os tensionamentos de nossa pesquisa: as incongruências entre as associações que o usuário do Spotify traz consigo como resultado de sua experiência reflexiva prévia em torno da música e o que ele realmente encontra na categorização recomendada pela plataforma.

É justamente nas entrevistas em profundidade detalhadas nos capítulos seguintes, que buscarei o contato com a dimensão reflexiva dos usuários das playlists, a fim de identificar os tensionamentos e reiteraões resultantes do contato com os sistemas algorítmicos de recomendação, sobretudo em relação às noções de gênero partilhadas pelos usuários, para além da ambientação da plataforma. Para isso, é mister que continuemos elencando os principais atores que mediam esses enquadramentos musicais.

#### 2.1.2. Vale a pena ouvir de novo<sup>77</sup>. Formas de escuta que evocam memórias.

Nos estudos aos quais faço referência, a reflexão que desencadeia correlações entre forma estilística, materialidades musicais e determinados modos de agência – música para relaxar em casa, música para chorar, música para dirigir alegre – é atravessada por diversos fatores. Um deles é a associação dos ouvintes a situações autobiográficas em que a música esteve direta ou indiretamente presente. Em outras, palavras, a relação entre música e memória.

Van Dijck (2006), por exemplo, toma a música gravada como objeto de articulação entre passado e presente a cada ato de escuta, sendo, portanto, objeto de reconstituição de experiências individuais e coletivas, especialmente pelo fato do conteúdo musical ser passível de recuperação a longo prazo, enquanto arquivo. Sua concepção da música gravada como coletânea de afetos é fundamentada no diálogo com a perspectiva neuro cognitiva que analisa a relação entre estímulos sensoriais e memória autobiográfica<sup>78</sup>. Nos interessa destacar desse diálogo que, ao armazenar o som que ouvimos, a memória musical armazena também as reações afetivas relacionadas a ele, produto da experiência estética. Cada vez que um som é lembrado, criamos mapas

---

<sup>77</sup> Playlist do Spotify intitulada “Vale a pena ouvir de novo”. Disponível em <http://bit.ly/ValeAPenaOuvirDeNovo>. Acesso em 19.jun.20

<sup>78</sup> Van Dijck (2006) faz referência a teoria neurocognitiva do teórico português Antonio Damasio (1999) em seu esforço em compreender a formação da memória humana a partir da mente e das sensações corporais.

mentais do evento vivido e das emoções vinculadas a ele, como “narrativas internas” (DAMASIO apud. VAN DJICK, 2006, p. 360). É dessa forma que a autora aponta o potencial da música em funcionar como “gatilho”, trazendo de volta ondas de emoção específicas de um tempo, evento, espaço ou evocando sentimentos genéricos. Essa definição não se limita somente a eventos especiais da nossa existência, mas se estende às situações mais ordinárias de nosso cotidiano.

Seguindo uma proposta semelhante, DeNora (2003) nos indica como a relação entre a experiência musical e a construção da memória é capaz de produzir conhecimento. Em linhas gerais, a autora aciona a obra do teórico frankfurtiano Theodor Adorno por enxergar através dela o caminho para uma sociologia da música que a conceba a partir de seus poderes e propriedades de agenciamento. Assim, DeNora enfatiza a importância da experiência estética musical na constituição da consciência, fazendo referência mais uma vez à dimensão reflexiva. Com base em suas entrevistas, ela denota que, no ato da reflexividade a música foi descrita como um dispositivo que media associações e lembranças de eventos, situações e pessoas. Isso se daria pela capacidade da música em penetrar na experiência cotidiana e fazer parte dela, como uma moldura interfere na forma como a pintura é percebida. Como resultado, a socióloga britânica destaca na fala de seus entrevistados a capacidade da música em “transportá-los de volta”<sup>79</sup> a determinadas memórias ou estados de consciência, similar à noção de “gatilhos” que Van Dijck (2006) descreve.

Refletir sobre a capacidade do conteúdo musical em acionar gatilhos, sobretudo afetivos, pode nos ser útil para pensarmos a circulação de sentidos sobre a memória dos usuários nas categorizações que associam música a atividades, como a playlist “Retrôvisor”<sup>80</sup>, cuja descrição “Grandes sucessos do passado para embalar sua viagem” é acompanhada de uma imagem desfocada do painel de um carro antigo com dados de pelúcia pendurados no retrovisor, e integrada por faixas musicais de artistas como Tim Maia, The Cure, Led Zeppelin, Madona, Cazuza, Marina Lima e Erasmo Carlos.

FIGURA 5: INTERFACE DA PLAYLIST RETRÔVISOR

---

<sup>79</sup> Adaptação do inglês “take back”.

<sup>80</sup> Disponível em: <http://bit.ly/Retrôvisor>. Acesso em 23.jun.20



FONTE: SPOTIFY

No intuito de identificar a interseção entre memória pessoal e coletiva, Van Djick (2006) complementa sua argumentação com o diálogo da abordagem semiótica de Turino (1999), de que os signos musicais construídos nas múltiplas experiências afetivas e lembranças musicais carregam conotações pessoais, mas que podem circular dentro de grupos que compartilham experiências comuns. Os exemplos analisados pela autora denotam como imagens ou histórias são criadas em torno de certas músicas para ajudar a comunicar sentimentos ou *moods* particulares (VAN DJICK, 2006, p. 361, tradução livre<sup>81</sup>). Assim, sob essa ótica, podemos abordar a comunicação em torno das playlists, compreendendo a relação entre os atos de nomeação e seus conteúdos como predições das imagens e histórias que os usuários carregam em torno das músicas, experiências e cenários que elas mediam através da memória.

Ademais, DeNora (2003), consegue inferir, desenvolvendo o conceito de evento musical (p. 49) como ferramenta de análise de suas entrevistas, que o processo de construção da memória musical envolve múltiplas temporalidades: o momento em que a experiência aconteceu e os diversos outros momentos em que o sujeito lembra e se reengaja com o conteúdo musical.

O que consideramos por música [seus efeitos] precisa ser ampliado muito além da escuta em tempo real, pois as pessoas podem repeti-la em suas mentes, podem invocar não apenas fragmentos musicais ou obras inteiras na memória, mas também memórias difusas de músicas ouvidas antes (DENORA, 2003, p. 65, tradução livre<sup>82</sup>).

---

<sup>81</sup> No original: Many respondents to the Top 2000 create images or stories around certain songs to help them communicate a particular feeling or mood, or to express one's affective ties to particular songs.

<sup>82</sup> No original: [...] what we count as 'music' needs to be broadened well beyond music heard in real time, for people may replay music in their heads, they may call upon not only musical fragments or entire works in memory but also more diffuse memories of music heard before.

Seguindo o raciocínio de que a memória musical é um elemento inacabado, sendo reconstruída a cada reconstituição do passado em relação ao presente, podemos conceber que o ambiente digital onde a fruição musical se dá também é parte constituinte das associações que os usuários realizam entre gosto, gêneros e experiências estéticas.

### 2.1.3. Funk Brabo 150<sup>83</sup>. Música que agencia corporalidades.

Para além dos estados emocionais e da memória, outro fator que desencadeia correlações entre música e modos de agência é a constituição e organização dos corpos em relação ao ambiente da experiência musical. Tal perspectiva nos interessa diante da abordagem do objeto de pesquisa, no sentido de identificar os casos em que a comunicação construída em torno das categorizações faz referência ao aprimoramento da performance corporal do ouvinte no cotidiano, como na descrição da playlist “Alongamento”<sup>84</sup>: “A melhor trilha sonora para relaxar e alongar o corpo antes ou depois do treino!”. É comum também identificarmos nos títulos das playlists catalogadas, algumas referências à frequência rítmica das músicas contidas na coletânea, como Funk 150-180 BPM.

FIGURA 6: INTERFACE DA PLAYLIST ALONGAMENTO



FONTE: SPOTIFY

Essa discussão surge novamente em DeNora (2000). A autora concebe a música como dispositivo cognitivo e emocional, mas também orientacional (p. 91), empreendendo diálogo com o musicólogo Richard Middleton (1990) sobre as associações

<sup>83</sup> Playlists do Spotify intitulada “Funk Brabo 150”. Disponível em <http://bit.ly/Funk150>. Acesso em 01.out.20

<sup>84</sup> Disponível em: <http://bit.ly/Playlist-Alongamento>. Acesso em 18.jun.20

que os padrões rítmicos internos à música provocam sobre os corpos, externos a ela. Em sua obra sobre a música popular, Middleton adota uma abordagem semiótica sobre as estruturas semânticas implicadas na forma musical para conceber dois níveis de significação da música entre os indivíduos. Há o nível primário, onde o conteúdo semântico estaria relacionado à sua estrutura sintática, ou seja, o arranjo dos acordes, as variações de tons e timbres dos intérpretes ao longo da canção, as mudanças de frequência rítmica seriam fatores que contribuem para a significação dos elementos sonoros como marcadores corporais de tempo e espaço, guiando como e quando os movimentos corporais devem performar. A dimensão primária é perceptível em shows e apresentações onde os fãs, comandados pela performance do artista, são incitados a realizarem movimentos corporais coletivos no ritmo da música. Além disso, ao que tudo indica, ela é também apropriada pelas playlists direcionadas a atividades cotidianas que exigem maior performance corporal, como a realização de atividades físicas, festas ou até mesmo atividades mecânicas como lavar louça, tomar banho e fazer sexo.

Por fim, mas não menos importante, há o nível secundário de significação, onde o conteúdo é relacionado à dimensão conotativa que a música assume de forma inerente a seu nível primário. Tal dimensão corresponde às infinitas associações semânticas de valores, ideologias, estilos e emoções que a música ganha de seus produtores e consumidores. Na visão de Middleton (ibid.) e outros teóricos, esses enquadramentos podem ser identificados à luz da análise hermenêutica e semiótica. Embora não empregue essas abordagens como principal metodologia de análise desta pesquisa, é importante destacar que diversos autores apontam para as regras semióticas e os modos de enunciação que circunscrevem a produção de sentido na música, como um dentre os múltiplos fatores que mediam a construção das noções de gêneros musicais (FABBRI, 1981; JANOTTI JR., 2003, JANOTTI JR.; PEREIRA DE SÁ, 2018), conforme trataremos na seção seguinte.

Diante desse cenário, a pesquisa de DeNora (2000) nos fornece exemplos de como os níveis de significação já se faziam presentes em coletâneas caseiras, classificadas por *moods* pelos treinadores das academias de ginástica aeróbica, espaços onde a música ambiente assume o papel de extensão do corpo.

Fitas cassetes intituladas 'Motivação', projetadas para aquecimento, mantêm uma faixa de 130-138 bpm, enquanto as fitas 'Treino de energia', com uma faixa de 140-146 bpm, sendo empregadas somente durante o ápice do treino. Na etapa de resfriamento, os números tendem

a pairar em torno de 130 bpm e são classificados sob o título "Relaxamento". (DENORA, 2000, p. 92, tradução livre<sup>85</sup>)

O que quero destacar com esse referencial, é que o processo de constituição dos corpos a partir da música não ocorre de forma passiva em relação aos processos de produção e distribuição. Há também, por parte dos ouvintes ou daqueles que a classificam, formas de apropriação sobre o que deve ser considerado e o que deve ser ignorado. Essa dinâmica ficará ainda mais evidente quando confrontarmos os usuários com as categorizações por meio das entrevistas.

## **2.2. A contribuição das noções de gênero e gosto musical ante as dinâmicas da cultura musical digital.**

Tendo em vista a discussão empreendida até o momento, foi possível localizar a música e seus atributos estéticos, enquanto dispositivos de agenciamento social e construção de subjetividades, de extrema valia para compreendermos a contribuição das playlists para as possíveis associações entre música e cotidiano. Contudo, há um eixo central para esta pesquisa, que enreda as dinâmicas de percepção e valoração do conteúdo musical, especialmente se tratando de música popular massiva ligada à indústria fonográfica e do entretenimento (JANOTTI JR.; CARDOSO, 2006): os fatores que mediam as noções de gênero e gosto musical.

Nos trabalhos com os quais dialogo para conceber a dimensão afetiva da música, é possível notar nas falas dos entrevistados a frequente referência ao gênero ou estilo musical<sup>86</sup> como uma baliza simbólica a qual os ouvintes recorriam para regular seus *moods* ou criar a ambientação perfeita para a realização de uma tarefa. “Eu normalmente coloco em uma estação de *country music* todas as manhãs quando chego ao trabalho” (DENORA, 2000, p. 54, tradução livre)<sup>87</sup>. “Essa foi a primeira música a me despertar para o fenômeno da música Pop nos anos 1960-1970, ela me lembra o quão mágico era ouvir meu pequeno rádio, muitas vezes secretamente, pois precisava escondê-lo dos meus

---

<sup>85</sup> No original: For example, cassettes entitled ‘Motivation’, which are designed for use in the warm-up, maintain a beats-per-minute rate of 130–8, while ‘Body Blitz’ or ‘Energy Workout’, with a bpm of 140–6, are employed during the core. Cool-down numbers tend to hover at around 130 bpm and are classified under the heading ‘Relaxation’.

<sup>86</sup> Em diálogo com Holt (2003), consideramos os estilos musicais como subcategorias de um gênero. Por exemplo, o acervo digital da Biblioteca Nacional classifica o samba-enredo como uma subcategoria do gênero samba. Disponível em: <http://bit.ly/BNDigitalSamba>. Acesso em 27.set.20

<sup>87</sup> No original: I typically play a country music station almost every morning coming in to work [...]

pais.” (VAN DIJCK, 2006, p. 365, tradução livre)<sup>88</sup>. Em determinados casos em que a fruição musical é compartilhada, os gêneros são ainda mais utilizados como moeda de negociação entre atores sociais para criar uma ambientação adequada à atividade pretendida.

Assim, por mais que estejamos olhando de perto a relação entre os atributos musicais e o *self* do indivíduo, considero que a reflexividade estética é perpassada pelo que Simon Frith (1996) chama de “certo tipo de conhecimento e experiências musicais compartilhadas” (p. 87) que permitem a circulação de sentidos comuns<sup>89</sup> entre a rede associativa composta por artista e fã, gravadora e consumidor, fã e *hater* e, por que não, plataformas e usuários.

### 2.2.1. Feel Good Indie Rock<sup>90</sup>. Noções de gêneros musicais atravessadas por disputas.

O diálogo com os estudos no campo da música popular nos auxilia a identificar a importância dos atos de categorização nos processos de produção de sentido que a música engendra – Holt (2003) nos informa que a própria diferenciação entre música clássica e popular dentro da musicologia já nos remete a processos de classificação genérica. Em trabalho desenvolvido por Jeder Janotti Jr. (2003), o pesquisador levanta o importante argumento de que os processos de classificação do conteúdo musical não tangenciam somente amantes de música, mas se iniciam anteriormente, no caminho por onde a música circula, partindo do pressuposto de que as formas de reapropriação da música popular massiva, bem como suas recategorizações são efetuadas a partir de classificações genéricas. A catalogação por gêneros está presente não só nos modos que a indústria fonográfica utiliza para direcionar certos produtos ao consumidor, como é parte essencial dos julgamentos de valor que perpassam o consumo musical. (JANOTTI JR., 2003, p. 32). Com isso, o autor admite também a perspectiva de que o valor que a música assume é composto por elementos internos e externos à ela.

---

<sup>88</sup> This was the first song to wake me up to the phenomenon of pop music in the years 1966\_1970, it reminds me of how magical it felt to just listen to my small transistor radio, often secretly, because I needed to hide it away from my parents.

<sup>89</sup> Em alusão a Sodré (2014), nos referimos ao termo “comum” como célula mater do ato comunicativo, no sentido da partilha.

<sup>90</sup> Playlist do Spotify intitulada “Feel Good Indie Rock”. Disponível em <http://bit.ly/Funk-Consciente>. Acesso em 18.jun.20

Ao fazer isto, o pensamento de Janotti Jr. (ibid.) converge com uma série de autores como Frith (1996), Holt (2003), Negus e Pickering (2004), Fabbri (2012), Brackett (2016), que, ao se debruçarem sobre a questão da contribuição das formas de classificação da música popular massiva em âmbitos comerciais, políticos, culturais e midiáticos, apontam para os gêneros musicais como notáveis mediadores das relações entre produtores, consumidores e todos os demais atores envolvidos no processo de circulação da música, que a retomada do percurso do surgimento das plataformas de streaming no capítulo anterior buscou mapear.

Na obra *Performing Rites*, bastante referenciada nos estudos de música e comunicação, Frith (1996) explora os critérios e convenções que circulam no mercado da cultura *mainstream* ou cultura Pop<sup>91</sup> para rotular os conteúdos musicais em agrupamentos genéricos. O musicólogo localiza sua argumentação sob a ótica mercadológica da indústria da música e de seus produtores, que se utilizam das noções e valores simbólicos que circulam acerca dos agrupamentos musicais para organizar os processos de venda e circulação de suas produções. Nesse sentido, o pensamento de Frith quer nos indicar que os desdobramentos da categorização de uma faixa musical pela indústria e críticos como sendo “Rock”, “Pop”, “Samba”, “Reggae”, “R&B” etc., não se aplicam apenas ao produto em si, mas projetam um conjunto de regras e expectativas em relação ao artista e ao consumidor.

Em relação ao artista porque, uma vez vinculado a um gênero, cria-se a expectativa de que a performance e a “gestão de imagem” (BOYD; MARWICK, 2011) do intérprete corresponda às regras daquele determinado agrupamento. Decisões sobre sessões de gravação, fotos promocionais, capas de discos, entrevistas à imprensa, estilos de vídeo e assim por diante, serão todas tomadas com as regras de gênero em mente (FRITH, 1996, p. 76, tradução livre<sup>92</sup>). Em relação ao consumidor, porque os gêneros atuariam como mecanismos de endereçamento de produtos a consumidores potenciais,

---

<sup>91</sup> O termo Pop, como um fenômeno de abrangência global, apresenta diferentes concepções e origens, desde sua origem anglófona no movimento Pop Art, sendo associado “ao que pipoca” (JANOTTI JÚNIOR, 2015, p. 45) em uma ideia de efemeridade, ou ao termo inglês “popular” (SOARES, 2015, p. 20) ligado ao conceito desenvolvido por Martel (2012) de *mainstream*, ou ainda, relacionado, em outro contexto, à ideia de popular advinda das manifestações de cunho folclórico brasileiras (JANOTTI JÚNIOR e CARDOSO, 2006). Tais concepções ilustram o campo polissêmico chamado Cultura Pop. Nos vinculamos a esse termo, sem perder de vista que grande parte desses autores chamam atenção para o caráter dicotômico que algumas dessas interpretações podem induzir o pesquisador a adotar diante de valores e tensões com outras formas de manifestações artísticas e culturais que se distanciam da cultura Pop.

<sup>92</sup> No original: decisions about recording sessions, promotional photos, record jackets, press interviews, vídeo styles, and so on, will all be taken with genre rules in mind.

alicerçados nas expectativas com relação às formas de engajamento do fã com o conteúdo, típicas daquela categorização. Quando a indústria fonográfica utiliza as classificações de gênero para tornar o processo mercadológico mais eficiente, ela, na verdade, está assumindo que há uma relação negociável entre o rótulo musical e o gosto dos consumidores (JANOTTI JR., 2003, p. 34).

Destarte, sob a ótica mercadológica, o intuito das classificações por gêneros seria o de buscar uma concordância de sentido entre todas as partes envolvidas no processo de produção e consumo. Entretanto, uma série de estudos acerca dos gêneros musicais, que adotam inclusive abordagens teórico-metodológicas distintas, convergem em apontar que essa dinâmica não ocorre de maneira tão estanque e linear, mas a partir de constantes disputas e negociações entre atores envolvidos nessa cadeia de distribuição e consumo.

Ao buscar uma conceituação para os gêneros próxima da noção de eventos musicais orientados por um conjunto de regras socialmente aceitas e reconhecidas, Franco Fabbri (2012) nos traz a ideia de que as noções de gênero e do que delimita seu conteúdo são dinâmicas e instáveis.

Tal definição nos permite examinar em qualquer período a divisão dos gêneros, bem como sua sobreposição, de acordo (ou em contraste) com as diferentes funções sociais da música. No entanto, como as regras que definem o gênero podem mudar (algumas delas tornando-se socialmente inaceitáveis ou substituídas [ou não] por outras), os gêneros não são categorias fora do tempo, nem organismos vivos sujeitos a um desenvolvimento previsível do nascimento à decadência à morte: sua “vida” é, antes, a história de uma comunidade complexa, da sociedade como um todo e do uso da música nela. (FABBRI, 2012, p. 12, livre tradução)<sup>93</sup>

Frith (1996), por sua vez, argumenta que as fronteiras que delimitam gêneros não são produto de um constante consenso entre os atores, entidades e instituições envolvidas em seus endereçamentos. “Os varejistas, por exemplo, nem sempre organizam seus lançamentos da mesma forma que as gravadoras” (p. 77). Ou seja, as noções de gênero podem sofrer deslocamentos e apropriações em relação ao sentido genérico adotado pela indústria da música. Em referência à sua própria tese, Janotti Jr. (2003) faz um diagnóstico semelhante ao apontar as diferenciações encontradas nas subdivisões

---

<sup>93</sup> No original: Such a definition allows us to examine in any given period the division of genres as well as their overlap, according (or in contrast) to the different social functions of music. However, as the rules defining genre may change (some of them becoming socially unacceptable or substituted [or not] by others), genres are neither categories outside time nor living organisms subject to a predictable development from birth to decadence to death: their “life” is rather the story of a complex community, of society as a whole, and of the use of music in it.

pertencentes ao gênero Rock em lojas de CDs/DVDs de Salvador - BA e Porto Alegre - RS. Na análise do pesquisador, isso se dava em razão das singularidades que a cena musical do Rock assumia em cada região. No RS, por ser mais intensa, pressupunha-se um contato mais íntimo dos consumidores com os subgêneros do Rock, que exigiria uma divisão taxonômica mais clara e delimitada nos pontos de distribuição, do que na BA.

Em artigo mais recente, Janotti Jr. e Pereira de Sá (2018) retornam a essa discussão e sintetizam tais concepções teóricas acerca dos múltiplos fatores e regras que caracterizam um gênero, com foco na cultura musical digital. Sua conclusão é de que os gêneros são mediadores entre as estratégias produtivas e os sistemas de recepção da música, indicando que as múltiplas abordagens e análises sobre suas características devem considerar seus aspectos a) econômicos, que envolvem os modos de produção e consumo; b) semióticos, que envolvem a produção de sentidos e as associações a nível do simbólico, como propõe Middleton (1990); c) técnicos e formais, que envolvem os parâmetros a nível intramusical.

O contato com os diversos estudos no campo da música e suas tecnologias, aqui referenciados, nos permitiu notar que, por vezes, as abordagens dos fenômenos tendem a privilegiar mais um aspecto em detrimento de outro. No entanto, me vinculo às ideias desses teóricos no esforço de pensar a contribuição das dinâmicas de gênero em direção ao processo reflexivo do ouvinte sobre experiência musical – seja em relação às emoções que ela modula, às memórias que ela suscita ou em relação aos corpos e movimentos que ela organiza – sem desconsiderar totalmente as propriedades estilísticas e textuais dos gêneros nem desprezar por completo a discussão em torno das tecnologias que permitem a seus endereçamentos, mas considerando tais aspectos como parte da rede da qual meu objeto de pesquisa faz parte.

Assim, Janotti Jr. e Pereira de Sá (ibid.) sintetizam a noção de gênero como dinâmica e mutável, definida por disputas simbólicas, negociações, consensos e dissensos entre forças mercantis, legais, ideológicas, institucionais, identitárias e culturais, muito além da dimensão musicológica. Tal cenário de disputas em torno da noção de gênero já foi retratado em diversos estudos e pesquisas sobre música e comunicação, especialmente no Brasil. Como exemplo, Trotta (2011) aborda o surgimento do pagode romântico nos anos 1990 tensionando as fronteiras com o samba “raiz” em torno de seu valor de “autenticidade” e “estética mercadológica”. Outro exemplo emana do movimento da Black Rio, retratado por Oliveira (2018), onde a música, principal expoente do

movimento, propunha um diálogo com a cena global, sobretudo norte-americana, ao mesmo tempo em que propunha rupturas com os gêneros musicais locais. Há ainda o notável trabalho de Soares (2017) sobre os incômodos e apagamentos do brega recifense, comparado a outros gêneros considerados hegemônicos presentes nas disputas políticas e institucionais para a construção de uma identidade musical pernambucana.

Ao ilustrar que os processos de classificação da música envolvem disputas e negociações com fãs, músicos, críticos e produtores, esses trabalhos nos dão pistas sobre mais um vértice onde podem residir os tensionamentos e reforços que busco em relação às playlists. Para Janotti Jr. e Pereira de Sá (ibid.), os gêneros reforçam agrupamentos afetivos e determinados agenciamentos em torno das preferências musicais. Esse processo se daria a partir de “uma ampla rede de articulações que envolve sonoridade, audiovisual, processos de recomendação, agrupamentos de produções, afirmações de gosto, letras, biografias, críticas culturais, entrevistas, etc.” (JANOTTI JR.; PEREIRA DE SÁ, 2018, p. 6). Por esse trecho, podemos inferir que tanto o ato de categorização/criação de uma playlist quanto a sua recomendação algorítmica estão entre os diversos agentes que permitem que os gêneros se constituam como balizas simbólicas que delimitem as disputas de gosto.

Em outras palavras, me refiro, por exemplo, aos tensionamentos ou reiteraões às noções de gêneros que playlists como a Jantar Relax<sup>94</sup> podem provocar. A coletânea, descrita como “uma seleção agradável de pop e afins para receber os amigos em casa”, é integrada por faixas de cantores como Billie Elish, Lady Gaga e Bradley Cooper, comumente associados ao gênero Pop; e ao mesmo tempo por faixas de cantores como Jorge e Mateus, dupla associada ao gênero sertanejo, em suas variadas vertentes e ramificações.

FIGURA 7: INTERFACE E CONTEÚDO DA PLAYLIST JANTAR RELAX

---

<sup>94</sup> Disponível em: <http://bit.ly/JantarRelax>. Acesso em 17.jun.20



**Jantar Relax**

PLAYLIST

# Jantar Relax

Uma seleção agradável de pop e afins para receber os amigos em casa.

Spotify • 232.254 curtidas • 60 músicas, 3h 25min

#	TÍTULO	ÁLBUM	🕒
1	 <b>Meu talismã</b> IZA	Meu talismã	2:45
2	 <b>Algo Parecido</b> Skank	Algo Parecido	3:45
3	 <b>Quase Sem Querer - Recorded At...</b> Jorge & Mateus	Spotify Singles	3:14
4	 <b>Somewhere Over The Rainbow</b> Olga Chung	Sweet Dreams	3:22

FONTE: SPOTIFY

Pensando a ambientação comunicacional da plataforma, seria a música sertaneja de Jorge e Matheus “afim” ao Pop como aponta a descrição? A coexistência de dois ou mais gêneros dentro de um mesmo endereçamento, aqui no caso o jantar com amigos, é uma característica comum nas playlists catalogadas.

Essa questão está no centro de uma indagação muito comum aos estudos recentes sobre a música no “ecossistema de mídia conectada” (VAN DIJCK, 2013), com respeito à validade dos gêneros musicais e sua articulação com as formas de categorização nas plataformas. O advento da cultura digital e o conseqüente consumo musical ambientado em plataformas ou sites de compartilhamento trouxe destaque às formas alternativas de categorização e remediações de taxonomias do conteúdo musical, conforme já mencionamos. Eriksson et alli (2019) apontam para um declínio do uso dos gêneros musicais hegemônicos nos atos de nomeação do conteúdo ou pelo menos uma coexistência entre eles e as categorizações centradas nas práticas cotidianas dos usuários. Embora esse deslocamento seja palpável, a descrição de playlists como a Jantar Relax confirmam que, apesar de explorarem os agenciamentos estéticos da música, o Spotify

ainda aciona a noção de gênero em suas playlists situacionais de forma verbal e não-verbal.

### 2.2.2. Festa na praia<sup>95</sup>. Construções de paisagens sensoriais e espacialidades através da música.

Ao problematizar os gêneros musicais em ambientações digitais e a construção das playlists, Janotti Jr. (2020, p. 15) reitera que os gêneros englobam valores de uso (o que se faz com a música), valores de troca, performances de escuta (como se faz), valores culturais (sociais e identitários) e valores estéticos, indo ao encontro do conceito de enquadramento musical de DeNora (2000). Assim, a própria concepção de gênero a qual nos vinculamos sugere que evitemos abordagens dicotômicas entre os endereçamentos das playlists ao cotidiano e os gêneros que as compõem. Nesse sentido o conceito de “paisagens sensoriais” desenvolvido por Janotti Jr. (ibid.) ao longo de sua obra, parece-nos mais um caminho a ser seguido para pensarmos a noção de gênero como um ator que também media as associações dos usuários entre música e atividades cotidianas:

Este quadro não implica dizer que vivemos o fim das classificações musicais, afinal continua-se a associar “Japonesa Bamboo Flute” à meditação, Sertanejo a bebidas e baladas, Funk às pistas de dança, etc. Mas estas interações não são rígidas, elas fazem parte de um certo modo de viver e imaginar os gêneros musicais. Assim, a Valhalla do Heavy Metal ou o sertão do Forró não são regiões físicas em sentido estrito e sim, paisagens sensoriais ligadas ao imaginário sonoro destes gêneros musicais. As *playlists* que referenciam lugares, consumo situacional e estações do ano dão ainda mais destaque à categorização de paisagens sensoriais articuladas às escutas musicais contemporâneas. (JANOTTI JR., 2020, p. 20).

Ou seja, compreendemos que o olhar investigativo para a personalização e personificação do conteúdo musical nas plataformas de streaming, especificamente para as playlists que direcionam a fruição para um determinado ambiente<sup>96</sup>, passa também por compreender o imaginário sonoro particular a cada gênero e os ambientes e espaços que ele suscita. Essa proposta nos coloca em contato com estudos sobre música, sons e territorialidades que investigam como não só a música popular massiva mas as respectivas noções de gênero inerentes à ela mediam relações sócio-espaciais, “seja para atrelar

---

<sup>95</sup> Playlist do Spotify intitulada “Festa na Praia”. Disponível em: <http://bit.ly/Festanapraia>. Acesso em 19.jun.20

<sup>96</sup> Playlists como Caipirinha, Festa na piscina, Verão Forever, Sol de domingo e Festa de casamento utilizam-se do imaginário sonoro, ou as “paisagens sensoriais” desses ambientes para propor uma experiência musical.

determinada prática musical a um sentimento ou identidade local, seja para delimitar espaços simbólicos de circulação de gêneros [artistas e performances], seja para nos remeter a ambientes virtuais de circulações de canções” (JANOTTI JR.; PEREIRA DE SÁ, 2018, p. 7).

