

O som do *streaming*: caracterizando plataformas de música musicalmente

The Sound of Streaming: Characterizing Music Streaming Platforms from a Musical Perspective

Bruno Westermann

Universidade Estadual de Feira de Santana

bruno.westermann@uefs.br

 C.V. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0144237770350384>

 Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1116-3863>

Recebido em: 17/04/2025

Aprovado em: 14/12/2025

RESUMO

Neste artigo, são apresentados os primeiros resultados de uma pesquisa em andamento sobre música e processos de plataformização no Brasil, que enfatiza aspectos estéticos e práticas musicais do fenômeno. Sua seção principal é composta pela descrição de quatro ações de pesquisa: (1) um levantamento dos discos mais vendidos no Brasil, entre 2003 e 2016; (2) uma análise das músicas mais baixadas no site Trama Virtual, entre 2005 e 2013, como exemplo de um período intermediário no processo de digitalização do consumo musical; (3) a caracterização dos gêneros e artistas mais populares nas plataformas Spotify, Deezer, YouTube, Amazon Music e Tidal; e (4) um estudo sobre a representatividade feminina na playlist "Top 50 – Brasil" do Spotify. Os dados apontam para o amplo predomínio de artistas do gênero sertanejo no contexto das plataformas de streaming no Brasil, mas também identificam o funk e o rap brasileiros como gêneros relevantes nesse contexto. Na sua última seção, são feitos apontamentos a partir desses dados, no intuito de sugerir caminhos de investigação que contemplem as sonoridades e as práticas musicais inerentes ao contexto das plataformas de streaming no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE:

Música e plataformização; música e cultura digital; plataformas de streaming de música.

ABSTRACT

This article presents the initial results of an ongoing research on music and platformization processes in Brazil, emphasizing aesthetic aspects and musical practices associated to this phenomenon. The main section describes four research actions: (1) a survey of the best-selling albums in Brazil between 2003 and 2016; (2) an analysis of the most downloaded songs on the Trama Virtual website, between 2005 and 2013, as an example of an intermediate period in the process of digitalization of music consumption; (3) the characterization of the most popular genres and artists on the Spotify, Deezer, YouTube, Amazon Music and Tidal platforms; and (4) a study on female representation in Spotify's "Top 50 – Brazil" playlist. The data point to the broad predominance of artists from the sertanejo genre within the context of streaming platforms in Brazil, but also identify Brazilian funk and rap as relevant genres in this scenario. In its final section, the article draws reflections from these findings, aiming to suggest research paths that consider the sonorities and musical practices inherent to the Brazilian streaming platform context.

KEYWORDS:

Music and platformization; music and digital culture; music streaming platforms.

Introdução

Este texto tem como objetivo apresentar as primeiras ações realizadas no contexto do projeto de pesquisa *Investigações sobre música e plataformas digitais no Brasil*, desenvolvido junto à Área de Música da Universidade Estadual de Feira de Santana. A pesquisa se propõe a compreender como plataformas de *streaming* influenciam e são influenciadas pelas práticas musicais brasileiras, com ênfase em aspectos estéticos e nas práticas musicais inerentes a este fenômeno – novos gêneros musicais ou novas sonoridades que emergem no contexto de plataformas; novas formas de compreender criação, performance, ensino e aprendizagem, também associadas à plataformização da música.

A ideia de investigar a plataformização da música a partir de seus elementos estéticos e práticas musicais tem como referência os trabalhos de Cardoso Filho (2008; 2013) e Caroso (2010), pois abordam a relação entre o desenvolvimento tecnológico, processos criativos e sonoridade de determinados gêneros musicais. As pesquisas de Cardoso Filho investigam as transformações estéticas do samba em função do desenvolvimento das tecnologias de gravação (Cardoso Filho 2008), e a influência das tecnologias elétricas de gravação nas práticas musicais e na estética da música popular gravada durante o século XX, no Brasil (Cardoso Filho 2013). Já Caroso (2010) estudou a viralização de músicas no YouTube numa perspectiva etnomusicológica, identificando processos criativos e gêneros musicais emergentes do contexto de digitalização da música.

