

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
INSTITUTO DE ARTES  
DEPARTAMENTO DE MÚSICA

Bernardo Oliveira Scarton

**Da *mixtape* à *playlist*:  
considerações sobre discos, *streaming*, e sua influência na escuta musical  
contemporânea**

Porto Alegre

2019

### CIP - Catalogação na Publicação

Scarton, Bernardo Oliveira

Da mixtape à playlist: considerações sobre discos, streaming, e sua influência na escuta musical contemporânea / Bernardo Oliveira Scarton. -- 2019. 40 f.

Orientadora: Luciana Prass.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Artes, Curso de Música: Música Popular, Porto Alegre, BR-RS, 2019.

1. música popular. 2. streaming. 3. netnografia. 4. etnografia. I. Prass, Luciana, orient. II. Título.

Bernardo Oliveira Scarton

**Da *mixtape* à *playlist*:  
considerações sobre discos, *streaming*, e sua influência na escuta musical  
contemporânea**

Projeto de Graduação em Música Popular apresentada ao Departamento de Música do Instituto de Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Música.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Prass

Porto Alegre

2019

À minha mãe e meu pai.

## AGRADECIMENTOS

A realização desse trabalho não seria possível sem a colaboração de todos e todas que compartilharam conhecimentos comigo desde o começo da minha caminhada musical. É impossível redigir um texto sem experiências e, graças às pessoas incríveis que encontrei, as minhas foram extremamente valiosas.

Às pessoas que entrevistei: Lisiane Assis Brasil, Leandro Pogli Ciocari e Fabricio Gambogi, que me proporcionaram momentos de reflexão, conhecimento e também diversão. É sempre divertido conversar sobre música.

Aos meus colegas de banda Hamilton Felix e Filipe Siak e às pessoas que trabalharam e trabalham comigo, que me ajudam, constantemente, a formar minha bagagem musical.

À Isabel Nogueira e Julio Herrlein, professorxs, compositorxs e artistas determinantes nos rumos deste trabalho, que me forneceram importantes direcionamentos.

Aos professores Celso Loureiro Chaves e Fernando Mattos, que me ajudaram a desenvolver e entender a importância de uma escuta atenta.

À professora Ana Fridman e ao professor Jean Presser, por me apresentarem novas perspectivas e mostrarem o aprendizado da música através da amizade e descontração.

Um agradecimento especial à minha professora orientadora Luciana Prass, que me passa informações e direcionamentos desde o meu primeiro dia do curso de Música Popular, e continua comigo agora no final.

## RESUMO

O presente projeto de graduação teve como objetivo desenvolver uma etnografia virtual com usuários de serviços de *streaming*, buscando uma compreensão mais profunda sobre os rumos adotados pelo mercado fonográfico e a influência que essa nova forma de consumo tem sobre o gosto e os usos musicais de seus usuários. Além disso, o trabalho discute o posicionamento do(a) artista e compositor(a) contemporâneo acerca de sua carreira e os possíveis caminhos para a distribuição de fonogramas no mercado musical a partir de um estudo de caso. A pesquisa se valeu de informações construídas a partir do método etnográfico e da etnografia virtual, através de entrevistas (presenciais e à distância) realizadas em 2019 com uma amostra de usuários e criadores de *playlists*, observação participante do campo sendo ele entendido como os ambientes de interação da internet, elaboração de diários de campo da pesquisa sobre e através do aplicativo *Spotify*, que possui grande expressividade no mercado da música por *streaming*.

Palavras-chave: música popular, *streaming*, netnografia, etnografia

**LISTA DE IMAGENS**

Imagem 1 – Chamada pública para envio das playlists.....	14
Imagem 2 – Playlist “Blues, Rock and more” .....	15
Imagem 3 – Playlist “partiu estradinha” .....	16
Imagem 4 – Playlist “PRA FAZER CAFUNÉ” .....	17
Imagem 5 – Playlist “Lisi_1.0” .....	18

## Sumário

### Introdução

Um pouco depois da *mixtape*.....8

### Capítulo 1 - Metodologia

1.1. A etnografia e a netnografia.....11

1.2. Desenvolvimento da proposta e material coletado.....13

1.3. Os encontros e conversas no campo.....18

### Capítulo 2 - Formas de escuta

2.1. Uma breve história do disco.....20

2.2. O disco como um discurso complexo.....24

2.3. Vivendo a pluralidade na privacidade.....26

2.4. A experiência do *streaming*.....28

### Capítulo 3 - O artista no mercado do *streaming*

3.1. “O CD morreu, mesmo?”.....34

3.2. A era dos centavos.....35

**Considerações finais**.....38

**Referências**.....40

## Introdução

### Um pouco depois da *mixtape*

Nasci na primeira metade dos anos 90 e, desde que consigo lembrar, me interessei por música. Até a minha adolescência, tive várias fases de gêneros musicais preferidos, passando por *pop*, *reggae*, *pagode* e *rock*. No início de 2008, a partir do jogo *Guitar Hero II*, de *Playstation 2*, comecei a me interessar pela guitarra e pelo *rock'n'roll*, mais especificamente pelo *hard rock* dos anos 80, muito bem representado pela figura do Slash<sup>1</sup> e do Guns'N'Roses<sup>2</sup>. Logo, o *rock* começou a se tornar predominante no meu consumo musical.

De início, me considerava solitário em relação à música. No meu círculo social (em sua maioria, jovens de 13 anos de classe média alta de uma escola particular) havia somente alguns poucos amigos que tocavam instrumentos e gostavam dos mesmos grupos que eu. Por conta da influência do círculo do colégio, também ouvia a música que estava em alta naquela época: bandas com temáticas adolescentes como Forfun<sup>3</sup>, Charlie Brown Jr.<sup>4</sup> e Strike<sup>5</sup>, e também artistas de grandes gravadoras nacionais e estrangeiras. Entre 2008 e 2010, o *download* de músicas individuais em .mp3 tinha grande expressividade na forma de consumo das pessoas, através de programas como *Kazaa* e *Limewire*<sup>6</sup>. Tais programas baixavam as músicas diretamente de arquivos da *internet*, sem o pagamento de direitos autorais ao artista e muitas vezes infectados com vírus.

Desde que comecei a tocar, sempre fiz aula de instrumento. Fazia aulas particulares de guitarra com o professor a domicílio, nas quais aprendia músicas de acordo com o meu gosto e com o auxílio de músicas baixadas no meu computador ou através do *YouTube*. Cheguei também a conhecer a *last.fm*, uma rede social exclusivamente voltada à música. Cada vez mais, minha atenção se voltava para bandas do passado e minha escuta ia percorrendo o caminho inverso da história. De 2010 em diante, fui desenvolvendo minha técnica na guitarra e ouvindo música cada vez mais antiga até que, em meados de 2011, cheguei no gênero musical que hoje considero o principal de minha carreira musical até o momento: o *blues*.

---

<sup>1</sup> Guitarrista e compositor britânico.

<sup>2</sup> Banda de *hard rock* estadunidense formada em 1985, em atividade até hoje.

<sup>3</sup> Banda de rock, formada em 2001 no Rio de Janeiro (RJ).

<sup>4</sup> Banda de rock, formada em 1992 em Santos (SP).

<sup>5</sup> Banda de rock, formada em 2003 na cidade de Juiz de Fora (MG).

<sup>6</sup> Softwares de *download* e compartilhamento de música através de redes P2P, muito populares na primeira década do séc. XXI.

Comecei a escutar o blues através de guitarristas brancos de *rock*, como Eric Clapton<sup>7</sup>, Jimmy Page<sup>8</sup> e David Gilmour<sup>9</sup>. Principalmente via *YouTube*, assistia a vídeos e conhecia artistas por uma ótica de um jovem brasileiro branco e de classe média alta, com pouca noção de contextos sociais e sem nenhuma problematização acerca delas. Por conta de pequenas experiências prévias em bandas de *rock*, comecei a pesquisar artistas locais de *blues* e, por volta de 2012, ingressei na UFRGS no curso de Engenharia Civil e comecei a frequentar eventos esporádicos deste gênero musical.

Em 2013, resolvi formar uma banda de *blues* no estilo “*power trio*”<sup>10</sup>, referenciado principalmente pelo Cream<sup>11</sup> e pelo The Jimi Hendrix Experience<sup>12</sup>. Encontrei, na rede social *Facebook*, um baixista que topou o projeto e aproveitei o baterista de uma antiga banda minha para formar o Blues da Casa Torta<sup>13</sup>, projeto que é uma das minhas ocupações principais até hoje.

A partir de 2011, comecei progressivamente a abandonar o *download* de músicas individuais por *softwares* e comecei a baixar álbuns diretamente da internet, através de blogs e sites de músicas. Desde 2006 eu consumia música em aparelhos do tipo *Ipod*, e frequentemente compilava faixas de diferentes álbuns e décadas em uma grande *playlist*.

Com a crescente demanda por shows, o Blues da Casa Torta e a ocupação de músico se tornaram cada vez mais centrais no meu dia-a-dia até que, no final de 2014, resolvi largar a Engenharia Civil e aplicar para o Bacharelado em Música Popular da UFRGS, onde entrei no início de 2016. Meses depois, a Casa Torta lançou o primeiro trabalho de estúdio: um EP de 4 músicas, chamado "Desventuras".

Os serviços de *streaming* cruzaram a minha trajetória em 2016, através do *Spotify*. Nele, continuei com a minha busca por artistas e discos ainda desconhecidos por mim, e o acessava diariamente. Ao final de 2017, o Blues da Casa Torta lançou o disco "O Tempo", de dez faixas, e disponibilizamos todo o nosso trabalho nas redes sociais e nos serviços de *streaming*. Em 2018, a banda realizou uma turnê de 15 dias pelo norte do Brasil, passando por Manaus (AM), Boa Vista (RR) e Tepequém (RR).

---

<sup>7</sup> Guitarrista, cantor e compositor britânico de blues e rock.

<sup>8</sup> Guitarrista, compositor e produtor britânico de rock, famoso por ter integrado a banda Led Zeppelin.

<sup>9</sup> Multi-instrumentista, cantor e compositor britânico de rock, famoso por ter integrado a banda Pink Floyd.

<sup>10</sup> Termo empregado, geralmente, ao formato de banda de *rock'n'roll* que consiste em: guitarra, baixo e bateria, sendo os vocais feitos por um(a) ou mais integrantes.

<sup>11</sup> Grupo inglês de rock no formato *power trio*, que teve atividade entre 1966 e 1968, com um breve reencontro em 2005.

<sup>12</sup> *Power trio* britânico-estadunidense de rock psicodélico ativo entre 1966 – 1970.

<sup>13</sup> Banda portoalegrense formada no ano de 2013.