O pesquisador Micael Herschmann (2018) dialoga com os conceitos de territorialidade (DELEUZE; GUATARRI, 1995) e multiterritorialidade (HAESBAERT, 2012) para elencar as dinâmicas de agrupamentos sociais que agenciam a música para ressignificar e reconfigurar espaços. Para ele, os gêneros musicais também têm participação nessas reconfigurações pois muitas vezes as dinâmicas desses grupos giram em torno de sua noção e seus valores ideológicos. A partir desse raciocínio, o pesquisador destaca que as territorialidades sônico-musicais acabam por afetar o ritmo e o cotidiano das cidades. O que podemos extrair de sua reflexão é que, semelhante às noções de gênero, as fronteiras das espacialidades construídas pela música não são fixas, além de poder serem múltiplas, “tendo em vista o constante fluxo dos interesses e demandas negociados entre os envolvidos direta e indiretamente.” (HERSCHMANN, 2018, p. 130).

Um exemplo das formas de negociação de territorialidades sônico-musicais pode ser observado no trabalho de Fernandes, Trotta e Herschmann (2015) em que os espaços cotidianos das cidades como parques, praças, praias, redutos e vielas são atravessados por imaginários musicais associados. A fala dos pesquisadores nos permite denotar que esses imaginários, por sua vez, são constituídos ao longo do tempo por relações de poder entre os atores e muitas vezes pelos recortes de classe, raça e gênero identitário que a classificação musical pertencente àquele espaço suscita. Dessa forma, a apropriação de uma plataforma de streaming das paisagens sensoriais do rock, do funk, do jazz, do maracatu, do forró, transporta para o ambiente digital essas territorialidades e suas respectivas significações.

Paralelo a isso, os trabalhos de Georgina Born (2003; 2013) nos auxiliam a compreender a mútua relação entre as estratégias de produção de identidades sócio-culturais simbólicas pelos artistas e produtores da cultura Pop e a potencialidade da música e do som em configurar espacialidades. Em sua obra *Music, Sound and Space*, Born (2013) desconstrói a ideia de espaço previamente concebido em direção a uma acepção do espaço e de suas fronteiras como resultado de práticas sociais e materiais.

Sendo assim, a autora investiga a música como uma ferramenta de configuração, demarcação e reforço de ambientes acústicos e “tecelagem de conexões sônicas translocais” (p. 27), evidenciando, sobretudo, a contribuição dos dispositivos de reprodução sonora para que a música medeie as fronteiras entre o eu e o outro, o privado e o público, a subjetividade e a sociabilidade. De seu pensamento, resalto que, dentre as formas de mediação social da música em ambientes coletivos – físicos ou virtuais, reais ou imaginados – a autora considera a noção de comunidade musicalmente imaginada como central, embora não a única, à produção e percepção do espaço acústico vivido.

O conceito de comunidades musicalmente imaginadas (BORN, 2003) está intimamente ligado à forma pelas quais os produtores, intérpretes e performers da cultura Pop se posicionam estrategicamente em relação à construção de identidades sócio-culturais de seus produtos midiáticos, no caso a música popular massiva. A autora indaga: quais tipos de comunidades as estratégias estéticas de produção articulam/imaginam? E se isso é esteticamente produzido, quais as suas efetividades políticas e significações sociais? (BORN, 2003, p. 282, tradução livre)<sup>97</sup>. Assim, Born identifica um amplo espectro de possibilidades de imaginários construídos em torno da produção musical e das comunidades pertencentes a ela que vão desde a construção de um imaginário ligado à cena independente, local ou *underground* até o esforço de estar vinculado ao massivo, global, do circuito *mainstream*. Retornando à dimensão reflexiva da experiência musical, “tais estratégias circunscrevem estruturas básicas de identificação e constituição do *self* (individual ou coletivo) através da produção cultural.” (BORN, 2003, p. 282, tradução livre)<sup>98</sup>. Diante disso, a argumentação que busco construir é a de que as dinâmicas fronteiras dos gêneros musicais e suas regras formais e “ritualizações partilhadas” (JANOTTI JR., 2003, p. 38) são parte constituinte, embora não determinante, das comunidades musicalmente imaginadas.

Portanto, para Georgina Born (2013) as espacialidades construídas através da música, que poderíamos identificar nas associações entre um conteúdo musical e o espaço ao qual ele é endereçado por meio das playlists, se concretizam nas alianças afetivas (GROSSBERG, 1984; STRAW, 1991) que essas comunidades musicalmente imaginadas acionam, seja por meio da agregação presencial de ouvintes ou pelas ambientações

---

<sup>97</sup> No original: what kind of ‘community’ do aesthetic strategies articulate/imagine? And if this is aesthetically produced, what political effectivity.

<sup>98</sup> No original: this strategies involve basic structures of identification and of constitution of (individual or collective) self through cultural production.

virtuais que mediam a circulação da música. Ou seja, a autora propõe que pensemos a capacidade da música em produzir afetos como o principal elemento que congrega os ambientes musicais e suas coletividades.

### 2.2.3. Alma pagodeira<sup>99</sup>. A noção de gosto musical como elemento central das categorizações do Spotify.

Em verdade, o conceito de alianças afetivas desenvolvido pelo teórico Lawrence Grossberg (1984) nos é válido para estendermos a discussão aqui empregada em direção aos prazeres proporcionados pela experiência musical e sua contribuição para a construção do gosto. Ao desenvolver o diagnóstico das práticas de fãs e ouvintes em torno do rock como “redes de empoderamento”, em determinados contextos e espaços, Grossberg conceitua o termo a partir de “uma organização de práticas e eventos materiais concretos, formas culturais e experiências sociais que tanto abrem quanto estruturam o espaço de nossos investimentos afetivos no mundo.” (p. 227, tradução livre<sup>100</sup>). Em outras palavras, é na chave dos afetos e dos modos de se relacionar afetivamente no cotidiano que encontramos um caminho para pensar as experiências musicais que constroem o gosto dos diversos usuários da plataforma.

Hennion (2001) se debruça sobre o tema considerando que o ato de engajamento afetivo com a música envolve práticas amplas como tocar, ser parte de um grupo musical, acompanhar concertos ou “simplesmente” escutar uma gravação. Nesse sentido, o pensamento de Hennion e dos autores que dialogam com ele propõe que as formas de apego à música consideradas como fora do padrão “legítimo” ou formal de domínio musical também sejam estudadas como variadas formas de engajamento musical. Além de também considerar a música como um meio de se alcançar um determinado estágio emocional, sua proposta nos parece instigante justamente por identificar a relação dialética entre o amador<sup>101</sup> e os espaços que ele constrói na sua vida cotidiana dedicado à fruição, no sentido de que um organiza o outro. Sob essa perspectiva, o espaço de fruição

---

<sup>99</sup> Playlist do Spotify intitulada “Alma Pagodeira”. Disponível em: <http://bit.ly/AlmaPagodeira>. Acesso em 17.jun.20.

<sup>100</sup> No original: an organization of concrete material practices and events, cultural forms and social experience which both opens up and structures the space of our affective investments in the world.

<sup>101</sup> Em suas obras, Hennion se refere aos indivíduos que se engajam com a música como amadores. Não no sentido *stricto* de não serem profissionais da música ou das artes, mas no sentido de nutrirem uma relação afetiva e performática com ela. O termo amador também não indica que a relação seja necessariamente positiva, mas sim ancorada nas afetações.

é interno ao amador, mais do que externo a ele, onde ele transita ao apreciar uma música ou tocar um dispositivo de reprodução.

É a partir desse contínuo processo de contato entre o apreciador e da música que o autor concebe a ideia de gosto como performance.

Longe de ser trivial, o processo de criar o clima certo para a paixão, através de todas as práticas e rituais que envolvem o ato de ouvir, deve ser levado a sério. Isso introduz novamente o tema paradoxal da escuta como atividade, uma estranha mistura de ativo e passivo. (HENNION, 2001, p. 11, tradução livre)<sup>102</sup>

Pode-se afirmar que a proposta de Hennion inclui-o em uma corrente de pensadores e sociólogos pós-estruturalistas que visavam a adoção de “mudanças na escala de observação” (LAHIRE, 2007) das preferências culturais, em relação à abordagem sociologia do gosto que tem Pierre Bourdieu (2007) como um dos principais expoentes. Em linhas gerais, Bourdieu defende a ideia de que nem todos os indivíduos são dotados do gosto puro<sup>103</sup> que compreende a arte, em razão de seu capital cultural e simbólico, ou seja, sob o olhar da sociologia estruturalista, os diferentes gostos e preferências existentes em relação a um bem cultural são explicados em razão da menor ou maior possibilidade de acesso a formas de culturas consideradas legítimas, condicionadas pelas desiguais estruturas de classe ao qual o indivíduo pertence.

A partir dessa teoria e de outros estudos, Bourdieu (ibid.) desenvolve a noção de homologia entre produção de bens culturais e gosto para pensar a relação dialética entre produção e consumo, sobretudo na modernidade. Assim, os bens culturais e materiais produzidos pelos produtores assumem uma lógica de concorrência e de interesses associados à sua posição, que “vão ao encontro” das preferências e demandas culturais que os consumidores devem à sua condição e à sua posição social em uma relação de mutualidade.

Com isso, cada indivíduo nutriria interesse por determinado conjunto de músicas, gêneros fílmicos, artistas, críticos, acessos a concertos e performances análogas

---

<sup>102</sup> No original: Far from being trivial, the process of creating the right mood for passion, through all the practices and rituals surrounding the act of listening, must be taken seriously. This introduces again the paradoxical theme of listening as an activity, a strange mixture of active and passive.

<sup>103</sup> Por gosto puro, Bourdieu (2007) em diálogo com Ortega y Gasset indica um gosto ou apreciação cultural fruto de uma intenção estética, consonante entre o artista e o apreciador, em que a forma se sobressai à funcionalidade da obra. Para o sociólogo francês, essa aptidão seria dada pelas condições sociais que permitissem ao indivíduo a obtenção de capital cultural e simbólico necessário para a compreensão da obra, sendo a única maneira socialmente aceita para a abordagem das obras de arte.

ao gosto do respectivo grupo social ao qual ele pertence, pois o indivíduo opera a identificação de bens objetivamente adequados à sua posição e ajustados entre si por estarem situados em posições sumariamente equivalentes a seus respectivos espaços. (BOURDIEU, 2007, p. 217). Em que pese a contribuição de sua obra para as discussões como as empregadas por Frith (1996) sobre as reais distinções realizadas entre a música erudita e a música popular e os atravessamentos simbólicos que resultam em diferentes visibilidades aos produtos culturais na hierarquização das formas de gostar; é possível notar com clareza que para Bourdieu a construção do gosto é diretamente proporcional aos sistemas de bens culturais oferecidos e não passa necessariamente pela íntima relação do indivíduo com o material degustado.

Em crítica à homologia de Bourdieu, Lahire (2007) defende um deslocamento da teoria da distinção ao propor uma perspectiva que considere as diferenças internas à uma série de comportamentos e gostos adquiridos, com foco investigativo nos indivíduos, suas diferenciações e nas possibilidades de resistência à suposta legitimidade da classe dominante. Sem desprezar a contribuição do pensamento de Bourdieu, sobretudo sobre a hierarquização das formas de apreciação cultural, me parece que o caminho apontado por Lahire possui maior pertinência ao nosso objetivo de compreender as potencialidades de tensionamento e negociação do gosto que as playlists evocam.

Nesse cenário de revisão da sociologia do gosto, Hennion (2011) propõe uma virada pragmática nas bases metodológicas e interpretativas do gosto, elencando os pilares e premissas em direção a uma análise não só do gosto relativo à música em *strictu sensu*, mas da arte, onde as materialidades dos dispositivos, que muitas vezes determinam as condições de fruição, sejam partes integrantes da música e da expressão dos valores e afetos que a experiência artística proporciona; o que, para ele, resultaria na superação dos extremos entre as abordagens tecnicistas e essencialistas dos objetos e a abordagem puramente sociológica do gosto. Considerando a contribuição da Teoria do Ator-Rede (LATOUR, 2012) para o pensamento da performance de gosto, Pereira de Sá traz uma definição precisa do projeto de Hennion (2011):

Neste contexto, sua proposta é a de pensar na obra de arte como o resultado de um conjunto heterogêneo de mediações, buscando identificar o conjunto de “gestos, corpos, hábitos, materiais, espaços, linguagens e instituições que ele habita”. E ainda: os “estilos, gramática, sistema de gostos, salas de concerto, escolas, produtores” que tornam a experiência estética possível, uma vez que os mediadores não são meros

“ajudantes” nem “substitutos” da “verdadeira” arte. Eles são a própria arte [...] (PEREIRA DE SÁ, 2016, p. 56).

A vinculação à esse entendimento me permite afirmar que, muito embora os recortes de classe e econômicos sejam fatores a serem mapeados na análise do objeto, as experiências sensoriais e afetivas que emanam da apreciação de um produto popular massivo como as plataformas de streaming de música não são dadas estruturalmente, mas são produto de uma atividade reflexiva do gosto, de forma que a performance do amador se configure como uma “competência elaborada, capaz de autocrítica, em vez de ver nela apenas o jogo passivo da diferenciação social” (HENNION, 2011, p. 261). Sob essa égide, as afetações que vão configurar um indivíduo como “fã” ou “odiador” de um produto ou movimento cultural, considerando a gama de comportamentos existentes entre esses dois polos, ou na definição de *fandom* proposta por Fiske (1992), são resultado de uma dimensão processual de complexas e múltiplas mediações, que o sociólogo francês se empenha em delinear ao longo da obra.

Destarte, entender a performance do gosto é compreender que os prazeres ou desprazeres resultantes do contato com uma forma de categorização musical voltada para momentos do cotidiano são, na verdade, reflexos de uma atividade inacabada e ancorada em elementos heterogêneos, que o Hennion (ibid.) procura mapear em 4 dimensões: a) o contato com os coletivos e comunidades afetivas que compartilham do mesmo gosto e criam discursos sobre o ato de gostar, o confronto com o gosto alheio, residindo aqui uma possível relação entre gosto e as noções de gênero; b) o domínio e usos dos dispositivos que dão suporte e acesso aos objetos do gosto, colocando-nos novamente em contato com as perspectivas da materialidade da comunicação (GUMBRECHT, 2010, MCLUHAN, 1973) e as rupturas entre performance algorítmica e de gosto; c) o engajamento do corpo que degusta e o treinamento das faculdades necessárias para a sua apreciação, como um laboratório para análise dos efeitos estéticos sobre as emoções e sentimentos, que nos coloca novamente em contato com os estudos de DeNora (2000; 2003); e os efeitos que o objeto do gosto, em seu duplo sentido - afetivo e material - provoca sobre ele. Fica claro no pensamento da performance de gosto que essas dimensões não se limitam, mas se inter cruzam em constante reelaboração.

Não é sentir a partir do que conhecemos, mas descobrir-se degustador através do contato trabalhado e repetido com aquilo que não era percebido e, graças a essa elaboração (e em primeiro lugar à apresentação na maioria das vezes oferecida pelos outros amadores

fazendo o papel de mediadores), perceber aquilo que não percebíamos.  
(HENNION, 2011, p. 265)

Em vista disso, a perspectiva da performance de gosto nos auxilia a entender onde se dão as alianças afetivas (GROSSBERG, 1984) que vão constituir os imaginários musicais, mas também media elos com praticamente todas as perspectivas e âmbitos aqui trabalhados em relação às possíveis formas de agenciamento que a música fornece, seja entre as materialidades e as disputas e dinâmicas de circulação e recomendação musical no ambiente digital, ou seja entre as associações cognitivas e sensoriais que a música aciona e as noções de gênero que tensionam e negociam a experiência musical. A noção reflexiva de gosto permeia todas essas discussões e parece ter servido base para o Spotify alicerçar sua “virada curatorial” no contexto da fruição dos usuários.

### **CAPÍTULO 3: INVESTIGANDO ASSOCIAÇÕES. REFERENCIAIS METODOLÓGICOS E ABORDAGENS DE PESQUISA**

Até o momento, me esforcei em realizar uma discussão teórica acerca do cenário que envolve as plataformas de streaming de música, especialmente no tocante às dinâmicas que sua circulação assumiu nos ecossistemas de mídia conectada (VAN DIJCK, 2013), buscando concatenar os possíveis desdobramentos das classificações situacionais mediadas por algoritmos em relação à dimensão reflexiva da experiência musical e às múltiplas mediações que resultam na percepção de gosto e valor pelos usuários. Todavia, é mister que o presente trabalho esteja alicerçado sobre exemplos concretos de significações e associações realizadas por usuários das playlists voltadas para momentos e *moods*, que nos permitam testar as hipóteses e a problematização central da pesquisa.

Isso porque, enquanto proposta teórica, a teoria Ator-Rede (LATOURETTE, 2012) nos auxilia a compreender as mediações de actantes humanos e não-humanos que compõem o processo de fruição como mediações desprovidas de hierarquias ontológicas. Usuários, produtores, artistas, algoritmos, artefatos técnicos, materialidades, dispositivos de escuta, noções de gênero, gosto e valor, comunidades afetivas e espacialidades são alguns dos possíveis atores, embora não únicos, que produzem ações entre si e compõem a rede associativa em torno da experiência de fruição das playlists. Contudo, enquanto proposta metodológica, a TAR nos convida, como pesquisadores, a observar o social a partir da cartografia das associações e controvérsias, perseguindo a ideia de que a rede é um conceito, não uma coisa. É uma ferramenta que nos ajuda a descrever algo, não algo que esteja sendo descrito. (LATOURETTE, 2012, p. 192).

Em consonância com as definições de Venturini (2010) e Lemos (2012), a controvérsia, em uma rede associativa, é dada por qualquer desvio ou atualização – entendemos atualização como a ação produzida por um ou mais atores sobre outros de modo a interferir na rede como um todo – que provoque desestabilizações nas associações entre os atores. Por exemplo, uma declaração polêmica e paradoxal de um artista pode promover mudanças na forma de engajamento dos fãs com as recomendações algorítmicas em uma plataforma digital, na mesma medida em que a adoção de elementos sonoros em uma performance artística pode provocar discussões acerca das convenções e expectativas de um ou mais determinados gêneros.

Sob essa perspectiva, é essencial compreendermos que a acepção da TAR considera certa mobilidade entre as associações, capaz de produzir rastros que traduzem forças, relações de poder, hierarquias e negociações que, por sua vez, não são dadas pela essência do ator nem pela estrutura a qual ele faz parte, mas sim pela sua capacidade de associações em relação à rede. Uma das tarefas de descrição de como as redes e coletivos sociotécnicos se constituem, consiste em retratar os rastros das ações, traduções, associações (BRUNO, 2012, p. 696) e as negociações diante do movimento das controvérsias em direção à estabilidade entre as propriedades da rede, como uma caixa-preta<sup>104</sup>. Cabe ao analista, portanto, cartografar esses rastros e identificar as controvérsias que daí emergem (LEMOS, 2012, p. 38).

Para tanto, direciono o olhar para as relações entre os usuários do Spotify e as categorizações situacionais, adotando a cartografia das controvérsias como principal proposta metodológica capaz de tecer evidências empíricas a respeito dos possíveis tensionamentos ou reforços do gosto e valor que a dinâmica de consumo musical em situações cotidianas trouxe para os coletivos. Em outras palavras, aprofundarei, agora, na construção de algumas associações em torno da experiência estética das playlists, buscando identificar de que maneira as recomendações geram consensos ou dissensos entre as prescrições normativas das categorizações musicais, as expectativas de gosto e as noções de gênero já introduzidas nos capítulos anteriores. Desse modo, acredito ser possível completar o mapeamento sobre quais caixas-pretas a aposta do Spotify em playlists situacionais em um contexto de consolidação do mercado de streaming pode ter desestabilizado.

### **3.1. Experiências narradas: vantagens e limitações da entrevista enquanto abordagem qualitativa**

Ao elegermos a teoria Ator-Rede como referencial metodológico para análise de um fenômeno comunicacional, alguns caminhos a serem percorridos tornam-se evidentes. Ao buscar estabelecer as bases do pensamento da Sociologia das associações e propor uma quinta fonte de incerteza, Latour (2012) destaca a importância do lugar do cientista

---

<sup>104</sup> No contexto da teoria Ator-Rede, Callon e Law (1997) e Latour (2012) se referem ao termo caixa-preta como o grau de estabilidade de uma rede associativa, cristalizando processos e relações sociais e permitindo, muitas vezes, que as associações entre atores sejam observadas como unidades fixas, tamanho o seu grau de estabilidade. Lemos (2012) salienta, no entanto, que todo actante é uma caixa-preta e toda caixa-preta pode e deve ser aberta para revelar conexões, articulações, redes (p. 35).

social no registro de suas impressões acerca da ação mútua entre atores e seus coletivos. Assim dizendo, o teórico promove uma crítica aos métodos comumente adotados pela chamada Sociologia do social que visam a primazia do registro direto do objeto em detrimento do relato do pesquisador, e defende o argumento de que o relato textual bem escrito não invalida a veracidade da análise. Para tanto, ele nos dá algumas pistas sobre as habilidades exigidas aos pesquisadores da TAR:

Um bom relato ANT<sup>105</sup> é uma narrativa, uma descrição ou uma proposição na qual todos os atores *fazem alguma coisa* e não ficam apenas observando. Em vez de simplesmente transportar efeitos sem transformá-los, cada um dos pontos no texto pode se tornar uma encruzilhada, um evento ou a origem de uma nova translação. Tão logo sejam tratados, não como intermediários, mas como mediadores, os atores tornam visível aos leitores o movimento do social. (LATOUR, 2012, p. 189)

Pereira de Sá (2014) reforça, ainda, a ideia de que o pesquisador se torna também um mediador na construção dos coletivos e na constituição das controvérsias por meio de seu relato interpretativo ou quando define quais atores e controvérsias farão parte de seu recorte de análise, sustentando o argumento de que uma controvérsia só é “boa” ou “ruim”, “fria” ou “quente” a depender da forma como o pesquisador aborda os coletivos e das interpretações extraídas dessa abordagem.

Tendo em vista a proposta de identificar consensos e dissensos na relação dos usuários com as playlists do Spotify e os referenciais metodológicos que a TAR nos apresenta, o procedimento de entrevistas em profundidade foi o recurso mais adequado a ser utilizado justamente por permitir a observação e coleta de informações verbais e não-verbais a respeito dos vínculos afetivos estabelecidos entre o usuário e os demais atores que atuam na categorização musical da plataforma.

A entrevista em profundidade é um método qualitativo advindo da Antropologia e frequentemente utilizado no campo das Ciências Sociais como ferramenta de registro das percepções e significações de um determinado grupo de sujeitos diante da realidade e das dinâmicas sociais as quais estão inseridos, a partir de uma conversação face a face entre o pesquisador e demais entrevistados. Trata-se de uma técnica de pesquisa em campo de cunho exploratório, ou seja, investigações com o objetivo de aprofundar questões acerca de um tema de maneira intensiva, permitindo a análise de pequenas

---

<sup>105</sup> A sigla ANT corresponde à abreviação do termo “Actor-Network Theory” (Teoria Ator-Rede em português).

quantidades sem o emprego obrigatório de técnicas probabilísticas de amostragem, como nos métodos quantitativos.

Diversas considerações teóricas apontam para a adequação das entrevistas aos objetivos da presente pesquisa. Para Marconi e Lakatos (2003) a noção de profundidade nas entrevistas está relacionada aos sentimentos, pensamentos e lembranças do entrevistado, sua intensidade e intimidade. (p. 201), oferecendo, assim, a oportunidade de se avaliar condutas, atitudes, preferências a serem registradas a partindo do que o entrevistado diz e como diz. Há também, para as autoras, a possibilidade de se comprovar discordâncias de forma mais precisa a respeito de um determinado tema, algo que nos interessa enquanto cartografia das controvérsias. Em perspectiva semelhante, Duarte (2004) defende que as entrevistas são fundamentais quando se deseja mapear práticas, crenças, valores e sistemas classificatórios de universos sociais específicos, mais ou menos bem delimitados, em que os conflitos e contradições não estejam claramente explicitados. (p. 215).

Essas proposições indicam-nos que a escolha das entrevistas em profundidade é oportuna para a extração de informações que nos permitam confrontar a discussão teórica empreendida até o momento sobre dimensão reflexiva e os tipos de agenciamentos estéticos decorrentes da experiência musical, bem como as alianças afetivas que compõem a construção e performance do gosto musical.

[...] Ao mesmo tempo em que coleta informações, o pesquisador oferece ao seu interlocutor a oportunidade de refletir sobre si mesmo, de refazer seu percurso biográfico, pensar sobre sua cultura, seus valores, a história e as marcas que constituem o grupo social ao qual pertence, as tradições de sua comunidade e de seu povo. Quando realizamos uma entrevista, atuamos como mediadores para o sujeito apreender sua própria situação de outro ângulo, conduzimos o outro a se voltar sobre si próprio; incitamo-lo a procurar relações e a organizá-las. (DUARTE, 2004, p. 220)

Ou seja, a possibilidade de apreensão pelo pesquisador do exercício da reflexão realizado pelos entrevistados sobre a fruição musical no cotidiano, que faz com que a música seja definida como dispositivo de “tecnologia do self” (DENORA, 2000), parece-me basilar para entender se e como os usuários se percebem afetados pela ação de outros atores como os sistemas de recomendação algorítmica e as categorizações situacionais. O exercício da autoreflexividade, sobretudo sobre as preferências, gostos e valores musicais ficará bastante evidente na fala dos entrevistados, mais adiante.

Ademais, as técnicas de aplicação, análise e descrição das entrevistas em profundidade nos colocam em diálogo com a proposta metodológica da TAR sobre a importância do registro textual das impressões do pesquisador, na tarefa de se construir uma narrativa que desvele as ações dos atores da rede e rastreie as controvérsias que se apresentem ao longo da fala dos entrevistados. Mais uma vez, Duarte (ibid.) nos lembra que, embora as vozes dos informantes devam estar incorporadas ao relato textual, é a fala do pesquisador que será ouvida, considerando-se, assim, o seu lugar de mediador na construção da rede.

É válido elencar, contudo, que isso não significa que a técnica escolhida não apresente algumas limitações a serem consideradas ou até minimizadas, quando possível, e registradas como pontos de atenção ao longo do percurso de desenvolvimento, aplicação e análise das entrevistas. Segundo Marconi e Lakatos (ibid.), as entrevistas oferecem menor grau de controle do pesquisador sobre a situação da coleta de dados. Isso significa que é preciso levar em consideração que no momento da entrevista possam existir variáveis que façam com que nem todas elas sejam aplicadas sob as mesmas condições. Fatores como ambiente de aplicação, condução do diálogo, memória e disposição dos entrevistados em ceder informações qualitativas de âmbito pessoal podem influenciar na irregularidade das respostas.

Em segundo lugar, é preciso considerar que as entrevistas em profundidade são limitadas para a aplicação de métodos indutivos ou dedutivos, ou seja, não se pretende inferir nenhuma verdade universal a partir das partes analisadas, visto que a amostra de entrevistados pode não corresponder ao universo de usuários. Portanto, evitarei fazer conclusões generalistas alicerçadas nas informações trazidas, uma vez que o intuito da pesquisa é menos traçar o perfil dos usuários no Brasil do que identificar controvérsias ou estabilizações existentes nos coletivos em que o objeto está inserido, tendo como ponto de referência os relatos das experiências de seus usuários.

Em terceiro lugar, poder-se-ia questionar se a opção por entrevistas em profundidade não despreza as técnicas de rastreabilidade digital indicadas por diversos estudos sobre a Teoria Ator-Rede (BRUNO, 2012; LEMOS, 2013; PEREIRA DE SÁ, 2014). Concordamos com a noção de que o rastreamento das ações e percursos dos usuários nas plataformas de redes digitais por meio de softwares de busca costuma revelar interações que facilitam o mapeamento das tessituras dos coletivos sociotécnicos, corroborando, inclusive, com a discussão empreendida sobre os estudos de plataformas

no primeiro capítulo. Entretanto, a indicação dos autores, bastante apreciada nos estudos de redes sociotécnicas, me parece mais uma sugestão a ser analisada caso a caso do que uma escolha compulsória. No caso da presente pesquisa, a escolha por um único método de rastreamento digital das ações dos atores também apresentaria algumas limitações dadas as características do objeto em questão.

Por exemplo, o perfil de um usuário comum no Spotify apresenta informações como: artistas tocados recentemente, playlists criadas pelo usuário e outros perfis seguidos. Esses dados podem ser considerados como rastros sobre as práticas de escuta e o gosto musical dos usuários. Todavia, se tomados de forma isolada, eles seriam insuficientes para nos apontar as associações em torno da experiência estética das playlists situacionais. Para tanto, seria necessário buscarmos os rastros nas manifestações dos próprios usuários em relação às playlists por meio de comentários, postagens e interações públicas com o conteúdo musical.

A primeira limitação dessa forma de investigação, se comparada às entrevistas, residiria no fato de que, diferentemente de plataformas de redes sociais como Twitter e Facebook, o Spotify não hospeda as funções necessárias para a técnica conhecida como “raspagem de dados” (FREELON, 2018) – funções como comentários sobre lançamentos, faixas, álbuns e playlits na interface – como também impõe restrições de acesso às APIs<sup>106</sup>, permitindo a divulgação de dados sobre curtidas e interações apenas em eventos pontuais como a Retrospectiva. Logo, o rastreamento das manifestações dos usuários acerca de suas experiências ficaria a reboque das postagens realizadas em outras plataformas como Twitter, Instagram, Facebook e quaisquer outros espaços digitais onde

---

<sup>106</sup> As APIs (sigla para Application Programming Interfaces) são infraestruturas de programação que, por possibilitar a troca de informações entre sistemas, servem de recurso para recuperação de dados sobre a interação dos usuários com uma determinada plataforma. Para além da perspectiva de que as APIs “contribuíram decisivamente para o processo de plataformação da web” (D’ANDRÉA, 2020, p. 9) e permitiram o amplo acesso aos dados de usuários, cabe destacarmos que, até recentemente, uma considerável parcela das pesquisas acadêmicas acerca das dinâmicas das redes sociais se valia da apropriação de dados fornecidos pelas APIs de plataformas como Twitter, Instagram e Facebook, vinculando essa técnica de coleta aos chamados “Métodos Digitais” (ROGERS, 2013; ROGERS E VENTIRUNI, 2019). Todavia, o atual debate sobre as políticas legais de compartilhamento de dados, privacidade digital e seus desdobramentos políticos, conduziram à restrição das APIs públicas pelas corporações detentoras das plataformas, que passaram a buscar outros meios de monetizar o acesso a esses dados, ou passaram a publicizar as informações apenas eventualmente, como é o caso do Spotify. Diante disso, diversos estudos como os de Helmond (2015), Freelon (2018) e D’Andréa (2020) indicam um significativo rearranjo das pesquisas baseadas em dados, que desencadeou a busca por métodos alternativos de mapeamento dos rastros digitais dos usuários.

os usuários costumam traduzir seus gostos e preferências acerca das playlists em *likes*, *dislikes*, interações e comentários.