Além disso, a construção desta pesquisa também considera as características da produção acadêmica sobre a plataformização e digitalização da música, mencionadas por Hesmondhalgh (2021) e Hesmondhalgh, Valverde, Kaye e Li (2023). Hesmondhalgh (2021, p. 4) sugere que esta produção tem priorizado as dimensões tecnológicas do fenômeno e seus modelos de negócios, deixando de explorar, dentre outras coisas, as novas experiências estéticas promovidas pela plataformização. Já Hesmondhalgh, Valverde, Kaye e Li (2023), partir de levantamento bibliográfico sobre o impacto dos sistemas de recomendação no consumo e na produção de música em plataformas, indicam que os estudos sobre o tema são conduzidos pelas áreas de

a) academic computer science and b) critical social science and humanities research on socio-technical systems, especially critical internet studies and critical algorithm studies (Hesmondhalgh, Valverde, Kaye and Li 2023, 3).

A maior parte dos trabalhos consultados para a elaboração desta proposta de pesquisa corrobora com essas considerações. Bonini e Gandini (2019), Arcand II (2019) e Eriksson et al (2019) abordam os aspectos tecnológicos de plataformas – a infraestrutura da plataforma, processos de dataficação das músicas, curadoria e sistemas de recomendação –, modelos de negócios e seu papel de mediação na indústria fonográfica. Já em Prey (2020), são abordadas, principalmente, as dimensões políticas e econômicas do Spotify, como agente que exerce poder sobre a indústria musical e os mercados da publicidade e financeiro.

No Brasil, a bibliografia sobre os processos de digitalização e plataformização da música é robusta, mas concentra-se em grande medida na área de comunicação. Dessa forma, são abordadas temáticas como aspectos das reconfigurações da indústria fonográfica no contexto da digitalização e plataformização (De Marchi 2016, 2023; Netto 2012); aspectos da relação entre sistemas de recomendação, estratégias de escuta e construções simbólicas (Santini 2011; De Marchi and Figueiredo 2024); e discussões sobre gênero musical, como conceito mediador de dinâmicas inerentes à cultura digital (Janotti Junior and Pereira de Sá 2019). Conforme identificado por Gurgel (2023), uma das dinâmicas mediada pela noção de gêneros musical é o caminho percorrido pelos fonogramas do seu lançamento até os ouvintes. Para além disso, uma agenda de pesquisa sobre música e cultura digital a partir da comunicação pode ser encontrada em Pereira de Sá, Polivanov e Evangelista (2016). O trabalho de Paludo (2010), também produzido no contexto dos estudos de comunicação, é um dos poucos que apresenta considerações sobre reconfigurações estéticas e práticas musicais em função da digitalização.

Mesmo sendo uma bibliografia robusta e relevante, as dimensões do fenômeno abordadas por estes trabalhos não costumam contemplar algumas problematizações sobre elementos artísticos do fazer musical (como de características musicais estruturantes, técnicas e processos criativos, características da performance musical), característicos das pesquisas realizadas na área de música. Assim, esta proposta de pesquisa dialoga com trabalhos do campo da comunicação e se fundamenta neles, ao mesmo tempo em que procura construir uma perspectiva sobre plataformização que contemple aspectos mais alinhada com a pesquisa em música.

Este projeto tem como marco teórico principal a teoria ator-rede (Latour 2012, 2019) e sua relação com os campos da cibercultura e da música (Eriksson et al 2019; Lemos 2013; Pereira de Sá 2014, 2021; Westermann, 2017, 2022). Também incorpora os conceitos de plataforma e plataformização a partir de Gillespie (2010), Helmond (2019), Van Dijck, Poell e De Wall (2018) e D’Andrea (2020), compreendendo a plataformização como o surgimento de novas formas de organização das relações sociais e culturais, transações, comunicações, consumo de serviços e bens culturais, dentre outras atividades, a partir da mediação de plataformas (D’Andréa 2020). Nessa perspectiva, estudar as plataformas de *streaming* de música, significa estudar as redes de associações que se formam em função delas, o que inclui elementos humanos, tecnológicos, ideológicos, econômicos, políticos, religiosos ou qualquer outro actante¹, de qualquer natureza, que justifique e influencie a maneira de ser dessas redes. Sob a lente da teoria ator-rede, plataformas de *streaming* são elementos não humanos que possuem agência dentro dessas redes, pois modificam situações e maneiras como ações são realizadas – a maneira como músicas são compartilhadas, ouvidas, criadas, executadas, ensinadas e aprendidas.

Tendo a cartografia de controvérsia como proposta metodológica, a pesquisa compreende a “música” como uma rede sociotécnica ampla e complexa, que é colocada em desequilíbrio quando o elemento “plataformas de *streaming*” se associa a ela. As investigações conduzidas dentro deste projeto de pesquisa têm buscado, num primeiro momento, identificar os elementos que compõem a rede que se forma a partir das plataformas de *streaming* para, num segundo momento, compreender a circulação de suas agências.