Por ser uma banda independente, todo o trabalho musical e administrativo do Blues da Casa Torta é realizado por seus integrantes, e isso significa verificar os dados e analíticos (estatísticas relacionadas ao número e localização de ouvintes e reproduções das faixas individuais) de todas as plataformas nas quais o grupo tem o trabalho disponível. Em março de 2019, ano de conclusão de minha graduação em Música Popular, eu estava olhando o nosso *Spotify* e constatei que uma ou duas músicas nossas estavam numa *playlist* de uma jovem de Boa Vista/RR. Junto conosco, nessa *playlist*, havia diversos outros artistas, de diferentes gêneros e épocas: *hits* do pagode dos anos 2000 dividiam o espaço virtual com bandas famosas de *rock* dos anos 70, além de outros exemplos das múltiplas estéticas musicais da música popular brasileira. Achei interessante o fato de um repositório virtual conter tanta informação diferente e com tanta dinamicidade e instantaneidade. Comentei tal acontecimento em uma reunião com minha orientadora nesse projeto, a professora Luciana Prass, que achou interessante e sugeriu uma investigação mais profunda do tema, que acabou virando esse projeto.

Com esse intuito, esse projeto de graduação buscou desenvolver uma etnografia virtual com usuários de aplicativos de *streaming*, com o propósito de entender mais profundamente a influência que essa modalidade de consumo tem sobre a construção da identidade musical de seus ouvintes e sua relação com os artistas e com o mercado fonográfico. No capítulo 1, explico a metodologia utilizada e discorro sobre a proposta, o material coletado e as conversas no campo. No capítulo 2, abordo a questão das formas de escuta, realizando um contraponto entre duas delas que elegi, a partir da interação com as pessoas que entrevistei, como as mais relevantes para esse trabalho: o disco e a *playlist*. Além disso, são investigados conceitos técnicos acerca da experiência e do funcionamento de aplicativos de *streaming*, tomando um deles como exemplo para então, no terceiro capítulo, discorrer sobre o posicionamento do artista no mercado fonográfico e sua relação com as novas modalidades de consumo de música. Por fim, nas considerações finais, elaboro reflexões acerca da motivação e das experiências e conhecimentos que a realização desse trabalho me rendeu.

## Capítulo 1 - Metodologia

### 1.1. A etnografia e a netnografia

A etnografia é um método de pesquisa qualitativa no qual o pesquisador é imerso no grupo cultural estudado. Através da observação participante, direta e crítica, são coletadas informações a respeito da concepção de mundo daquele grupo, as quais são exploradas com profundidade a fim de realizar uma reconstrução do cenário cultural em questão na forma de escrita acadêmica. O diário de campo do pesquisador é fundamental para ajudar a compreender as práticas culturais do grupo estudado, a partir dos dados construídos em campo. Para Goetz e Lecompte (1988 apud Montardo e Passerino, 2006) “uma etnografia é uma reconstrução analítica de cenários e grupos culturais que traz as crenças, práticas, artefatos e conhecimentos compartilhados pela cultura que está sendo estudada”.

O método etnográfico, desenvolvido ao longo do século XX, requer a presença e o contato físico do pesquisador com o grupo estudado. Entretanto, a partir da década de 1990, com o surgimento da internet, dos espaços virtuais e da cibercultura, foi criado um novo e rico campo para a pesquisa antropológica, repleto de interações potenciais com múltiplos grupos sociais. Portanto, para estudar um grupo ou fenômeno social em um espaço virtual, não é possível simplesmente optar pelo método etnográfico tradicional, sendo necessário adaptá-lo.

Fato inerente a esse interesse crescente é que a Internet significa um contexto cultural e um artefato cultural ao mesmo tempo (HINE, 2000). No mesmo sentido, Schneider e Foot (2005) complementam que a web pode ser vista como um cenário de estruturas que suportam a ação on-line, comportando uma miríade de dimensões sociais, culturais e políticas (Montardo e Passerino, 2006, p. 5).

A netnografia (etnografia virtual), portanto, surgiu como uma forma de releitura da etnografia ajustada a espaços cibernéticos, que mantém o conceito de observação participante, do desenvolvimento de diários de campo, mas modifica etapas como a entrevista e a construção de dados, bem como a ideia de grupo cultural.

Em relação à coleta de dados, Kozinets (1997) destaca que há as notas de campo das experiências no ciberespaço que devem ser combinadas com os “artefatos” da cultura ou comunidade, como download de arquivos de postagens de newsgroups, (...) e trocas de e-mails, além de imagens, arquivos de áudio e de vídeo. (Montardo e Passerino, 2006, p.5-6).

Entre tantos trabalhos acadêmicos que vêm utilizando a etnografia virtual, o de Ferreira, 2011, é um deles. Em seu artigo "A música em cento e quarenta caracteres: dois

estudos de caso sobre relações musicais e *Twitter*" (Ferreira, 2011), no qual a autora expõe dois ensaios etnográficos na rede social *Twitter*, o uso do *print screen* como forma de documentação netnográfica foi amplamente utilizado para mostrar as informações e ações feitas na rede, tanto do pesquisador quanto do grupo estudado. Uma das discussões trazidas pelo material é a influência da cibercultura na escuta musical dos grupos sociais usuários de redes sociais.

[...] os perfis online em redes de relacionamento têm se mostrado eficientes e vigilantes no sentido de constituição de um banco de dados de consumo, de memória musical, de organização social em torno da música, de crítica musical e classificação de gêneros (Amaral, 2009, p.149 APUD Ferreira, 2011, p.110).

O fenômeno da globalização foi responsável por facilitar a comunicação e influência entre grupos sociais originalmente distintos, fazendo com que culturas estrangeiras penetrem mais fácil e rapidamente em outros territórios. Atualmente, com a facilidade de comunicação e democratização do acesso a diversos conteúdos através de tecnologias como a internet e as redes 3G e 4G<sup>14</sup>, não é difícil encontrarmos indivíduos culturalmente plurais, familiares à cultura local, nacional e estrangeira e muitas vezes mesclando-as em um mesmo discurso ou local de escuta, que pode ser compartilhado instantaneamente com um espaço virtual e/ou com outros indivíduos. Entretanto, o sentido e os conceitos de um material cultural podem ser modificados de acordo com o local em que adentram. Para Ferreira,

os estilos Pop e Rock são fundamentais para caracterizar o gosto musical do público desse microblog, mas o significado que estes gêneros têm na Venezuela, por exemplo, é diferente do significado adquirido no México. Ou seja, há uma apropriação ou reorganização da aquisição cultural, onde, a informação que é recebida, é modificada a partir da necessidade de "migração do significado" (Hannerz, 1997). Podemos constatar isso em uma breve análise do rock da banda Caramelos de Cianuro (Venezuela) e Café Tacuba (México). Enquanto a primeira se utiliza do rock para protestar questões sociais, a segunda aproxima este gênero a elementos da cultura folclórica mexicana, entretanto, as duas se denominam bandas de rock (Ferreira, 2011, p. 112).

Observando a escuta musical de usuários da rede social *Twitter*, a autora observou a presença em larga escala de gêneros musicais norteamericanos, possivelmente relacionado com a exportação de cultura e influência dos Estados Unidos como potência econômica e global. Além disso, trata o *rock'n'roll* britânico e norteamericano não só como um gênero musical, mas também como uma corrente de cultura que transpassa décadas e, em países como México, Brasil e Argentina, cita bandas influenciadas por essa corrente cultural. É

---

<sup>14</sup> Tecnologias celulares responsáveis por levar internet a aparelhos eletrônicos. Graças a elas, é possível uma troca de dados rápida e abrangente, por se tratar de uma rede móvel.

provável que, no consumo individual de parte da população dos países citados acima, haja uma mistura de bandas de rock chamadas "globais" e locais em um mesmo material musical.

A rede social da internet também influencia a música feita fora dela. A partir do consumo, usuários se utilizam de ambientes virtuais para também comentar e interagir, impulsionando conteúdos que aprovam ou repreendendo o que desaprovam.

## **1.2. Desenvolvimento da proposta e material coletado**

No início do mês de abril de 2019, comecei a formular a proposta do meu projeto de graduação: a influência das playlists do Spotify na escuta musical das pessoas. Pareceu interessante a mim e à minha orientadora Luciana Prass a variedade musical contida nas listas de reprodução que incluíam, em um mesmo local, músicas de diversos gêneros, épocas e países. Após uma reunião de orientação, ficou estabelecido que eu faria uma espécie de "chamada pública" para a coleta de *playlists*, ou seja, anunciaria a proposta em minhas redes sociais Instagram e Facebook e pediria para os usuários (muitos deles meus amigos e conhecidos) para que me enviassem suas listas.

No dia 16 de abril, realizei a chamada e obtive cerca de 49 links de *playlists* de 14 pessoas. Escrevi um agradecimento pessoal a cada uma delas, entrei nos links e salvei as *playlists*. Por conta da natureza da rede social, todas as pessoas que responderam eram conhecidas minhas, que trouxe a questão da necessidade de “estranhamento do familiar”, tão difundida na discussão sobre o método etnográfico, pois possivelmente a maioria ou a totalidade dos entrevistados a partir das *playlists* seriam pessoas do meu círculo social. Gilberto Velho aborda, em seu artigo “O desafio da proximidade”, de 2003, as problemáticas da relação entre o pesquisador e seu objeto na contemporaneidade.

[...] esses pesquisadores chegaram a diferentes grupos e a diferentes locais por intermédio de pessoas que faziam parte de suas relações mais ou menos íntimas. Não é essa a situação de um pesquisador que, em uma terra estranha, consegue se aproximar de informantes que poderão, com maior ou menor facilidade, promover novos encontros. O pesquisador brasileiro, geralmente em sua própria cidade, vale-se de sua rede de relações previamente existente e anterior à investigação (Velho, 2003, p. 12).