Se considerarmos os aportes metodológicos da TAR, expandir o olhar sobre as playlists tomando outras plataformas sociotécnicas como *corpus* seria um procedimento viável. Contudo, outras limitações ainda se apresentam. Se estamos em diálogo com Hennion (2011), devemos considerar que o ato de explicitar publicamente a fruição musical é diretamente atravessado pela atividade reflexiva do gosto e pautado também pelos valores simbólicos que a classificação genérica de um conteúdo musical aciona. Ou seja, nem tudo o que se ouve e se experiencia na plataforma é tornado público. Nesse caso, a dimensão reflexiva do gosto, que remonta ao conceito de coerência expressiva (PEREIRA DE SÁ; POLIVANOV, 2012) em redes sociotécnicas poderia ser parcialmente observável se considerássemos os rastros digitais dos usuários em outras plataformas como *corpus* de análise, visto que estaríamos observando apenas as informações que os usuários decidiram ser adequadas para serem publicadas nas redes sociais a respeito de suas experiências musicais. Em contrapartida, nas entrevistas, foi possível criar o ambiente confortável com a garantia do anonimato para que os usuários nos trouxessem relatos sobre as experiências com as categorizações cotidianas que eles mesmos mencionaram jamais narrar publicamente em seus perfis de redes sociais.

Dessa forma, busquei realizar as entrevistas para entender com profundidade a percepção de alguns usuários sobre as categorizações situacionais em relação aos seus gostos, sem deixar de considerar as informações contidas nos perfis públicos dos entrevistados como rastros digitais que reafirmem ou contradigam suas afirmações.

### **3.2. Registros metodológicos sobre a aplicação e análise das entrevistas**

O processo de estruturação e aplicação das entrevistas em profundidade se deu ao longo do segundo semestre de 2020, em meio às restrições e isolamentos sociais adotados em virtude da pandemia de COVID-19. Por esse motivo, procurei adequar ao máximo a realização das atividades por meio de ferramentas digitais de videoconferência e de comunicação por mensagem visando, assim, garantir a segurança do pesquisador e de todos os entrevistados, com ambas as partes cientes das limitações e vantagens de uma conversa mediada por dispositivos tecnológicos.

A estratégia utilizada para o método exploratório se deu em duas etapas principais com seus respectivos desdobramentos envolvendo os processos de formulação, aplicação e análise das informações coletadas, sendo elas: 1) questionário de múltipla escolha para identificar usuários frequentes do Spotify que fizessem uso das playlists situacionais e, dentre estes, selecionar os que estivessem dispostos a conceder entrevistas; 2) aplicação de entrevistas semiestruturadas em profundidade com os usuários selecionados na primeira etapa, onde pude levantar questões de cunho qualitativo a respeito da experiência na plataforma, debatendo desde a presença da música no cotidiano dos entrevistados até as preferências por tipos específicos de recomendação no Spotify.

### 3.2.1. Questionário sobre Consumo de Playlists no Spotify

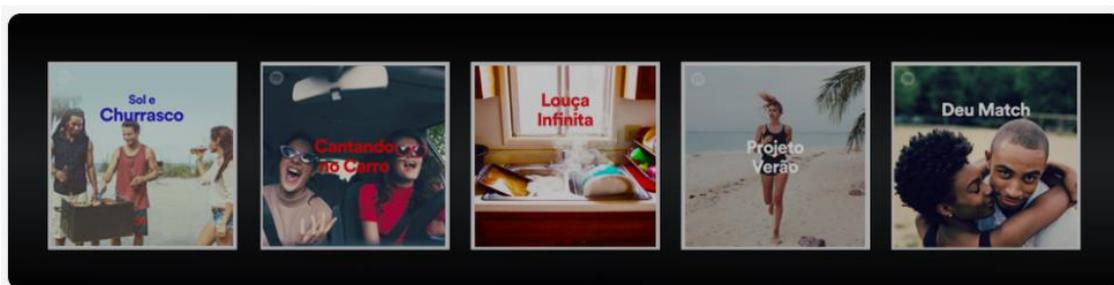
O questionário de múltipla escolha foi aplicado entre os dias 09 e 14 de julho de 2020 via Google Formulários<sup>107</sup>, conseguindo alcançar 1025 respondentes de diversas faixas etárias e regiões do país, superando as expectativas iniciais de 500 respondentes. A técnica me permitiu desenvolver e aplicar critérios para a seleção dos entrevistados pois, a partir das respostas cedidas, pude realizar o levantamento dos usuários do Spotify que melhor correspondessem ao perfil de fruidores das playlists situacionais ou que ao menos demonstrassem alguma familiaridade com essa categorização musical diante dos diversos outros agrupamentos que a plataforma apresenta. Em posse dessas informações e com a devida vênua dos respondentes, foi possível entrar em contato e convidá-los a fazer parte da etapa de entrevistas.

Para tanto, o questionário foi desenvolvido em quatro seções com perguntas que atendessem aos critérios de seleção dos respondentes adequados às entrevistas ao declararem: a) informações demográficas, b) tipos de usos e frequência, c) momentos e ocasiões de escuta e d) autorização para contato.

FIGURA 8: INTERFACE INICIAL DO QUESTIONÁRIO

---

<sup>107</sup> Consumo de Playlists no Spotify. Disponível em: <http://bit.ly/FormSpotify2020>. Acesso em 09.jul.20



## Consumo de playlists no Spotify

Você ouve muita música pela internet? As famosas playlists do Spotify estão presentes no seu dia a dia?

Esse questionário faz parte de uma pesquisa de mestrado em Comunicação (PPGCom UFF) que investiga a categorização musical de playlists voltadas para momentos e atividades cotidianas em plataformas digitais de streaming, como o Spotify. Se você é usuário(a) dessa plataforma, gostaríamos de lhe fazer algumas perguntas. Vamos lá?

\*As informações cedidas neste questionário serão confidenciais e de uso exclusivo da pesquisa, não sendo divulgadas entre terceiros.

Att, Régis Rabelo - Mestrando PPGCom UFF

\*Obrigatório

FONTE: GOOGLE FORMULÁRIOS

A primeira seção reunia informações demográficas como gênero identitário, faixa etária e a localidade (cidade e estado). Essas informações foram necessárias para a seleção dos entrevistados pois um dos critérios utilizados na filtragem foi a busca pela representatividade entre o grupo selecionado. Em outras palavras, se parte do referencial teórico utilizado até aqui nos indica que a ambientação das plataformas digitais e seus sistemas algorítmicos engendram diversas demarcações sociais, identitárias e regionais (CARRERA, 2020; JANOTTI JR., 2020; WERNER, 2020; ERIKSSON; JOHANSSON, 2017) e outra parte nos mostra que as espacialidades musicalmente imaginadas são configuradas e atravessadas por recortes sociais (BORN, 2003; FERNANDES; TROTTA; HERSCHMANN, 2013; SOARES; 2017) considerarei, então, imprescindível garantir que dialogássemos com indivíduos de diferentes gêneros, idades e regiões do país a fim de ampliar a capacidade da pesquisa em mapear as mais variadas experiências estéticas em torno do objeto e em descobrir controvérsias entre estes atores. Ademais, a realização virtual das entrevistas viabilizou e facilitou o contato com usuários das mais diferentes espacialidades, memórias e preferências musicais.

A segunda seção do questionário buscava informações relativas à familiaridade do respondente com as formas de categorização e agrupamentos presentes no Spotify, dentre eles as playlists situacionais hospedadas pela plataforma. Assim, foram realizadas perguntas sobre há quanto tempo o usuário utilizava a plataforma e com que frequência ele a acessava para ouvir música. Também foram listadas as principais funções existentes no Spotify para que os respondentes indicassem a frequência com a qual acessava cada uma delas.

FIGURA 9: QUESTÃO SOBRE A FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS USUÁRIOS AO SPOTIFY

Com que frequência você acessa ou utiliza os formatos abaixo no Spotify? \*

	Sempre	Às vezes	Quase nunca	Nunca usei/Não conheço
Playlists da plataforma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Playlists criadas por você	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descobertas da semana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podcasts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rádio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agenda de shows	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

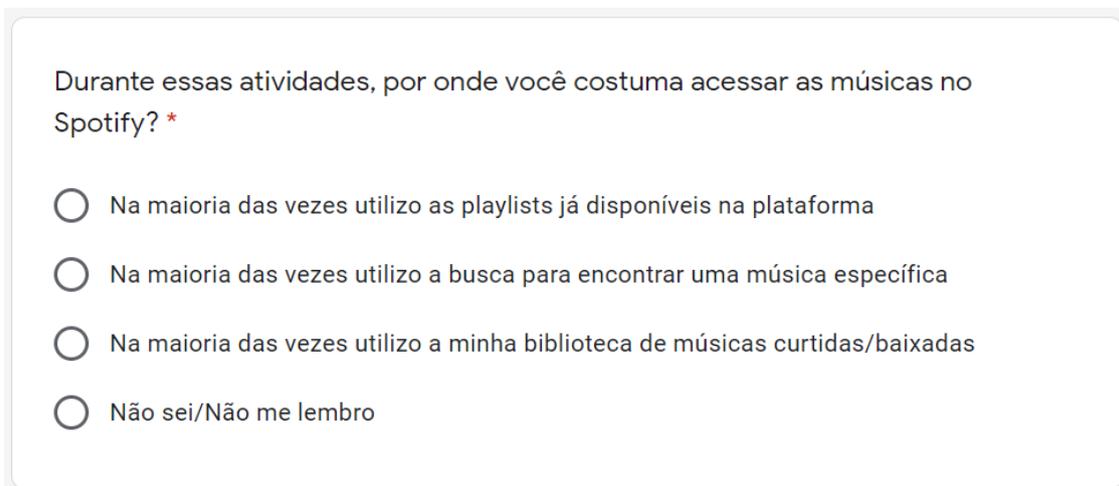
FONTE: GOOGLE FORMULÁRIOS

Essas informações me permitiram estabelecer como critério de seleção os respondentes que utilizavam a plataforma há pelo menos 1 ano, acessavam a plataforma “diariamente” ou “várias vezes durante a semana” e que ouviam as playlists hospedadas pela plataforma “sempre” ou “às vezes”. Além disso, a seção também questionava se o respondente utilizava com frequência alguma outra plataforma de streaming de música e permitia que ele indicasse os nomes em uma lista suspensa. Em que pese o tema “acesso a outras plataformas” não tenha sido considerado um critério para a seleção dos nomes, essa informação foi útil para o posterior aprofundamento das entrevistas sobre os motivos

pelos quais o usuário opta ou não por utilizar outros serviços, assim como diversas outras informações coletadas através do questionário também serviram para o aprofundamento da discussão.

A terceira seção explorava as situações e momentos em que os respondentes ouviam músicas no Spotify e procurava entender quais deles o faziam por meio das playlists situacionais disponíveis na interface. Para isso, apresentei uma lista de momentos e atividades cotidianas como dirigir, tomar banho, cozinhar, estudar, namorar, trabalhando, em festas; e solicitei que os respondentes assinalassem em quais ocasiões se lembravam de ter acessado o Spotify para ouvir música. Em seguida, questionava por onde o respondente costumava acessar as músicas na plataforma durante essas atividades.

FIGURA 10: QUESTÃO SOBRE A FORMA DE ACESSO À MÚSICA DURANTE ATIVIDADES COTIDIANAS



Durante essas atividades, por onde você costuma acessar as músicas no Spotify? \*

- Na maioria das vezes utilizo as playlists já disponíveis na plataforma
- Na maioria das vezes utilizo a busca para encontrar uma música específica
- Na maioria das vezes utilizo a minha biblioteca de músicas curtidas/baixadas
- Não sei/Não me lembro

FONTE: GOOGLE FORMULÁRIOS

Dessa forma, foi possível estabelecer mais um critério de seleção de entrevistados partindo da filtragem daqueles que declararam utilizar as playlists já disponíveis na plataforma na maioria das vezes em que querem ouvir música durante alguma atividade.

Diante dos dados coletados, a quarta e última seção do questionário versava sobre a autorização dos respondentes para contato. Nessa etapa agradecia a participação e explicava que, futuramente, alguns respondentes seriam selecionados para realizar entrevistas (*on-line*) sobre o consumo dessas playlists, reiterando que as informações cedidas seriam utilizadas exclusivamente para a pesquisa científica em curso. Aos

respondentes que autorizassem, eram solicitados dados como nome, e-mail e telefone celular.

FIGURA 11: QUESTÃO SOBRE AUTORIZAÇÃO PARA CONTATO

Você nos autoriza a entrar em contato para conversarmos mais sobre música? \*

Reiteramos que as informações pessoais dos respondentes são sigilosas e serão utilizadas exclusivamente para contato do pesquisador. As entrevistas serão rápidas e você estará colaborando para o desenvolvimento da pesquisa em Comunicação. =>

Sim, eu autorizo a entrarem em contato comigo para agendar uma entrevista.

Não, eu não autorizo a entrarem em contato comigo.

FONTE: GOOGLE FORMULÁRIOS

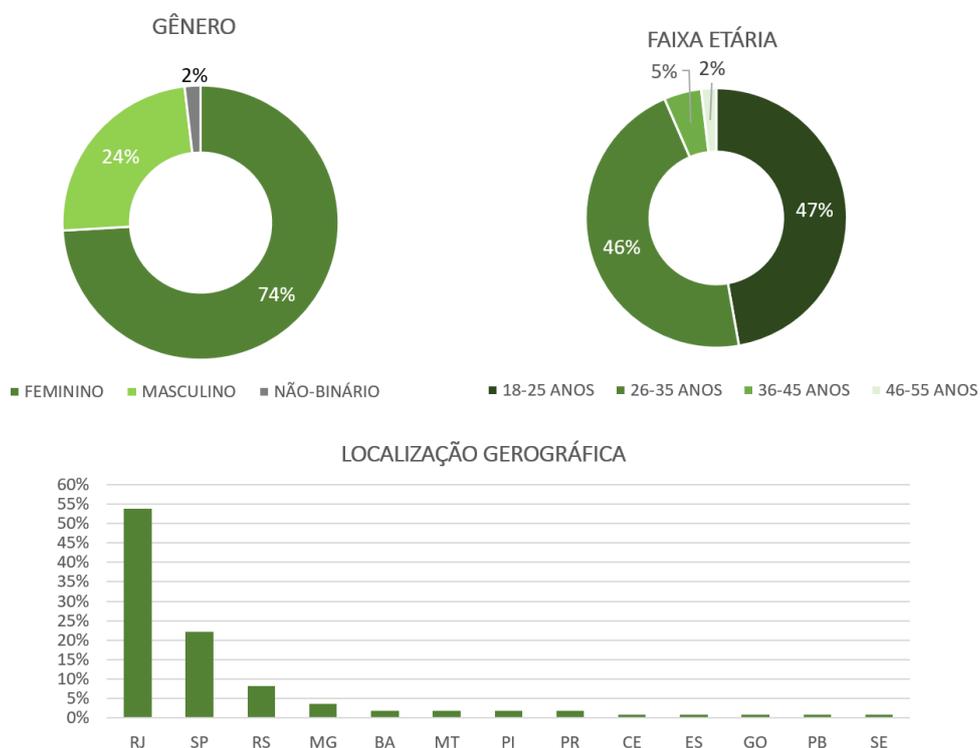
Dos 1025 respondentes, 601 (59% da amostra total) autorizaram o contato para marcarmos entrevistas. O questionário foi divulgado em grupos e perfis de Redes Sociais como Facebook, Instagram e Whatsapp que reuniam fãs de música, memes, cinema e plataformas de streaming, além de grupos de e-mail dos quais eu fazia parte e da lista de contatos próxima. A rápida quantidade de respondentes em poucos dias indicou que o tema abordado despertava interesse e engajamento dos respondentes, o que se confirmou posteriormente na fala dos entrevistados, sobretudo em relação aos prazeres e afetos proporcionados pela experiência musical e pelo contato com os artistas.

Após as fases de formulação e aplicação do questionário, pude realizar a filtragem das informações considerando os critérios de seleção e chegar a um grupo de nomes de usuários que seguramente já haviam interagido com as playlists do Spotify e poderiam nos relatar suas experiências, preferências, associações e discordâncias acerca das categorizações situacionais.

Inicialmente, realizei uma primeira filtragem levando em conta os seguintes critérios: a) respondentes que autorizaram contato; b) aqueles que utilizam a plataforma há 1 ano ou mais; c) que acessam a plataforma diariamente ou várias vezes na semana; d) que nesses acessos utilizam as playlists da plataforma sempre ou às vezes; e) e costumam acessar durante a realização de atividades cotidianas. Com essa filtragem, consegui chegar a um grupo de 108 respondentes (10,5% da amostra total) dispostos a nos ceder entrevistas.

Infelizmente, a realização e análise de 108 entrevistas em profundidade seria inviável considerando-se o cronograma de execução da pesquisa de mestrado. Diante disso, foi necessário realizar uma segunda filtragem. Para tanto, lancei mão dos dados demográficos e traçei o perfil do grupo selecionado, identificando a quantidade de respondentes por gênero, faixa etária e localização geográfica. A partir disto, selecionei 20 nomes buscando manter a proporção entre gêneros, faixa etária e localidade apresentada na primeira filtragem.

FIGURA 12: PERFIL DEMOGRÁFICO DA PRIMEIRA FILTRAGEM



FONTE: GOOGLE FOMEULÁRIOS

Por exemplo, ao reduzir a seleção para 20 nomes, busquei manter a proporção de maioria feminina entre os entrevistados, sem deixar de selecionar ao menos uma pessoa que se declarasse pertencente a um gênero não-binário. O mesmo raciocínio foi utilizado para a faixa etária e a localização geográfica. Busquei manter uma maior representatividade dos recortes que apresentaram maior número de casos na primeira filtragem, sem deixar de garantir que entrevistasse indivíduos de todas as idades e da maior variedade possível de regiões. Dessa forma, creio que os critérios utilizados para a escolha dos entrevistados auxiliaram-me na proposta metodológica inicial de buscar abordar usuários do Spotify que pudessem apresentar diferenças de gostos, hábitos,

regionalidades e as mais variadas formas de experiências com as materialidades e tecnologias da plataforma.

### 3.2.2. Formulação e aplicação das entrevistas

Em consonância com a proposta de Latour (2012) a respeito da relevância do registro das impressões do pesquisador acerca dos atores que compõem seu objeto de pesquisa, apresento agora os métodos e critérios empregados nas etapas de formulação dos roteiros, aplicação e análise das entrevistas em paralelo ao registro das impressões obtidas no contato com os entrevistados.

O processo de entrevistas iniciou-se em outubro de 2020, ao realizar o contato com os 20 respondentes selecionados. A expectativa era realizar as entrevistas com no mínimo 15 dos 20 nomes, prevendo que pudesse haver desistências, indisponibilidades ou falta de retorno dos contatos. Considerando-se que o intuito das entrevistas em profundidade é registrar os agenciamentos estéticos e as associações dos usuários entre música e cotidiano que me permitissem pensar os tensionamentos e reforços das noções de gosto e gênero, julgo que essa quantidade de entrevistas foi suficiente para fornecer-nos um farto material a ser explorado qualitativamente.

O convite foi realizado via Whatsapp e e-mail dos respondentes e, a partir de então, os encontros foram agendados. A fim de deixá-los à vontade para aceitar ou recusar, adotei uma abordagem amistosa, apresentando-me como pesquisador e relembrando sobre o questionário outrora respondido. Assim, os respondentes foram convidados a participar da entrevista por meio de plataforma de videoconferência, onde abordaríamos assuntos relacionados à experiência musical individual e coletiva no Spotify, ao acessar as playlists em momentos do dia a dia como: acordar, comer, trabalhar, tomar banho, dirigir, fazer faxina e de que forma tais categorizações ajudavam, ou não, na realização dessas atividades e na regulação dos estados emocionais. Especifiquei também que a atividade compunha uma etapa da pesquisa de mestrado em Comunicação em curso, que as informações cedidas seriam confidenciais e que nenhuma imagem ou identidade do entrevistado seria divulgada no trabalho acadêmico.

Embora possa parecer trivial, criar um ambiente seguro e confiável desde o primeiro contato foi essencial para alcançarmos o que Romanelli (1998) define como controle da alteridade na relação entre pesquisador e interlocutor, permitindo, assim, com

que o entrevistado se sentisse seguro para organizar suas vivências em forma de narrativa e recuperar aspectos de sua biografia, dos quais, muitas vezes, ele nunca refletira sob o ângulo proposto pelo pesquisador. A construção dessa relação durante o diálogo com os usuários se mostrou positiva para os resultados obtidos pois muitos verbalizaram que nunca haviam refletido sobre suas preferências musicais no Spotify como no momento da entrevista, e isso me permitiu ter acesso a relatos íntimos sobre a presença da música e das tecnologias no cotidiano dos depoentes, sob o seu próprio consentimento.

Ao todo foram realizadas 15 entrevistas entre os dias 24 de outubro e 29 de novembro de 2020, com duração média de 35 minutos, de forma semiestruturada, ou seja, conduzidas com base em um roteiro de perguntas previamente elaborado, com o simples objetivo de guiar as principais questões a serem abordadas, possibilitando que o pesquisador pudesse adaptar ou inverter a ordem das perguntas ou até mesmo incluir novos questionamentos e sondar novas questões de acordo com o desenrolar do diálogo (DUARTE, 2004; MARCONI; LAKATOS, 2003). Dessa forma, a condução da interlocução possibilitou que os entrevistados tivessem liberdade para aprofundar-se em determinadas questões que considerassem pertinentes, dando-nos pistas sobre quais informações trazidas despertavam maior interesse. Com isso, foi interessante notar que algumas entrevistas demandaram maior rigor ao roteiro e outras demandaram menos intervenções, já que as informações eram trazidas de forma espontânea.

Em consonância com a proposta desenvolvida por Duarte (2004) para a análise de entrevistas em profundidade, o roteiro foi alicerçado em eixos temáticos, articulados aos objetivos da pesquisa, que facilitassem a segmentação das informações em categorias de análise. Na prática, os eixos temáticos funcionaram como marcadores temporais das etapas da entrevista. Assim, o roteiro foi dividido entre os seguintes eixos: a) perfil dos entrevistados e plataformas utilizadas; b) a música no cotidiano; c) a experiência com as playlists; d) a percepção dos sistemas de recomendação.

As entrevistas iniciaram-se com uma breve apresentação da pesquisa e do entrevistador, a fim de situar o entrevistado sobre o tema das questões a serem abordadas e reforçar que se tratava de uma pesquisa acadêmica supervisionada por uma instituição de ensino superior. Todavia, evitei apresentar os objetivos e detalhes da pesquisa nesse momento, para não induzir os entrevistados a formularem respostas que supostamente gostaríamos de ouvir. Reiterei algumas diretrizes sobre o sigilo dos dados cedidos à

pesquisa e solicitei que autorizassem a gravação da conversa. Todos os entrevistados autorizaram que as entrevistas fossem gravadas para posterior transcrição.

Inicialmente, retomei algumas informações submetidas no questionário como nome, faixa etária, localidade e confirmar outras como profissão e frequência de acesso ao Spotify. Além de rememorar a etapa de múltipla escolha, os entrevistados puderam atualizar ou justificar qualquer informação obsoleta que nos ajudasse a aprofundar o diálogo. Nessa etapa, também perguntei se o entrevistado era usuário de outras plataformas como Deezer, YouTube Music, Apple Music, Tidal, Resso e se havia algum motivo ou funcionalidade que justificasse a preferência.

Esse eixo temático tinha o objetivo de permitir observar se e como os usuários do Spotify interagem com outras plataformas de música que reúnem interfaces e categorizações semelhantes e quais atores seriam revelados nesse processo de escolha. Em outras palavras, ao questionar o porquê o entrevistado fazia uso de outras plataformas ou apenas do Spotify, foi possível observar se a escolha se dava por motivos de ordem técnica, econômica, estética, afetiva, cognitiva, entre outras, e começar a traçar alguns dos atores humanos e não-humanos envolvidos no processo de fruição musical das playlists.

Partindo de uma discussão mais geral, o segundo eixo do roteiro lançava o olhar sobre a forma como a música se fazia presente no cotidiano do entrevistado, isto é, considerando-se o ato de fruição na plataforma, mas também todas as experiências relativas às formas de apego à música: tocar um instrumento, ser parte de um grupo de fãs de uma banda, colecionar posters ou imagens, acompanhar shows e *lives*, consumir conteúdos produzidos pelos artistas nas redes sociais, etc.

Nesse momento, a entrevista era conduzida com perguntas subjetivas como:

- *O que a música representa na sua vida?*
- *Você acredita que a música pode ser uma boa companhia para certos momentos? Por quê?*
- *Poderia nos apontar em quais momentos do seu dia a dia a música está presente?*
- *Qualquer música serve para ambientar suas atividades de forma igual ou há alguma preferência?*

Em linha com a ideia apresentada no capítulo anterior de que o Spotify, enquanto corporação, aposta na premissa de que os usuários elegem algumas músicas como mais adequadas a certas ocasiões do que outras para delegar aos sistemas de recomendação o papel de orientador da fruição musical (ERIKSSON et alli 2020; SANTINI, 2020), o roteiro buscou explorar também a percepção dos entrevistados em relação a interferência da música em seu estado emotivo, pedindo que me trouxessem exemplos de como as sonoridades eram utilizadas no dia a dia para despertar sentimentos e modular o humor. Sem dúvida, a dimensão emotiva foi elencada como um dos principais atores responsáveis pela ambientação musical em situações cotidianas, verbalmente expressa na descrição dos interlocutores, mas também demonstrada por meio dos gestos e excitações corporais ao narrarem os momentos em que a música provocou-lhes afetações.

Outro ponto importante relacionado ao eixo da música no cotidiano que procurei abordar foi a percepção em relação à ação das materialidades ante a experiência musical. O ato de fruição é um processo complexo que pressupõe acoplamento entre artefatos culturais (objetos) e corpo humano, pressupondo articulações tecno-estéticas que configuram as materialidades da escuta (JANOTTI JR., 2020, p. 24) e as situam como importantes atores na construção da subjetividade dos sujeitos, conforme já argumentei. Partilhando dessa perspectiva, indagava aos entrevistados se os diferentes artefatos técnicos acoplados ao Spotify – celulares, caixas de som, fones de ouvido, computadores – interferiam na relação construída entre música e atividade cotidiana ou estado afetivo. As respostas obtidas me permitiram observar que não apenas as sonoridades são associadas a situações específicas, mas também os artefatos responsáveis pela execução das sonoridades, como detalharei mais adiante.

Assim, o intuito em iniciar com questões mais genéricas era promover o levantamento de informações sobre quais enquadramentos musicais (DENORA, 2000) os entrevistados traziam à tona ao organizar associações entre aspectos musicais e não musicais, ou seja, registrar as associações que um usuário faz entre determinado conteúdo e atividade, humor ou materialidade, e, a partir disto, poder confrontá-las com as categorizações situacionais da plataforma. Provocar a reflexão sobre a dimensão processual do consumo musical e os modos de escuta, constitui parte da abordagem metodológica proposta por Hennion (2001) ao buscar formas de se estudar o gosto musical. Para o sociólogo, é necessário evitar que o gosto musical seja abordado como

mera forma de distinção social para não resultar em respostas justificadas apenas pela posição social do sujeito:

[...] Uma diferença inicial em relação à entrevista como método automático e não problemático dos sociólogos, consistia, paradoxalmente, em dessociologizar os entrevistados, pedindo-lhes que não falassem de seus determinismos, mas de seus modos de fazer; não do que gostavam, [...], mas de suas formas de ouvir, tocar e escolher, e sobre o que estava acontecendo. Esta é uma abordagem empírica improvável e fértil para um sociólogo: as mesmas pessoas que ficaram sem palavras e buscaram justificativas no social quando questionadas sobre seus gostos, tornam-se notavelmente inventivas ao descrever o que fazem quando alguém lhes pergunta, não o que gostam, mas como eles se apegam, com quem, o que fazem, como o fazem (HENNION, 2001, p. 5, tradução livre)<sup>108</sup>

Filio-me a essa abordagem no sentido de propor aos entrevistados que desconstruíssem respostas prontas e refletissem sobre os múltiplos aspectos e nuances que fazem com que a experiência musical seja considerada adequada para determinada situação, capaz de acionar gostos, sensações, memórias.

Todavia, foi interessante notar que, em certos momentos, alguns usuários justificavam sua paixão pela música por terem nascido em uma família de músicos, ou a preferência por um determinado gênero musical em função de sua regionalidade e logo em seguida afirmavam que esse gosto podia variar de acordo com a situação da escuta. Ao associar seus estilos musicais preferidos a diferentes *moods*, Camila Lourenço, de 24 anos, afirma: “Assim, eu sou nordestina, né, e a gente ama o Forró. Então eu também escuto Forró, e adoro o Brega Funk. Mas depende do momento.” (informação verbal)<sup>109</sup>. Essa começa a nos exemplificar justamente onde podem residir os consensos e dissensos entre os valores simbólicos compartilhados acerca das classificações genéricas e as categorizações situacionais propostas pelos sistemas de recomendação. Portanto, por mais que estivesse buscando entender a dimensão processual da experiência sonora cotidiana, procurei não desprezar as informações relativas à forma como os entrevistados se enxergam na sociedade, enquanto sujeitos pertencentes a grupos identitários, a espaços

---

<sup>108</sup> No original: Thus, an initial difference compared to the interview as an automatic, non problematic method of the sociologist, paradoxically consisted of de-sociologizing the interviewees by asking them to talk not of their determinisms but of their ways of doing things; not of what they liked (and even less their excuses and acknowledgements that their choices were determined), but of their ways of listening, playing and choosing, and of what was happening. This is an unlikely fertile empirical approach for a sociologist: the same people who were at a loss for words and who made excuses when they were asked about their tastes, become remarkably inventive when describing what they do when someone asks them not what they like but how they form attachments, with whom, what they do, how they go about it.

<sup>109</sup> Informação cedida por Camila Lourenço (nome fictício) em 06.nov.2020

simbólicos e como eles negociam o gosto musical e os valores de uso com os valores culturais que os gêneros musicais acionam.

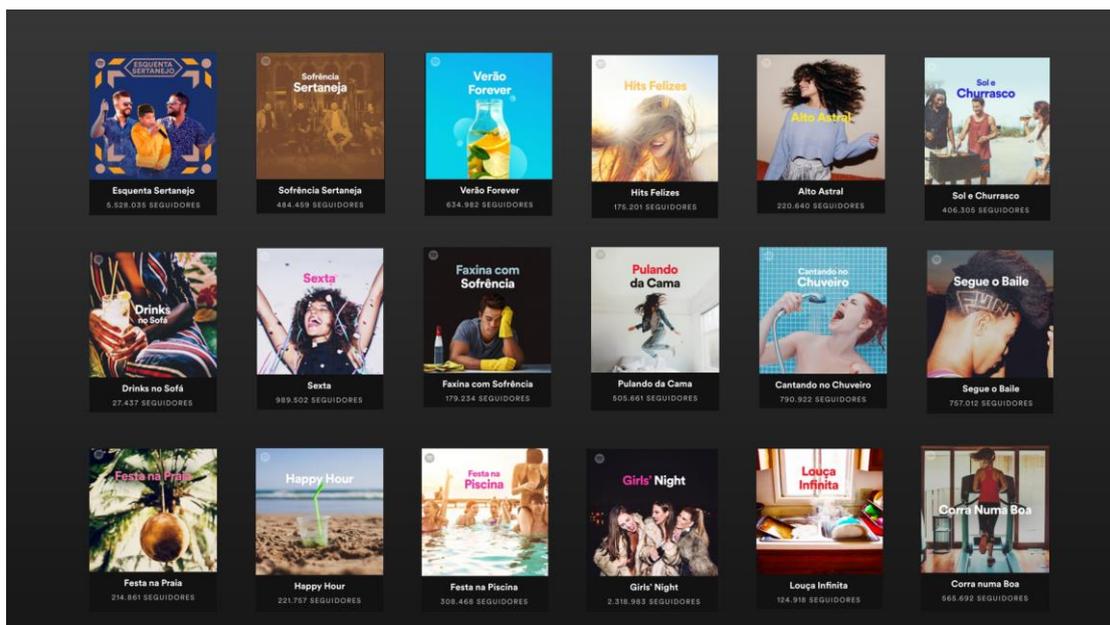
O terceiro eixo temático aprofundava-se na experiência dos entrevistados com as playlists situacionais em si. Questionei se costumavam ouvir as playlists criadas pelo Spotify e recomendadas para ocasiões cotidianas ou *moods* e se a experiência de fruição geralmente correspondia aos enquadramentos musicais que eles haviam citado inicialmente. Ou seja, indagava se as músicas encontradas numa coletânea feita para “ouvir no chuveiro”, de fato correspondiam às expectativas e ao gosto do usuário no momento de realização da atividade. Ou, se uma playlist intitulada “Coração Partido” reunia a seleção que despertasse sentimentos compatíveis com o estado emotivo do usuário no momento da fruição.