Como os resultados e considerações apresentados neste texto dizem respeito às primeiras investigações conduzidas no âmbito desta pesquisa, compreendeu-se que essa identificação inicial dos elementos deveria basear-se na ideia que dá título a este texto: o som das plataformas de *streaming*. Ou seja, os elementos a serem identificados num primeiro momento foram as músicas mais tocadas, os gêneros e artistas mais populares

¹ Utiliza-se nesse contexto o termo actante, originado dos estudos de literatura e que faz referência a tudo aquilo que conduz à ação. Diferentemente do termo ator, que refere-se totalmente ao ser humano que atua, a designação actante possibilita uma interpretação mais ampla, podendo fazer referência tanto ao elemento humano quanto ao não humano, como instituições, ideias e objetos.

dentro das plataformas. No nosso entendimento, a identificação desses elementos é o ponto de partida para os desdobramentos desta proposta de pesquisa, fundamentando as investigações sobre questões estéticas e práticas musicais, vinculadas ao que é mais popular e característico, dentro do contexto das plataformas.

Nas próximas seções, serão apresentados os resultados das investigações conduzidas até o momento da escrita deste texto, enfatizando a ascensão da popularidade de determinados gêneros musicais no Brasil, no contexto da plataformização, em comparação com períodos anteriores. Ao final, a partir dos resultados apresentados, serão feitos apontamentos sobre possíveis caminhos de investigação, tendo em vista a compreensão das práticas musicais, aspectos de organização da música e sonoridades inerentes a estes gêneros populares nas plataformas de *streaming*. A seção final também menciona outras ações de pesquisa que já trazem desdobramentos desta fase inicial, mas que não fizeram parte do escopo de informações deste texto.

O consumo de música no Brasil, antes e depois das plataformas

Nesta seção do texto, farei uma descrição sobre quatro ações de pesquisa realizadas no âmbito deste projeto, até o momento da escrita deste artigo. Vamos começar discorrendo sobre o período anterior à plataformização da música no Brasil, a partir de uma análise dos álbuns mais vendidos no país entre os anos de 2003 e 2016. Esta análise é importante para termos algum parâmetro de comparação no que se refere à popularidade de determinados gêneros musicais e artistas, a partir do momento em que plataformas de *streaming* começaram a operar no Brasil. A seguir, dedicaremos um trecho do texto à Trama Virtual, uma página na internet que esteve no ar entre os anos de 2003 e 2013, e que é um dos exemplos do processo de transição da mediação musical em função de sua digitalização (De Marchi 2016, 2023). Por fim, na última parte desta seção, falaremos um pouco sobre artistas e gêneros musicais populares a partir do início das operações e da popularização das plataformas de *streaming* de música no Brasil.

4.1 Vendas de álbuns no Brasil antes das plataformas

Os dados sobre vendas de discos no Brasil utilizados neste texto estão nos relatórios anuais, divulgados pela Pró-Música Brasil Produtores Fonográficos Associados (que, daqui em diante será referida exclusivamente como Pró-Música). Esta entidade existe desde o ano de 1958 e é, dentre outras coisas, responsável pela “emissão de certificados de ‘Disco de Ouro’, ‘Platina’ e ‘Diamante’, que permite a seus associados dar reconhecimento público a seus artistas que tenham alcançado níveis expressivos de vendas em qualquer formato”, segundo a seção “Sobre nós” da página da instituição na internet.

No site da Pró-Música estão disponíveis os relatórios anuais do mercado fonográfico brasileiro, de 2003 até 2024. Para a nossa análise, vamos nos debruçar sobre os relatórios entre 2003 até 2016 (ABPD, 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012a; 2012b n.d; n.d; 2016; Pró-Música, 2017), pois esses são os anos em que são apresentadas informações sobre os álbuns mais vendidos no Brasil. De 2017 em diante, os relatórios não apresentam mais essas informações, trazendo apenas os *rankings* das 200 músicas mais ouvidas nas plataformas de *streaming* no Brasil.