Imagem 1: Chamada pública para envio das *playlists*

Em uma primeira análise superficial das *playlists*, por volta de 7 de maio de 2019, constatei que uma considerável parte delas era homogênea no quesito gênero musical, ou seja, por mais que houvesse músicas de diferentes épocas, elas se restringiam a um tipo de música. Por exemplo, as *playlists* “ROCKALUCK”, “Blues, rock and more” e “Slide Guitar Masters”, continham basicamente artistas de blues e rock, mas de diferentes épocas. Penso que o fato de artistas de diferentes épocas comporem um mesmo material musical também abre precedentes para discussões, pois em um mesmo gênero musical há diversos estilos e formas diferentes de execução e composição que variam consideravelmente. É interessante pensar que estamos sob uma ótica temporal que nos induz a alguns pressupostos não tão corretos como, por exemplo, classificar em uma mesma estética musical artistas que viveram épocas e contextos muito diferentes. Vejamos o exemplo de Robert Johnson e Eric Clapton. É muito fácil, agora, colocar lado a lado um artista negro do Mississippi dos anos 1910 e um artista branco da Inglaterra dos anos 1960 como instrumentistas e expoentes do blues, mas há aí um intervalo de cinquenta anos e uma considerável distância entre seus períodos e locais de atuação, sendo que Robert Johnson nunca conheceu Eric Clapton e, provavelmente, nunca imaginou que ocuparia um mesmo “local” de escuta que ele. Esse fenômeno ocorre na *playlist* “Blues, rock and more”, onde Joe Bonamassa, guitarrista contemporâneo e ativo de blues rock, está logo

depois de Jimi Hendrix, guitarrista de blues e rock psicodélico dos anos 1960 que faleceu em 1970. Musicalmente, é possível considerar esses dois artistas semelhantes, tendo em vista suas escolhas estéticas em relação aos motivos melódicos (determinados fraseados de guitarra baseados em escalas pentatônicas maiores e menores, por exemplo, característicos do gênero *blues* e determinados subgêneros de *rock'n'roll*), arranjos musicais e timbres dos instrumentos. Portanto, o ouvinte “desavisado”, ou seja, que desconhece o contexto dos artistas em questão, pode ter uma concepção equivocada acerca da relação social que os permeia se tomar como base a lista de reprodução que os contém.

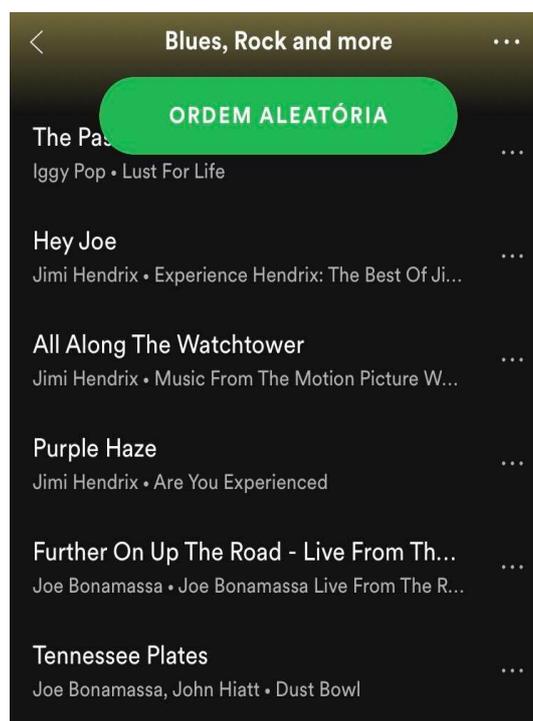


Imagem 2: *Playlist* “Blues, Rock and more”

No dia 21 de maio de 2019 ocorreu mais uma sessão de orientação. Ficou combinado que eu iria, durante a semana, me dedicar à análise mais profunda das *playlists* e à escrita dos diários de campo. Portanto, entre os dias 21 e 26 de maio daquele ano, comecei a olhar mais a fundo todas as listas de reprodução que me foram enviadas. Para isso, usei o aplicativo do Spotify no meu computador e comecei a ver, principalmente, os artistas e grupos que compunham cada uma delas. Antes de dissertar sobre os artistas, me parece interessante observar, primeiramente, os nomes dados às *playlists*, que geralmente expõem a temática/finalidade do material, muitas vezes com gírias, nomes de lugares ou pessoas,

sempre com uma denominação coloquial: "partiu estradinha", "a coisa mais neném", "Dia de sol", etc.



Imagem 3: *Playlist* “partiu estradinha”

Pelo que vi, a maior parte das listas de reprodução que têm maior variedade musical são as que não possuem exatamente uma temática musical. São, geralmente, voltadas a momentos, humores, pessoas e lugares. Um exemplo recorrente na minha biblioteca são *playlists* voltadas a viagens, principalmente estradas que, pela minha interpretação, são recheadas de músicas que dão a ideia de movimento, vida e até aventuras. Por isso, elas possuem uma boa quantidade de artistas do chamado "rock estradeiro" dos anos 60 e 70: Creedence Clearwater Revival, Steppenwolf (de "Born to Be Wild"), Rolling Stones. Entretanto, a música estradeira dos anos 1960 e 1970 se mistura com grupos como O Rappa e Ultramen, artistas nacionais e regionais e também com o rock mais moderno de Jane's Addiction e Cage the Elephant.

Outras listas de música muito comuns são as voltadas para momentos de relaxamento, como é o exemplo de duas delas: "PRA FAZER CAFUNÉ" e "playlist para manhãs". Na *playlist* das manhãs, artistas pop como Rihanna e Kendrick Lamar estão misturados com artistas do rap como Baco Exu do Blues. Não me parece, na verdade, uma grande heterogeneidade musical, pois o rap e o pop me parecem dois gêneros musicais que, embora

diferentes, possuem bastante afinidade, influência mútua e diálogo. É comum, por exemplo, músicas pop nacionais e internacionais contarem com participações de artistas de rap, podendo ser no refrão ou em outra seção da música, como em “Baby”, de Justin Bieber e Ludacris, e na música “Vai Malandra”, da artista pop Anitta com participação do rapper estadunidense Maejor. A playlist "pra fazer cafuné" se dedica quase inteiramente a artistas brasileiros, porém com muitas diferentes nuances e épocas. Chico Buarque divide o espaço com Duda Beat, artista em ascensão, enquanto Arlindo Cruz e Martinho da Vila contrastam com Nando Reis e Cássia Eller.



Imagem 4: *Playlist* “PRA FAZER CAFUNÉ”

As listas com temática pessoal (de cunho individual ou voltadas a pessoas específicas) também contam com grande variedade musical. Interpreto que isso é uma evidência de uma escuta cada vez mais heterogênea. Devido ao aumento exponencial de acesso à informação e de acesso à reprodução de música, me ocorre a hipótese de que as pessoas cada dia conhecem mais grupos e estéticas musicais diferentes e as vão consumindo e organizando não só baseadas em seu próprio gosto musical, mas também em momentos. Com a tecnologia possibilitando a reprodução de música virtualmente em qualquer lugar e ocasião, é cada vez mais provável o aumento dessa heterogeneidade. Por exemplo, a playlist "Lisi 1.0" se refere ao gosto pessoal de sua criadora. Nela, Marisa Monte e Belchior estão logo antes de Beyoncé

e Crosby, Stills, Nash & Young (grupo de rock sulista dos anos 60), seguidos de Grupo Revelação e Led Zeppelin mas precedidos por Astor Piazzolla. Penso que nas décadas do disco de vinil era provavelmente muito difícil essa diferença musical tão instantânea, por conta da informação disponível e também pela natureza da tecnologia reprodutora da mídia.



Imagem 5: *Playlist* “Lisi\_1.0”

### 1.3. Os encontros e conversas no campo

A partir dessas análises iniciais das playlists, comecei a organizar as ideias sobre as entrevistas. Quem seriam meus/minhas interlocutores(as)? Quais seriam as perguntas norteadoras? Como e quando seriam realizadas? Ciente de que os encontros pessoais e trocas de informações são fundamentais para a construção dos dados etnográficos que embasariam os conceitos desenvolvidos nesse projeto, planejei e realizei conversas com três pessoas de variados perfis. Novamente, pessoas que fazem parte, de uma forma ou de outra, do meu círculo social, e foram escolhidas por determinados motivos: uma *playlist*, uma escuta e uma perspectiva.

As comunicações pessoais foram idealizadas como entrevistas, com algumas perguntas planejadas, mas sem uma rigidez ou um roteiro que necessariamente fosse seguido. Procurei influenciar o mínimo possível o rumo da conversa, deixando o(a) entrevistado(a) livre para falar sobre o que achasse construtivo para o assunto. Basicamente, minha intenção

nas conversas era entender melhor os usos musicais daquele(a) que estava do outro lado do debate: como costuma ouvir música? Quais aplicativos e tecnologias utiliza para esse fim? Qual a sua opinião acerca dessas tecnologias? Quais momentos acha adequado para ouvir cada música? Quais gêneros musicais simpatiza? Quando achei oportuno, indaguei também sobre a relação do *streaming* com o mercado fonográfico e a posição pessoal do entrevistado acerca desse assunto. Todas as conversas foram gravadas e integralmente transcritas com a devida autorização dos participantes.

As transcrições das entrevistas foram fundamentais para revisar postumamente as informações e os conceitos discutidos. A partir delas, pude perceber que os diferentes entrevistados tinham assuntos e temáticas em comum, o que acabei separando em diversas categorias que, posteriormente, serviram de embasamento para capítulos e subcapítulos desse trabalho. Como forma de organização dos dados, as categorias reincidentes foram, em cada transcrição, marcadas em diferentes cores e, posteriormente, esses excertos foram reorganizados ao longo do texto de acordo com a narrativa e a temática apresentada. Dessa forma, os próximos capítulos trazem esses dados articulados às reflexões teóricas.

Julgo fundamental ressaltar que, para a realização desse trabalho, havia a ideia de buscar uma ampla variedade de classe social, etnia e gênero, a fim de explorar uma potencial multiplicidade de perspectivas. Entretanto, devido às limitações de tempo e espaço, não pude atingir tal expectativa amostral.

## Capítulo 2 – Formas de escuta

Entender as formas de ouvir música passa, primeiramente, por um maior entendimento acerca da escuta. Igor Reis Reyner explora, em seu artigo publicado em 2011, os trabalhos e teorias da escuta de Pierre Schaeffer<sup>15</sup>. Para Igor:

A escuta é tratada como um processo de tensão que envolve dois agentes: o ouvinte e o dado a escutar. A parcela da escuta que cabe ao ouvinte alicerça-se na tensão entre objetivo e subjetivo, ou intersubjetivo e subjetivo. Essa polarização mostra que, quanto ao ouvinte, a escuta tem uma natureza que lhe é própria e uma natureza que é própria à cultura na qual ele se encontra inserido, aos códigos dessa cultura e a suas pertinências semânticas (Reyner, 2011, p. 103).

A seguir, serão apresentadas duas formas de escuta que interpretei, a partir dos discursos das pessoas que entrevistei, como possíveis pilares da cultura musical contemporânea: o disco e a *playlist*. Além disso, também será explorada a relação dessas formas de escuta com os possíveis usos de um dos aplicativos de *streaming* de música.

### 2.1. Uma breve história do disco

A indústria fonográfica é responsável por criar, ciclicamente, novos padrões de consumo da música. A história da gravação tem início em 1877 com uma invenção de Thomas Edison, o fonógrafo. Como gravar textos falados (principalmente discursos) era também um objetivo central na época, uma das primeiras gravações realizadas foi "Mary Had a Little Lamb", um poema para crianças, que no decorrer do século XX se tornaria um *standard* do blues. O fonógrafo funcionava por meio de impressões em uma folha de estanho causadas por uma agulha e, por ser um sistema ainda muito rudimentar de gravação, tinha pouca capacidade de armazenamento e baixa qualidade de áudio, não sendo adequado para reproduzir música. Em 1880, as folhas de estanho foram substituídas por cilindros de cera, mais duráveis e comercializáveis. A *jukebox*<sup>16</sup> tem origens que remetem a essa época, a partir da aplicação do fonógrafo em máquinas automáticas.