Nesse momento, eram realizadas perguntas como:

- *Você costuma acessar e ouvir as músicas pelas playlists do Spotify? Como costuma ser a sua experiência?*
- *Considera que esse tipo de categorização corresponde às suas expectativas de ter uma trilha sonora adequada para suas atividades? Por quê?*
- *Em que momentos do dia você costuma ou gosta de ouvir essas playlists? Você ouve sozinho ou em grupo?*

Em seguida, apresentava um quadro contendo um compilado com imagens e títulos de algumas playlists situacionais catalogadas, selecionadas por meio do número de usuários seguidores. O intuito era ilustrar a conversa com exemplos que pudessem ativar a memória dos respondentes. Sendo assim, foi dado um tempo para os entrevistados identificarem quais coletâneas lhes eram familiares, se havia predileção ou preterição por alguma identificada e por quê.

FIGURA 13: COMPILADO DE PLAYLISTS APRESENTADO NAS ENTREVISTAS



FONTE: SPOTIFY

Todos os entrevistados reconheceram uma ou mais playlists listadas ou conseguiram se lembrar de outras semelhantes que já haviam ouvido na plataforma, indicando que os critérios de seleção aplicados sobre o questionário foram efetivos. A partir de então, foi possível aprofundar a discussão sobre a experiência em torno da categorização partindo dos exemplos identificados: questioneei sobre quais expectativas as imagens e títulos criavam sobre o conteúdo musical contido na playlist; quais associações entre conteúdo musical e *moods* correspondiam à forma como cada usuário utilizava a música em atividades diárias e quais não correspondiam; se houve vezes em que o usuário encontrou alguma faixa, artista ou gênero que considerasse incompatível com a categorização indicada; se o entrevistado já ouvira uma determinada playlist em outra ocasião que não a sugerida pela plataforma e se havia diferença em ouvir as playlists situacionais no modo aleatório ou selecionando a ordem das faixas. Levando em conta o roteiro semiestruturado, essas e outras questões foram sendo direcionadas a depender das próprias informações trazidas pelos depoentes<sup>110</sup>.

No quarto e último eixo temático, desenvolvi perguntas a respeito das recomendações feitas pelo Spotify. Resgatando o debate sobre a dimensão comunicacional das plataformas (GILLESPIE, 2018; VAN DJICK, POELL; DE WAAL, 2018; GROHMAN, 2019; 2020), o primeiro objetivo desse eixo era entender se os

<sup>110</sup> No capítulo 4, desenvolvo a análise dos relatos dos entrevistados trazendo mais exemplos das informações trazidas pelos depoentes.

entrevistados demonstravam alguma ciência ou percepção, ainda que de forma não fundamentada, sobre a ação do não-humano por trás da recomendação de playlists situacionais para períodos específicos do dia, que nos indicasse a construção de sentido acerca das “prescrições cronormativas” (ERIKSSON, et alli, 2017, p. 144, tradução livre<sup>111</sup>) realizadas pela plataforma. Em segundo lugar, queria questionar se as recomendações faziam sentido para o tipo de música que eles estavam dispostos a ouvir.

Sendo assim, descrevi a interface inicial da plataforma onde as playlists são dispostas de acordo com o período do dia ou da semana e recomendadas com frases como “Para acompanhar sua noite”, “Vibe praiana”, “Verão o ano inteiro”, “Vida de estudante”, “Jantar”, questionando se os entrevistados já haviam notado a funcionalidade da recomendação baseada nas suas preferências e gostos (SANTINI, 2020, p. 103) e se a consideravam uma recomendação útil. Nesse momento, muitos respondentes fizeram associações entre as recomendações com as playlists “Daily Mix”, “Descobertas da Semana” e “No Repeat”, o que, em um primeiro momento, me passou a impressão de uma familiaridade com a lógica de recomendação destas coletâneas criadas com base nos rastros digitais de cada usuário. Entretanto, a acuidade desses sistemas pareceu dividir opiniões entre os entrevistados, fazendo com que tivesse de dedicar um olhar especial às questões envolvendo os tensionamentos entre o gosto dos usuários e a performance dos sistemas algorítmicos no momento de análise das entrevistas.

Ao final do encontro, questionei aos usuários se os modos e frequência de escuta na plataforma tinham sofrido mudanças devido ao isolamento social enfrentado naquele ano em decorrência da pandemia de COVID-19. Inicialmente, essa não era uma questão prevista no roteiro. Contudo, logo nas primeiras entrevistas, os usuários começaram a relatar a procura por agrupamentos situacionais que condissessem com a rotina decorrente das restrições sociais, o que nos despertou atenção.

Assim como o balanço trimestral do Spotify<sup>112</sup> já havia indicado mudanças na rotina de consumo e engajamento dos usuários nos períodos de maior permanência em casa, o processo de catalogação das playlists nos apontara a existência de categorizações

---

<sup>111</sup> No original: As we demonstrated in our previous study, the particular notion of temporality presented here is also bound up with chrononormative prescriptions of “the good life” that instruct users to get out of bed, go to work (in an office), work out in the afternoon, and then socialize with friends, family, and lovers in the evening.

<sup>112</sup> Spotify First Quarter 2020 Financial Performance. Disponível em: <https://bit.ly/Spotify20Q1>. Acesso em 09.jun.2020

voltadas para atividades estritamente domésticas como lavar louça, limpar a casa e o chamado “home office”. Por conseguinte, os relatos dos entrevistados me instigaram a considerar o contexto social da pandemia como mais um actante na difusa rede associativa em que as preferências de escuta das playlists situacionais se situam, ainda que a presente análise não se debruce estritamente sobre os fenômenos sociais e culturais que afetaram o consumo e distribuição de música no período de isolamento social.

### 3.2.3. Análise das entrevistas

O estágio seguinte à aplicação das entrevistas consistiu na organização das informações e relatos coletados de modo a possibilitar a análise crítica que fundamenta os objetivos da pesquisa. Para tanto, realizei a transcrição de todas as falas a partir das gravações autorizadas para que as entrevistas pudessem ser fragmentadas e agrupadas em trechos semelhantes. Conforme havia sido sinalizado no contato inicial, substituí os nomes dos entrevistados por nomes fictícios, a fim de resguardar a identidade e as informações dos respondentes.

Retomando a proposta de análise de entrevistas desenvolvida por Duarte (2004), fragmentei as falas dos interlocutores em unidades de significação, ou seja, trechos dos relatos que fornecem insumos para a interpretação dos significados acerca das experiências relatadas. O propósito de extrair fragmentos da fala dos entrevistados é menos analisá-los de forma isolada, o que contraria a própria cartografia das controvérsias, do que articulá-los a partir categorias de análise que nos permitam organizar os atores que mediam a experiência musical.

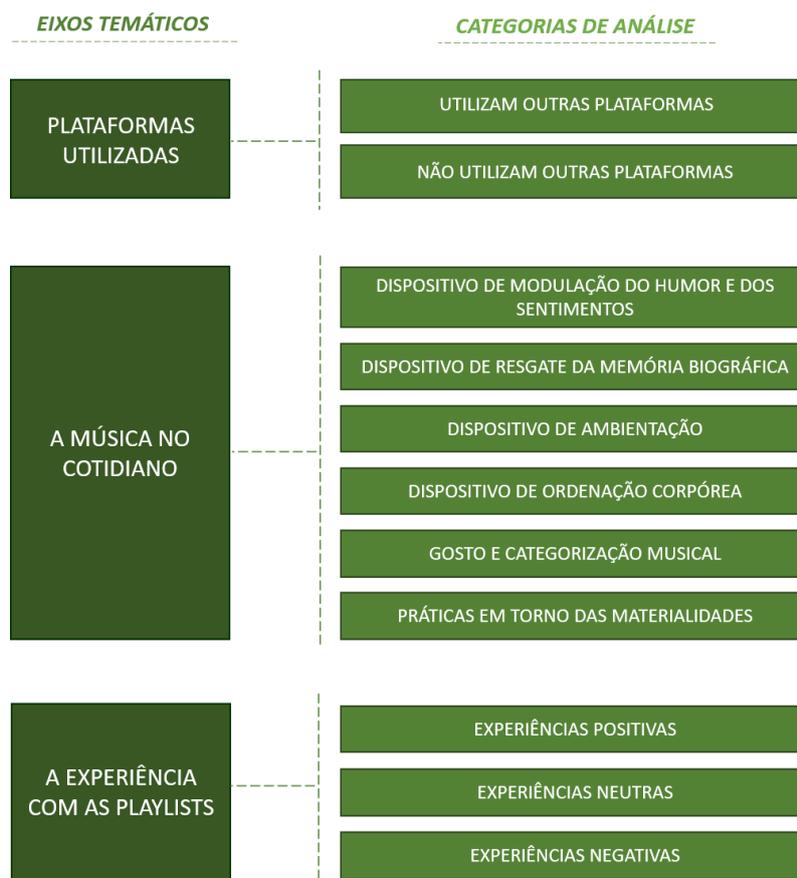
As categorias de análise podem ser eleitas pelo pesquisador antes da realização das entrevistas, a partir de referências teórico/conceituais ou de um conhecimento prévio do campo empírico [...]. Podem também emergir no momento da análise, pela identificação por parte do pesquisador de conteúdos recorrentes no discurso de seus entrevistados. (DUARTE, 2004, p. 221)

Em consonância com esse raciocínio, construí as categorias de análise com base nas significações recorrentes na fala dos usuários, que se destacaram como ponto de aprofundamento da análise. Por exemplo, quando o eixo temático era a música no cotidiano, a escuta foi frequentemente associada à modulação do estado emocional considerado adequado para a realização de uma atividade. Diversos foram os exemplos trazidos de que a fruição musical desperta sensações que auxiliam ou atrapalham a

execução de uma atividade individual ou coletiva. Tais unidades de significação compuseram, portanto, uma das categorias de análise presentes no eixo temático.

Desse modo, pude traçar um painel que nos auxiliou a mapear as principais questões trazidas nas entrevistas em relação ao objeto e analisá-las a partir da fundamentação teórica construída nos capítulos anteriores.

FIGURA 14: PAINEL DE ANÁLISE DAS ENTREVISTAS



É importante destacar que a divisão proposta é um esforço metodológico de análise empírica das informações levantadas nas entrevistas de acordo com os objetivos da pesquisa e não reflete, necessariamente, a ordem pela qual os entrevistados organizaram suas reflexões acerca das experiências musicais cotidianas, denotando que suas fronteiras são dinâmicas. Em outras palavras, a abordagem das entrevistas que faço no capítulo seguinte partindo desse painel considera que as categorias de análise coexistem e são articuladas entre si. Um mesmo usuário pode associar a experiência musical de uma playlist a uma memória afetiva e ao mesmo tempo utilizá-la como dispositivo de modulação das emoções, ou até mesmo pode relatar experiências positivas

e negativas a respeito de uma playlist, a depender do intuito, da ocasião e da materialidade utilizada no momento da fruição.

Isso nos permite vislumbrar o quão complexa e heterogênea<sup>113</sup> pode ser a rede de atores que compõem a experiência musical em uma plataforma digital de streaming e nos indica que os agenciamentos estéticos e as noções de gênero e gosto musical elencados anteriormente não devem ser observados de forma isolada, mas articulados e dependentes entre si, enredados por fatores intra e extramusicais em constante mudança. O que torna o trabalho do pesquisador ainda mais desafiador, se considerarmos que, sob a ótica dos usuários entrevistados, a heterogeneidade dos atores que compõem a experiência musical e suas preferências nem sempre é revelada sob as mesmas conceituações e divisões que utilizamos. Cabe, agora, abrir as caixas-pretas e buscar desvendar os múltiplos atores humanos e não-humanos responsáveis pelos tensionamentos, afetações, consensos e dissensos nos relatos dos entrevistados.

---

<sup>113</sup> Utilizamos a noção de heterogeneidade mais uma vez em referência a Latour (2012) quando define que toda a ação diz respeito à natureza heterogênea dos atores que compõem as relações sociais. Ou seja, a ação de um ator na rede associativa – que aqui podemos considerar o conteúdo musical contido nas playlists, em sua potencialidade – não é a fonte de um ato e sim o alvo móvel de um amplo conjunto de entidades que enxameiam em sua direção (LATOUR, 2012, p. 75) e que devem ser desvendados.

## **CAPÍTULO 4: ANALISANDO TENSÕES, REFORÇOS E NEGOCIAÇÕES NA ESCUTA DAS PLAYLISTS SITUACIONAIS.**

*Outro dia eu tava aqui ouvindo uma playlist no Spotify de axé antigo e foi tão irresistível que eu coloquei a playlist para tocar e dancei umas três ou quatro músicas, do nada, a casa toda escura e eu lá dançando. Porque acho que vai nas minhas moléculas do corpo, eu não sei o que faz, mas interfere diretamente no meu emocional.*

Informação verbal cedida por Beatriz Viana (nome fictício) em  
31.out.2020

Neste capítulo que encerra o presente trabalho, desenvolvo a análise propriamente dita das entrevistas em profundidade e realizo o esforço de testar a hipótese central da pesquisa bem como de correlacionar o diálogo teórico empreendido na primeira etapa com as afirmações, impressões, dúvidas e questões tecidas no contato direto com os interlocutores entrevistados. De certa forma, aqui encerra-se o exercício iniciado no capítulo 1 de mapeamento das controvérsias que ambientam as categorizações no Spotify. Contudo, adianto que tal discussão não se encerrará nos limites desta dissertação, visto que, dada a riqueza de informações que as entrevistas nos possibilitaram vislumbrar, as formas de recepção que permeiam consumo musical no ambiente digital possibilitam inúmeros enfoques e desdobramentos.

O capítulo está estruturado nos três eixos das entrevistas: “Plataformas utilizadas”, “a música no cotidiano”, e “as experiências com as playlists”, com suas respectivas categorias de análise.

### **4.1. Plataformas utilizadas**

O primeiro eixo temático de análise corresponde ao uso de outras plataformas de streaming além do Spotify pelos entrevistados. Conforme destaquei no primeiro capítulo, o processo de ascensão das plataformas de reprodução sonora em ambientes digitais se deu, nos últimos anos, mediante a apropriação de formatos e funcionalidades de outras plataformas já existentes, que juntas compõem o ecossistema de mídia conectada (VAN DIJCK, 2013). Sob essa ambientação, as plataformas que dominam o mercado fonográfico apresentam remediações entre si nas formas de organização da circulação musical, orientadas para o gosto musical dos usuários e divulgação das obras dos artistas. Porém, ao passo em que plataformas como Deezer, YouTube Music, Resso,

Apple Music e Spotify apresentam categorizações semelhantes, o acesso a esses diferentes serviços podem engendrar diferentes recortes, como bem aponta Janotti Jr. (2020), por fatores econômicos, geográficos, sociais, culturais ou materiais.

Tendo esse cenário em meu horizonte, procurei entender quais entrevistados acessavam outras plataformas e os reais motivos por essa preferência. Para análise, divido este eixo em duas categorias: Os que utilizam outras plataformas e os que não utilizam outras plataformas.

#### 4.1.1. Utilizam outras plataformas

Dentre os respondentes, 12 pessoas declararam utilizar outras plataformas de streaming além do Spotify. YouTube, Deezer e Apple Music foram as mais citadas, sendo acessadas por 58%, 33% e 16% dos entrevistados, respectivamente. TuneIn, Coca-Cola FM e Radiooooo.com<sup>114</sup> também foram plataformas lembradas. Contudo, diversas foram as razões apontadas pelo consumo coexistente ao Spotify.

Alguns usuários utilizam outras plataformas em razão do plano de dados de seus celulares<sup>115</sup>. A entrevistada Aline Mattos afirma que, desde que mudou de operadora de telefonia, adaptou-se ao Deezer e gosta da plataforma porque não é bombardeada com propagandas, diferentemente de sua conta do Spotify, que não é premium. Entretanto, ainda utiliza o Spotify por considerá-lo “melhor” do que as outras:

Eu gosto muito do Spotify, acho muito melhor que o Deezer. Mas como eu ganhei o Deezer de graça, hoje eu sou adepta ao Deezer. Tanto que eu uso o Spotify no notebook e o Deezer no celular para correr, enfim, escutar no dia a dia [...]. Mas realmente o Spotify na categoria é o melhor mesmo, tanto que as coisas saem primeiro no Spotify. (informação verbal)<sup>116</sup>

Já o usuário Henrique Bonacci afirmou que utilizava mais o YouTube quando era usuário “free” do Spotify. Porém, o fato de usar muito a plataforma de vídeos para escutar música fez com que seus planos de dados móveis esgotassem rapidamente e, por isso, passou a adotar o Spotify premium como solução.

---

<sup>114</sup> O Radiooooo.com é uma plataforma francesa de acervo colaborativo de músicas que possui um sistema de buscas baseado em dois filtros: um filtro temporal, onde se pode selecionar a música por década (de 1900 até os dias atuais); e um filtro geográfico, onde se pode selecionar a música por país. Assim, a proposta da plataforma é proporcionar ao usuário uma viagem no tempo e espaço através da experiência musical. Disponível em: <https://radiooooo.com/> e <http://bit.ly/Radiooooo21>. Acesso em 02.mai.2020.

<sup>115</sup> Algumas operadoras de celular possuem parcerias com plataformas como Deezer e Claro Música, que disponibilizam acesso premium como benefício oferecido no plano de dados.

<sup>116</sup> Informação cedida por Aline Mattos (nome fictício) em 28.out.20.

A compatibilidade com a tecnologia do dispositivo de reprodução também foi elencada como um fator preponderante para a escolha da plataforma. Ao citar o uso da plataforma Apple Music, o estudante Fabrício Alves justifica que o maior contato com as playlists se deu devido à troca de sistema operacional de seu celular.

Como eu tinha outro dispositivo, tinha um iPhone, eu utilizava Apple Music. Já no Android, a Apple Music não tinha uma eficiência tão grande. E aí nessa troca fiquei com o Spotify, e então, conforme você vai criando playlists, você passa a ter mais contato e fica mais difícil para você retornar à outra plataforma. (informação verbal).<sup>117</sup>

A fala dos entrevistados nos permite verificar que as parcerias realizadas entre as plataformas e as corporações que detém o fornecimento e circulação de dados nas redes sociotécnicas, bem como suas políticas de preços, resultam em diferentes formas de acesso aos conteúdos musicais, nesse caso demarcadas por questões econômicas. Considerando as diversas comunidades que uma plataforma de música pode hospedar, essas demarcações também constituem a ação moderadora que Gillespie (2018) indica como característica intrínseca às plataformas<sup>118</sup>, ao condicionarem o acesso a uma performance artística ou a um conteúdo musical sem interrupções, considerado de melhor qualidade sonora, a um determinado grupo, e ao designar a fruição gratuita a outros.

Essas demarcações, por sua vez, acabam por criar diferentes ambientações de escuta entre as plataformas, abrigando “tanto partilhas em torno de um comum, como violências marcadas por exclusões” (JANOTTI JR, 2020, p. 14). Para a presente pesquisa, interessa assinalar como esse recorte pode fazer com que a escolha da plataforma esteja associada à um determinado momento ou atividade e também à uma materialidade, como fica bastante evidente na fala de Aline quando destina o Deezer para um dispositivo mais portátil que possa acompanhá-la nas atividades que exigem maior locomoção e a fruição no Spotify para o notebook. Esse exemplo nos confirma, desde já, a complexidade da rede de atores humanos e não humanos e das associações que envolvem o ato de consumir playlists situacionais.

Outro aspecto evidente nas falas dos interlocutores que utilizam outras plataformas foi a busca por algum formato ou funcionalidade específica que nem sempre

---

<sup>117</sup> Informação cedida por Fabrício Alves (nome fictício) em 29.nov.20.

<sup>118</sup> Ao buscar conceituações para o termo plataforma, considerando sua abrangência atual no ambiente digital, o pesquisador afirma que “as plataformas devem moderar o conteúdo e a atividade dos usuários, usando alguma logística de detecção, revisão e aplicação de seus conteúdos.” (GILLESPIE, 2018, p. 21, tradução livre).

está disponível no Spotify. Por exemplo, o usuário João Pedro Machado afirma que já tentou utilizar outras plataformas como o Deezer, mas não gostou da interface de nenhuma delas. Às vezes, ele acessa o YouTube quando quer encontrar uma música ou versão muito específica que não encontrou no Spotify. As *lives* e o gosto por transmissões de performances artísticas em plataformas audiovisuais como o YouTube, que no período de Pandemia de COVID-19 ficaram em maior evidência, também foram elencadas como um formato que não costuma ser explorado pelo Spotify. “É porque no YouTube tem show ao vivo. E aí eu acabo... Eu gosto de assistir uma performance ao vivo, completa.” (informação verbal)<sup>119</sup>, comentou o usuário Victor Duarte. Ao que parece, a gratuidade e acessibilidade do YouTube são os principais atributos que fazem com que os entrevistados encontrem nela uma plataforma alternativa ao Spotify.

Diante dessas dinâmicas de circulação entre diversas ambientações digitais, foi interessante notar que os entrevistados comumente associavam cada plataforma utilizada a um determinado formato ou conteúdo sonoro diferente, sendo o Spotify frequentemente associado ao consumo das playlists. “Eu instalei o Deezer, mas para ouvir podcast. Eu instalei o Deezer e o Orelo, mas só para ouvir podcast, e não para ouvir música como no Spotify.” (informação verbal)<sup>120</sup>. “O TuneIn eu uso mais a questão das rádios. No Spotify, eu ouço as playlists e podcasts e, no TuneIn, embora tenha também opção de alguns podcasts e playlists, eu prefiro ouvir a rádio nele.” (informação verbal)<sup>121</sup>. Essas informações nos dão pistas sobre as “rotas de escutas” (JANOTTI JR., 2020) que os usuários percorrem no ecossistema de mídia conectada entre a ambientação de uma plataforma e outra, e nos revelam associações entre as produções sonoras e os endereçamentos que as diferentes categorizações e recomendações produzem. É como se o conteúdo de uma produção sonora não pudesse ser apreciado alheio às formas de categorização e classificação que o tangem.

#### 4.1.2. Não utilizam outras plataformas

Dentre os entrevistados, 3 pessoas declararam não fazer uso de nenhuma outra plataforma de streaming de música, além do Spotify. Ainda que seja uma amostra representativamente pequena, a abordagem qualitativa nos permite dar destaque às razões que levaram os usuários a optarem por um único serviço de fruição musical digital.

---

<sup>119</sup> Informação cedida por Victor Duarte (nome fictício) em 10.out.2020.

<sup>120</sup> Informação cedida por Tatiane Marques (nome fictício) em 29.out.2020.

<sup>121</sup> Informação cedida por Nathália Corrêa Lopes (nome fictício) em 31.out.2020.

Curiosamente, descobri associações que nos apontam que as categorizações situacionais podem reverberar até mesmo nas formas de escuta fora do ecossistema digital.

Em uma aparente tentativa de justificar a escolha exclusiva do Spotify, a analista de redes sociais Patrícia Schultz elencou o rádio como uma “outra forma de ouvir música” utilizada. Para ela, embora não seja uma plataforma de streaming, o rádio substitui a função de escuta ubíqua normalmente realizada pelas playlists do Spotify, nas atividades em que o dispositivo de reprodução está carregando.

Às vezes é por uma questão de praticidade, mas isso é uma coisa minha porque eu tenho rádio na minha cozinha. Às vezes, se eu boto o celular pra carregar de manhã, é mais fácil, *pra* mim, ligar o rádio para ter uma musiquinha preenchendo o ambiente do que selecionar alguma playlist. Mas de streaming, usando dispositivos digitais, é só o Spotify mesmo. (informação verbal)<sup>122</sup>.

A similaridade entre as playlists do Spotify e o rádio foi uma questão trazida neste e em outros eixos da entrevista, o que nos faz retomar brevemente estudos como os de Moreira (1999), De Marchi (2005) e Kischinhevsky (2009) sobre a relação do rádio com a sociabilidade em diversas esferas da vida cotidiana para pensarmos sobre as remediações e resquícios que as formas de categorização analisadas produzem. Esses e outros autores já identificavam no consumo radiofônico a função de mediar atividades cotidianas, sendo pano de fundo sonoro desde o surgimento do dispositivo e durante o desenvolvimento tecnológico que lhe configurou a característica da portabilidade, constituindo-se como um “elemento de apoio na construção de sentido das interações com o Mundo” (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 226). Como já destacamos anteriormente, através das playlists situacionais, a corporação sueca aposta na ideia de que o valor musical varia em função do contexto ou do momento em que o ouvinte experiencia o conteúdo, delegando a elas uma função muito semelhante à desempenhada historicamente pelo rádio, ainda que as formas de produção e difusão do conteúdo sejam distintas.

Destarte, o eventual hábito de substituir a playlist pelo rádio, conforme narrado pela entrevistada nos momentos em que cozinha ou lava a louça, nos indica, sobretudo, que a noção que o usuário constrói de fruição ideal para determinada atividade é atravessada também pelos fluxos comunicacionais comuns entre diferentes materialidades. Todavia, isso não é suficiente para afirmarmos que as experiências de escutas entre a playlist ouvida pelo celular e a estação ouvida pelo rádio sejam as mesmas.

---

<sup>122</sup> Informação cedida por Patrícia Schultz (nome fictício) em 24.out.2020.

Partindo da discussão teórica empreendida, não podemos deixar de considerar que os efeitos de presença (GUMBRECHT, 2010) produzidos na interação com diferentes dispositivos materiais - no caso entre o rádio e o celular – podem resultar em sensorialidades distintas entre diferentes materialidades e implicar, inclusive, em tensionamentos entre o gosto musical e a experiência estética proporcionada pelo dispositivo, conforme exploraremos nos tópicos seguintes.

#### **4.2. A música no cotidiano**

O segundo eixo temático trata sobre a presença da música no cotidiano dos usuários, entendendo-a como um produto cultural massificado, resultante de embates e negociações sobre as convenções e classificações genéricas que orientam sua circulação no mercado, mas também buscando, nesse momento, direcionar a reflexão para a potencialidade da música enquanto mediadora de estados de consciência e circulação de emoções. Em outras palavras, as categorias resultantes da análise das reflexões dos entrevistados dialogam diretamente com a discussão teórica acerca dos agenciamentos estéticos que a experiência sonora provoca, empreendida pela Sociologia da música, sobretudo na noção de que o contexto em que a música evoca sensações, memórias e experiências que dão suporte à realização de atividades individuais e coletivas (DE NORA, 2000; SLOBODA; O’NEILL; 2001; HENNION, 2001). É justamente esse saber sobre a adequação do gosto musical e a ocasião de fruição que melhor corresponde a ele, que buscamos explorar nos entrevistados.

##### **4.2.1 Dispositivo de modulação do humor e dos sentimentos**

Assim como para os entrevistados de DeNora (2000) e Sloboda e O’Neill (2001) a música atuava como um meio de criar, aprimorar, sustentar e alterar estados cognitivos e emocionais, para quase a totalidade dos usuários do Spotify entrevistados a música é associada a atividades porque atua como um dispositivo de modulação do humor ou do estado emocional considerado ideal para a realização e desempenho de uma determinada atividade. Outrossim, diversos respondentes trouxeram à tona as mais variadas formas de associações entre ritmos, gêneros, artistas, performances e os *moods* que esses elementos evocam no momento de realização de atividades como trabalhar, limpar a casa, cuidar das plantas, tomar banho, namorar, estudar, etc.

Quando questionada sobre o que as sonoridades representam na sua vida e no seu cotidiano, Nathália Corrêa nos exemplifica como a música é percebida como um dispositivo de regulação do seu humor:

Então música, para mim, é basicamente... [pausa] Nossa, é tudo! Porque meu estado de espírito é ditado pela música. Se eu tô triste, eu coloco uma música; se eu tô feliz, eu coloco um tipo de música diferente. Eu consigo alterar o meu estado de humor através da relação com a música. (informação verbal).<sup>123</sup>

Ao descrever a música como uma extensão de seu ser, a fala de Nathália se torna um exemplo da dimensão reflexiva proporcionada pela experiência musical a qual nos referimos, reforçando a noção da música enquanto “tecnologia do self” (DENORA, 2000). Essa dimensão também pôde ser identificada em outras falas por meio de alegorias como: “Eu amo música. Ela me alimenta de diversas formas, me cura, eu acho que mais do que me alimentar a música me cura.” (informação verbal)<sup>124</sup>.

Contudo, como se dão essas associações? Em diálogo com a semiótica, DeNora (ibid.) considera que o afeto musical é constituído na e por meio da prática de conectar a música com outras coisas através de significações. Essas conexões, por sua vez, são elencadas pela socióloga como um amplo espectro de questões que moldam o conceito de enquadramentos musicais, como:

[...] associações anteriores que os entrevistados fizeram entre materiais musicais específicos e outras coisas (biográficas, situacional), conotações mais generalizadas que os respondentes associam à música (por exemplo, seu estilo), paralelos percebidos entre materiais/processos musicais e materiais/processos sociais ou físicos (por exemplo, lento e silencioso: relaxado) e assim por diante. (DENORA, 2000, p. 53, tradução livre<sup>125</sup>).

Para Sloboda e O’Neill (2001) o nível de mudança entre estados emocionais seria dado por meio de um equilíbrio entre o contexto e o conteúdo musical, sobretudo no ato de escuta solitário. Em outras palavras, “as respostas emocionais à música são um resultado complexo da contribuição da reação pessoal ao conteúdo (ou seja, os próprios materiais musicais e suas associações) e suas reações ao contexto contínuo no qual a

---

<sup>123</sup> Informação cedida por Nathália Corrêa Lopes (nome fictício) em 31.out.2020.

<sup>124</sup> Informação cedida por Beatriz Vianna (nome fictício) em 31.out.2020.

<sup>125</sup> No original: previous associations that respondents have made between particular musical materials and other things (biographical, situational), more generalized connotations respondents associate with the music (for example, its style), perceived parallels between musical materials/processes and social or physical materials/processes (for example, slow and quiet: relaxed) and so on.

música está inserida” (p. 18, tradução livre<sup>126</sup>). Conforme continuarei a mostrar a seguir, esses paralelos entre processos musicais e processos sociais que destacamos nas falas dos teóricos são um elemento-chave na construção da escuta das playlists situacionais.