É certo que, pelas reconfigurações da indústria fonográfica em função de sua digitalização, a popularidade representada pela venda de álbuns não é equivalente ao número de *plays* em uma plataforma de *streaming*, principalmente ao considerarmos o processo de transição da mídia física para a digital e a crise na indústria fonográfica deste período (De Marchi 2016; 2023). Ainda assim, como a proposta deste momento da pesquisa é a identificação de artistas e gêneros populares visando uma análise das suas sonoridades e das práticas musicais que as originam, esta característica não foi entendida como um problema. A venda de discos tem função de estabelecer uma margem de comparação, baseada nos parâmetros de popularidade daquele momento, em comparação com os parâmetros de popularidade atuais.

Analisando os 10 discos mais vendidos a cada ano no Brasil, entre 2003 e 2016, é possível perceber algumas tendências importantes, refletindo o que foi popular ao longo deste período. A primeira, e talvez a mais relevante delas, é a presença de artistas inseridos no contexto da música sertaneja. Entre as dez primeiras posições de álbuns mais vendidos no Brasil, em todos os anos há artistas deste gênero. O relatório de 2014 é o único em que

apenas uma artista deste gênero está presente, a cantora Paula Fernandes. Em todos os outros anos, dois ou três artistas que compõem a lista são do gênero sertanejo.

A cantora Paula Fernandes é a artista do contexto sertanejo que mais vezes aparece nesta lista, com oito discos entre os mais vendidos, em quatro anos diferentes – 2011, 2012, 2013 e 2014. Seguem as duplas Bruno e Marrone (sete discos em seis anos diferentes) e Zezé di Camargo e Luciano (seis discos em seis anos diferentes). Esses dados mostram que há anos em que um mesmo artista aparece em mais de uma posição, como o caso de 2013, em que Paula Fernandes ocupa três posições entre os dez discos mais vendidos (Figura 1).

Figura 1 – Lista dos álbuns mais vendidos no Brasil em 2013

TOP 20 CDs	ARTISTA	ÁLBUM	GRAVADORA
01	Padre Marcelo Rossi	Já Deu Tudo Certo (EP)	Sony Music
02	Roberto Carlos	Remixed (EP)	Sony Music
03	Paula Fernandes	Um Ser Amor (EP)	Universal Music
04	Paula Fernandes	Edição Especial	Universal Music
05	Anitta	Anitta	Warner Music
06	Paula Fernandes	Multishow Ao Vivo	Universal Music
07	Luan Santana	O Nosso Tempo é Hoje	Som Livre
08	Damascos	O Maior Troféu	Sony Music
09	Padre Reginaldo Manzotti	Faça-me Crer	Som Livre
10	One Direction	Midnight Memories	Sony Music
11	Vários	Canções Mágicas Disney	Walt Disney
12	Luan Santana	Te Esperando (EP)	Som Livre
13	Vários	No Coração da Jornada	Sony Music
14	Vários	Sambas de Enredo 2014	Universal Music
15	Victor & Leo	Viva Por Mim	Som Livre
16	Lady Gaga	Artpop	Universal Music
17	Padre Fábio de Melo	Queremos Deus	Sony Music
18	Jorge & Mateus	Live In London - At Royal Albert Hall	Som Livre
19	Zezé Di Camargo & Luciano	Teorias	Sony Music
20	Demi Lovato	Demi	Universal Music

Fonte: Mercado Brasileiro de Música em 2013 (ABPD n.d)

O relatório sobre o ano de 2006 inaugura outra tendência importante, que vai ser percebida até o último ano analisado. Artistas inseridos no contexto religioso, de orientação cristã, passam a figurar entre os álbuns mais vendidos no Brasil. Em 2006 e 2007, há apenas um artista em cada ano entre os dez mais vendidos – em ambos, o Padre Marcelo Rossi. De 2008 em diante, pelo menos três posições são ocupadas por discos de artistas deste contexto. No ano de 2011, álbuns deste gênero ocupam cinco posições (Figura 2).