Inicialmente concebidos para gravar textos e discursos, os fonógrafos logo se voltaram às gravações musicais devido ao apelo do público. Segundo o documentário "A evolução da

---

<sup>15</sup> Compositor, radialista, engenheiro e musicólogo francês, considerado uma das personalidades mais influentes da música eletroacústica e concreta.

<sup>16</sup> Aparelho reproduzidor de música, popular no séc. XX.

gravação” (Tiger Aspect Productions, 2000<sup>17</sup>), a primeira música gravada em cilindros de cera foi um oratório de Händel, "Israel no Egito", em 1888. Ainda assim, os cilindros permitiam somente dois minutos de música e, caso o produtor fonográfico quisesse comercializá-los, teria de gravar a mesma música várias vezes, uma para cada cilindro. Havia, portanto, a necessidade de gravar massivamente. Tal questão foi resolvida com a introdução do gramofone de discos chatos, por Emile Berliner (1851 – 1929), onde a música era gravada em um disco original e posteriormente copiada para outros discos, sem limites para a produção. Os discos de Berliner possuíam somente um lado e, no outro, geralmente continham a letra da música gravada.

O gramofone, até então uma tecnologia excêntrica e restrita, começou um processo de expansão e popularização da música gravada por meio de artistas como Enrico Caruso, tenor italiano nascido em 1873. Até sua morte, em 1921, Caruso gravou 200 discos e ficou conhecido em diversos países, sendo considerado uma das primeiras grandes estrelas da indústria fonográfica. A interpretação de Caruso da aria "Vesti La Giubba", da ópera "I Pagliacci", de Leoncavallo, foi o primeiro disco a vender um milhão de cópias (Ibidem). O sucesso do tenor italiano é evidência da influência do gramofone sobre a música erudita, pois os discos contendo suas interpretações introduziam a ópera em meios nos quais ela não era conhecida. Por meio do gramofone, a música erudita e a ópera, antes restringidas a seletos ambientes, foram expandidas, popularizadas e até ressignificadas.

A invenção de Emile Berliner também ressignificou a música tirando-a de seu contexto original por meio dos gravadores portáteis, introduzidos no final da década de 1890. Portanto, música composta para ser ouvida em ambientes específicos como uma sala de concerto ou uma igreja poderia ser reproduzida em outros lugares, caracterizando uma mudança nos locais e nas perspectivas da escuta musical. Entretanto, as limitações técnicas do gramofone exerciam considerável influência no processo de gravação. Frequências graves e sons sutis eram percebidos com dificuldade pelo metal do equipamento, requerendo um posicionamento específico para a gravação. Por conta disso, instrumentos como o piano e o violino tiveram de ser adaptados especificamente para sessões de gravação e certas peças tiveram inclusive mudanças em sua orquestração original, substituindo instrumentos de cordas por instrumentos de sopro.

O microfone elétrico foi introduzido em 1925 e, devido à sua sensibilidade, possibilitava a captação de uma gama consideravelmente maior de frequências. Além de

---

<sup>17</sup> Howard Goodall's Big Bangs 5 - recorded Sound. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=W87jblPqakY>. Acesso em 20/10/2019.

resolver problemas de instrumentação e posicionamento dos músicos na gravação, a nova tecnologia também criou uma nova estética musical, ao vivo e em estúdio. Como não era mais necessário um som forte para a devida captação, os(as) cantores(as) podiam optar por regiões mais graves e dinâmicas mais *piano* da voz, influenciando consideravelmente a música popular e o *jazz*, mais especificamente com o surgimento dos *crooners*, cantores de interpretação mais suave, intimista e, muitas vezes, sentimental. A partir de então, intérpretes vocais de música popular passaram a desenvolver sua técnica voltada ao microfone. Exemplos como Frank Sinatra, Ella Fitzgerald, Sarah Vaughan e Tom Jobim ilustram tal fenômeno. Na música erudita, instrumentos mais sutis puderam ser ouvidos devidamente em meio à orquestra, e novamente ela era popularizada, agora através da música sinfônica, com um vasto aumento do público pagante nos concertos.

Até 1948, os discos possuíam duração máxima de 6 minutos. Com a introdução dos discos de vinil pela Columbia, a qualidade da gravação melhorou e também se tornou possível o armazenamento de 25 minutos de música sem interrupções (Ibidem). Por meio das vendas de discos, novos artistas iam surgindo e obtendo expressividade, como é o caso de Maria Callas (1923 – 1977), considerada sucessora de Caruso. Na década de 1950, a indústria fonográfica já estava plenamente consolidada nos meios popular e erudito.

A tecnologia do som estéreo surgiu na década de 1960 e expandiu novamente o repertório musical, com o surgimento de novos artistas na indústria popular e com o redescobrimto de obras eruditas. Aparelhos monofônicos de reprodução de som foram gradualmente sendo substituídos pelos estereofônicos, e o som estéreo, aliado às novas técnicas e tecnologias de estúdio, favoreceu o surgimento de novas propostas musicais e do disco como um discurso complexo, como veremos a seguir.

O início da era digital, em meados dos anos 1990, representa mais uma dessas mudanças nos padrões de consumo. O CD, o DVD, a tecnologia do mp3, da música digital e da internet, como vimos, facilitou e ampliou o acesso a fonogramas de diversas épocas e gêneros. O meio artístico antes se comunicava com o seu público através de shows e de discos comercializáveis, muitas vezes com conceitos fechados, como era o caso de nomes importantes do *rock'n'roll* clássico e progressivo, como Led Zeppelin, The Beatles, Deep Purple e, principalmente, Pink Floyd e Yes. Hoje, artistas e grupos optam também por lançar músicas em formato *single* e não necessariamente associadas a um fonograma posterior. O fenômeno do *single* (lançamento de música de forma individual ou de poucas faixas, desassociado de um álbum) é muito comum na indústria pop e muitas vezes está associado a um videoclipe veiculado direto na plataforma online de vídeos YouTube, que paga ao artista

um valor baseado no número de visualizações de seu canal. Nomes como Anitta<sup>18</sup>, Iza<sup>19</sup> e Pineapple StormTV<sup>20</sup> são exemplos dessa nova modalidade de distribuição que, comparada ao fonograma tradicional (*long play*) de 30-40min de duração, possui maior dinamicidade (permitindo aos artistas mais eventos de lançamento) porém menor conteúdo e, possivelmente, menos espaço para o desenvolvimento de um conceito. O EP (*extended play*), por sua vez, possui mais faixas que um *single* mas tamanho insuficiente para um *long play*, geralmente variando de três a seis faixas.

O início do século XXI viu nascer uma espécie de “limbo” no que diz respeito à monetização dos fonogramas. Com o desenvolvimento da internet e da tecnologia mp3, se tornou possível a distribuição ilegal de músicas, por meio de programas como o *Kazaa*, *Limewire* e *Emule*. Tal distribuição significava nenhum retorno financeiro para o(a) artista e qualidade duvidosa no conteúdo disponibilizado. A partir do final da primeira década do século XXI, começou a se popularizar uma nova modalidade de consumo que oferecia novas possibilidades de distribuição e monetização: o *streaming*.

O *streaming* é uma forma de consumo de mídia (música, filmes e livros, por exemplo) que tem suas origens no final do século XX. Nele, as plataformas disponibilizam um catálogo online e o usuário escolhe a mídia que irá reproduzir, sendo muitas vezes permitido o *download* de tais mídias para consumo *offline*. Algumas delas são inteiramente gratuitas, outras requerem uma taxa mensal para a utilização de algumas de suas ferramentas. No mercado da música, o *streaming* é muito forte através de nomes como *Spotify*, *Apple Música*, *Deezer* e *Google Play*, gerando uma expressiva receita que é direcionada às plataformas e aos artistas presentes nela. Atualmente, tanto o *streaming* quanto o conjunto de fonogramas tradicional (no formato de CD e, principalmente, vinil) possuem considerável demanda, embora seja possível observar um crescimento expressivo dos serviços de música via aplicativos. Segundo a *Época Negócios*, empresa jornalística, houve um aumento de 41,8% no consumo por meio de *streaming* de 2017 para 2018<sup>21</sup>.

Há uma boa gama de possibilidades para o ouvinte musical construir sua identidade cultural através da música ou, simplesmente, reproduzir uma faixa por diversão. As formas de escuta que integram a indústria fonográfica (como o álbum ou a *playlist*) oferecem variadas

---

<sup>18</sup> Cantora, compositora, atriz, apresentadora e produtora brasileira, tendo grande atividade no segmento da música *pop*.

<sup>19</sup> Cantora, compositora e dançarina brasileira, tendo diversos trabalhos na indústria *pop*, no cinema e na televisão.

<sup>20</sup> Canal do YouTube que oferece conteúdo de diversos artistas do *rap* nacional.

<sup>21</sup> Matéria escrita em janeiro de 2019 disponível em <https://glo.bo/2NH8xbE>.

possibilidades de reprodução e distribuição de seus fonogramas, e podem divergir significativamente acerca do fenômeno que representam.

## 2.2 O disco como um discurso complexo

A partir da década de 1960, há o surgimento de um novo conceito acerca do disco de música popular. O que era antes visto como uma reunião de fonogramas diversos começa também a ser encarado como uma composição, uma obra de arte “montável” (Molina, 2014), que se tornou possível, principalmente, através de duas frentes tecnológicas: o desenvolvimento de técnicas de estúdio e a expansão da capacidade de armazenamento do disco. Através dos recursos de edição (gravação multicanal, *tape loops*<sup>22</sup>, *overdubbing*<sup>23</sup>), amplificação e armazenamento adquiridos, se tornou possível elaborar um discurso musical que extrapolasse o limite de uma faixa.

[...] o desenvolvimento dos gravadores de multipistas possibilitou, nos anos 1960, que os músicos populares comessem a arquitetar sobreposições de eventos sonoros, explorando zonas abertas na verticalidade dos registros. Até o final dos anos 1950, antes da “obra montável” estar tecnologicamente acessível à música popular, os processos de composição (de música popular) eram prioritariamente horizontais em sua essência (Molina, 2014, p. 21).

A forma de escuta que toma o disco como um discurso musical complexo tem como central o conceito de “música popular cantada”, introduzido por Molina, 2014. Para o autor, diferente da palavra cantada (predomínio da palavra sobre a música, como no *rap* e no maracatu rural, por exemplo) e da canção popular (equilíbrio entre música e palavra), a música popular cantada é um tipo de composição em que “(...) há um peso maior na construção de sonoridades, com uma densidade maior de eventos e seções instrumentais, sem abandonar necessariamente a interpretação de um texto.” (Molina, 2014). Com a digitalização dos meios de gravação, a edição do som em estúdio passou a ser também visual, com *softwares* que exibem a onda sonora na tela do computador, e o processo de mixagem passou a ocupar uma posição cada vez mais central na construção de sonoridades.