Porém, não podemos deixar de frisar que as escutas coletivas também são capazes de acionar espaços comuns de circulação de afetividades e emoções. Para outros respondentes, a música atua como uma boa companhia para as ocasiões em que se pretende alcançar determinado sentimento coletivo: “Mas com certeza [a música] muda o humor. Acho que traz felicidade em um local, em um ambiente que você está com gente, traz alegria” (informação verbal)<sup>127</sup>.

Para mim [a música] sempre foi uma boa companhia para vários momentos. [...] Quando a gente está em um ambiente se relacionando com outras pessoas, assim como quando está sozinho. Ela é como se fosse uma companhia, sim, porque ela mexe com as emoções. Tanto a questão da letra quanto a questão de melodia. Ela mexe com as emoções e aí é como se fosse um terceiro realmente ali na relação. (informação verbal)<sup>128</sup>

A partir disso, é interessante destacar como os próprios usuários reconhecem as propriedades modulares da música em seus estados cognitivos e jogam com as experiências musicais para auxiliá-los a desenvolver tarefas que supostamente seriam mais agradáveis de serem realizadas sob determinados estados emotivos. Em um primeiro momento, a noção de experiência musical prazerosa explorada pelas playlists situacionais e de *moods* parece encontrar consonância na forma como alguns usuários se relacionam com a música no dia a dia. Ao comentar sua dificuldade para se concentrar em atividades mecânicas, Henrique Bonacci afirma: “Lavar louça, limpar a casa, essas coisas. Fazer comida... Essas coisas do dia a dia sem música, para mim, são impossíveis. Impossíveis mesmo. Eu não consigo lavar uma louça. Eu não vou conseguir lavar, vou fazer outra coisa.” (informação verbal)<sup>129</sup>.

Mas num outro momento, que é o momento de lavar louça, ou, no caso de arrumar a casa, que também tenho tido muito, eu ouço música. Bastante. E é ótimo porque quando não ouço música eu fico estressado, quando eu *tô* ouvindo minhas músicas eu fico menos estressado. Então,

---

<sup>126</sup> No original: Emotional responses to music are a complex outcome of the contribution of a person's reaction to the content (i.e. the musical materials themselves and their associations) and their reactions to the ongoing context in which the music is embedded.

<sup>127</sup> Informação cedida por Aline Mattos (nome fictício) em 28.out.2020.

<sup>128</sup> Informação cedida por Nathália Corrêa Lopes (nome fictício) em 31.out.2020.

<sup>129</sup> Informação cedida por Henrique Bonacci (nome fictício) em 20.nov.2020.

música é um jeito de... não exatamente controlar, mas guiar as emoções. (informação verbal)<sup>130</sup>

Utilizo, então, o termo “dispositivo” no sentido de situar a música como recurso pelo qual os usuários se apropriam para despertar emoções, flertando com a ideia defendida por Ahmed (2004)<sup>131</sup> de que ao mesmo tempo em que as sensações são suscitadas no contato do corpo com o objeto, no caso o contato entre o ouvinte e a música e suas materialidades, as emoções são apreendidas no nível da significação, ligadas diretamente a questões como as vivências em torno de comunidades de gosto, as expectativas criadas pelas convenções de gênero e as “estórias” que elas contam sobre os consumidores potenciais, as estratégias de produção de sentido e valor de um conteúdo musical (FRITH, 1996; FABBRI, 2012, JANOTTI JR., 2003; JANOTTI JR; PEREIRA DE SÁ, 2018).

Novamente, o diálogo com Hennion (2011) se faz pertinente por nos indicar que as associações entre obra musical e estados afetivos não se apresentam de forma homogênea e inerte. Confrontadas com as referências teóricas apresentadas, as falas dos respondentes nos confirmam que as categorizações musicais por *moods* constituem a forma como eles organizam o consumo musical no dia a dia. “Os respondentes fazem articulações entre obras, estilos e materiais musicais de um lado e modos de agência de outro, de tal forma que a música é usada, prospectivamente, para esboçar estados aspirados e parcialmente imaginados ou sentidos” (DENORA, 2000, p. 53, tradução livre<sup>132</sup>). Mais do que isto, as falas nos confirmam o quanto as associações que compõem essas categorizações são atravessadas por gostos, valores, ideologias, identidades, experiências estéticas e sentidos que circulam entre os diversos atores envolvidos na sua produção e circulação. Associações essas, que muitas vezes podem esconder controvérsias e tensionamentos em relação à categorização realizada pelos atores humanos e não-humanos das plataformas.

Um exemplo disso pode ser expresso na forma como os usuários fazem referência às músicas que acionam sentimentos e estados afetivos, como “musiquinha

---

<sup>130</sup> Informação cedida por João Pedro Machado (nome fictício) em 14.nov.2020

<sup>131</sup> Partindo da perspectiva de autores como Sarah Ahmed (2004) esforço-me em extrapolar a compreensão das emoções para além do campo da Psicologia, onde são consideradas como expressão da interioridade dos indivíduos. Ao propor o conceito de ‘socialidade das emoções’, a teórica feminista argumenta que as emoções não estão nem no nível individual nem no nível do social, mas produzem suas próprias superfícies onde o indivíduo e o social são delineados como objetos. Utilizo essa premissa para pensar os tipos de agenciamentos que as emoções exploradas pelas playlists podem produzir em uma rede associativa.

<sup>132</sup> No original: Respondents make, in other words, articulations between musical works, styles and materials on the one hand and modes of agency on the other, such that music is used, prospectively, to sketch aspired and partially imagined or felt states.

alegre”, “música para focar”, “música calma”. É como se aquele conteúdo passasse a ser identificado pelo sentimento que ele aciona: “[...] às vezes eu tô precisando me concentrar, então ouço música para focar; às vezes eu preciso ficar agitada, eu ouço música para ficar agitada.” (informação verbal)<sup>133</sup>. “Se eu estiver tomando banho, acho que depende do meu humor no dia, mas geralmente uma musiquinha animada se eu for demorar um pouco mais no banho.” (informação verbal)<sup>134</sup>. “Começar o dia ouvindo uma música mais alegre talvez gere algum impacto, sim, nessa parte emocional.” (informação verbal)<sup>135</sup>.

#### 4.2.2. Dispositivo de resgate da memória biográfica

Assim como já adiantei no capítulo 2, os afetos provocados pelo contato com a obra musical despertam “gatilhos”, rememorações de situações biográficas como “mapas mentais” (VAN DJICK, 2006), que mediam associações entre a escuta no presente e eventos no passado, e atuam diretamente na forma como o indivíduo se situa no mundo. As entrevistas me permitiram reafirmar essa proposição na medida em que, para justificar a escolha por determinado estilo ou categorização, os respondentes descreviam brevemente situações do passado em que aquela sonoridade esteve presente. Para estes, a música é associada a atividades porque retoma ocasiões em que estas foram concretizadas no passado, rememorando a presença de outros atores. Uma situação como um churrasco entre amigos, por exemplo, pode se tornar uma lembrança musical da mesma forma que um determinado gênero ou artista pode ser definido como um elemento de rememoração dessa mesma ocasião. Ao tentar descrever a presença da música em seu cotidiano, a estudante Débora Marconi afirma:

*Pra mim a música marca épocas da vida, fases. Eu escuto uma música que eu lembro de quando era adolescente, quando eu mudei de trabalho, quando eu viajei. Então, pra mim, música é uma coisa que marca momentos da vida, como se fossem fotografias. É uma coisa que eu gosto bastante e me dá uma animação, me dá um êxtase. (informação verbal)<sup>136</sup>*

Note como a música foi lembrada como um elemento que os reconecta com pessoas próximas, geralmente parentes ou amigos dos quais os respondentes nutriam

---

<sup>133</sup> Informação cedida por Tatiane Marques (nome fictício) em 29.out.2020.

<sup>134</sup> Informação cedida por Victor Duarte (nome fictício) em 10.nov.2020.

<sup>135</sup> Informação cedida por Fabrício Alves (nome fictício) em 29.nov.20.

<sup>136</sup> Informação cedida por Débora Marconi (nome fictício) em 29.out.2020.

algum laço afetivo e de convívio, muito similar aos exemplos apontados por DeNora (2003) e Van Djick (2006); ao mesmo tempo em que foi associada a experiências sensoriais de épocas e momentos que se misturam com períodos e fases biográficas dos próprios artistas. “Quando vem músicas conhecidas que estão na memória desde a infância e aí eu me remeto àquele tempo, mesmo que eu esteja trabalhando. [...] Eu percebo essas conexões, pelo menos de lembrar de pessoas, de lembrar de lugares, de lembrar de situações.” (informação verbal)<sup>137</sup>

Minha mãe era muito fã de Raça Negra, tinha os discos do Raça Negra da época, então eu lembro muito. Quando eu ouço Raça Negra eu vou direto para cenas com a minha mãe e é assim [estalo de dedos], eu vou de imediato. Quando toca uma certa música eu lembro da minha mãe falando alguma coisa naquela música, eu lembro da minha mãe sambando na sala e começo a sambar. Então isso acontece com muita frequência: ouvir uma música e ser direcionada para uma cena do passado. (informação verbal)<sup>138</sup>

É interessante destacarmos como os entrevistados que elencaram a música como dispositivo de resgate da memória se esforçaram em narrar as experiências musicais do passado, elencando os gêneros musicais aos quais se filiam, os espaços e as negociações realizadas entre os atores humanos e não humanos envolvidos.

Eu passava horas na casa da minha avó, ouvindo discos. Meus pais também compravam coleção de discos. Teve uma coleção da MPB que acho que saiu em jornal e a gente fez a coleção toda: eram livretos com as letras e com os discos. [...] Depois *eu peguei* e cantei em coral, então também gosto de cantar. Até hoje eu fico ouvindo e cantando junto, então a música realmente está em mim desde criança. (informação verbal)<sup>139</sup>.

Quando eu era criança, o meu pai tinha o costume de dormir com rádio. [...] Então, esse lado de gostar de música é por conta dele, porque ele dorme com radinho. Hoje ele usa o celular, mas ele ainda escuta musiquinha e aí eu me adaptei. Eu gosto muito, é uma coisa a todo momento: vai tomar banho, vai passar roupa, vai trabalhar, vai sair... Tem que ter uma playlist para dar uma agitada, mas isso é legal porque acaba sendo uma interferência dos meus antepassados. (informação verbal)<sup>140</sup>.

Diante disso, alguns apontamentos nos interessam para pensar os reforços ou tensionamentos possíveis entre a tríade playlists, emoções e memória. Estamos considerando as experiências individuais e os estados afetivos que constroem as

---

<sup>137</sup> Informação cedida por Cláudia Bittencourt (nome fictício) em 28.out.2020.

<sup>138</sup> Informação cedida por Beatriz Vianna (nome fictício) em 11.nov.2020.

<sup>139</sup> Informação cedida por Cláudia Bittencourt (nome fictício) em 28.out.2020.

<sup>140</sup> Informação cedida por Aline Mattos (nome fictício) em 28.out.2020.

subjetividades dos usuários. Ao descrever o processo de retomada biográfica, o sujeito, na verdade, está nos indicando como a música tem o poder de alterar a consciência da atividade centrada no presente para um estado de consciência “emocionalmente carregado” (DENORA, 2003, p. 62) referente à um evento significativo do passado, como pudemos identificar nas falas citadas. Considerando os diálogos empreendidos a respeito da identidade da modernidade tardia (GIDDENS, 2002; SIMMEL, 1973; WITIKIN, 1995), entendo que essas “narrativas internas” (VAN DJICK, 2006, p 361, tradução livre<sup>141</sup>) se configuram como agentes da constante elaboração da identidade no presente, vide como a memória posiciona a música como parte integrante da narrativa da vida dos entrevistados.

Contudo, como bem nos lembra Hall (2019, p. 71), “as identidades estão localizadas em espaços e tempos simbólicos”, o que significa que também devemos considerar que essa elaboração é atravessada por memórias afetivas construídas coletivamente. A reflexão desenvolvida pelo pesquisador Thiago Pereira Alberto (2021) em sua tese, a respeito do lugar da nostalgia na cultura Pop enquanto *pathos*<sup>142</sup> que circunscreve as produções midiáticas, nos indica que os “entendimentos” e interpretações coletivas sobre o passado suscitadas pela música também podem evocar sentimentos e afetos. Sendo assim, uma rede de associações memoriais pode conter elementos pessoais e coletivos, e “demonstrar rebatimentos mútuos entre eles” (p. 32) ou controvérsias.

Em perspectiva neuro cognitiva, Connel e Gibson (2003) chamam atenção para a possibilidade de a música gravada exercer uma estrutura cognitiva que permite a circulação de significados construídos coletivamente sobre determinadas épocas em direção à memória individual, resultando em uma mistura intrincada de recordação e imaginação. Já Ahmed (2004), munida de uma perspectiva sociológica de cunho pós-estruturalista, relaciona a memória com a dimensão afetiva: “A memória pode ser o objeto de uma afetação em sentido duplo: as afetações são moldadas no contato com a memória e também envolvem uma orientação em direção ao que é lembrado” (p. 7, tradução

---

<sup>141</sup> No original: internal narratives.

<sup>142</sup> O pesquisador desenvolve a conceituação do termo *pathos* nostálgico enquanto um “sensível reconhecível, uma espécie de padrão que marca as vivências particulares e coletivas de diversos elementos da organização geral de uma comunidade” (ALBERTO, 2021, p. 34) manifestado sobre a memória comum ou individualizada de uma época, propondo sua utilização como chave para pensar a relação entre cultura Pop e identidades coletivas. Para tanto, Alberto promove uma revisão crítica do conceito de nostalgia partindo do conceito de ‘estruturas de sentimento’ de Raymond Williams.

livre<sup>143</sup>). Para a autora, essa afetação não depende necessariamente de experiências vividas pelo indivíduo, mas pode ser moldada por memórias culturais – atravessadas por disputas e formas históricas, de classe e de gênero – que possibilitam a mediação entre ele e o objeto da afetação.

Ambas as perspectivas nos ajudam a compreender por que alguns entrevistados afirmaram que certas músicas guardadas na memória despertam sensações de nostalgia de épocas que sequer viveram, mas que eles associam a comportamentos imaginados para aquele tipo de som. Suas falas denotam a articulação entre a memória pessoal e dimensão simbólica que a música, seus gêneros e suas materialidades acionam. Por exemplo,

[...] quando era criança, os velinhos gostavam de mim e eles gravavam fita cassete com músicas antigas, dos anos 50, 40. É engraçado isso, porque mesmo eu não tendo vivido aquela época, é como se eu me teletransportasse para aquela época também. Não só uma memória afetiva minha, como uma memória afetiva de outras pessoas e de outros tempos que eu sequer vivi. (informação verbal)<sup>144</sup>

Queremos demonstrar, em última instância, que, quando trazidas para a experiência dos usuários com as playlists, essas questões se constituíram como um dos vértices dos reforços e controvérsias identificadas. Considerando o diálogo de Alberto (2021) com Reynolds (2011) sobre o apego da cultura Pop massiva pela rememoração e remediação de seus repertórios considerados nostálgicos; certas playlists situacionais do Spotify como “Jukebox Burger”, “Retôvisor” e outras que fazem referências a décadas como “Treino anos 80” e “Sad 80s” são ambientadas se valendo da circulação de elementos simbólicos e interpretações compartilhadas acerca de uma época e das emoções associadas a ela. No entanto, esses entendimentos coletivos podem se deslocar ou não corresponder à memória biográfica dos usuários da forma como os sistemas de recomendação e curadorias projetam.

Além disso, por mais que o apelo nostálgico possa corresponder à memória afetiva do usuário, ainda há a adequação do estado de consciência estimulado com a atividade demandada no presente. Alguns respondentes consideraram que escutar músicas que rememoram lugares ou pessoas pode ser prejudicial para realizar atividades que demandam concentração como estudar e ler, e procuram evitá-las nesses momentos:

---

<sup>143</sup> No original: The memory can be the object of my feeling in both senses: the feeling is shaped by contact with the memory and also involves an orientation towards what is remembered.

<sup>144</sup> Informação cedida por Nathália Corrêa Lopes (nome fictício) em 31.out.2020.

Estudar ouvindo pagode é muito difícil para mim, porque eu vou ficar com essas lembranças aparecendo o tempo todo. Então, eu prefiro estudar com instrumental ou então com uma música em outro idioma, porque eu vou sair bem menos da minha concentração, né. (informação verbal)<sup>145</sup>

#### 4.2.3. Dispositivo de ambientação e ordenação corpórea

Em meio aos aspectos que configuram a modulação do humor e o resgate da memória biográfica, o trecho de algumas falas já citadas nos apontam como a música é utilizada no cotidiano para preencher ambientes ou “climatizar” espaços, como quando Nathália Corrêa citou que a música se constitui como “um terceiro na relação”. É possível identificar, por parte destes, determinada associação entre adequação do ritmo e/ou estilo musical e o ambiente cotidiano.

Quando questionado se costumava ouvir música enquanto realizava outras tarefas, Fabrício Alves define que, em certos momentos, a música de fundo o auxilia em algumas atividades: “[...] tem momentos em que eu *tô* trabalhando, estudando, alguma coisa paralela, daí ela [música] vai ficar mais de fundo para compor um pouco o ambiente e não ficar tão quieto.” (informação verbal)<sup>146</sup>. Aline Mattos também expressou a noção de que a música constrói um espaço sensorial imaginário: “Parece que [a música] dá uma outra cara para o ambiente, parece que fica mais aconchegado, mais íntimo, não sei.” (informação verbal)<sup>147</sup>.

Dessa forma, a música foi definida como um elemento que media a percepção do sujeito em relação ao espaço em que ele ocupa e as funções que desenvolve nele. Por isso, em alguns casos, a relação sujeito-espaço foi citada como essencial para o desempenho de atividades que exploram as corporalidades, como a dança e atividades que exigem habilidades corporais: “Eu também gosto de praticar yoga, então eu gosto de botar uma playlist com algo mais calmo para acalmar o corpo, a mente, me conectar com o ambiente e conseguir me concentrar pra fazer a atividade.” (informação verbal)<sup>148</sup>. “Acho que é a forma como a música vibra no ambiente. [...] O funk deixa, não a minha

---

<sup>145</sup> Informação cedida por Beatriz Vianna (nome fictício) em 31.out.2020.

<sup>146</sup> Informação cedida por Fabrício Alves (nome fictício) em 29.nov.20.

<sup>147</sup> Informação cedida por Aline Mattos (nome fictício) em 28.out.20.

<sup>148</sup> Informação cedida por Nathália Corrêa Lopes (nome fictício) em 31.out.20

mente livre, mas o meu corpo livre, porque minha relação com a dança também é muito próxima. (informação verbal)<sup>149</sup>

Tais significações entre música e cenários cotidianos, por vezes sinestésicas, nos ajudam a compreender os imaginários sonoros que os usuários carregam em direção às playlists. Resgatando o capítulo em que DeNora (2000) descreve a música como dispositivo de ordenação social<sup>150</sup> capaz de fornecer um tipo de textura estética para as relações que se desenvolvem intersubjetivamente, a autora nos traz exemplos de indivíduos engajados em produzir uma atmosfera adequada para a realização de atividades coletivas por meio das propriedades materiais – características rítmicas e melódicas – e simbólicas que as sonoridades acionam desde sua produção e distribuição. Embora a socióloga não utilize tais termos, podemos entender como a associação entre a música e determinado ambiente é atravessada pelas noções de gênero e valor musical quando, a partir do exemplo de sua entrevistada, ela descreve que a escolha da música adequada para ambientar uma cena de namoro se deu pela correlação entre: a) valores românticos considerados adequados para a situação como “suavidade”, “lentidão”, “sensualidade”; b) modulações rítmicas que apresentassem essas características sonoras; c) artistas e performances que através das letras e das convenções musicais aludissem a locais ou culturas românticas “(por exemplo, “Caribbean Blue” da Enya, “The Celts”, “China Roses”, “Storms in Africa”)” (DENORA, 200, p. 113, tradução livre<sup>151</sup>).

Essa definição nos remete novamente ao conceito de paisagens sensoriais (JANOTTI JR, 2020) que nos é útil para pensar as articulações entre os valores simbólicos e os ambientes que cimentam os imaginários sonoros dos usuários e mediam suas relações socioespaciais. Por exemplo, na continuidade de sua fala, Aline Mattos menciona a utilização da música no local de trabalho e nos evidencia algumas associações entre gêneros musicais e a ambientação sonora do espaço: “Hoje eu trabalho em uma loja e a gente coloca playlists de música ambiente *pra* ficar um clima legal para os clientes, mas coloca músicas mais calminhas, não vamos colocar um funk lá, claro. Mas você vê que fica um clima agradável. (informação verbal)<sup>152</sup>. Note como a associação entre uma

---

<sup>149</sup> Informação cedida por Beatriz Vianna (nome fictício) em 31.out.2020.

<sup>150</sup> No quinto capítulo de sua obra, Tia DeNora (2000) parte da concepção de que a vida social é produzida por atividades de ordenação estética para demonstrar como os atores mobilizam a música numa tentativa de acessar parâmetros sociais que forneçam pistas para a elaboração de certas agências em situações cotidianas.

<sup>151</sup> No original: (for example, Enya’s ‘Caribbean blue’, ‘The Celts’, ‘China roses’, ‘Storms in Africa’).

<sup>152</sup> Informação cedida por Aline Mattos (nome fictício) em 28.out.20.

sonoridade e as espacialidades que ela constrói está diretamente relacionada aos valores e aos imaginários que os gêneros musicais acionam, quase sempre atravessados por relações de poder que emanam dos espaços onde essas sonoridades são produzidas e experienciadas.

Esse exemplo ilustra concretamente o argumento de Frith (1996) sobre a centralidade das expectativas e convenções de gênero na escolha musical e nos indicam que, na contramão de alguns estudos mais recentes, as noções de gênero permanecem ativas entre os usuários das plataformas de streaming. Em que pese Aline ter demonstrado o gosto pela “batida” do funk ao longo da entrevista, o ato de escuta em questão, relacionado à ambientação de um espaço compartilhado e suscetível ao julgamento de outros atores – em especial da dona da loja que, segundo a vendedora, não permite funk e sertanejo no local – fez com que ela relacionasse as propriedades rítmicas e as letras do gênero como inadequadas para a construção da ambientação desejada para a loja em que trabalha.

Dado que, junto dos *moods*, a ambientação sonora de atividades cotidianas é a principal dimensão explorada pelas playlists situacionais do Spotify, abordo os usos dessas categorizações investigando os tensionamentos e negociações que os usuários fazem entre diversos atores para configurar espaços sonoros. Sem deixar de considerar as marcas de estigma, exclusão e preconceitos de raça que gêneros periféricos como o funk carregam em relação a outros gêneros (HERSCHMANN, 2000; PEREIRA DE SÁ; CUNHA, 2014; SANTOS et. al., 2015), mas destacando-as como um elemento central das controvérsias em relação às paisagens sensórias, o caso de Aline nos leva ao encontro de estudos como os de Born (2003) em que a escuta ubíqua em ambientes compartilhados, não só afeta os corpos submetidos à ela, como também possuem potencialidade em reforçar ou transgredir fronteiras sociais. Já Trotta (2020) nos aponta como o uso da música para preencher ambientes de consumo ou para dar suporte para atividades sociais pode trazer distúrbios físicos e emocionais em pessoas ou grupos submetidos a escutas forçadas. Em outras palavras, pensar os imaginários sonoros sob as perspectivas desses autores nos auxiliam a identificar as negociações que os atores envolvidos na escuta das playlists realizam na configuração sonora dos espaços sugeridos pelas suas categorizações.

#### 4.2.4. Gosto e Categorização Musical

A situação narrada pela vendedora Aline nos exemplifica como as categorizações do Spotify podem ser utilizadas como elemento de negociação da construção dos espaços sonoros no cotidiano. Ao descrever as playlists que costuma selecionar para tocar na loja, ela afirma: “Eu gosto muito daquelas [playlists] do Top 50 e tudo que entra funk no meio, [mas] aí não dá. A dona da loja não gosta de funk, nem sertanejo. No sábado, eu falo *pra* ela 'ah, pelo menos sertanejo pode hoje, né?' Porque, gente, sertanejo dá uma animada no ambiente!” (informação verbal)<sup>153</sup>. Há, portanto, uma tentativa de negociar os gêneros musicais e as paisagens sensoriais que vão compor a ambientação a partir do imaginário apresentado pela usuária de que, diferentemente dos dias da semana, o final de semana é um dia em que a proprietária poderia abrir exceções e criar um ambiente mais festivo.

Note como o confronto do gosto musical dos agentes se torna central nessa dinâmica de poderes. A declaração nos evidencia a presença do gosto e das preferências musicais como balizadores das associações entre *moods* e atividades, sendo parte integrante da escolha musical nos momentos do cotidiano. Mais do que isso, as correlações que mencionei anteriormente entre emoções, sensorialidades, memória, espacialidades e corporalidades se apresentaram articuladas pela relação de afeto que os usuários nutriam anteriormente com as obras e artistas, resgatadas no contato efêmero com os agrupamentos musicais na plataforma. Quando questionada se a música poderia ser uma boa companhia para certas ocasiões e por quê, Beatriz Viana afirmou: “Acho que existem músicas para todos os momentos [...], mas também acho que tem músicas que não funcionam em determinados momentos” (informação verbal)<sup>154</sup>. Essa declaração ilustra muito bem a relação dialética entre o gosto musical e as associações situacionais que a música desencadeia.

Proponho essa noção de dialogia baseado no fato de que, para a totalidade dos entrevistados, os efeitos das diferentes sonoridades não são homogêneos, e sim mais ou menos efetivos a depender da adequação das propriedades rítmicas e semânticas com a prática musical do usuário:

Eu não falo nem de só de ritmo de frequência, nem só de ser uma música mais agitada. Também é. Mas acho que, além disso, tem que ser uma

---

<sup>153</sup> Informação cedida por Aline Mattos (nome fictício) em 28.out.20.

<sup>154</sup> Informação cedida por Beatriz Vianna (nome fictício) em 31.out.2020.

música que tenha uma conexão com você. Sei lá, um sertanejo que eu não conheço, não faz sentido para mim, vai virar paisagem, vai ser um som que eu não consigo nem me conectar a ele. (informação verbal)<sup>155</sup>.

Eu sou o tipo de pessoa que tem os seus grupos musicais, as bandas e os artistas que eu sou fã, que me considero fã. Então, querendo ou não a música vai ter impacto maior no meu humor se eu tiver uma ligação maior com o artista. (informação verbal)<sup>156</sup>

Contudo, ao mesmo tempo em que afirmam isso, os usuários evidenciaram como o gosto musical não é absoluto, podendo um artista ou gênero apreciado em uma atividade se tornar indesejado ou incompatível com outra atividade ou estado emocional do momento, como no caso do funk apontado por Aline ou para outros entrevistados como Bárbara Gomes e Juliana Silva:

Por exemplo, para lavar prato eu tenho que ouvir Nação Zumbi [pausa]. É um negócio que me joga *pra* cima, que eu pulo. Já para me concentrar eu gosto de Secos e Molhados, aquele [álbum] da cabeça na bandeja, sabe? Então, eu fico ouvindo aquela música, eu fico ouvindo aquele disco, então é aquele disco que me concentra. (informação verbal)<sup>157</sup>

Tem certas músicas que eu gosto, mas não ouviria num dia triste. Dependendo do meu humor, se eu *tô* querendo me alegrar, eu não ouviria tais tipos de música que eu gosto, [...] porque talvez pudesse me deixar mais *pra* baixo ou só porque não acho propício *pro* momento. (informação verbal)<sup>158</sup>

Por essa razão, reitero que abordar o gosto musical como performance, compreendendo-o como uma atividade em constante elaboração, apoiada sobre “elementos heterogêneos”<sup>159</sup> e sobre a “confrontação com o gosto dos outros” (HENNION, 2011, p. 262-267); nos permite identificar controvérsias, insatisfações e dissensos emergentes ao longo do processo de interação entre os usuários e as recomendações do Spotify, bem como as negociações e apropriações das convenções e modos de viver os gêneros musicais que estes usuários realizam em seus cotidianos.

Um exemplo concreto do que estou afirmando pode ser pensado a partir da manifestação do gosto em relação às formas de escuta na plataforma: a entrevistada Tatiane Marques justifica que prefere ouvir as playlists do Spotify quando está sozinha porque possui maior liberdade de escolher as faixas que lhe despertam mais afeto: “Um

---

<sup>155</sup> Informação cedida por Bárbara Gomes (nome fictício) em 24.out.2020.

<sup>156</sup> Informação cedida por Camila Lourenço (nome fictício) em 06.nov.2020

<sup>157</sup> Informação cedida por Bárbara Gomes (nome fictício) em 24.out.2020.

<sup>158</sup> Informação cedida por Juliana Silva (nome fictício) em 30.out.2020

<sup>159</sup> Hennion (2011) condensa tais elementos heterogêneos em quatro pontos de apoio de construção do gosto: o objeto degustado, o coletivo de amadores, os dispositivos e condições de degustação e o corpo que experimenta. Não por acaso, todos esses elementos se fizeram presentes nesta análise.

exemplo é quando eu quero ouvir pagode em casa. Meu namorado não gosta de pagode, então não vou colocar o Belo no volume máximo como pede a playlist, vou colocar o fone. Então, quando eu escolho a música para mim estou sendo muito mais eu.” (informação verbal)<sup>160</sup>. Quando a escuta individual não é possível, a usuária busca formas de encontrar um gosto “comum” e nos aponta como ela utiliza as noções de gênero musical, sobretudo em referência ao rock, para negociar a escuta coletiva:

Eu tento escolher, né. Se eu vir que tem mais gente no ambiente, como quando eu quero ouvir música em casa alto sem gerar desconforto para o meu namorado, eu coloco uma música que eu sei que ele também vai gostar. Então, sei lá, um Red Hot Chili Peppers. Eu considero as pessoas no entorno. Em geral são músicas que são mais... Não vou dizer genéricas, mas mais bem aceitas por todo mundo. É o coringa. (ibid.)

Pretendo, com isso, sublinhar como a performance do gosto musical não é constituída somente pelo apego afetivo aos artistas que compõe a playlist, mas também pelos modos de escuta ensejados pela categorização, no caso ouvir a música em alto volume pela casa. A usuária em questão prefere lançar mão de um dispositivo que permita a escuta individualizada para evitar julgamentos de valor em relação ao artista e ao gênero musical que sente prazer em ouvir durante a atividade. Quando define que está sendo ela mesma, Tatiane está, na verdade, reafirmando o seu gosto, caracterizando o que Grossberg (2010, p. 195) define como “produção da identificação”. Em contrapartida, quando a escuta se dá de forma coletiva, suas expectativas são deslocadas em direção a um artista ou gênero que acione valores estéticos e semânticos que ela considere hegemônicos, a fim de evitar os distúrbios e conflitos de uma escuta forçada, ainda que haja alguma perda da identificação. Não por acaso, esses valores se concretizam na produção *mainstream* do Red Hot Chili Peppers, pois, além de corresponder às preferências musicais do namorado, a banda aciona valores hierárquicos comumente atribuídos ao rock como distinção de outros gêneros, como autenticidade, transgressão, resistência e masculinidade – a despeito de tais marcas discursivas serem passíveis de tensionamentos e contradições dentro do próprio gênero – (GROSSBERG 1984; DENORA, 2000; JANOTTI JR.; PILZ; ALBERTO, 2020; SANTOS et alli, 2015).