Figura 2 – Lista dos álbuns mais vendidos no Brasil em 2011
TOP 20 CDS 2011

	ARTISTA	ÁLBUM	GRAVADORA
1	PADRE MARCELO ROSSI	ÁGAPE MUSICAL	SONY MUSIC
2	PAULA FERNANDES	PAULA FERNANDES AO VIVO	UNIVERSAL MUSIC
3	PAULA FERNANDES	PÁSSARO DE FOGO	UNIVERSAL MUSIC
4	LUAN SANTANA	LUAN SANTANA-AO VIVO NO RIO	SOM LIVRE
5	PADRE ROBSON	PADRE ROBSON - NOS BRAÇOS DO PAI	SOM LIVRE
6	PADRE FÁBIO DE MELO	NO MEU INTERIOR TEM DEUS (AO VIVO)	SONY MUSIC
7	PADRE REGINALDO MANZOTTI	MILHÕES DE VOZES AO VIVO	SOM LIVRE
8	ADELE	21	SONY MUSIC
9	DAMARES	DIAMANTE (GOSPEL)	SONY MUSIC
10	CAETANO VELOSO E MARIA GADU	MULTISHOW AO VIVO	UNIVERSAL MUSIC
11	BEYONCÉ	4	SONY MUSIC
12	REBELDES [BRASIL]	REBELDES (BRASIL) 2011	EMI MUSIC
13	LADY GAGA	BORN THIS WAY	UNIVERSAL MUSIC
14	MARISA MONTE	O QUE VOCE QUER SABER DE VERDADE	EMI MUSIC
15	JUSTIN BIEBER	UNDER THE MISTLETOE	UNIVERSAL MUSIC
16	PASTORA LUDMILA FERBER	O PODER DA ALIANÇA	SOM LIVRE
17	VICTOR & LÉO	AMOR DE ALMA	SONY MUSIC
18	SEU JORGE	MUSICAS PARA CHURRASCO VOL. I	UNIVERSAL MUSIC
19	PADRE REGINALDO MANZOTTI	EM DEUS UM MILAGRE	SOM LIVRE
20	AMY WINEHOUSE	BACK TO BLACK	UNIVERSAL MUSIC

Fonte: Mercado brasileiro de música 2011/2012 (ABPD, 2011a)

O cantor Roberto Carlos também é uma presença constante nessas listas, ainda que não esteja presente em todos os *rankings* analisados. Entre 2003 e 2014, o cantor aparece nove vezes com, pelo menos, um álbum entre os mais vendidos.

Em resumo, temos três presenças constantes no período analisado: o cantor Roberto Carlos, artistas sertanejos e artistas cristãos. Essas duas últimas, além de constantes, são predominantes. Além destes, o rock é um gênero que também merece uma menção em função de seu destaque pontual. Nos anos de 2003, 2004, 2005 e 2007, há sempre dois artistas brasileiros inseridos neste gênero entre os dez mais vendidos. De 2008 em diante, não há mais artistas deste gênero na lista, com exceção da banda Malta, em 2014, que venceu um *reality show* da Rede Globo naquele ano.

4.2 Trama Virtual e o processo de digitalização da música

Segundo De Marchi (2016), a primeira década do século XXI foi um período desafiador para a indústria fonográfica brasileira. A queda acentuada nos números de vendas de discos

parecia estar relacionada a transformações profundas do mercado fonográfico, colocando em questão a legitimidade de suas principais instituições: os discos físicos, as lojas revendedoras, as gravadoras, a ABPD e a lei de direitos autorais (De Marchi 2016, 155).

Podemos dizer que os fonogramas digitais são os principais agentes responsáveis por essa transformação. Sendo a grande inovação do período, o fonograma digital

possibilitou a emergência de novas formas de produção, distribuição e consumo de fonogramas, além de estar relacionado à entrada de novos agentes nesse negócio que reformulam as relações de poder no campo (De Marchi 2016, 155).

Novamente, com o objetivo de compreender, a partir da música, quais as características desses novos agentes da digitalização, esta pesquisa desenvolveu uma ação com foco no site Trama Virtual. A Trama Virtual foi um portal de conteúdos que pertencia à gravadora Trama, e que ficou no ar entre os anos de 2003 e 2013. Ela funcionava como uma espécie de portal de conteúdos de música independente no Brasil, mas a funcionalidade que deu relevância a ela foi a sua estrutura para compartilhamento de músicas. No site da Trama Virtual, qualquer artista poderia criar um perfil com informações em texto e fotografias, bem como colocar suas músicas em formato de mp3, disponibilizadas para *download*. Este foi um dos serviços brasileiros que antecederam a chegada das plataformas de *streaming*, sendo um intermediário entre artistas e público nos primeiros anos da digitalização do consumo de música no Brasil (De Marchi 2016). Nesta pesquisa, os dados sobre artistas e gêneros populares na Trama Virtual podem ser considerados um exemplo do que caracterizava musicalmente estes novos formatos de mediação no contexto digital.