As transformações musicais e fonográficas ocorridas na década de 1960 são pilares de uma cultura específica de escuta, atenta ao conceito do álbum, como percebi no discurso de um de meus entrevistados. No dia 23 de agosto de 2019 realizei uma entrevista com Leandro Pogliacci Cioccarri (engenheiro civil, 35 anos), em um escritório conjunto na Rua Sofia Veloso,

---

<sup>22</sup> Ciclos de fita magnética usados para gerar um padrão musical repetitivo.

<sup>23</sup> Gravação de trechos musicais duas ou mais vezes, sem apagar os já gravados.

no bairro Cidade Baixa. O entrevistado, meu aluno de guitarra, foi escolhido por mim por conta de sua escuta musical que julguei interessante e pertinente ao trabalho, que casualmente havia surgido como assunto no meio de uma de nossas aulas. Conversamos por pouco mais de 30 minutos e foi o suficiente para trocarmos informações sobre formas de escuta, desenvolvimento de mídias de reprodução de música e funcionamento de aplicativos de *streaming*. Leandro relatou que, mesmo em plataformas como o *Spotify*, só ouve os discos fechados e completos, sem músicas aleatórias ou avulsas, pois considera que todo o álbum possui uma história e um contexto que estão presentes em sua sonoridade. Em sua concepção, é uma questão de querer saber e organizar “quem veio antes e quem veio depois”. Ao descobrir casualmente ou receber uma indicação de uma música, logo busca ouvir o álbum inteiro no qual ela está inserida.

[...] Eu gosto de baixar o álbum. A única playlist que eu uso é a playlist da [minha] banda. A gente lança todas as músicas ali. Que daí é legal, nós temos a nossa playlist e tá ali. Isso é legal. Mas, por exemplo, quando eu conheço alguma música nova, alguém me fala alguma música nova, eu acabo baixando o álbum, escutando o álbum inteiro. Inclusive até na numeração do álbum mesmo. Pegar o ano, entender mais ou menos, ler às vezes pela internet em que condições foi gravado, etc... Mas eu tento escutar o álbum porque eu acho que tem uma história. O álbum conta uma história, não só a música (Leandro, comunicação pessoal em 23/08/2019).

A ideia de ciclo também é associada ao disco, pelo público consumidor e pelos próprios compositores, como explicitou Fabricio Gambogi. Artista, instrumentista e compositor que integra uma banda gaúcha recente mas já com potencial de giro e boa inserção no mercado, a Dingo Bells<sup>24</sup>, para Fabricio, o fato de lançar um álbum é o evento central de um ciclo do grupo, que envolve questões artísticas e administrativas: influências musicais, turnês, relação com a imprensa, críticas, etc. Conversamos através da internet por uma vídeo chamada no aplicativo *Skype*, no dia 17 de setembro de 2019. Foi a mais longa das três entrevistas, com quase 57 minutos de duração. Procurei, junto com Fabricio, explorar a perspectiva do artista acerca do mercado do *streaming*, além das questões de escuta musical e de funcionamento das novas tecnologias reprodutoras de música. Obtive informações relevantes e senti que pude retorná-las, sendo elas absorvidas por ambos os lados com interesse.

[...] aí em 2015 foi lançado o disco e começamos a sair em turnê com o repertório do disco... que foi todo esse trabalho que não foi assim, só “lançar um disco”. Pra lançar o disco, eles amarraram toda uma assessoria de imprensa, fizeram toda uma estratégia de onde queriam chegar com o disco. [...] as pessoas falam do disco mais no sentido de ser um ciclo, no nosso

---

<sup>24</sup> [https://pt.wikipedia.org/wiki/Dingo\\_Bells](https://pt.wikipedia.org/wiki/Dingo_Bells)

caso de banda, né? “Estamos no ciclo do Maravilhas da Vida Moderna<sup>25</sup>”, se encerrou. “Estamos no ciclo do Todo Mundo Vai Mudar<sup>26</sup>” (Fabricio, comunicação pessoal em 17/09/2019).

Na banda em questão, segundo relato do próprio Fabricio, todos os integrantes têm interesse em produzir discos que considerem relevantes, e não simplesmente músicas avulsas. Além dos objetivos relacionados a aumento de potencial de giro e inserção no mercado, tais músicos e compositores buscam a concepção de um discurso complexo através de um álbum como parte de uma realização pessoal e de conexão com seu trabalho.

Pra nós, no nosso trabalho, é muito importante que o disco tenha conceito porque essa é uma banda que surgiu em torno da música, né? É uma banda que surgiu porque todo mundo amava um determinado número de práticas e elas eram compatíveis. Eu resumiria cientificamente essa banda assim: todo mundo ali quer fazer uns discos foda, todo mundo tá interessado em fazer discos que, daqui a 10 anos, a gente escute e diga “que legal que a gente fez isso”, sabe? O objetivo da gente é fazer grandes discos (Fabricio, comunicação pessoal em 17/09/2019).

### 2.3. Vivendo a pluralidade na privacidade

A crescente ampliação do acesso à música através das plataformas de *streaming* teve impacto significativo no gosto musical particular dos consumidores. Comparado às décadas anteriores, talvez seja possível observar um ecleticismo maior e mais frequente nas pessoas que ouvem música. Lisiane Assis Brasil é uma ouvinte frequente de um dos aplicativos de *streaming* e é familiar a estéticas musicais diversas. Em nossa entrevista ocorrida no dia 13 de junho de 2019, no campus centro da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), por volta das 18h, conversamos sobre as *playlists* peculiares que ela escuta e compõe, entre outras coisas. Por ser a primeira entrevista, realizada em um momento mais inicial deste trabalho, sinto que foi um diálogo mais centrado em questões de escuta musical, sem grandes dissertações sobre conceitos técnicos. Basicamente, uma conversa sobre música entre amigos. Sinceramente, não senti que pude retornar informações do modo que retornei nas outras. O tempo de conversa de 20 minutos também foi curto, se comparado às entrevistas posteriores. Ainda assim, pudemos construir dados muito ricos e relevantes para este trabalho.

Eu uso [o *streaming*] no carro, indo pro trabalho... Uma hora por dia no carro e às vezes no trabalho, eu escuto quando tem uma atividade que não demande tanto pensamento e foco, assim, aí eu acabo escutando música. Aí vai, sei lá, umas duas horas, mas isso varia. Mas pelo menos uma hora por dia. (...) Eu sou muito das “vibes”, assim. Tem horas que eu só escuto um

<sup>25</sup> Álbum da banda gaúcha Dingo Bells, lançado em 2015.

<sup>26</sup> Álbum da banda gaúcha Dingo Bells, lançado em 2018.

“sambão louco”, roda baiana, tem vezes que eu tô no “rockzão”, tem vezes que é... muito de fases (Lisiane, comunicação pessoal em 13/06/2019).

As *playlists* (listas de reprodução) e os serviços de *streaming* são meios de consumo que, possivelmente, se adaptaram a essa nova demanda de escuta, pois possibilitam o agrupamento de gêneros musicais diversos em um mesmo "produto", personalizável e pronto para ser ouvido.

Uma lista de reprodução é um agrupamento de músicas similar ao disco de vinil ou CD. A diferença é que tal lista pode, atualmente, ser feita instantaneamente e personalizada para cada usuário de um dado serviço de *streaming*. Ou seja, uma *playlist* pode apresentar um tema do Led Zeppelin seguido de uma faixa da Anitta e do Grupo Revelação, conforme se vê na lista “Lisi\_1.0”, enviada a mim por Lisiane.

Nas décadas anteriores, quando eram vendidos os discos separados e era comum cada disco ter um conceito fechado, essa interação entre músicas de gêneros muito distantes era mais difícil, resultando, talvez, em uma possível homogeneização da escuta. Em contrapartida, o consumo através dos álbuns integrais possibilita ao ouvinte conhecer melhor e mais amplamente a obra de um determinado grupo/artista. Ao confeccionar e executar uma lista de reprodução, existe a possibilidade de uma escuta mais heterogênea e potencialmente mais superficial, visto que, dependendo de como ela é construída, a exclusividade e integralidade da obra dos grupos/artistas nela presentes pode ser perdida. Por outro lado, as *playlists* em plataformas de *streaming* não possuem limite de tamanho, podendo ser aproveitadas para diversas temáticas.

A questão da heterogeneidade da escuta contemporânea surgiu na conversa com Fabricio Gambogi. Na ocasião, ele aproveitou para realizar uma comparação com décadas anteriores e ampliar o fenômeno para além da identidade musical:

Eu tenho 35, eu sou de 83, cara. E tinha uma coisa de quando eu era jovem... olha só, o cara querendo se fazer de velho. E na minha época tinha um troço muito foda que era o negócio das tribos. Tá ligado? Tu tinha que ser de uma tribo. Ou tu era skatista, ou tu era do reggae, do rap... tu era de algum lugar. E se tu fosse de uma tribo e quisesse experimentar alguma coisa de outra, tu tinha que deixar de ser da tua tribo, tá ligado? Se tu fosse metaleiro, tu jamais poderia requebrar quando ouvisse “Toxic” da Britney Spears. E eu ouvi uns papos, conversando com galera, porque eu tento entender o que tá acontecendo, assim, e muitas pessoas me disseram o seguinte: depois da banda larga, tu fica no teu quarto e abre 8 abas no teu navegador. Numa tu tá vendo coisa de metaleiro, na outra tu tá com o clipe da Britney Spears, na outra tu tá lendo sobre maconha e, na última, tu tá combinando um encontro de jovens católicos. E tá tudo certo, ninguém fica sabendo disso. Tu pode viver a tua pluralidade na tua privacidade, ali. Então isso demoliu as tribos (Fabricio, comunicação pessoal em 17/09/2019).

A tecnologia do *streaming*, seus mecanismos e mudanças nas formas de acesso à música contribuem para a contínua emergência do que Peterson e Kern (1996) chamaram de “onívoro cultural”, indivíduo de gostos diversificados com conhecimentos e afinidades tanto na cultura de elite quanto na cultura popular. Para Moschetta e Vieira (2018, p. 265), “a busca pela variedade, hoje, é uma forma de diferenciar-se em meio à multidão”. Entretanto, tal variedade nem sempre foi vista como fator de distinção social. No passado, grande parte da cultura que constitui essa variedade era alvo de preconceito ou tomada como irrelevante pela elite sociocultural (Van Eijck, 2000, p. 219).