Diante dessa análise, se estamos considerando a dimensão performática do gosto como um ator central das associações entre *moods* e atividades, devemos considerá-la também diante das categorizações que os usuários buscam na plataforma como forma de

---

<sup>160</sup> Informação cedida por Tatiane Marques (nome fictício) em 29.out.2020

ordenar ou organizar o seu consumo musical. Ao longo do primeiro eixo, os respondentes já nos davam pistas acerca dos percursos realizados no ecossistema digital:

Inclusive, se você abrir meu Spotify vai ter inúmeras playlists que eu gosto de organizar a ordem das faixas, porque se eu botar aleatório vai ser muito aleatório. Mas, assim, no meu dia a dia quando eu *tô* mais tranquila eu gosto muito de escutar a Halsey, a Lana Del Rey – Eu adoro Lana Del Rey, adoro! – Harry Styles, Arctic Monkeys, eu ouço essas para ficar de boa, tranquila, eu amo. Só que eu sou muito fã da Lady Gaga, por exemplo. Então é para outro momento da minha vida, eu sou muito fã dela. E como ela tem todo tipo de música é ótimo porque dá para se adequar, eu escuto bastante. Ultimamente eu conheci o K-Pop, conheci o BTS e adorei as músicas deles. Foi uma surpresa *pra* mim porque depois de velha eu fui conhecer esse mundo que eu julgava tanto quando era mais nova. Eu sou aquela pessoa que conhece e vai procurando, sabe? Vou escutando uma, escutando outra, vou atrás, e eu achei altas músicas legais deles, achei os meninos supertalentosos e hoje em dia eu escuto bastante. [...] Então, eu tenho muitas playlists, muitas. Dependendo do meu momento eu vou lá e coloco. (informação verbal)<sup>161</sup>.

Em outras palavras, me interessa, partindo dessa constatação, identificar como os usuários gerenciam essas questões diante das recomendações situacionais algoritmicamente mediadas.

#### 4.2.5. Práticas em torno das materialidades

Por fim, elenco as impressões trazidas pelos entrevistados no tocante ao grau de interferência das materialidades na fruição musical cotidiana. Assim como os diálogos teóricos empreendidos no início da pesquisa destacavam o papel da interação entre os dispositivos tecnológicos e os amantes de música para a consolidação da indústria fonográfica nos meios digitais, as entrevistas me permitiram testar a ideia de que as materialidades comunicacionais constituem um dos atores da “constelação de mediações operadas nos sistemas produção, circulação, reprodução, consumo e apropriação da música” (JANOTTI JR.; PEREIRA DE SÁ, 2018, p. 15-16); ainda mais se considerarmos que a compatibilidade com a tecnologia do dispositivo de reprodução foi elencada como um fator preponderante para a escolha da plataforma de streaming.

Para mais da metade dos usuários, a experiência estética proporcionada por cada artefato técnico – celular, fone de ouvido, caixa de som, amplificador, rádio – também é

---

<sup>161</sup> Informação cedida por Camila Lourenço em 06.nov.2020

associada a determinadas situações e *moods*, ao mesmo tempo em que a constatação da construção de uma escuta coletiva ou íntima em relação ao momento também define o tipo de artefato a ser utilizado. Por exemplo, quando indagada se o fone de ouvido potencializava os sentimentos que a música costumava despertar, Juliana Silva pontua:

[...] Esse fone simples que a gente usa, eu não gosto de usar para ouvir músicas muito alegres, que tenham muita batida ou que eu goste muito daquele momento, porque eu gosto é de música alta. Quando eu *tô* num dia muito alegre e quero botar uma música para fazer uma faxina, por exemplo, não dá para ser no fone, não dá para ser no telefone. Tem que ser no rádio, bem altinho, para eu poder ouvir em cada cantinho da casa com o mesmo sentimento para dar aquela alegria, aquela disposição. Para treinar também, a mesma coisa: preciso sentir a música comigo, porque se tiver muito baixinho eu já fico assim “ih, não tá dando muito certo”. É tipo um estímulo. [...] Tem momentos que um fone de ouvido serve muito bem, mas em outros eu prefiro bastante barulho, bastante estardalhaço pela casa. (informação verbal)<sup>162</sup>

A fala da entrevistada deixa bastante evidente os momentos em que a música é utilizada como dispositivo de modulação do humor, e como o gosto é reafirmado, dentre outros fatores, a partir do contato sensorial com a materialidade dos dispositivos. Porém, a fala também nos mostra como esse contato é passível de tensionamentos quando Juliana explica que o uso do dispositivo inadequado “não dá muito certo”. Ademais, pude constatar em diversos momentos que os valores de uso e valores estéticos que os gêneros acionam e as propriedades rítmicas com os quais os usuários negociam o consumo das playlists também podem ser tensionados pelos dispositivos: “[...] vai ser muito raro eu pegar meu fone de ouvido e colocar uma playlist de Brega Funk e Forró no meu fone de ouvido. Eu vou botar essa música e parece que vai ter impacto maior se eu colocar na minha caixa de som naquele momento, entendeu?” (informação verbal)<sup>163</sup>.

Assim, entendo que “esses diversos suportes técnicos e materiais do gosto são também os suportes privilegiados de sua enunciação e das discussões que visam a comentá-lo, a aumentá-lo, a melhorá-lo ou a contestar algumas de suas características, e nisso oferecem uma entrada privilegiada ao observador.” (HENNION, 2011, p. 268). Prova disso foi o confronto com opiniões divergentes em relação à experiência estética de um mesmo dispositivo. A usuária Nathália Corrêa afirma não gostar do fone de ouvido pois não gosta de ficar apenas na imersão que o dispositivo proporciona e não ter a

---

<sup>162</sup> Informação cedida por Juliana Silva (nome fictício) em 30.out.2020

<sup>163</sup> Informação verbal cedida por Camila Lourenço em 06.nov.2020

percepção do que está acontecendo no entorno. Já Fabrício Alves considera positiva a experiência introspectiva proporcionada pelo fone: “Sinto que quando ouço com fone de ouvido tenho uma conexão maior com a música até porque está mais perto, o som fica mais direcionado.” (informação verbal)<sup>164</sup>.

Podemos, assim, perceber de forma prática como o dispositivo e a experiência proporcionada pelo volume, a imersão sonora e acústica é capaz de produzir ação em rede sobre os estados emocionais associados às atividades, demonstrando mais uma vez que as categorizações situacionais e seu aparente apelo aos dispositivos técnicos para a construção da escuta “adequada” ecoam as formas com as quais os usuários organizam o consumo musical no dia a dia, em ocasiões triviais. Para o estudante João Pedro Machado, o dispositivo de reprodução interfere na contextualização da escuta, mas a emoção que a música transmite continua a mesma. No entanto, ao detalhar os momentos em que utiliza o Spotify foi possível perceber que o uso frequente de um dispositivo em dada ocasião acaba construindo associações entre atividades e as emoções que os usuários buscam despertar no ato da fruição:

Bom, aqui em casa eu posso falar dos jeitos diferentes que a gente usa o Spotify, que é no celular com fone, no celular sem fone, e no computador. Quando tem algum evento social, - o que não acontece faz algum tempo - um almoço ou um jantar, a gente bota na televisão, para ficar uma música de fundo. A minha namorada recentemente veio aqui para casa e trouxe a caixinha de som dela - que também é uma coisa que eu não estava acostumado. Então, acaba que muitos desses meios eu associo a uma atividade específica. E quando esse meio está sendo usado o meu estado mental vai para o que ele normalmente está tocando quando eu *tô* fazendo essa atividade. Por exemplo, quando boto música no computador eu normalmente estou estudando. Então, quando eu ouço a música do Spotify no computador eu fico concentrado e motivado. É o que acontece. Na televisão só ouvimos em atividades sociais, então também relaciono muito a músicas ambientes, sem muitos detalhes, uma música você não *tá* prestando atenção, uma música que está lá para criar um clima. Isso, em si, é uma emoção também, né? Não tem um nome específico, mas *tá* lá. Na caixinha eu associo a músicas animadas, porque nela eu ouço músicas com a minha namorada, então a gente bota músicas animadas, para dançar, sabe? (informação verbal)<sup>165</sup>

Mais uma vez, as associações apresentadas pelos entrevistados ganham sentido sob o conceito de “enquadramentos musicais” trabalhado por DeNora (2000), com relação aos paralelos que os usuários constroem entre materialidades e processos sociais.

---

<sup>164</sup> Informação verbal cedida por Fabrício Alves em 29.nov.2020

<sup>165</sup> Informação cedida por João Pedro Machado em 14.nov.2020

A fala de João Pedro resume as práticas em torno das materialidades narradas pelos demais entrevistados, pois ela ilustra parte da rede de atores humanos e não-humanos que integram a fruição das playlists situacionais como os fatores econômicos, sociais e geográficos que limitam o acesso à determinados dispositivos<sup>166</sup> e a literacia digital dos usuários, revelando-nos como as divisões aqui propostas entre modulação das emoções, rememorações, ambientações e gosto se dão de forma concomitante e integrada, de modo que uma ação produzida provoque a desestabilização dos demais atores.

### 4.3. A experiência com as playlists

Até o momento, tratei de investigar como alguns elementos intra e extramusicais presentes na fruição cotidiana dos usuários são capazes de construir associações entre sonoridades e *moods* a fim de produzir uma série de agenciamentos individuais e coletivos; realizando o esforço de mapear, nesse percurso, os recortes, os tensionamentos, as negociações e qualquer ação em rede significativa entre os atores que compõem a escuta no ambiente digital.

De fato, é preciso considerar o estado da arte e reconhecer que boa parte dos exemplos e conclusões extraídas dos dois primeiros eixos de análise não inauguram novos conceitos, mas apenas corroboram uma extensa gama de debates e trabalhos já consagrados que transitam entre os campos da comunicação e da sociologia da música, em especial os trabalhos de DeNora (2000; 2003), Hennion (2001; 2011); Born (2003); Grossberg (2010); Janotti Jr. e Pereira de Sá (2018); Trotta (2020), entre outros, que foram seminais na abordagem do fenômeno. A despeito disso, o percurso trilhado compõe o esforço metodológico de abrir as caixas-pretas e identificar rastros de controvérsias, percurso necessário para completar o objetivo central da pesquisa que consiste em apontar

---

<sup>166</sup> É importante registrar que nem todos os entrevistados afirmaram que o uso de diferentes dispositivos provoca alterações na experiência musical, nos indicando as múltiplas percepções possíveis acerca do consumo musical cotidiano. A usuária Débora Marconi afirma: “para mim não porque, em geral, quando eu escolho a música, em casa, no meu dia a dia, eu ouço no fone. Então eu não tenho tanto essa variação, não tenho caixa de som. Às vezes eu coloco alto no celular, mas não chega a ser tão alto assim para variar minha percepção pelo dispositivo.” (informação verbal cedida por Débora Marconi em 29.out.2020). Ademais, devemos considerar que o acesso à determinados dispositivos tecnológicos são pautados por recortes econômicos e de classe díspares, num país que em 2021 possui cerca de 440 milhões de dispositivos digitais em uso (incluindo smartphones, notebooks, computadores e tablets) – média de 2 dispositivos por capita – e ao mesmo tempo possui cerca de 21% da população com 10 anos ou mais sem acesso a aparelhos celulares para uso pessoal. Fonte: Portal FGV e Agência Brasil. Disponível em: <https://bit.ly/PortalFGV> e [https://bit.ly/AgenciaBrasil\\_AcessoCelular](https://bit.ly/AgenciaBrasil_AcessoCelular)

os consensos e dissensos entre as prescrições normativas das playlists situacionais e os enquadramentos musicais de seus usuários. Portanto, munido da análise dos dois primeiros eixos, conseguirei agora confrontar as associações que cimentam a escuta cotidiana dos entrevistados com as categorizações e endereçamentos algorítmicos do Spotify.

As discussões empreendidas até aqui nos demonstraram que as categorizações situacionais reverberam os modos de organização e negociação do consumo musical cotidiano. Embora todos os usuários tenham conseguido apontar ao menos um contato visual ou experiência fortuita com as playlists exibidas em painel, as impressões e preferências acerca de suas potencialidades foram as mais variadas, como se esperava. As experiências variaram desde o uso frequente até a recusa em reproduzi-las. Busquei, portanto, identificar os atores que desenvolviam alguma agência sobre essa percepção.

#### 4.3.1. Experiências positivas

Ao se deparar com as imagens e títulos de algumas playlists do Spotify, a usuária Patrícia Schultz comenta: “Algumas eu já ouvi em momentos em que fui explorar playlists para escutar alguma coisa nova, alguma coisa diferente. Já me deparei e já escutei alguma vez na vida, pelo menos: a Verão Forever, acho que a Hits Felizes, a Alto Astral, – gente, os nomes são ótimos! – Pulando da Cama e talvez a Sexta também.” (informação verbal)<sup>167</sup>.

A constatação de que a entrevistada explorava as playlists em busca de “alguma coisa diferente” ilustra os casos em que as categorizações situacionais foram positivamente relacionadas com a descoberta de novas músicas, bandas e artistas. Para estes entrevistados, a busca por novos conteúdos musicais se dá nos momentos em que eles estão dispostos a descobrir lançamentos, ampliar seu repertório musical ou até mesmo incluir novas faixas em suas playlists pessoais: “Eu acho muito legal porque nessas playlists que não são minhas, que são oferecidas pela própria plataforma, eu tenho a chance de descobrir novas músicas, o que acontece com muita frequência, né, descobrir novos artistas e novas músicas, novos sons.” (informação verbal)<sup>168</sup>. Geralmente, essa

---

<sup>167</sup> Informação cedida por Patrícia Schultz (nome fictício) em 24.out.2020

<sup>168</sup> Informação cedida por Beatriz Vianna (nome fictício) em 11.nov.2020

preferência foi justificada pelo fato das playlists serem atualizadas com frequência pela plataforma, e serem, assim, uma forma de organizar taxonomicamente a escuta:

Normalmente eu faço as minhas playlists. Mas eu gosto de utilizar as playlists próprias da plataforma em determinado estilo musical [...], para conhecer novos artistas. [...] Eu acho interessante porque tem as playlists próprias do Spotify que eles sempre estão atualizando, e tem artistas que eu nunca ouvi falar que têm um som bem legal. Então, normalmente, quando eu quero conhecer um estilo diferente, quero conhecer artistas novos, eu coloco, adiciono e sigo as playlists próprias do Spotify. Eu gosto porque fica de forma organizada, como eu disse, eu gosto de escutar vários tipos de música, então utilizar as playlists fica mais fácil de acessar, né, do que você ficar procurando música por música na plataforma. (informação verbal)<sup>169</sup>

Note como a percepção sobre a adequação do conteúdo musical da playlist com o momento se deu, para os respondentes, por meio do objetivo de ampliar suas experiências musicais em contato com novas produções. Juliana Silva comenta: “Até playlists de coisas que talvez não tenha muitas músicas que eu gosto, eu dou uma olhada para ver, até boto para ouvir para ver se eu curto. Eu *tô* nessa *vibe* de descobrir coisas novas, sabe?” (informação verbal)<sup>170</sup>. É justamente a essa “*vibe*” que faço referência. Em diálogo direto com Hennion (2011), denota-se, então que a composição das playlists reforçam a performance de gosto de alguns usuários quando estes descobrem-se degustadores de um conteúdo diante do contato com uma obra que não era percebida ou apreciada anteriormente.

Em segundo lugar, a lógica e o ordenamento de fruição das playlists foi positivamente comparada à lógica do rádio. Assim como já pontuamos, alguns entrevistados relacionam a experiência das playlists com a das emissoras do Rádio FM, elencando em sua narrativa algumas características materiais e estéticas que provocam memórias de épocas vividas em que o rádio era o principal meio de reprodução musical disponível. Ao realizar essa comparação, a usuária carioca Nathália Corrêa destaca como as categorizações do Spotify auxiliam no resgate da memória afetiva da época em que morava no Rio de Janeiro e tinha o rádio como principal meio de contato com as músicas que correspondiam ao seu gosto:

No Rio de Janeiro, a gente tinha muita opção de rádio, era ótimo. E quando eu vim morar no interior do Paraná a gente já não tinha tanta opção ou não tinha opção com músicas tão diversas, do estilo de música que eu gosto. Então acabava ficando sempre a mesma coisa. E o Spotify

---

<sup>169</sup> Informação cedida por Camila Lourenço (nome fictício) em 06.nov.2020

<sup>170</sup> Informação verbal cedida por Juliana Silva (nome fictício) em 30.out.2020

foi uma ferramenta que eu pude resgatar um pouco essa questão das rádios cariocas, de eu conseguir ouvir diversos artistas semelhantes... Porque acaba que a playlist reúne artistas semelhantes com um viés um pouco mais parecido. (informação verbal)<sup>171</sup>

A fala de Nathália nos indica sua preferência por playlists que reúnem artistas e gêneros considerados “semelhantes”, seja pela sonoridade em si ou pelos valores culturais que ela aciona, mas que possam corresponder de alguma forma ao seu gosto musical, sem maiores quebras de expectativas. Essa personalização remete a usuária ao rádio, onde o consumo era – e ainda é – demarcado pelas diferentes estações ou programas. As faixas horárias das estações geralmente coadunam conteúdos em torno de comunidades simbólicas semelhantes (KISCHINHESVSKY, 2009), cabendo ao ouvinte sintonizar na que lhe seja mais adequada para o momento. Porém, mais do que isso, a citação nos demonstra como o consumo das playlists pode estar relacionado a controvérsias pré-existentes. Embora não especificadas, as características e as regionalidades da cidade onde mora atualmente certamente se refletem na produção e circulação local, “efetuada por padrões temporais, de gêneros identitários ou feixes linguísticos/geográficos” (JANOTTI JR., 2003, p. 33), resultando no destaque massivo das rádios locais à gêneros e artistas que não correspondem ao gosto de Nathália. Vemos então, uma controvérsia existente entre o gosto pessoal da usuária e a variedade das cenas musicais locais<sup>172</sup> que, aparentemente, fora atenuada pelo uso das playlists do Spotify que correspondiam à memória afetiva e ao gosto musical.

Ademais, é interessante destacar a correlação feita entre a lógica de transmissão do rádio com os sistemas de recomendação da plataforma. Ao justificar que gostava das playlists criadas pela plataforma para descobrir novas músicas, Beatriz Viana destaca: “Quando eu ouço playlists que não são minhas, que são sugeridas de algum lugar, é como se estivesse ouvindo rádio porque eu não sei o que vai tocar, eu não sei o que aquela pessoa que criou a playlist escolheu, né? É o elemento surpresa.” (informação verbal)<sup>173</sup>. Para ela, os momentos em que está disposta a ouvir novidades são os momentos em que

---

<sup>171</sup> Informação cedida por Nathália Corrêa Lopes (nome fictício) em 31.out.2020

<sup>172</sup> Partilhamos aqui da noção de cenas musicais difundida entre os estudos de Comunicação e Música, sobretudo pelo pesquisador Will Straw (1991; 2013), em que as práticas musicais de uma localidade são marcadas por heranças musicais e históricas regionais e, ao mesmo tempo, atravessada por fluxos e processos culturais globais, conferindo às cenas um caráter instável e mutável. “Uma cena musical é aquele espaço cultural no qual uma gama de práticas musicais coexiste, interagindo entre si dentro de uma variedade de processos de diferenciação e de acordo com trajetórias amplamente variadas de mudança e fertilização cruzada.” (STRAW, 1991, p. 373, tradução livre)

<sup>173</sup> Informação cedida por Beatriz Vianna (nome fictício) em 11.nov.2020

as recomendações passam a ser bem-vindas, geralmente em ocasiões em que está relaxando, longe dos afazeres cotidianos.

Por fim, uma das experiências positivas mais elencadas foi quando as categorizações por *moods* e estados emocionais correspondem positivamente às expectativas criadas em relação à modulação do humor e às experiências que se quer obter com a fruição: “Sim, me agradam. Eles [Spotify] fazem o trabalho direitinho. Em nenhum momento, não teve nenhuma que eu não tenha gostado e dito “ah, que chato”, pelo contrário, eu gosto do que eles montam. É bem legal.” (informação verbal)<sup>174</sup>. Em outras palavras, foi possível registrar que as prescrições que certas coletâneas realizam encontraram consonância com os enquadramentos musicais (DENORA, 2000) que os usuários traziam consigo ou com os grupos que compartilham os mesmos gostos, ainda que não sejam utilizadas exatamente nos ambientes e atividades sugeridos pela plataforma:

Acho que tem uma chamada 'Songs to sing in the car'<sup>175</sup>, que eu coloco bastante lá na loja. Ela é bem legal porque tem aqueles sons explosivos, aquelas músicas *pra cima*. A gente coloca 'Home Office', 'Cantando no Chuveiro', tem umas super legais! Pra mim são ótimas, não tenho o que reclamar. Só não aparece tanta opção *pra mim*. Não sei se ele poderia ir atualizando, a cada semana colocando uma música nova ou dando novas sugestões, mas como usuária eu adoro!" (informação verbal)<sup>176</sup>.

FIGURA 15: INTERFACE E CONTEÚDO DA PLAYLIST SONGS TO SING IN THE CAR



<sup>174</sup> Informação cedida por Anile Mattos (nome fictício) em 28.out.2020

<sup>175</sup> A playlist “Songs to sing in the car” possui quase 10 milhões de seguidores e reúne sucessos de artistas internacionais dos gêneros Soul, Disco, Pop e New Wave, como The Jackson Five, Diana Ross, Madonna, Aretha Franklin, Whitney Houston, Lady Gaga, Dua Lipa, Harry Styles, Britney Spears, Culture Club, Tears for Fears e Wham!. Disponível em: <https://bit.ly/ToSingInTheCar>. Acesso em 22.jun.2020.

<sup>176</sup> Ibid.

#	TÍTULO	ÁLBUM	
1	 <b>Hung Up</b> Madonna	Confessions on a Danc...	5:38
2	 <b>Girls Just Want to Have Fun</b> Cyndi Lauper	She's So Unusual: A 30t...	3:58
3	 <b>Dancing Queen</b> ABBA	Arrival	3:50
4	 <b>I Follow Rivers - The Magician Re...</b> Lykke Li, The Magician	Wounded Rhymes (Bon...	4:40
5	 <b>Can't Get You out of My Head</b> Kylie Minogue	Fever	3:51

FONTE: SPOTIFY

Diante desse cenário, procurei explorar quais elementos discursivos contidos nas playlists indicavam aos entrevistados a adequação do conteúdo com as associações entre música e cotidiano apontadas anteriormente. Os títulos e descrições foram citados como os principais marcadores das expectativas de fruição das coletâneas:

Por exemplo, se tem uma playlist chamada ‘Forró para o churrasco’, eu já vou associar a músicas que sejam animadas, que sejam conhecidas e que possam juntar a galera. São músicas de Forró chiclete, pronto, que todo mundo sabe que vai agradar, entendeu? Se tem uma que tem um nome de sofrência eu já sei que com certeza vão ser músicas que envolvem relacionamentos amorosos. Playlist para faxina vai ter de tudo, vai ter aquela música *pra* cantar, aquela música animada. Você associa, tipo assim, o que tá escrito na playlist com determinado momento, com o tipo de música que vai estar no conteúdo dela. (informação verbal)<sup>177</sup>

Observe como, para alguns usuários, os valores simbólicos e os endereçamentos que os gêneros carregam são seminais para a construção das associações que definem a escolha das playlists. A usuária Camila Lourenço partilha do imaginário de que o “forró chiclete” é a trilha ideal para momentos festivos, seja pela alusão simbólica que as letras de forró eletrônico fazem às festas, à dança e ao contato corporal; seja pela popularidade dos artistas e bandas de forró entre os coletivos de fãs que ela frequenta; ou até mesmo pelos valores identitários e de tradição nordestina que certas vertentes do gênero procuram acionar (TROTTA, 2009; SOARES, 2017). Sublinho que, quando se estabelece uma correspondência entre o “consumidor idealizado” (FRITH, 1996) pelos atores – humanos e não-humanos – que criam as categorizações da plataforma e os imaginários

<sup>177</sup> Informação cedida por Camila Lourenço (nome fictício) em 06.nov.2020

sonoros dos usuários que cimentam as associações entre música e o cotidiano, o contato com as playlists tende a produzir consensos e reafirmar gostos e marcas identitárias responsáveis por agenciamentos.

No entanto, diante do apelo discursivo das playlists, houve usuários que nos trouxeram exemplos de como a reflexividade estética que a experiência musical lhes proporciona na construção de seus estados psicológicos e emocionais pode ser mais efetiva na orientação e organização do consumo do que as classificações genéricas comumente utilizadas pela indústria musical. Nathália Corrêa, pontua:

Acho interessante também a questão de catalogarem as playlists não só por gênero de música, como também pela questão dos *moods*, do estado de espírito ou do que você precisa. Isso também me chamou muita atenção porque muitas vezes o que você quer ouvir não se traduz no apenas nome de um gênero, mas sim numa música que transmite alguma sensação. (informação verbal)<sup>178</sup>

Em outras palavras, playlists como “Amanhecer Sertanejo”, “Jazz Relax”, “Funk Triste”, “Axé Saudade” e “TRAPando”, que misturam gêneros e *moods* em seus títulos e descrições parecem reforçar as associações que usuários como Nathália realizam entre a modulação de seus estados emocionais e os valores de uso, valores culturais e estéticos que os gêneros acionam. Ao destacar essas impressões, não pretendo supor que, diante dessa simbiose semântica, as classificações genéricas se descolem de seu objetivo de direcionar o conteúdo aos consumidores potenciais, mas, em movimento contrário, posso constatar que ela muitas vezes reforça ou tonifica as expectativas de gênero e as paisagens sensoriais (JANOTTI JR., 2020), como também podem ser o cerne das experiências negativas.

Embora o apelo discursivo das descrições tenha se mostrado relevante na interação com as playlists, diversos usuários fizeram questão de frisar que o conteúdo e as sonoridades das coletâneas também são elementos-chave nos julgamentos de valor a respeito da experiência musical compatível com a ocasião. Ao ser indagado sobre quais expectativas a playlist “Hits Felizes<sup>179</sup>” despertava, Fabrício Alves conclui: “Quando entro numa playlist dessa, a expectativa é de que tenha músicas não só com a letra remetendo a coisas alegres, sei lá, falando de festas, amigos e coisas que trazem mais

---

<sup>178</sup> Informação cedida por Nathália Corrêa Lopes (nome fictício) em 31.out.2020

<sup>179</sup> Com mais de 200 mil seguidores, a playlist reúne um espectro amplo de artistas nacionais e internacionais, alguns como: Marília Mendonça, Pablo Vittar, Aretha Franklin, Anavitória, Alok, Marron 5, The Beatles, Giulia Be, Israel e Rodolfo, The Supremes, Maluma e The Weekend. Disponível em <http://bit.ly/HitsFelizes>. Acesso em 19.jun.20

alegria no senso comum, como também com artistas que trazem mais essa conexão.” (informação verbal)<sup>180</sup>.

FIGURA 16: INTERFACE DA PLAYLIST HITS FELIZES



FONTE: SPOTIFY

Já Débora Marconi pontua: “Antes de botar uma playlist para tocar eu sempre olho o que tem nela porque, se não for do meu agrado a maioria das músicas, eu não executo. Eu vou procurar outra que tenha mais a ver comigo.” (informação verbal)<sup>181</sup>.

Dessa forma, podemos afirmar que a correspondência das músicas contidas nas playlists situacionais com o gosto dos usuários faz com que eles consigam desenvolver as atividades cotidianas propostas de forma prazerosa, corroborando mais uma vez com o argumento de que a música evoca sensações afetivas que elevam ou reduzem o nível de excitação corporal e produzem abstrações no momento de realização das ações (DENORA, 2000; SLOBODA; O’NEILL, 2001):

Aquela ‘Aquarela Brasileira’ eu ouço à noite quando eu quero relaxar e para cozinhar também. Eu gosto dessas playlists de MPB [...] acho que por essa questão de conhecer a letra, eu não preciso prestar atenção na música de forma direta. Assim eu consigo fazer o que eu faço de forma prazerosa, gostando da música, cantando junto. (informação verbal)<sup>182</sup>

Esses dias eu até dei risada, estou com o celular aqui do lado e fui olhar o nome de uma playlist, que eu achei bem engraçado: ‘Faxina Nostalgia’, achei ótimo isso. Eu dei risada e pensei: “vou ter que olhar o que tem nessa playlist” e eram músicas dos anos 80 e 90 pra quem quer se animar pra fazer limpeza em casa. Essa playlist me acompanhou num monte de faxinas e eu relembrei várias músicas que eu gostava e não me lembrava de que gostava. (informação verbal)<sup>183</sup>

<sup>180</sup> Informação cedida por Fabrício Alves (nome fictício) em 29.nov.20.

<sup>181</sup> Informação cedida por Débora Marconi (nome fictício) em 29.out.2020.

<sup>182</sup> Informação cedida por Beatriz Vianna (nome fictício) em 11.nov.2020

<sup>183</sup> Informação cedida por Patrícia Schultz (nome fictício) em 24.out.2020

Na última fala, podemos ver, ainda, que o aspecto nostálgico explorado pela categorização da plataforma foi responsável pelo acionamento da memória afetiva da usuária.

FIGURA 17: INTERFACE DA PLAYLIST FAXINA NOSTALGIA



FONTE: SPOTIFY

Composta por sucessos de artistas da MPB e do rock nacional na década de 1980, como Rita Lee, Lulu Santos, Djavan, Marina Lima, Barão Vermelho, Ritchie e Titãs, a playlist “Faxina Nostalgia” despertou uma rememoração do gosto musical de Patrícia – o que permite-nos constatar a ação da performatividade do gosto – e junto dela a lembrança de situações vividas na infância e adolescência, compatíveis com os elementos simbólicos da coletânea. Isso permitiu certa abstração da atividade no presente para um passado nostálgico e afetivo, muito semelhante ao caso relatado por Sloboda e O’Neill (2001), em que a entrevistada utilizava a música Pop para elevar seu estado emocional diante da monotonia da tarefa de arrumar o quarto.

#### 4.3.2. Experiências neutras

Em que pese as impressões positivas exemplifiquem os reforços e consensos estabelecidos entre o Spotify e as expectativas dos usuários, em diversos momentos das entrevistas, os respondentes narraram situações em que a experiência positiva da fruição das playlists situacionais pode, por ação de algum ator, se tornar menos adequada às expectativas iniciais, seja pela presença de um artista indesejado no meio da fruição ou por alguma característica da categorização que faz com que a apreciação da playlist sofra mudanças, a depender do contexto da escuta. Em outras palavras, defino como experiências neutras quando o contato com o conteúdo recomendado gera alguns

estranhamentos ou dissensos, mas que não impedem a fruição por serem contornáveis pelos usuários. Essa característica me chamou atenção por confirmar-nos as apropriações e ressignificações que os ouvintes realizam dos conteúdos nas plataformas digitais como forma de reorganizar o consumo.