Peterson e Kern, em seu artigo de 1996, realizaram a pesquisa com o público norteamericano consumidor de música erudita (os chamados *highbrows*<sup>27</sup>) que estavam ou não abertos à cultura popular do próprio país. Nela, trataram especificamente da cultura musical e mostraram um aumento de indivíduos considerados onívoros culturais entre os anos de 1982 – 1992. Tal fenômeno, discorrem, ocorreu pela “abertura” dos *highbrows* a culturas de classe média e baixa e também pelo aumento de preferências musicais de indivíduos *non-highbrow*. Embora constatem que não seja possível afirmar definitivamente a existência de uma tendência secular que aponte para o crescimento desse fenômeno devido às limitações de tempo e espaço do trabalho, é interessante notar sua relação contemporânea com as formas de escuta do *streaming*. Em uma época anterior à internet banda larga e às redes móveis, os autores apontam diferentes fatores que podem ter influenciado essa mudança do indivíduo fechado e esnobe ao indivíduo onívoro, como transformações na estrutura social (melhores condições de educação e processos migratórios), mudança de valores (descrédito progressivo de teorias científicas discriminatórias e excludentes) e políticas geracionais.

É importante ressaltar, entretanto, que o conceito de onívoro cultural abordado nesse trabalho leva em conta apenas a afinidade por estéticas musicais, não englobando recortes de gênero e classe social, como esclarecido no final do capítulo 1.

#### **2.4. A experiência do *streaming***

O Spotify é a maior empresa do mercado da música por *streaming*<sup>28</sup>, com um total de 270 milhões de usuários ativos atualmente, sendo 100 milhões usuários *premium*<sup>29</sup>. É possível

---

<sup>27</sup> Substantivo ou adjetivo utilizado coloquialmente na língua inglesa para se referir a intelectuais, frequentemente pertencentes à elite socioeconômica.

<sup>28</sup> O *streaming* é um mercado vasto e complexo, e possui representatividade em outras plataformas, como *Bandcamp* e *Soundcloud* que, por limitações de tempo e recursos, não serão abordados nesse trabalho.

acessá-lo pelo computador, mas o principal modo de navegação da plataforma é pelo aplicativo de celular, onde os usuários podem ouvir música a qualquer hora e em qualquer lugar. Há três tipos de usuários no Spotify: os ouvintes não pagantes, os ouvintes *premium* e os artistas, que disponibilizam seu material na plataforma. O serviço é gratuito, mas os ouvintes precisam realizar um cadastro. Os pagantes (*premium*) possuem vantagens como download de músicas, pular músicas (*skip*) ilimitadamente e não ouvir anúncios entre uma faixa e outra. A navegação pelo aplicativo se dá de uma forma similar a uma rede social, com uma página inicial contendo, primeiramente, as últimas músicas tocadas e as tocadas com maior frequência. Em seguida, aparecem os álbuns e artistas favoritos do usuário e, então, começam as sugestões do algoritmo.

Acessar a música via Spotify é uma experiência diferente da de ouvir um disco ou o rádio. É uma mistura de catálogo com rede social, como andar em uma gigante biblioteca de álbuns, conversando e observando pessoas ouvindo música. Na plataforma, é possível consumir música através de álbuns, *playlists* ou até faixas aleatórias, procuradas através da função “pesquisa” presente no aplicativo. Porém, fatores como a facilidade de acesso e abundância de conteúdo podem dificultar a experiência de consumo, pois estimulam o desejo do usuário pelo imediato, a ilusão da busca perfeita e de que a próxima descoberta será melhor que a anterior, gerando uma possível ansiedade na escuta. Portanto, torna-se necessário em muitos casos um sistema de recomendação, organização e apresentação do material musical disponível, denominado curadoria. A figura do curador se coloca como intermediária entre o material presente e o ouvinte, promovendo a ligação entre oferta e demanda, e fica responsável por organizar o material a partir de um significado pressuposto. Tal atividade pode ser realizada por uma pessoa ou por um algoritmo.

Através dos dados inseridos no cadastro e da atividade do usuário na plataforma, o algoritmo do Spotify começa a coletar informações sobre sua personalidade musical, ou seja, quais os gêneros musicais e artistas preferidos, qual o tempo de atividade por dia/semana, etc. Com base nesses dados, o programa gera *playlists* personalizadas, chamadas de “Daily Mix”, “Tasteradar”, “Your Top Songs [ano]”, e também sugere novos artistas e estéticas musicais que, segundo parâmetros estipulados pelo próprio algoritmo, são parecidos com a escuta do usuário em questão. Essas sugestões podem começar a tocar automaticamente após o término de uma música executada pelo usuário, mas também aparecem na tela de navegação. Segundo Alzamora e Cortez (2014), esse é o tipo de mediação de conteúdo realizada por agentes de

---

<sup>29</sup> Dados de abril de 2019 disponíveis em <https://bit.ly/2J4JqNM>.

interface, que reconhecem padrões, hábitos e comportamentos. A curadoria realizada por agentes humanos é diferente, pois constrói significados através do acesso, consumo e compartilhamento de informações desses próprios agentes, que podem ser contratados ou usuários comuns do serviço.

Embora o desenvolvimento da inteligência artificial esteja diminuindo cada vez mais a diferença entre a curadoria realizada por agentes humanos e de interface, Moschetta e Vieira (2018, p. 266) defendem que os algoritmos ainda não se igualam à curadoria humana na questão da sensibilidade e da imprevisibilidade:

Mesmo que sejam aprimorados ao longo do tempo, algoritmos consideram apenas o comportamento passado do utilizador. A curadoria humana, por outro lado, é menos previsível e tende a ser mais ousada, sendo “capaz de agregar novas e inusitadas perspectivas à informação, oferecendo aos seus utilizadores a surpresa, o inesperado ou simplesmente aquilo que o utilizador nem imaginaria existir no mundo” (Corrêa; Bertocchi, 2012, p. 8).

Tais mecanismos de recomendação são parte do fenômeno da descoberta musical, aparentemente um dos objetivos centrais do *Spotify*. Para Moschetta e Vieira (2018, p.264):

A procura pela experimentação do desconhecido, o ecletismo e conhecimento cultural são constantemente associados na literatura sociológica ao acúmulo de capital cultural, recurso que proporciona distinção social (Bourdieu, 2006; Peterson; Kern, 1996; Lahire, 2008), *status* (Tepper; Hargittai, 2009) e constitui parte do processo de construção identitária (DeNora, 2000).

Na construção da bagagem musical, há a descoberta intencional e ocasional. A primeira ocorre de forma ativa, quando o indivíduo resolve deliberadamente procurar novas músicas de acordo com uma informação externa ou uma necessidade específica. A descoberta ocasional ocorre de forma passiva e inesperada, podendo surpreender o ouvinte a partir da escuta de uma música no rádio, televisão ou até de uma atenção momentânea em uma *playlist* que até então servia como pano de fundo para uma outra atividade. No caso de uma situação na qual uma descoberta é feita em um ambiente em que o título da faixa em questão não está disponível, é possível utilizar aplicativos como o *Shazam*, que identifica em segundos a música tocada através do microfone do aparelho no qual está instalado.

Na entrevista com Leandro, ele relatou que utiliza o histórico de escuta disponibilizado pelo aplicativo e a função “salvar” para descobertas musicais.

BERNARDO: Tu vai pelo teu histórico, então?

LEANDRO: É, esse histórico até ultimamente eu tenho usado. Eu gosto muito de salvar também. Tu fala um cara, lá, e eu salvo o cara. Se eu não for escutar agora, eu sei que tá ali.

B: Ele tá na tua biblioteca, ali, nos artistas, né.

L: Eu vou direto no... o meu, sempre, eu abro o Spotify, vou na biblioteca e vou nos álbuns. Aleatório, playlists, eu não escuto e aleatório é só se eu tô conhecendo uma pessoa. Mas, posteriormente, se eu gosto, realmente, eu vou lá e baixo o álbum (Leandro, comunicação pessoal em 23/08/2019)

Além das playlists personalizadas, o *Spotify* também faz uso de outro mecanismo de recomendação algorítmico chamado de “rádio”. A partir da música ou do artista reproduzido, outras faixas vão automaticamente sendo tocadas com base em parâmetros algorítmicos de similaridade estética. Por exemplo, se um usuário procurar na barra de pesquisa uma canção de Elis Regina, reproduzi-la e não fechar ou pausar o aplicativo, cada música subsequente será escolhida pelo programa a partir de parâmetros de semelhança com a faixa anterior. Segundo o próprio website do *Spotify*, tal coleção é atualizada ao longo do tempo para que o ouvinte sempre ouça materiais diferentes. O nome escolhido para essa função, “rádio”, é uma conexão simbólica a uma mídia antiga como forma de compensar a falta de materialidade e impessoalidade do ambiente digital, também no objetivo de criar um ambiente familiar ao usuário (Moschetta e Vieira, 2018).

[...] O rádio era uma coisa que era teu companheiro, né. O hábito de escuta do rádio é um troço que tu liga em um determinado horário que tu vai fazer alguma coisa, ou tu entrou no carro, começou a cozinhar, vai arrumar a casa... e aquele rádio vai ligando. Ele é teu companheiro, tu conhece os comunicadores, eles tão fazendo um programa diário, eles falam entre as músicas, né... é diferente de tu dar play em uma playlist, que tu sabe exatamente o que tá vindo, tu pode parar, tu pode ir pra frente e pra trás, quer dizer, é uma coisa um pouco diferente (Fabricio, comunicação pessoal em 17/09/2019).

A abundância de conteúdo e a facilidade de acesso também criam um ambiente favorável à diversidade musical e à descoberta de novos materiais e estéticas. Os mecanismos de curadoria acabam por muitas vezes sendo responsáveis pelo consumo de músicas menos conhecidas, uma espécie de facilitadores da escuta, revelando itens e informações musicais que seriam, em outros casos, difíceis de encontrar. Além da descoberta musical, a experiência da coleção musical também é modificada na era digital, não dependendo mais exclusivamente da mídia física. A discografia *online* é mais prática, mais barata (no caso do *streaming*) e permite um armazenamento imenso de material, que ocupa pouco ou nenhum espaço físico. Entretanto, ela retira a pessoalidade e grande parte do valor agregado pela discografia física, que está associado ao “ritual” de ouvir um fonograma: buscar o material na coleção, colocá-lo no aparelho, contemplar as imagens, absorver as informações da capa e contracapa, etc. Valor este que também está presente na escassez e dificuldade de agregar à coleção determinados materiais, tidos como raros.

Atualmente, as *playlists* se mantêm como uma das principais formas de consumo do *Spotify*, sendo sucessoras de tecnologias como a *mixtape*<sup>30</sup>. Através do diálogo do utilizador com o conteúdo é criado um novo sentido para o valor do material, que está presente no processo, e não em sua existência, segundo McCourt (2005 *apud* Moschetta e Vieira, 2018). Lisiane é um exemplo de ouvinte que transita entre as *playlists*, discos e rádio. Na entrevista, relatou seu recente interesse pelas rádios das músicas, inclusive fazendo o *download* das que julga mais interessantes. Geralmente consumidora e ocasional criadora de listas de reprodução, tem também a atenção voltada para seletos álbuns de conceito fechado.

BERNARDO: E tu tem usado bastante essa questão das rádios?

LISIANE: As rádios? Muito. Tô achando muito bacana. Eu tenho baixado as rádios, inclusive.

B: Dá pra baixar?

L: Dá pra baixar, aham.

B: Mas a rádio do artista? Tipo tu entra ali e tá a rádio dele?

L: Não sei... eu tenho entrado na música, assim. Se tem uma música que eu curto muito, aí eu vou lá e vou na rádio da música. As músicas que têm a ver com aquela música (Lisiane, comunicação pessoal em 13/06/2019).

Da mesma forma que um álbum, uma lista de reprodução pode conter um sentido em sua concepção, podendo ser baseada em gêneros musicais, sensações provocadas, ocasiões, atividades, locais ou outra temática que justifique tal agrupamento. Ela também é eficiente na demonstração de conhecimento sobre determinado assunto, possibilitando assim a construção do *status* de influenciador digital, ou seja, uma pessoa que possui credibilidade e influencia outros indivíduos a partir de suas criações e de seu conteúdo em um determinado nicho de mercado. Na conversa com Lisiane, ela relatou que costuma seguir *playlists* de personalidades já conhecidas por criá-las. Exemplo disso é o DJ de um evento a que compareceu, que possui centenas de seguidores em seu perfil do *Spotify* e cerca de 15 *playlists* (cada uma com seus próprios seguidores):

LISIANE: Ah, a da “lua cheia” eu adoro... é um DJ de SP que fez, eu acho ele maravilhoso.

BERNARDO: Então tu seguiu essa playlist porque tu já conhecia o cara que fez essa playlist?

L: Isso, isso. Fui numas festas que ele tocou lá em São Paulo.

B: E do que que seria ela, assim?

L: Então, eu não sei te explicar do que que é... mas eu acho ela muito gostosa. Essa da “lua cheia” eu não sei dizer, mas tem aqui do mesmo cara essa “pra fazer cafuné”, aí é umas músicas mais “romanticazinha”, assim.

[...]

B: E desse DJ aí, é só... como que é o nome dele, mesmo?

L: Obá Amar.

B: Obá Amar... humm, olha só!

L: Até tinha que ver se ele não criou mais algumas... Ó, criou, criou! Eu vou seguir.

<sup>30</sup> Forma de organização caseira de música, com origem na década de 1980.

B: Ah, pode crer!

L: Ó, “passarinho”, o nome da playlists, aí aqui ó... “Andorinha Preta”, “Sabiá”, “Andorinha”, “Passarinho”... sabe? (Lisiane, comunicação pessoal em 13/06/2019).

No caso da curadoria por agentes humanos, a temática do material está sujeita à subjetividade de seu criador ou criadora. Por isso, é interessante notar que um mesmo sentido pode ser evocado por músicas de estéticas e contextos muito distantes, que são aproximados pela natureza da *playlist*. Artistas que possuem uma expressiva porcentagem de seu principal público alvo no *Spotify* têm particular interesse nos mecanismos de curadoria pois, em muitos casos, ter a sua música incluída em uma *playlist* com muitos seguidores é análogo, hoje, em termos de alcance, a tocar em uma rádio. Por mais que haja uma função do aplicativo com o nome de “rádio” e faça uso dessa conexão simbólica para criar laços de familiaridade no ambiente digital, quem realmente desempenha a função de “radialista” dentro do aplicativo são seus curadores, humanos e/ou máquinas.

Além dos curadores “radialistas”, há uma modalidade do mercado do *streaming* que também possui essa conexão com o rádio: os *podcasts*. Tão ricos que possibilitam um capítulo a parte, os *podcasts* são uma espécie de programas falados de rádios gravados em estúdio e disponíveis integralmente no aplicativo em que se encontram. Geralmente em episódios, são separados pelos assuntos que abordam. São, possivelmente, uma das poucas chances de se ouvir voz falada no universo do *streaming*. Diversos veículos jornalísticos tradicionais de mídias mais antigas (como a televisão e o próprio rádio) possuem canais dedicados aos *podcasts*.

A introdução do *streaming* fez aparecer, além de uma nova modalidade de escuta, um novo nicho de mercado. Desde então, é parte central no planejamento de um projeto musical a sua relação com os aplicativos de música, facilitada pelos analíticos disponibilizados. O *Spotify* possui um aplicativo inteiramente dedicado a isso, o *Spotify for Artists*. Nele, são disponibilizadas aos artistas informações em tempo real como pessoas que o estão ouvindo no momento, número de *streams* de cada faixa, gráficos que mostram o desenvolvimento dos números gerais, características e localização de seu público. O cruzamento desses dados, bem como uma melhor compreensão do funcionamento do *streaming* em geral, podem fornecer informações valiosas ao artista, ajudando-o a entender melhor qual o perfil de seu público alvo. Dessa maneira, é possível realizar um direcionamento de material publicitário com maior eficiência, aumentando as chances de formação de um público consumidor fiel ao seu trabalho musical.

## Capítulo 3 – o artista no mercado do *streaming*

“Mas o que eu fico pensando, de modo geral, é assim: o CD morreu mesmo. Ponto”.

Fabricio Gambogi

### 3.1. O CD morreu, mesmo?

Depois de gravado o material sonoro, seja ele um *single*, EP ou disco, é necessário ao artista pensar em uma forma de distribuição adequada, que dê retorno financeiro e ao mesmo tempo amplie suas possibilidades de trabalho. “CD” é a sigla para o formato *compact disc*<sup>31</sup> e foi amplamente utilizado para a distribuição de EPs ou álbuns desde sua introdução no mercado através da parceria entre as empresas Phillips e Sony na década de 1980<sup>32</sup>. Como vimos anteriormente, a chegada do *streaming* mudou as relações dentro do mercado fonográfico, afetando significativamente a hegemonia do CD como forma de distribuição.

[...] Eu vou gastar dinheiro pra prensar um CD só porque ele morreu mas ninguém tomou o lugar dele ainda. Então, como ele tá morto e ninguém tomou o lugar, tu ainda faz CD pra entregar pras pessoas, basicamente. Show é um lugar que tu ainda consegue vender CD pois as pessoas tão naquele calor da hora, ali, então elas viram o show “bah, que legal!”, às vezes até como uma maneira de ajudar o artista, sabem que aquele dinheiro vai direto pro artista, e acabam comprando o CD. Mas o CD como um produto a ser consumido, mesmo, não sei se tu tem notícia de alguém que ainda compra CD (Fabricio, comunicação pessoal em 17/09/2019).

O relato de Fabricio possivelmente representa a realidade de muitos outros artistas independentes da atualidade, na qual o CD foi reduzido a, basicamente, um *souvenir*, uma representação física do trabalho realizado. Entretanto, é interessante notar a alta rentabilidade que o produto ainda possui em ocasiões específicas como, por exemplo, as apresentações ao vivo. Pela minha experiência como artista e frequentador dessa modalidade de evento, constato que o preço de um CD em um show de uma banda/artista independente e/ou local pode variar entre R\$15,00 e R\$30,00 a unidade, geralmente<sup>33</sup>. O custo de fabricação do produto (popularmente denominada “prensagem”) pode variar entre R\$2 e R\$8 a unidade, dependendo da quantidade solicitada. Nos shows, a venda geralmente é realizada diretamente com o artista ou seu representante. Portanto, a comercialização do CD muitas vezes representa

---

<sup>31</sup> Disco compacto.

<sup>32</sup> Dados disponíveis em [https://en.wikipedia.org/wiki/Compact\\_disc](https://en.wikipedia.org/wiki/Compact_disc)

<sup>33</sup> Dados de 2019.

dinheiro na hora e uma boa parcela de lucro. Devido ao decrescente uso real do produto, entretanto, se torna difícil incorporar uma receita constante para o projeto através dele.

[...] e o lance do CD, que eu tinha te falado antes, o CD eu fui deixando aos poucos... eu não queria deixar mas acabou meio que numa obrigação, assim. [...] o dia que eu vi, o carro já não tinha mais espaço pro CD e já tinha plataforma pra gente encaixar o pendrive, ou o celular, né, direto do Spotify. [...] eu fui no show do Luiz Melodia, acho que o último show que ele fez aqui, ali na UFRGS. Era o disco novo dele, e geralmente a galera vai pra escutar, eu fui pra escutar as músicas das antigas, e eu fui lá e as músicas eram do disco novo que ele tocou, eu achei fantástico. Foi um dos últimos CDs que eu comprei, saí e comprei ali mesmo, é o “Zerima”, que acho que foi o último que ele gravou. Aí eu escutei direto o disco e, depois de um tempo, parei de escutar e fui “bah, vou escutar o Zerima hoje”. Aí, quando me dei conta, estava buscando o Zerima no YouTube e não fui lá pegar, porque eu já tinha guardado os meus CDs, assim (Leandro, comunicação pessoal em 23/08/2019).

O depoimento de Leandro corrobora com a ideia da migração de escuta do CD físico para o *streaming*. Por outro lado, para o público consumidor, o CD ainda pode ser parte da experiência da coleção musical, abordada no capítulo anterior, embora tenha nesse campo um considerável concorrente: o disco de vinil.

Eu acho que foi, mas é um negócio assim... que eu gostava muito do fato de tu ter o CD físico, assim, sabe? “Hoje eu vou escutar, pegar ele, escolher ele...” Algo meio já... que essa gurizada nova já não tem isso. Mas eu, como venho de outra geração... e a minha geração foi bem essa transição do LP pro CD, sabe? Então, bah, quando tinha um CD era “ó, olha o CD”, gostava do encarte do CD... eu continuo achando melhor, assim. Mas o lance acho que não é nem comodidade, acho que é um negocio que... talvez seja comodidade também, mas talvez seja... é um negócio muito forte, assim. Tá passando, sabe? Eu não sei, acho que o futuro é esse mesmo... eu não vejo, assim... até o vinil tá ganhando força novamente, né? Mas o CD eu acho que não, acho que tá indo (Leandro, comunicação pessoal em 23/08/2019).

O mercado relativo à coleção musical também oferece possibilidades para grupos contemporâneos, que optam por lançar suas obras em vinil. É o caso da banda O Terno<sup>34</sup>, por exemplo, que teve seu disco intitulado “Melhor do que Parece” na forma de vinil em uma edição da NOIZE Record Club, clube de assinaturas de discos de vinil<sup>35</sup>.