Por exemplo, ao longo da entrevista, a estudante de nutrição Juliana Silva definiu as playlists situacionais como “genéricas” e “mescladas” demais. No entanto, isso não implicou, necessariamente, a sua recusa pela fruição. Nos momentos em que ela busca se conectar a um ritmo ou gênero específico, isso foi considerado um ponto negativo. Já nos momentos em que a usuária busca diversificar a escuta e descobrir coisas novas, isso se torna uma característica atrativa. Embora possa parecer trivial, essa percepção se consolida como um marcador de uso das funcionalidades da plataforma, pois, quando está procurando obter uma experiência musical com um gênero específico, Juliana recorre às playlists criadas por ela mesma ao invés das recomendadas pela plataforma, já que, assim, consegue ter maior controle sobre o conteúdo:

Eu gosto de criar algumas playlists pessoais com músicas que eu gosto porque, às vezes, quando o Spotify te recomenda uma playlist, ou ela é muito genérica, com algo muito básico e falta alguma coisa, ou ela é muito mesclada. [...] Se eu quero ouvir rock, eu vou ouvir rock o dia todo. [...] Então, às vezes, eu encontro uma playlist que eu quero ouvir, um rock, mas tem outras coisas no meio que eu não ouço, outras bandas que eu não ouço. Isso acontece muito com rock e então eu não gosto muito, me incomoda. [...] E hoje em dia você abre o Spotify, tem playlist para humor, tem playlist para treino, tem playlist de sextou, de sabadou, de feriado, tem playlist para *nerd*, tem playlist para *Halloween*... Eu acho muito diversificado. Às vezes, você nem tá na *vibe* de ouvir aquilo e você olha e fica “nossa, que interessante, eu vou dar uma olhada aqui para ver se tá legal para ouvir”. [...] É muito interessante como a plataforma se diversificou para agradar a todo mundo e começaram a mesclar os ritmos. Acho interessante até para você ir diversificando as músicas que você costuma ouvir, incluir músicas novas, conhecer artistas novos também, não é de todo ruim. Eu uso bastante as do Spotify para isso. Agora, prefiro mesmo as playlists que eu monto, porque aí eu separo só as favoritas. (informação verbal)<sup>184</sup>

Note como a usuária confronta o gosto pessoal e os gêneros com os quais ela se filia, enquanto fã, com a estratégia das corporações em categorizar o conteúdo por classificações mais amplas e etéreas com o objetivo não somente de escoar toda a produção fonográfica que circula na plataforma, como também de ampliar o alcance e o engajamento de seus usuários e fornecer, assim, inteligência de dados para empresas

---

<sup>184</sup> Informação cedida por Juliana Silva (nome fictício) em 30.out.2020

parceiras e anunciantes. É nesse sentido que afirmei inicialmente que o diálogo com os estudos de plataforma e com o debate acerca da dataficação do cotidiano nos auxiliaria a identificar onde se originam os tensionamentos entre as filtragens e ranqueamentos que fundamentam as predições dos sistemas de recomendação e curadorias de conteúdo e a performance do gosto dos usuários. Retomando Santini (2020), os sistemas de recomendação presentes na maioria das plataformas digitais são regidos pela economia de escala, ou seja, “quanto maior o número de usuários, mais sofisticadas, precisas e pertinentes são as recomendações oferecidas” (p. 145). Isso porque, segundo a pesquisadora, os sistemas de recomendação atualmente disponíveis nas redes digitais consideram, dentre outras técnicas, a associação linear entre as informações cedidas pelo usuário com o gosto e opinião de um agrupamento semelhante para recomendar novas informações a esse mesmo usuário<sup>185</sup>.

Ora, se a análise da música no cotidiano dos entrevistados nos revelou que a performatividade do gosto se constitui como um balizador das associações entre *moods* e atividades, a tarefa delegada aos algoritmos da plataforma se torna perseguir a constante elaboração das preferências dos usuários no contato com o objeto degustado e nas associações que são elaboradas a partir dele, para poder se adiantar aos momentos em que o usuário busca pelo conteúdo na plataforma. Se usuários como Juliana nos indicaram que as recomendações nem sempre acertam as ocasiões em que estão buscando por categorizações mais genéricas, estamos diante de um plausível exemplo de dissociação das correlações entre a preferência musical daquele usuário e os agrupamentos de gosto que direcionam as recomendações, capaz de produzir tensionamentos entre o *self* algorítmico (CHENNEY-LIPPOLD, 2017) e as expectativas de fruição para aquele momento.

Em última instância, gostaria de destacar, sob a ótica da Teoria Ator-Rede (LATOURETTE, 2012), que mesmo os tensionamentos e quebras de expectativa causados pelos sistemas de recomendação e pelas curadorias de conteúdo passam a exercer ação, em alguma medida, sobre a performatividade de gosto dos usuários, podendo, inclusive,

---

<sup>185</sup> Conforme observado no capítulo 1, esse tipo de recomendação é classificado como “correlação pessoa a pessoa” (SANTINI, 2020, p. 142). Devemos considerar que, no cenário atual das plataformas, os sistemas de recomendação combinam diversas técnicas de filtragem e ranqueamento das preferências dos usuários para oferecer recomendações cada vez mais personalizadas.

se estabilizar. Isso se evidencia na sequência da fala de Juliana, quando indaguei se a percepção genérica das playlists situacionais variava de acordo com a ocasião da escuta:

Sim, depende muito, porque tem aquela coisa de você às vezes ouvir a música uma vez e detestar, não achar nada de graça na música. Mas aí depois você ouve em outro momento, em outro sentimento que você *tá* sentindo, e fala: “nossa, essa música é muito boa”, “por que eu não tinha ouvido ela antes?”. Essa diversidade das playlists, de mesclar ritmos, traz isso, traz um novo para você que, às vezes, em determinado momento, você detesta, mas depois talvez você possa curtir e até se torne a sua favorita. (informação verbal)<sup>186</sup>

Ademais, nas experiências neutras, a presença de uma música ou artista que não corresponda à categorização e ao tema da playlist é perceptível no percurso da fruição, mas não foi considerada suficiente para deixarem de ouvir a coletânea: “isso já aconteceu com a [playlist] ‘Corra Numa Boa’<sup>187</sup> [...], aí eu fiquei ‘cara, essa música não combina!’, mas não saí da playlist por causa da música, não. ‘Esquenta Sertanejo’ também: tem umas músicas meio lentas que fico bolada<sup>188</sup> por estarem na playlist porque não combinam com esquenta.” (informação verbal)<sup>189</sup>. Em outros casos, lançam mão das funcionalidades da plataforma para ordenar a sequência de acordo com o gosto: “Já tive sim esse momento de falar: não faz muito sentido não, pula essa música [risos]. Ou eu pulo, ou eu vou naquela coisa de colocar na fila. Aí eu vou vendo as músicas que tem ali e coloco na minha ordem”. (informação verbal)<sup>190</sup>.

Diante desse raciocínio, reitero que no processo de seleção e fruição das playlists a associação entre *moods* e os valores e paisagens que os gêneros acionam continua sendo um elemento-chave para despertar o interesse. Apesar da experiência positiva narrada por Fabrício Alves com a playlist Hits Felizes, pudemos perceber como a presença de um artista indesejado pode tensionar a expectativa construída em cima da prescrição dada pela plataforma:

Marília Mendonça não vem de um gênero que eu goste tanto, e aí impactaria na fluência. Mas eu passo e vou para outras [músicas], finjo que não vi. Então, eu acho que o gênero que você gosta também impacta. Além de remeter à sensação também tem que remeter ao estilo que você está habituado e gosta. Ouvir Marília Mendonça em uma

---

<sup>186</sup> Ibid.

<sup>187</sup> Com quase 600 mil seguidores, a playlist “Corra numa boa” é descrita como a playlist ideal para deixar os exercícios empolgantes e sem estresse. Composta basicamente por faixas dos gêneros Pop e Eletrônico, reúne artistas como Calvin Harris, Dua Lipa, David Guetta, Coldplay, Justin Bieber, Kygo e Avicii. Disponível em: <https://bit.ly/CorraNumaBoa-Spotify>. Acesso em: 17.jun.2020.

<sup>188</sup> Gíria para sentida, incomodada, brava.

<sup>189</sup> Informação cedida por Tatiane Marques (nome fictício) em 29.out.2020.

<sup>190</sup> Informação cedida por Victor Duarte (nome fictício) em 10.out.2020.

playlist feliz não quer dizer que eu vá ficar feliz, por não ser um gênero que estou habituado. (informação verbal)<sup>191</sup>

Observe que, apesar do esforço realizado para contornar a escuta indesejada, Fabrício denota que a classificação musical pelo termo “feliz” por si só não produz as associações necessárias para produzir uma alteração positiva no estado emocional do ouvinte. Se considerarmos os efeitos da música sobre os corpos a partir dos níveis de significação propostos por Middleton (1990), podemos supor que, no nível primário, ainda que a harmonia, os acordes e os padrões rítmicos do sertanejo de Marília Mendonça possam transmitir ideia de euforia e prazer, no nível secundário, os valores semânticos, as práticas de consumo, os padrões identitários e de pertencimento que os modos de viver o gênero reivindicam, destoam, muitas vezes, da coerência expressiva (PEREIRA DE SÁ; POLIVANOV, 2012) sobre a qual o usuário procura alicerçar suas preferências musicais. Embora nos casos citados o incômodo da escuta indesejada fosse solucionado recorrendo-se às funcionalidades básicas da plataforma, na categoria de experiências negativas as controvérsias apresentadas foram mais acentuadas.

#### 4.3.3. Experiências negativas

Ao se deparar com a lista com algumas playlists situacionais, a jornalista Cláudia Bittencourt demonstrou reconhecer a maioria por meio do contato diário que nutria com o Spotify, tendo notado as categorizações na interface de sua página inicial e nas buscas que realizava. No entanto, o reconhecimento não foi suficiente para despertar o seu interesse pela fruição:

Verão Forever já vi... Alto Astral parece que eu já vi, Girls Night, Festa na Piscina, Drinks no Sofá, Festa na Praia, Happy Hour... Acho que eu já me deparei com todas, sim, mas nunca ouvi nenhuma. Acho que não despertou interesse. [...] Não me chamam a atenção por causa da associação mesmo. Talvez a do verão sim, porque eu associo ao reggae, e reggae é um tipo de música que eu gosto. O resto... Sertanejo não ouço sozinha. Posso até ouvir no churrasco com um monte de gente, mas não ouço sozinha. [...] Por exemplo, a da pia lá... a Louça Infinita: nem faço ideia do que pode ter lá e nem quero... Não tenho interesse. (informação verbal)<sup>192</sup>

O relato de Cláudia é exemplo de que embora os respondentes tenham nos demonstrado claramente que se apropriam da experiência musical como um dispositivo

---

<sup>191</sup> Informação cedida por Fabrício Alves (nome fictício) em 29.nov.20.

<sup>192</sup> Informação cedida por Cláudia Bittencourt (nome fictício) em 28.out.2020.

de modulação dos estados emocionais, mediando, portanto, a construção de suas subjetividades, imaginários sonoros e relações interpessoais; as categorizações propostas pelo Spotify nem sempre correspondem às associações simbólicas e enquadramentos que estes costumam realizar cotidianamente. Em outras palavras, se as experiências positivas resultavam, dentre os fatores listados, de uma correspondência semântica entre as práticas culturais e de consumo idealizadas pela plataforma e as associações entre componentes musicais e não musicais que os usuários constroem e negociam cotidianamente, nas experiências negativas, por sua vez, essa correspondência fica comprometida em razão de dissensos existentes entre a dimensão reflexiva do gosto musical, os valores que direcionam a forma como um produto popular massivo e suas materialidades devem ser degustados e, sobretudo, os julgamentos em torno das fronteiras classificatórias dos gêneros musicais:

Não vou dizer que não tinha nada a ver com que estava prometendo. Tinha a ver, mas não tinha a ver comigo. Por exemplo, teve uma que você mostrou ali: a Alto Astral. De repente é uma música alto astral porque eles taguearam lá como alto astral, [mas] para mim é uma música que não remete a momentos felizes. Pode acontecer e aí não vai suprir as minhas expectativas, pode acabar até me deixando aborrecida. (informação verbal)<sup>193</sup>

São playlists que eu espero que sejam agitadas e o ritmo delas é mais lento. Às vezes tem alguns trechos que é de acústico. Acho que trecho de acústico não pode entrar nesse tipo de playlist porque é para agitar, não para acalmar. É mais por causa do ritmo mesmo, que acho que destoa do que deveria ser. (informação verbal)<sup>194</sup>

Retomando a fala inicial de Cláudia sobre a falta de interesse em explorar as playlists, conseguimos identificar uma controvérsia latente entre os valores semânticos das playlists e a expectativa da usuária. Fica evidente que a recusa de todas as coletâneas se deu pelo dissenso entre o gosto musical e as significações que os títulos e imagens das playlists acionam, abrindo caminho para possíveis abordagens semióticas a respeito dos enunciados que compõem as playlists. Exceto pela playlist Verão Forever, que Cláudia associou ao gênero reggae.

FIGURA 18: INTERFACE DA PLAYLIST VERÃO FOREVER

---

<sup>193</sup> Informação cedida por Patrícia Schultz (nome fictício) em 24.out.2020.

<sup>194</sup> Informação cedida por Débora Marconi (nome fictício) em 29.out.2020.



A imagem de capa da coletânea é composta por uma garrafa de vidro aberta num fundo azul celeste, contendo em seu interior frutas tropicais e hortaliças, mergulhadas em um líquido transparente. A descrição afirma que “aqui o verão dura 365 dias”, prometendo a imersão sinestésica de uma experiência sonora refrescante. Esses elementos discursivos que fazem alusão a paisagens ensolaradas levaram Cláudia à impressão convidativa de que a playlist seria composta por faixas e artistas de reggae. Essa associação, por suposto, transborda as experiências individuais da usuária e encontra fundamento nas paisagens sensoriais de gêneros como o reggae e outros ritmos latinos conceituados por Rivera (2005) como música tropical, que, a despeito de sua popularização no mercado fonográfico global ao longo do século XX, são historicamente marcados por embates rítmicos e sociais no contexto de construção das identidades culturais latino-americanas, embates que acabaram por configurar os territórios e espacialidades relegados à fruição dessas sonoridades.

Entretanto, uma análise mais acurada sobre o conteúdo musical da Verão Forever nos revela que a playlist na verdade é composta pelos últimos lançamentos de artistas dos gêneros Pop, reggaeton e eletrônico como J Balvin, Maluma, Karol G, Nicki Minaj, Anitta, Jennifer Lopez, Alok, Tiesto e Demi Lovato. Gêneros que apesar de incorporarem elementos rítmicos e percussivos da música tropical, podem não corresponder à expectativa criada pela usuária a partir de sua associação inicial entre verão e reggae. Essa dissociação foi, portanto, a principal controvérsia identificada como responsável pelas afetações decorrentes da experiência com as playlists situacionais.

Nesse sentido, houve respondentes que afirmaram possuir gostos musicais muito específicos e que, ao delegar às playlists um *mood* ou atividade, a plataforma tende a universalizar e padronizar os estilos e gostos musicais, na direção oposta ao que eles

procuram. Geralmente, são usuários que se designam fãs de produções artísticas independentes, cujas alianças afetivas (GROSSBERG, 1984) construídas em torno dessas produções são usadas como distinção dos demais gostos musicais considerados *mainstream*. Pudemos identificar, por trás das percepções destes e de demais usuários, certos embates entre o contato com a música popular massiva que circula na plataforma e a preferência por fazer parte de grupos apreciadores da cena independente e de produções que escapam à economia de mercado que concede à indústria fonográfica o status de empreendimento global, como bem define De Marchi (2016), ainda que as produções independentes também estejam presentes na plataforma. Por exemplo, o terapeuta Henrique Bonacci nos afirma:

Eu raramente ouço essas playlists porque eu sou muito restrito com a música que eu ouço, [...] eu sou muito colonizado para ouvir música. Eu ouço, tipo assim, rock americano do meio-oeste dos anos 90 e seus afluentes. É isso que eu ouço basicamente no meu dia a dia. Ou coisas que vieram antes... O rock inglês da década de 60, 70 ou alguma coisa indie canadense dos anos 90, 2000. É isso que eu ouço. É muito restrito. Quer dizer, hoje em dia nada é tão restrito porque você tem acesso a milhares de coisas. Mas, por exemplo, eu gosto muito de Guided by Voices e do Robert Pollard. O Robert Pollard lança 3 a 4 álbuns por ano, então se eu quiser ouvir só o Robert Pollard *pro* resto da minha vida, eu posso. Essa gente *tá* me acostumando mal [risos]. Então, eu só ouço muito as mesmas coisas. E nessas playlists não entra nada disso. (informação verbal)<sup>195</sup>

Sua fala denota a preferência por um tipo de consumo pautado pela lógica do álbum: geralmente uma produção de cinquenta minutos ou mais, centrada na performance de um ou poucos artistas, cuja ordem das faixas constrói uma narrativa que completa o todo, enquanto obra. Como a análise da trajetória de plataformização da música nos permitiu constatar, a composição das playlists situacionais se apoia na concepção do álbum como um trabalho em aberto, passível de apropriações e recortes. Embora plataformas como Spotify também forneçam categorizações restritas à obra do artista e deem destaque aos álbuns, EPs e lançamentos no perfil dos mesmos, os estudos já citados de Werner (2020) e Erickson et. al. (2019) apontam as playlists temáticas como uma aposta das Corporações para atingir um grande número de ouvintes, diante da reestruturação de sua cadeia produtiva no ambiente digital, o que justificaria o conteúdo relacionado às grandes gravadoras e artistas do circuito *mainstream*.

---

<sup>195</sup> Informação cedida por Henrique Bonacci (nome fictício) em 20.nov.2020.

Em direção semelhante, o usuário João Pedro Machado, que havia narrado como as materialidades dos dispositivos mediavam as associações entre a modulação dos estados cognitivos e as tarefas realizadas em sua casa, curiosamente destacou a playlist “Lavando Louça” como um exemplo de categorização que não corresponde às associações apontadas por ele, justamente pelo caráter “universalizado” da prescrição:

Eu crio expectativa, mas normalmente é negativa. Porque eu acho muito difícil existir humor universal para uma certa atividade, e, como eu disse antes, música para mim é humor [...]. Então, se você se propõe a fazer uma playlist pronta que serve para todo momento dessa atividade, para todas as pessoas, eu já digo que tem alguma coisa errada. Ou alguma música *tá* faltando ou tem alguma música que não devia estar lá. E eu tenho humores diferentes para as atividades: tem dias lavando louça estressado, tem dias lavando louça feliz, tem dias lavando louça cansado e eu preciso de músicas e playlists diferentes para todos esses momentos. Então, acaba que essas playlists de atividades eu não curto muito. (informação verbal)<sup>196</sup>

É possível identificar, portanto, o caráter generalista das categorizações situacionais da plataforma como principal tensionamento apontado nas experiências negativas, que muitas vezes simplifica tanto os enquadramentos musicais dos usuários como a heterogeneidade de elementos que exercem ação sobre o engajamento com o objeto do gosto. Não podemos deixar de considerar que, enquanto produto da cultura popular massiva, as plataformas de streaming de música partilham dos valores de altos índices de venda e reprodutibilidade, visando alcance massificado e acumulação de capital; o que lhes configura, sob determinadas perspectivas, um “aspecto homogeneizante” (CARDOSO; JANOTTI JR., 2006, p. 6). Justamente por isso, torna-se mais fácil compreendermos esses tensionamentos se ampliarmos esse entendimento diante da ideia das diferentes sensibilidades possíveis para o popular massivo, trabalhada por Janotti Jr (2015):

A compreensão inicial de diversos fenômenos midiáticos como “pop” já atestava uma das contradições adensadas dessas vivências culturais: de um lado seu aspecto serial, a produção massiva, de outro, o modo como os produtos pop servem para demarcar experiências diferenciadas através de produtos midiáticos, que nem por isso deixam de ser “populares”. [...] Incorporando às discussões culturalistas os agenciamentos tecnológicos, pode-se reconfigurar as sensibilidades pop não só sob a ótica do consumo e apropriação de produtos culturais, bem como da capacidade que são esperadas dos habitantes da cosmópolis pop de reterritorializar linguagens e ferramentas da cultura midiática. Essa visagem permite pensar as singularidades do “universo

---

<sup>196</sup> Informação cedida por João Pedro Machado (nome fictício) em 14.nov.2020

pop” através de sensibilizações diferenciadas. (JANOTTI JR., 2015, p. 45-46)

O diálogo com essa proposição é frutífero no sentido possibilitar-nos conceber os dissensos e desacordos resultantes da experiência com as categorizações como parte de sensibilizações diferenciadas sobre o mesmo conteúdo e da busca por “traços distintivos” no consumo da música popular massiva. Assim, concordo que por trás da “cultura algorítmica” pela qual as redes sociotécnicas ordenam e atribuem valor de mercado a seus conteúdos, as corporações “reduzem a decisão de gosto a poucos atores que decidem o que é bom e para quem, construindo grupos sociais e valores culturais no processo” (WERNER, 2020, p. 4, tradução livre<sup>197</sup>). Contudo, os diálogos e exemplos aqui trazidos nos permitem acrescentar a esse raciocínio a ressalva de que tais valores culturais e de gosto algorítmicamente ordenados são tensionáveis, negociáveis e ressignificáveis pelos usuários, como parte das diversas formas de habitar a cultura Pop.

De forma prática, esses tensionamentos, que proponho analisarmos como controvérsias associativas, continuaram a emergir ao longo de toda entrevista, especialmente relacionado às associações espaciais, temporais e afetivas que os usuários mencionaram no início da conversa. Para alguns, os temas das playlists situacionais ligadas a espacialidades e temporalidades não correspondem à memória musical que os respondentes possuem de tais espaços e épocas.

A publicitária Bárbara Gomes identificou a recomendação das playlists relacionadas ao tema verão e festas na sua página inicial de “descobertas” em períodos sugestivos da semana: “eu lembro que toda sexta-feira elas aparecem pra mim, principalmente quando eu ouço pelo computador” (informação verbal)<sup>198</sup>. Entretanto, o apelo das recomendações não foi suficiente para que essas playlists fizessem parte da sua rotina. Quando questionada sobre o porquê, Bárbara afirma:

Sendo de Salvador tem um *background* daqui que é o ensaio de verão. Então eu associo sempre [essas playlists] a Axé e Timbalada, isso do ponto de vista do senso comum. Agora, para atender ao meu gosto mesmo teria que ser alguma música que me lembre quando estou na praia, [...] algumas festas ou show de verão que eu costumo ir. Mas em Salvador com certeza seriam as músicas do pré-carnaval, são os hits que tomam as ruas no carnaval, que na maioria das vezes eu não gosto, porque eu não gosto de carnaval. [...] Para mim não faz muito sentido. Eu entendo que para muita gente faça, mas para mim não faz muito

---

<sup>197</sup> No original: Thus, algorithmic culture reduces decisions on taste to a few actors defining what is good and for whom, constructing social groups and cultural value in the process.

<sup>198</sup> Informação cedida por Bárbara Gomes (nome fictício) em 24.out.2020.

sentido até porque eu acredito que eu tenho um perfil um pouco diferente do que é *mainstream*. Então, o senso comum ou o senso da maioria em relação ao que se houve na praia em Salvador, por exemplo é diferente do que o eu ouço. (informação verbal)<sup>199</sup>

Mais uma vez, a fala de um entrevistado nos aponta como a performatividade do gosto musical é atravessada pelos imaginários produzidos no interior das “cenas musicais” ou pelos valores estéticos que compõem certas “territorialidades sônico-musicais”. Ainda que possuam diferenciações, ambos os conceitos articulam a noção de espaços culturais e geográficos urbanos, instáveis, que agregam múltiplas práticas musicais, coadunam elementos locais e globais, e, justamente por isso, são cenário para processos de distinção e afiliação identitárias, capazes de reconfigurar e ressignificar territórios (STRAW, 1991; 2013; PEREIRA DE SÁ, 2011; HERSCHMANN, 2018). Se tomarmos a paisagem urbana do carnaval de Salvador como um espaço sazonalmente ocupado por múltiplas manifestações artísticas, mais ou menos institucionalizadas, mais ou menos globais, tais dinâmicas identitárias ganham concretude na forma como Bárbara posiciona seu gosto pessoal em distinção às práticas musicais e aos imaginários que configuram as paisagens sonoras da capital baiana. Nesse sentido, a experiência com as categorizações recomendadas pelo Spotify é também tensionada por estas reforçarem valores e territorialidades que a usuária não compartilha ou até mesmo compartilha de forma desafetuosa.

O mesmo tipo de tensionamento pôde ser observado em direção ao resgate da memória biográfica dos usuários. Ao mostrar algumas músicas que integravam a playlist Verão Forever para Cláudia Bittencourt, a usuária confirmou que de fato a coletânea não corresponde às associações que cimentam sua escolha musical:

É, eu me decepcionaria. Uma ou outra que eu ouviria. [...] Minha memória de verão era outro tipo de música. Mexe com a memória, nesse caso. O que eu remeto ao verão, à época que eu frequentava muito praia, era outro tipo de música que tocava, então pode ser isso. Expectativa baseada, criada pela memória. (informação verbal)<sup>200</sup>

Esse é mais um exemplo de como as categorizações situacionais propostas pela plataforma, como forma de organizar o consumo musical, podem se deslocar da memória biográfica acionada pela experiência musical, caracterizando uma forma de dissenso entre a expectativa do usuário e os demais atores envolvidos no ato de escuta. Van Dijck (2020)

---

<sup>199</sup> Ibid.

<sup>200</sup> Informação cedida por Cláudia Bittencourt (nome fictício) em 28.out.2020.

nos lembra como os amantes de música projetam sobre a capacidade da música gravada em arquivar uma performance, o anseio de que as materialidades reencenem a experiência de escuta que lhes despertou emoções pela primeira vez. Em certa medida, as entrevistas nos mostraram que, no caso das plataformas de streaming, os usuários projetam esses anseios sobre os algoritmos, ou melhor dizendo, sobre aquilo que eles imaginam ser fruto da atuação desses sistemas. Quando essa expectativa não é alcançada, identificamos um tipo de controvérsia.

Outra característica que chamou atenção foi o fato da organicidade que as playlists apresentam – sobretudo as playlists que são alimentadas com lançamentos – ser apontada por alguns respondentes como um fator negativo. Considerada por muitos como um aspecto positivo para a descoberta de novas músicas, para estes usuários, as coletâneas deixam de corresponder ao gosto musical ao passo em que vão sendo atualizadas com novas músicas e a categorização vai se modificando:

É muito engraçado porque algumas playlists vão se atualizando, vão incluindo novos artistas e novas músicas. E aí algumas playlists eu deixei de ouvir com o tempo porque ficou muito jovem e aí eu falei “ah, não tô mais nessa fase, tô em outra fase”, aí eu paro de escutar. Já aconteceu isso. Ou então começa a entrar muito... Uma playlist de festa, alguma coisa que eu não curto muito... Tipo sertanejo. Eu não curto nada de sertanejo, então para mim perde o sentido que tinha antes. (informação verbal)<sup>201</sup>

Diante das experiências negativas com as playlists situacionais, os usuários normalmente buscam outras formas de organizar o consumo musical na plataforma. Alguns recorrem a classificações genéricas tradicionais ou às coletâneas de um artista específico, como as playlists “This is...”<sup>202</sup>: “Gosto dessas playlists ‘This is...’ alguma coisa, meio que apresentando o artista, porque é meio que um overview de todos os álbuns do artista. Então eu gosto” (informação verbal)<sup>203</sup>. Outros, buscando maior autonomia sobre o que vai tocar e evitando encontrar músicas que não gostam, preferem criar playlists próprias com temáticas baseadas nas playlists situacionais e adequar os títulos aos seus momentos, nos permitindo constatar como as categorizações situacionais podem

---

<sup>201</sup> Informação cedida por Nathália Corrêa Lopes (nome fictício) em 31.out.2020.

<sup>202</sup> Muitos respondentes fizeram referência às playlists “This is [artista]” como uma alternativa ao caráter genérico e amplo das playlists situacionais. Essas coletâneas são compilados que prometem reunir os maiores sucessos de um artista ou banda em específico. Por exemplo, a playlist This is Anitta reúne as faixas de sucesso da cantora, desde seus primeiros álbuns.

<sup>203</sup> Informação cedida por Victor Duarte (nome fictício) em 10.out.2020.

construir sentido para os usuários, desde que adaptadas aos enquadramentos musicais que eles compartilham:

A minha playlist “No chuveiro” é baseada na “Cantando no chuveiro”. [...] Porque é realmente pelo conforto de saber o que vai tocar. Porque na minha playlist eu posso tirar coisas que eu não gosto, às vezes tem música que toca e que eu não gosto, que não tem a ver comigo, e eu posso colocar músicas novas que eu descubro enquanto estou ouvindo outras playlist que não são as minhas. Então, é [sobre] você ter autonomia sobre o que você quer ouvir. (informação verbal)<sup>204</sup>

É engraçado que eu tenho uma playlist de momentos que eu fiz, que é, inclusive, para um momento muito incômodo: eu montei uma playlist para correr atrás do ônibus. O nome é “Correndo Atrás do Ônibus”. Que é minha playlist de punk. Mas é uma playlist de punk mais acelerado ou músicas mais desesperadas que eu fiz e que eu me dava conta que eu usava para quando o ônibus estava atrasado e eu tinha que correr. (informação verbal)<sup>205</sup>

Note, a partir dos trechos acima, como os usuários se apropriam da proposta de categorizações situacionais recomendadas pela plataforma para desenvolver playlists autorais que melhor correspondam à reflexividade estética capaz de modular seus estados emocionais e a disposição de seus corpos em relação ao tempo e espaço, sem que haja qualquer ruptura pela presença indesejada de um artista ou faixa. Ou seja, ainda que não haja correspondência com o que a plataforma sugere, os usuários continuam utilizando das ferramentas do Spotify para adaptar as categorizações situacionais ao seu gosto e realidade musical. Nesse sentido, ao invés de afastar os usuários da plataforma, tais controvérsias entre atores humanos e não-humanos acabam por provocar novas formas de negociação da escuta nesse ecossistema de mídia conectada.

Por esse motivo, os exemplos destacados a partir do diálogo dos usuários incitam a reflexão de como uma plataforma de alcance massivo como o Spotify, que se consolidou no mercado global com um posicionamento de que a escuta musical “muda tudo” e ao longo dos anos estruturou seu conteúdo em prescrições normativas (ERKSSON et. al., 2019), investindo em inteligência de dados sobre o gosto de seus usuários; está, em verdade, inserida em uma complexa rede de atores, dentre eles usuários que performam distintas práticas de apreciação de um mesmo conteúdo musical, permitindo-nos apreciar as mais diferenciadas formas de habitar o “popular” na música massiva. Sem dúvida, o confronto dos enquadramentos musicais e valores simbólicos que claramente contribuem

---

<sup>204</sup> Informação cedida por Beatriz Vianna (nome fictício) em 31.out.2020.