Qualquer que seja a forma escolhida de distribuição da música de determinado grupo ou artista, atualmente o *streaming* se mostra praticamente incontornável na composição da pós-produção de um trabalho fonográfico. Além disso, é uma modalidade de consumo em constante transformação.

### 3.2. A era dos centavos

<sup>34</sup> Banda paulistana fundada em 2009.

<sup>35</sup> <https://noize.com.br/nrc-7-vinil-do-terno-melhor-do-que-parece/#1>

A introdução das composições de um artista independente no *Spotify* ocorre através de agregadoras/distribuidoras digitais que, além de distribuírem a música de projetos cadastrados, podem também funcionar como selos, agências de marketing, comunicação e editoração, sendo também responsáveis por recolher parte do pagamento do *Spotify* destinado ao artista. Atualmente, seis distribuidoras digitais dividem a hegemonia do mercado no país. São elas: Altafonte, CD Baby, Ditto, ONErpm, The Orchard e Tratore. Cada uma possui um modelo de negociação e uma gestão de rendimentos própria.

Os rendimentos referentes aos direitos autorais em aplicativos de *streaming* como o *Spotify*, *Deezer* e *Apple Music* possuem dois tipos e são pagos ao artista por duas fontes diferentes. O *fonomecânico* é pago à agregadora digital e é referente à reprodução das criações do artista no aplicativo, sendo depositado mensalmente em dólar. A distribuidora, então, repassa o dinheiro ao artista segundo o contrato no qual foi baseada a relação dos dois. O direito de *execução pública* é pago pelos aplicativos de *streaming* ao ECAD e repassado ao artista trimestralmente por meio das associações que o compõem. Em julho de 2018, a plataforma de vídeos YouTube também passou a remunerar pelo direito de execução pública das músicas que hospeda<sup>36</sup>.

Entretanto, o valor repassado pela plataforma de *streaming* ao artista é razão de controvérsias e brigas judiciais, principalmente quando envolve artistas de gravadoras e da grande mídia. Em 2017, cada *stream* era remunerado com, em média, US\$0,0045. Com base nesse valor, uma faixa com um milhão de reproduções retornaria o valor de US\$4.500, a ser dividido entre todas as pessoas que a realizaram. Muitos artistas, produtores e demais profissionais atuantes na indústria fonográfica consideram tal número inconsistente com o valor de seu produto e com a arrecadação divulgada pelos aplicativos (com a mensalidade de usuários *premium* e anúncios). Por conta disso, surgiu o termo "era dos centavos". O *Spotify* foi o principal alvo dos ataques por ser a maior empresa do ramo, e fechou acordos extrajudiciais com detentores de direitos autorais, principalmente do maior escalão da indústria fonográfica.

Mesmo com discussões acerca do valor arrecadado, é vantajoso para uma significativa parcela de artistas independentes terem sua música nos aplicativos de *streaming*. Fabricio Gambogi, artista entrevistado, relata que o *Spotify* possui grande permeabilidade entre seu público consumidor e é a principal plataforma de seu projeto.

---

<sup>36</sup> Dados disponíveis em <https://bit.ly/2JHPR8R>.

[...] Então, enfim, plataformas, formas diferentes. Como tu me pergunta especificamente do Spotify... sim, o Spotify é a principal plataforma da Dingo Bells, né? Pelo que a gente pode ver, é a principal plataforma dessa galera classe média alta, que tende a ser o nosso principal público, assim, né. É uma tendência, geral. Eu tô pra lançar disco e o Spotify faz parte da minha estratégia. É isso, eu não cogito lançar um disco sem ele estar no Spotify. Acho que isso já diz alguma coisa sobre o papel que o Spotify ocupa pelo menos nesse nosso nicho do mercado.[...] É um dinheiro que não dá pra contar. Nunca se sabe quanto vai ser, em quanto tempo ele consegue girar, e não é um dinheiro tão significativo pra ficar sacando todo o mês, com regularidade. É nesse aspecto aí que vai (Fabricio, comunicação pessoal em 17/09/2019).

Além de se mostrar praticamente indispensável na estratégia de lançamento de um determinado trabalho, o *streaming* ofereceu novas possibilidades de monetização e monitoramento da música, democratizando informações através de seus analíticos que, nas décadas anteriores, eram pouco ou nada acessíveis aos artistas e ao público em geral. Tais dados, como vimos, são aliados importantes no planejamento e posicionamento de um projeto musical no mercado de trabalho.

Embora ainda haja consideráveis discussões acerca da remuneração, essa nova modalidade de mercado possibilitou monetizar os produtos musicais que, no início do século XXI e com o advento da internet e dos *softwares* de *download* gratuito, eram baixados ilegalmente e com pouco ou nenhum retorno financeiro aos artistas e compositores. As brigas judiciais e as tratativas financeiras acerca do mercado do *streaming* certamente não chegaram ao fim. Atualmente e com essas informações, interpreto que nos encontramos, possivelmente, em um estágio inicial dessa etapa da indústria fonográfica que possui um alto potencial de crescimento e distribuição de benefícios, que serão mais bem aproveitados quando aliados ao conhecimento do funcionamento desse novo mercado.

## Considerações finais

Através de uma ideia despreziosa surgida em uma sessão de orientação em março de 2019, pude dar início a esse que veio a ser o meu trabalho de conclusão do curso de Música Popular da UFRGS.

Experienciar a etnografia através de encontros, entrevistas e análises me possibilitou desenvolver uma nova maneira de raciocínio. A transcrição integral das entrevistas foi fundamental para analisar postumamente as falas de meus entrevistados e aplicá-las aos conceitos trabalhados. Certamente encarei como um desafio o fato de estranhar o que me era familiar e utilizar conversas para a construção de dados. Somente na prática é que entendi o valor e a satisfação proporcionada pela criação conjunta do pesquisador com seus entrevistados, e penso que esse trabalho é também deles.

Além do trabalho de campo, os conceitos que utilizei para desenvolver essa monografia também tiveram um impacto considerável na forma como escuto e entendo a música. Pensar no disco como um discurso complexo, na maneira como esse discurso é concebido e na importância de um planejamento para sua distribuição pode até parecer óbvio em um primeiro momento, mas vejo essa linha de raciocínio como uma boa forma de manter o foco em possíveis situações nebulosas nas quais um artista pode se encontrar. Por conta disso, considero esse trabalho bem-sucedido a nível pessoal.

Entendo que haja certo receio com os novos rumos do mercado fonográfico. Depois de gastar muito tempo, dinheiro e esforço na gravação de um material sonoro, é difícil para um(a) artista saber que existe a possibilidade de suas composições caírem em uma *playlist* aleatória, não recebendo a escuta atenciosa que merece em plataformas que, hoje, pouco remuneram. Entretanto, como expressou Fabricio, não se trata, talvez, de buscarmos a “potência expressiva” nesse contexto “tão diluído”?

Pois então, como é outra sensibilidade, acho que essa coisa da *playlist* é isso, de tentar entender. Que potência expressiva tu tem nesse contexto tão diluído, sabe? Pra mim, esse é o grande desafio. Como é que tu consegue ser expressivo, fazer um trabalho que tenha impacto, que uma pessoa vai parar pra ouvir e vai se impactar com aquilo, vai dizer “ouvi até o fim, achei uma merda, achei lindo”, enfim. Que a pessoa vai se impactar com aquilo nesse contexto em que tu é um em 80, 160 que tá numa *playlist* qualquer, que tá tocando de tudo. Como que a gente faz pra fazer isso? Não sei, é um desafio grande, mas é a realidade que o cara tem, né? Não tem jeito (Fabricio, comunicação pessoal em 17/09/2019).

A realização desse trabalho me rendeu, portanto, experiências e conhecimentos valiosos. Como artista e compositor, julgo fundamental o conhecimento do ecossistema no

qual estamos inseridos. Aqui, tive a oportunidade de disponibilizar uma parcela de informações e reflexões que considero pertinentes e espero que esses escritos contribuam para novos e experientes artistas e compositores(as) que buscam uma carreira sólida. Principalmente, espero que a leitura desse trabalho desperte o interesse para uma maior reflexão acerca de como ouvimos música. Afinal, ela é a maior responsável por estarmos aqui.

## Referências

ALZAMORA, G. C. e CORTEZ, N. M. P. Agenciamentos semióticos em ambientes de *streaming* de músicas: mente, aprendizado e continuidade. **Galáxia**, São Paulo/SP, nº28, E-ISSN: 1982-2553, P. 173-183, dezembro de 2014.

FERREIRA, Carolina. A música em cento e quarenta caracteres: dois estudos de caso sobre relações musicais e *Twitter*. In: V ENABET, ISSN: 2236-0980, 2011, Belém. **Anais eletrônicos do V Encontro Nacional da Associação Brasileira de Etnomusicologia**. Belém: UFPA, 2011. P. 108 – 116.

**HOWARD Goodall's Big Bangs 5: Recorded Sound**. Produção: Paul Sommers. Direção: David Jeffcock. Apresentação: Howard Goodall. Londres: Tiger Aspects, 2000. 1 DVD, (50 min).

MOLINA, S. A. **A composição de música popular cantada: a construção de sonoridades e a montagem dos álbuns no pós-década de 1960**. São Paulo: USP, 2014. Tese de Doutorado.

MONTARDO, S. P. e PASSERINO, L. M. Estudo dos blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações. **RENOTE – Revista Novas Tecnologias na Educação**. Porto Alegre, v. 4, ISSN 1679-1916, nº2. P. 1 – 10. Dezembro, 2006.

MOSCHETTA, P. H. e VIEIRA, J. Música na era do *streaming*: curadoria e descoberta musical no Spotify. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 20, ISSN 1807-0337, nº49. P. 258 – 292. Setembro – dezembro, 2018.

REYNER, I.R. Pierre Schaeffer e sua teoria da escuta. **OPUS**, Porto Alegre/RS, v.17, n. 2, E-ISSN: 1517-7017, P. 77-106, dezembro de 2011.

SANTOS, M. C.; RAMOS, R. C. e RIOS, J. R. Aplicativos de música: o Spotify, as mudanças no mercado fonográfico e os filtros-bolha. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo/SP. **Anais Intercom**. São Paulo: 2016. P. 1-13.

PETERSON, R.A. e KERN, R.M. Changing highbrow taste: from snob to omnivore. **American Sociological Review**, Vol. 61, nº5, ISSN: 00031224, P. 900-907, outubro de 1996.

VELHO, Gilberto. O desafio da proximidade. In: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina (org.). **Pesquisas urbanas: desafios do trabalho antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. P. 11-19.

VENTURIN, Kelvin. **Argus Montenegro e a bateria em Porto Alegre: uma abordagem histórica e etnográfica**. Porto Alegre: DEMUS, 2016. Projeto de Graduação em Música Popular. Disponível em <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/150867>. Acesso em 19/11/2019.