<sup>205</sup> Informação cedida por Henrique Bonacci (nome fictício) em 20.nov.2020.

para a manutenção do *self* dos usuários nas situações mais corriqueiras com as predições não-humanas da plataforma nos permitiu vislumbrar os inúmeros recortes e nuances que atualmente enredam o consumo musical.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao revisitar a proposta teórica de Theodor Adorno sobre a consciência e a produção da realidade material, Denora (2003) projeta um caminho para a sociologia que conceba a música a partir dos agenciamentos que a sua experiência estética proporciona, sendo um “ingrediente ativo na formação da consciência e, portanto, da formação do conhecimento” (p. 59, tradução livre<sup>206</sup>). Destaco essa obra pois percebo que, na esteira dessa perspectiva, a análise do consumo das categorizações situacionais de uma plataforma que concentra uma quantidade massiva de produções fonográficas e audiovisuais, imersas na “cultura participativa” (JENKINS; GREEN; FORD, 2015) das redes sociotécnicas, me exigiu olhar para além das combinações algorítmicas dos sistemas de recomendação, em direção às sensibilidades e aos afetos que a experiência musical localizada nesse ecossistema de mídia conectada é capaz de agenciar, produzindo variadas formas de conhecimento de si e do outro.

Se tomarmos tal percepção como síntese geral desse trabalho e de seus desdobramentos, desenvolvidos ao longo de dois anos, creio que consegui alcançar o objetivo de estudar algumas formas de recepção das playlists recomendadas para atividades e estados afetivos, comprovando as hipóteses de que os sistemas de recomendação de conteúdo estão inseridos numa complexa e potente rede de atores interligados por meio de associações que traduzem as “escutas conexas” (JANOTTI JR., 2020). Os exemplos trazidos nos mostram que a ação combinada dos algoritmos e das empresas de curadoria de conteúdo são passíveis de rupturas nas expectativas de fruição ensejadas pelos usuários, mas também podem produzir ressignificações e reconstruir imaginários, sobretudo em direção às fronteiras da atuação do humano e do não-humano na gestão dos dados das plataformas.

Em linhas gerais, a pesquisa conseguiu mapear, dentre os diferentes usos das playlists situacionais, consensos e dissensos envolvendo as os enquadramentos musicais dos usuários e as categorizações generalistas da plataforma. As falas dos respondentes a respeito do contato da música no cotidiano nos indicaram que as categorizações musicais por *moods* constituem a forma como eles organizam o consumo musical no dia a dia,

---

<sup>206</sup> No original: It was in this sense that music was an active ingredient in the formation of consciousness and thus of knowledge formation.

reinterpretam as classificações genéricas e recriam novas categorias. Aqui faço um parêntese para reforçar que a proposta da pesquisa não era de desenhar o perfil de consumo do Spotify de forma a poder afirmar que essas categorizações encontram a mesma ressonância entre todos os usuários. Em movimento contrário e validado por minhas escolhas metodológicas, busquei a abordagem qualitativa que me permitisse explorar com maior profundidade grupos específicos e dinâmicos.

Diante disso, gostaria de expor alguns apontamentos finais que podem servir de interlocução com outros estudos da música em perspectiva comunicacional e contribuir para as discussões sobre os fenômenos que envolvem a plataformização da música e as formas de se habitar a cultura Pop num contexto de dataficação do cotidiano.

Em primeiro lugar, a revisitação do percurso de surgimento das plataformas de streaming nos desperta a compreensão de que a aposta do Spotify em categorias que exploram os valores de uso e os agenciamentos musicais não deve ser analisada de forma isolada, ou como uma mera estratégia de *marketing*, mas inserida em um contexto muito mais amplo que tem a predição de conteúdos compatíveis com os gostos dos usuários como o vértice de um processo de reconfiguração da indústria fonográfica onde as plataformas são o modelo de negócio por excelência (SRNICEK, 2017; VAN DJICK; POELL; DE WAAL, 2018) e ancorado, sobretudo, na portabilidade dos dispositivos de reprodução sonora e na crescente lógica de extração de dados da vida cotidiana.

Partir dessa contextualização foi mister para compreender que, ao passo em que as plataformas de streaming se constituíram como importantes mediadoras da construção dos valores e espaços simbólicos propícios para a experiência musical, a consolidação desse mercado adveio de uma conjuntura de sucessivos conflitos, embates e acordos que se refletiram nas relações estabelecidas entre usuários, música e a plataforma. Por vezes, as respostas obtidas nas entrevistas ratificaram o quanto a conjuntura humana e não-humana que culminou nos atuais modos de endereçamento da música aos consumidores foi responsável pelos recortes econômicos, sociais e pelas formas como os ouvintes se apropriam das playlists para despertar emoções, dar suporte cognitivo à realização de afazeres e compor subjetividades.

Longe de representar uma “revolução” do consumo de música, a efetiva aposta do Spotify no gosto musical dos usuários como o principal marcador de consumo se deu diante da remediação de práticas pré-existentes de circulação da produção cultural

massiva e de sistemas de organização da informação, em conjunto com parcerias com empresas de curadoria e outras corporações que permitiram a incorporação dos sistemas de recomendação à gramática do consumo no orbe digital (DREW, 2005; DE MARCHI, 2016; ERIKSSON et. al., 2019; SANTINI, 2020; WERNER, 2020; JANOTTI JR. 2020).

Contudo, para além dessa constatação, é interessante registrar que a concepção adotada de que o gosto musical é rastreável e está em constante readequação ao contexto da escuta das playlists posiciona o Spotify como uma lente de aumento para observarmos a natureza performativa do gosto de seus usuários. Acredito que a pesquisa conseguiu produzir uma análise consistente a ponto de me permitir afirmar com segurança que o ato de gostar está em constante confronto com as categorizações situacionais, e, justamente por isso, produz modos de escutas nem sempre tão previsíveis pelos algoritmos. Afirmo isso pelo fato de que os tensionamentos e discordâncias identificados, ao invés de provocarem a recusa ou o abandono da plataforma, desencadearam formas de negociações da escuta de acordo com a autorreflexão sobre o ato de gostar dos indivíduos e dos coletivos nos espaços onde a experiência musical se instaura.

As experiências positivas, neutras e negativas com as playlists nos apontam que, ao invés de serem homogêneos, os agenciamentos que a escuta ubíqua provoca estão diretamente relacionados à performatividade do gosto dos usuários. Ou seja, uma coletânea e sua ambientação comunicacional gerarão consenso ou desacordos em relação à sua adequação situacional a depender da forma como o usuário degusta aquele conteúdo naquela situação, se coloca como amador, reflete como aquele engajamento ajuda a constituí-lo enquanto ser. E nesse sentido, pensar o gosto a partir da performance nos levou ao encontro de situações cotidianas onde os usuários negociam a escuta das playlists, sobretudo em ambientes coletivos, dispendo desde a utilização de artefatos técnicos até a flexibilização o gosto e as expectativas em torno da fruição. Assim, mesmo que as recomendações da plataforma possam, em um primeiro momento, causar controvérsias em relação às expectativas de fruição, pensar o gosto como uma atividade elaborada em conjunto com a concepção de social oriunda da Teoria Ator-Rede desvelou certas estabilizações nessa rede-associativa em que o não-humano está delegado à constante tarefa de predição.

Em segundo lugar, considero que este trabalho acabe por reforçar, de certa maneira, as reflexões trazidas por autoras e autores como Janotti Jr. e Pereira de Sá (2019) acerca da centralidade das classificações por gênero nas ambiências digitais. Em

perspectiva contrária ao argumento de que graças à dinâmica das redes sociotécnicas que permitem aos usuários realizar recortes, remixagens e categorizações alternativas, os gêneros musicais estariam perdendo relevância enquanto marco referencial das produções fonográficas e audiovisuais, essa pesquisa mostrou que as noções de gêneros musicais, ou seja, os valores simbólicos, ideológicos e os aspectos rítmicos que mediam as expectativas de determinada produção – conforme vimos no capítulo 2 –, continuam sendo um importante balizador das escolhas e preferências musicais no ambiente digital e do endereçamento dos conteúdos nas plataformas, ainda que haja casos em que esses valores conflituem com a reflexividade estética que o próprio usuário produz. Diversos exemplos trazidos pelas entrevistas atestam que os valores semânticos e as paisagens que os gêneros acionam continuam sendo um elemento que orienta as associações dos usuários entre elementos intramusicais, como ritmo, frequência, melodia, e os enquadramentos que acionam emoções, sentimentos, memória e corporalidades.

Portanto, nesse sentido, me parece que a experiência musical no ecossistema de mídia conectada (VAN DJICK, 2013), além de implicar conectividade entre perfis, pressupõe a acoplagem das sensorialidades suscitadas no contato com essas tecnologias à serviço de uma lógica mercadológica que as traduzem em rastros digitais, com os valores semânticos e ideológicos que perpassam a construção de um gênero ou categoria musical. Ouvir jazz na caixa amplificadora pode ser uma experiência relaxante após um longo dia de trabalho a depender do sentido, dos julgamentos de valor e do grau de familiaridade que o ouvinte e suas comunidades de gosto apresentam sobre aquele conteúdo. Esses julgamentos, por sua vez, continuam tendo como referência os valores e modos de enunciação que os rótulos genéricos buscam demarcar dentro e fora do ambiente digital, ainda que as plataformas de streaming instaurem um modelo de negócio que objetiva o acesso contínuo e ilimitado às suas categorizações. Destaco novamente a fala do usuário que afirmou que ouvir sertanejo numa playlist “Feliz” não significa que ele vá ficar feliz, já que ele não possuía identificação com o gênero preponderante da coletânea.

Por fim, concluo este trabalho com a certeza de que a discussão aqui iniciada foi um pontapé para as minhas reflexões acerca dos desdobramentos das tecnologias digitais e da economia de dados sobre a cultura Pop e sobre os modos de engajamento musical. Algumas inquietações foram respondidas, mas outras surgiram nesse processo de descobertas. E acredito que a partir de agora este trabalho servirá de arcabouço para me

aprofundar em projetos futuros que direcionem o olhar para as relações de poder envolvendo gênero e raça que os sistemas algorítmicos reforçam em redes de produção e compartilhamento musical. Assim como espero que este estudo contribua com outras pesquisas e inquietações.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AHMED, Sara. **The Cultural Politics of Emotion**. New York: Routledge, 2004.

ALBERTO, Thiago P. **But don't forget the songs that saved your life: The Smiths, YouTube e a nostalgia no pop contemporâneo** [tese]. Niterói: Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2021.

AMARAL, Adriana. Plataformas de música online: práticas de comunicação e consumo através dos perfis. **Contracampo** (UFF), v. 20, p. 147-170, 2009.

\_\_\_\_\_; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 41, n. 1, p. 63-79, 2018.

\_\_\_\_\_.; AQUINO, M. C. Práticas de folksonomia e social tagging no Last.fm. In: **Anais do Simpósio Brasileiro de Fatores Humanos em Sistemas Computacionais**. Porto Alegre, 2008. Anais Eletrônicos. Disponível em: <http://bit.ly/Folk2008> Acesso em 19.ago.2019.

\_\_\_\_\_.; Eu etiqueto e recomendo: Práticas de folksonomia dos usuários no Last.fm. **Líbero** (FACASPER), v. 24, p. 117-129, 2009.

BAYM, N., LEDBETTER, A. Tunes that bind? Predicting Friendship Strength in a Music-Based Social Network. In: **Anais da Aoir 9 - Internet Research 9.0**, Copenhagen, Denmark, 2008.

BLACKING, John. **How musical is man?** Seattle: University of Washington Press, 6 ed., 2000.

\_\_\_\_\_. Música, experiência e cultura. **Revista Cadernos de Campo** (USP), São Paulo, v.16, p. 201-218, 2007.

BORN, Georgina. Afterword: Music policy, aesthetic and social difference. In: Frith, S.; Bennett, T.; Grossberg, L.; Shepherd J.; Turner, G. (orgs.). **Rock and Popular Music: Politics, Policies, Institutions**. London: Routledge, 2003, pp. 266–293.

\_\_\_\_\_. **Music, sound and space: transformations of public and private space**. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: critério social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2007.

BOYD, Danah.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n.1, article 11, 2007.

BRUNO, Fernanda. Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede. **Revista FAMECOS** (Online), v. 19, p. 681, 2012.

BUCHER, Taina. **If... then**: Algorithmic power and politics. Oxford: Oxford University Press, 2018.

CALLON, Michael; LAW, John. After the individual in society: lessons on collectivity from science, technology and society. **Canadian Journal of Sociology**, Spring, v22, i2, p165-82, 1997.

CAMPOS, S. **Mudanças no equilíbrio de poder**: O Caso Napster. Monografia apresentada à Escola de Comunicação UFRJ para obtenção do grau de bacharel em jornalismo, 2004. Disponível em: <http://bit.ly/SCNap04>. Acesso em 26.06.2019.

CARRERA, Fernanda. Racismo e sexismo em bancos de imagens digitais: análise de resultados de busca e atribuição de relevância na dimensão financeira/profissional. In: SILVA, T. (org.). **Comunidades, algoritmos e ativismos digitais**: Olhares afrodiaspóricos. São Paulo: LiteraRUA, 2020.

CASTRO, Gisela. O caso Napster ou de como um dropout deu a volta por cima e abalou. **Logos: Comunicação e Universidade**. Rio de Janeiro: UERJ, v. 8, n. 2, 2001.

\_\_\_\_\_. Podcasting e consumo cultural. In: **E-Compós**, p. 1-18, dez. 2005.

\_\_\_\_\_. Não é propriamente um crime: Considerações sobre pirataria e consumo de mídia digital. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 4, n. 10, p. 73-87, jul. 2007.

CHENEY-LIPPOLD, John. **We are Data**: Algorithms and the making of our digital selves. New York: New York University Press, 2017.

CONNEL, John; GIBSON, Chris. **Sound tracks**: Popular music, identity and place. London: Routledge, 2003.

COULDRY, Nick.; HEPP, Andreas. **The mediated construction of reality**. Cambridge, UK: Polity Press, 2017.

\_\_\_\_\_.; MEJIAS, Ulisses. Data colonialism: rethinking big data's relation to the contemporary subject. **Television and New Media**, julho.2018.

D'ANDRÉA, Carlos. PARA ALÉM DOS “DADOS COLETADOS”:  
políticas das APIs e mediações algorítmicas nas plataformas de mídia social. In: ANAIS DO 29º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2020, Campo Grande. **Anais eletrônicos**. Campinas, Galoá, 2020. Disponível em; <https://bit.ly/dandrea2020>. Acesso em 30.jul.21.

DELEUZE, Giles.; GUATTARI, Felix. **Mil platôs**. Capitalismo e esquizofrenia. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

DENORA, Tia. **Music in Everyday Life**. 1ª ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

\_\_\_\_\_. **After Adorno: Rethinking music sociology.** Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

DE MARCHI, Leonardo. **A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009: Dos discos físicos ao comércio digital de música.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016.

\_\_\_\_\_. Por uma mudança de hábitos: empresas eletrônicas de música e as transformações nas práticas de consumo de música nas redes digitais. In: **Congresso Internacional em Comunicação e Consumo - Comunicom**, São Paulo, 2013.

\_\_\_\_\_. Como os algoritmos do YouTube calculam valor? Uma análise da produção de valor para vídeos digitais de música através da lógica social de derivativo. **Revista Matrizes (USP)**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 193-215, maio a gosto de 2018.

DREW, Rob. Mixed Blessings: The commercial mix and the future of music aggregation. **Popular Music and Society**, v. 28, n. 4, p. 533–551, 2005.

DUARTE, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar** - Editora UFPR, Curitiba, n. 24, p. 213-225, 2004.

ERIKSSON, Maria.; JOHANSSON, Ann. Tracking gendered streams. **Culture Unbound**, v.9, n.2, p. 163–183, 2017.

\_\_\_\_\_ et alli. **Spotify Teardow: inside the black music of streaming music.** Cambridge (Massachusetts): MIT Press, 2019.

FABBRI, Franco. **Genre theories and their applications in the historical and analytical study of popular music: a commentary on my publications.** 2012. Doctoral Thesis - University of Huddersfield (UK).

FERNANDES, Cíntia., TROTTA, Felipe.; HERSCHMANN, Micael. Não pode tocar aqui!? Territorialidades sônico-musicais cariocas produzindo tensões e aproximações envolvendo diferentes segmentos sociais In: **Revista E-Compós.** Brasília, vol. 18, n. 2, 2015.

FISKE, John. The Cultural Economy of Fandom. In: Lewis, Lisa (org) **The Adoring Audience.** Fan Culture and Popular Media. UK: Routledge, 1992.

FREELON, Deen. Computational Research in the Post-API Age. **Political Communication**, v. 35, n. 4, p. 665–668, 2018.

FREIRE, Ariana Moscote. **Tuning into you: personalized audio streaming services and their remediation of radio.** Dissertação (Master of Arts inem Arts and Communication Studies)–McGill University, Montreal, 2007.

FRITH, Simon. **Performing Rites**: on the value of popular music. Cambridge/ Massachusetts: Harvard University Press, 1996.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002

GILLESPIE, Tarleton. The politics of 'platforms'. **New media & society**, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010.

\_\_\_\_\_. **Custodians of the internet**. Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. New Haven: Yale University Press, 2018.

GOFFMAN, Ervin. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2009.

GROHMANN, Rafael. Financeirização, midiaticização e dataficação como sínteses sociais. **InMediaciones de la Comunicación**, v. 14, p. 97-117, 2019.

\_\_\_\_\_. A Comunicação na Circulação do Capital em Contexto de Plataformização. **LIINC EM REVISTA**, v. 16, p. 1-15, 2020.

GROSSBERG, Laurence. Another boring day in paradise: rock and roll and the empowerment of everyday life. **Popular Music**, v. 4, p. 225-58, 1984.

\_\_\_\_\_. **Cultural Studies in the future tense**. Durham: Duke University Press, 2010.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de presença**. O que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed. PUC-Rio, 2010.

HENNION, Antoine. Music Lovers. Taste as performance. **Theory, Culture, Society**, v.5, n.18, p.1-22, 2001.

\_\_\_\_\_. Pragmática do gosto. **Desigualdade & Diversidade—Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio**, v. 8, p. 253-277, 2011.

HERSCHMANN, Micael. Das cenas e circuitos às territorialidades (Sônico-Musicais). **Logos: Comunicação e Universidade**, PPGCOM UERJ, v.25, n.01, p. 124-137, 2018.

HOLT, Fabian. Genre Formation in Popular Music. **Musik & Forskning**, v. 28, p. 77-96, 2003

HUYGEN, Annelies. et alli **Ups and downs**: Economic and cultural effects of file sharing on music, films and games. Amsterdam: TNO, 2009.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua** (PNAD). Rio de Janeiro, 2020. Arquivo Eletrônico. Disponível em: <https://bit.ly/IBGE-PNAD2018>. Acesso em 14.jul.20

IFPI. **Global Music Report 2016**. Londres, 2016. Arquivo eletrônico. Disponível em: <http://bit.ly/GMReport2016>. Acesso em 01.ago.20

JANOTTI JR., Jeder. À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva. **Revista Eco-Pós**. Rio de Janeiro. Pós-Graduação em Comunicação e Cultura. UFRJ. v.6, n.2, p. 31-46, 2003.

\_\_\_\_\_. Cultura Pop: entre o popular e a distinção. In: PEREIRA DE SÁ, S.; CARREIRO, R.; FERRARAZ, R. (orgs). **Cultura Pop**. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 45-56.

\_\_\_\_\_. **Gêneros musicais em ambientações digitais**. Belo Horizonte, MG: PPGCOM/UFMG, 2020.

\_\_\_\_\_.; CARDOSO FILHO, Jorge. A música popular massiva, o mainstream e o underground: trajetórias e caminhos da música na cultura midiática. In: XXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2006, Brasília. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <http://bit.ly/JJrC2006>. Acesso em 09.jan.2020.

\_\_\_\_\_.; PEREIRA DE SÁ, Simone. Revisitando a noção de gênero musical em tempos de cultura musical digital. In: XXVII Encontro Anual da Compós, 2018, Belo Horizonte – MG. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <http://bit.ly/CP18JJr> Acesso em: 24.07.2018.

\_\_\_\_\_.; PILZ, Jonas; ALBERTO, Thiago P. Ethos roqueiro, rasuras e conflitos políticos na turnê de Roger Waters no Brasil. **Matrizes** (ONLINE), v. 14, p. 195-215, 2020.

JENKINS, Henry.; GREEN, Joshua.; FORD, Sam. **Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Editora Aleph, 2015.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Cultura da portabilidade. Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. **Observatorio (OBS\*) Journal**, v. 8, p. 223-238, 2009.

\_\_\_\_\_. Da cultura da portabilidade à cultura do acesso: a reordenação do mercado de mídia sonora. In: DE LOPES, Maria I. Vassalo; ROMANCINI, Richard (org.). **XIV Congresso Ibero-Americano de Comunicação**, 2015, p. 6065-6073. Anais eletrônicos. Disponível em <https://bit.ly/2DAP9tq> Acesso em: 25.07.2018.

LADEIRA, J. M. **Troca de arquivos Par-a-Par: Napster, Gnutella e o desenvolvimento de tecnologias de comunicação na internet**. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF, 2003.

LAHIRE, Bruno. Indivíduo e mistura de gêneros: Dissonâncias culturais e distinção de si. **Dados - Revista de Ciências Sociais** (UERJ), Rio de Janeiro, v. 50, n. 4, p. 795-825, 2007.

LATOUR, Bruno. Where are the missing masses? A sociology of a few mundane artefacts. In: BIJKER, W.E. and LAW, J (orgs) **Shaping Technology/Building Society: studies in Sociotechnical Change**, pp 225-258, Cambridge, MA: MIT Press, 1991.

\_\_\_\_\_. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: EDUFBA-EDUSC, 2012.

LEMONS, André. A comunicação das coisas. Internet das coisas e Teoria Ator-Rede. Etiquetas de radiofrequência em uniformes escolares na Bahia. **SimSocial**, Salvador, 2012. Arquivo eletrônico. Disponível em: <https://bit.ly/Lemos2012>. Acesso em 23.jul.2021.

MALAR, J. P. Pesquisa mostra estilos de playlists mais criadas durante quarentena; confira. **Estadão**, 2020. Arquivo eletrônico. Disponível em: [https://bit.ly/Estadao\\_Spotify](https://bit.ly/Estadao_Spotify). Acesso em 09.jun.2020.

MANOVICH, Lev. **Software takes command**. New York: Bloomsbury, 2013.

MARCONI, Marina; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTEL, Frederic. **Mainstream**: a guerra global das mídias e das culturas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013

MARWICK, Alice.; BOYD, Danah. To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. **Convergence**, v. 17, n. 2, p. 139-158, 2011.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 1973.

MIDDLETON, Richard. **Studying Popular Music**. Milton Keynes & Philadelphia: Open University Press, 1990.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**: Estudos antropológicos sobre cultura material. RJ: Zahar, 2013.

MOREIRA, Sonia. Rádio@Internet. In: DEL BIANCO, N., MOREIRA, S. (orgs.). **Rádio no Brasil**: tendências e perspectivas. Rio de Janeiro e Brasília: EdUERJ/UnB, 1999.

NEGUS, Keith.; PICKERING, Michael. **Creativity, Communication and Cultural Value**. London: Routledge, 2004.

NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of oppression**: How search engines reinforce racism. New York: New York University Press, 2018.

O'CONNOR, R. Jay Z takes his music off Spotify. **The Independent**, 2017. Arquivo eletrônico. Disponível em: <https://bit.ly/Jay-ZOffSpotify>. Acesso em 13.ago.2020.

OLIVEIRA, Luciana. - **A cena musical da Black Rio**: estilos e mediações nos bailes soul dos anos 1970. Salvador: EDUFBA, 2018.

PAPACHARISSI, Zizi. **Affective publics: Sentiment, technology, and politics**. Oxford: Oxford University Press, 2015.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Explorações em torno da noção de materialidade da comunicação. **Contracampo** (UFF), Niterói - Rio de Janeiro, v. 10/11, p. 30-45, 2004.

\_\_\_\_\_. Se você gosta de Madonna também vai gostar de Britney! Ou não?! Gêneros, gosto e disputas simbólicas nos sistemas de recomendação musical. **E-Compós**, Brasília, v. 12, p. 1-18, 2009.

\_\_\_\_\_. Contribuições da Teoria Ator-Rede para a ecologia midiática da música. **Contemporânea** (UFBA), Salvador, v. 12, n. 3, p. 537-555, set./dez. 2014.

\_\_\_\_\_. Somos todos fãs e haters? Cultura pop, afetos e performance de gosto nos sites de redes Sociais. **Revista Eco Pós** (Online), v. 19, n. 3, p. 50-67, 2016.

\_\_\_\_\_. Música pop-periférica brasileira: videoclipes, performances e tretas na cultura digital. 1ª ed. Curitiba: Appris, 2021.

\_\_\_\_\_.; CUNHA, Simone Evangelista. Controvérsias do funk no YouTube: o caso do “Passinho do Volante”. **Revista Eco-Pós** (Online), v. 17, p. 1-14, 2014.

\_\_\_\_\_.; BITTENCOURT, Luiza. Espaços urbanos e plateias virtuais: o You Tube e as transmissões de espetáculos ao vivo. **Logos** (UERJ), Rio de Janeiro, v. 1, p. 1-14, 2014.

\_\_\_\_\_.; POLIVANOV, Beatriz B. Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais. **Contemporânea** (UFBA), Salvador, v. 10, n. 3, p. 574-596, set./dez., 2012.

\_\_\_\_\_. DJ Jesus Luz?! Controvérsias, capital subcultural e performance de gosto em uma cena de música eletrônica. **Famecos**, v. 23, p. 1-18, 2016.

PRÓ-MÚSICA BRASIL. **Mercado Brasileiro de Música em 2005**. Rio de Janeiro: 2006. Disponível em: <https://bit.ly/ABPD2005>. Acesso em 18.ago.2019

\_\_\_\_\_. **Mercado Brasileiro de Música em 2006**. Rio de Janeiro: 2007. Disponível em: <https://bit.ly/ABPD2006>. Acesso em 18.ago.2019

\_\_\_\_\_. **Mercado Brasileiro de Música em 2008**. Rio de Janeiro: 2009. Disponível em: <https://bit.ly/ABPD2008>. Acesso em 10.ago.2019

\_\_\_\_\_. **Mercado Brasileiro de Música em 2018**. Rio de Janeiro: 2019. Disponível em: <https://bit.ly/ABPD2018>. Acesso em 10.ago.2019

- ROSA, Bruno. À espera do 4G, usuário enfrenta dificuldades com 3G no Brasil. **O Globo**, 2012. Disponível em: <https://bit.ly/3GOGlobo>. Acesso em 12.jul.20
- RECUERO, Rachel. Redes Sociais no Ciberespaço: Uma proposta de Estudo. In: XXVIII INTERCOM - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. **Anais da XXVIII INTERCOM**, 2005.
- RIVERA, Angel Quintero. **Salsa, sabor y control**. Mexico/Espanha: Siglo XXI, 2005.
- SADOWSKI, Jathan. When data is capital: Datafication, accumulation, and extraction. **Big Data & Society**, jan-jun 2019, p. 1-12. 2019.
- SANTINI, Rose Marie. **O algoritmo do gosto: os sistemas de recomendação on-line e seus impactos no mercado cultural**. 1ª ed., vol. 1. Curitiba: Appris, 2020.
- SANTOS, M. Jay-Z, dono do serviço de streaming de música Tidal, está de volta ao Spotify. **Tribuna Online**. Arquivo eletrônico. Disponível em: <http://bit.ly/Jay-ZTribuna>. Acesso em 13.ago.20.
- SANTOS, Melina et alli. Heavy Metal X Funk: disputas de gênero na cultura pop a partir do canal Mamilos Molengas. In: PEREIRA DE SÁ, S.; CARREIRO, R.; FERRARAZ, R. (orgs). **Cultura Pop**. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 131-149.
- SILVEIRA, Fabrício. Além da atribuição de sentido. **Verso e Reverso**, vol. XXIV, n. 57, setembro-dezembro 2010
- SLOBODA, John; O'NEILL, Suzan. Emotions in everyday listening to music. In: JUSLIN, P.; SLOBODA, J. (orgs.). **Music and Emotion: Theory and Research**. Oxford: Oxford University Press, 2001.
- SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. In: PEREIRA DE SÁ, S.; CARREIRO, R.; FERRARAZ, R. (orgs). **Cultura Pop**. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 19-34.
- \_\_\_\_\_. **Ninguém é perfeito e a vida é assim**. A música brega em Pernambuco. Recife: Carlos Gomes de Oliveira Filho, 2017.
- SODRÉ, Muniz. **A Ciência do comum: notas sobre o método comunicacional**. 1ª ed. Petrópolis: Vozes, 2014.
- SOILO, Andressa. Napster e o legado (legalizado) da “pirataria”. **Manual do Usuário**, 2019. Arquivo eletrônico. Disponível em: <https://bit.ly/ManualUsuário>. Acesso em: 05.ago.2020.
- SPOTIFY. **First Quarter 2020 Financial Performance**. Luxemburgo: 2020. Arquivo eletrônico. Disponível em: <https://bit.ly/Spotify20Q1>. Acesso em 09.jun.2020.

- SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. London: Polity, 2017.
- STRAW, Will. Systems of Articulation, Logics of change: Scenes and Communities in Popular Music. **Cultural Studies**, v. 5, n. 3, p. 361-375, out. 1991
- \_\_\_\_\_. Cenas Culturais e as Consequências Imprevistas das Políticas Públicas. In: JANOTTI, JR., J; PEREIRA DE SÁ, S. **Cenas Musicais**. 1. ed. Guararema: Anadarco, 2013. v. 1. 165p.
- TAYLOR, Linnet. What is data justice? The case for connecting digital rights and freedoms globally. **Big Data & Society**, v. 4, n. 2, p. 1-14, 2017.
- TROTTA, Felipe C. O forró eletrônico no Nordeste: um estudo de caso. **In Texto** (UFRGS. Online), v. 1, p. 102-116, 2009.
- \_\_\_\_\_. **O samba e suas fronteiras**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2011.
- \_\_\_\_\_. **Annoying Music in Everyday Life**. 1. ed, v. 1. Nova York, Londres: Bloomsbury, 2020.
- VAN DIJCK, José. Record and Hold: Popular Music between personal and collective memory. **Critical Studies in Media Communication**, v. 23, n. 5, p. 357-374, dez-2006.
- \_\_\_\_\_. **The Culture of Connectivity: a critical history of social media**. New York: Oxford Press, 2013.
- \_\_\_\_\_., POELL, Thomas.; DE WAAL, Martijin. **The platform society**. New York: Oxford, 2018.
- VENTURINI, Tommaso. Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. 258-273. **Public Understandings of Science** 19(3): 258-273. 2010
- WERNER, Ann. Organizing music, organizing gender: algorithmic culture and Spotify recommendations, **Popular Communication**, v. 18, n. 1, p. 1-13, 2020.
- WILLIAMS, Raymond. **Televisão**. Tecnologia e forma cultural. Belo Horizonte: Boitempo/Editora PUC-Minas, 2016.
- WITKIN, Robert. **Art and Social Structure**. Cambridge: Polity, 1995.