Pela falta de um consenso, e pela necessidade de melhor aprofundamento na definição do conceito dentro do campo da música, não é possível afirmar que a Trama Virtual era uma plataforma de música. A partir de um levantamento de informações na imprensa especializada do período, é improvável que sua estrutura fosse baseada em algoritmo; além disso, as transações e interações de pessoas e conteúdos dentro dela eram bastante limitadas e bem diferentes do que Spotify ou YouTube fazem hoje. Sua importância está mais relacionada ao processo de transição entre o modelo da venda de álbuns, a pirataria de mp3 e a ascensão das plataformas de *streaming*.

Nesta ação de pesquisa, foi desenvolvida uma ferramenta de *web scraping*² que coletou e compilou informações sobre as músicas mais baixadas no site Trama Virtual, a

² *Web scraping*, ou "raspagem de dados", é uma técnica que permite a coleta sistemática de dados disponíveis em páginas na internet, por meio de algoritmos.

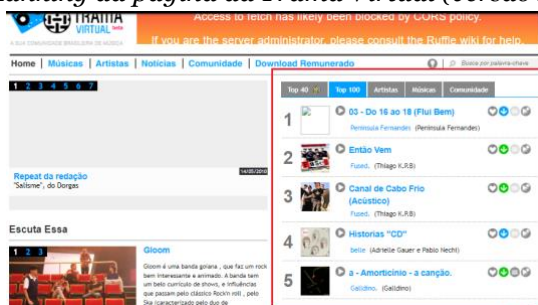
partir dos seus registros disponíveis no banco de dados The Internet Archive, acessíveis por meio da ferramenta Wayback Machine³. O processo de desenvolvimento da ferramenta de *web scraping*, bem como o tratamento e compilação das informações coletadas são descritos em detalhes em Cardozo e Westermann (2023). Neste trabalho, foram analisados *rankings* de *download* de músicas disponíveis no site entre os anos de 2005 e 2013 (Figuras 3 e 4).

Figura 3 – Ranking da página da Trama Virtual (versão 2005-2010)



Fonte: Cardozo e Westermann (2023, p. 7)

Figura 4 – Ranking da página da Trama Virtual (versão 2010-2013)



Fonte: Cardozo e Westermann (2023, p. 9)

Os dados sobre a Trama Virtual e sobre as vendas de discos no Brasil coincidem em termos temporais, mas a análise indica um perfil de popularidade completamente diferente. Na Trama Virtual, foi constatado um predomínio bastante acentuado de bandas brasileiras que se inseriam no universo do rock. Notadamente entre os anos de 2005 e 2009, os *rankings* das 10 músicas mais baixadas eram compostos exclusivamente por bandas de rock.

³ [Wayback machine](#) (“máquina do tempo”, em uma tradução livre) é um recurso online que permite o acesso a versões antigas de sites que ainda estão no ar, ou consultar sites que já não estão mais disponíveis. Este serviço pertence à organização [The Internet Archive](#), que arquiva páginas da web desde o ano de 1996.

De 2010 em diante, alguns artistas da o rap e da MPB passam a frequentar essas listas, mas ainda em minoria. Artistas do contexto sertanejo e cristão não aparecem nesses *rankings*. Além disso, o perfil de popularidade na Trama Virtual também destoa daquilo que será percebido nas plataformas de *streaming*, tanto em anos em que estes serviços coexistiram, quanto em anos posteriores.

Aprofundamentos possíveis para esta investigação dão conta de compreender qual seria o perfil dos usuários (tanto artistas quanto público) da Trama Virtual e o que justifica a alta popularidade de um determinado gênero neste ambiente digital, enquanto outros gêneros eram populares a partir de outras métricas. No viés desta investigação, nos chama a atenção a presença de artistas nos *rankings* da Trama Virtual que, posteriormente, alcançaram sucesso no *mainstream* musical brasileiro – notadamente as bandas Fresno e NX Zero. Estes dados abrem a possibilidade de investigações sobre eventuais diferenças entre os fonogramas veiculados na Trama Virtual, ainda no contexto da música independente, e aqueles produzidos a partir do vínculo com grandes gravadoras, e as “práticas sócio-musicais de estúdio” (Cardoso Filho 2013) inerentes a estes dois contextos.

4.3 As plataformas de streaming

Os dados apresentados nesta seção têm origem em duas ações de pesquisa realizadas entre os anos de 2021 e 2023, que são detalhadas em Argolo e Westermann (2022), e Ferreira e Westermann (2023). No primeiro trabalho, realizamos uma pesquisa que coletou e compilou informações que pudessem caracterizar quais foram as músicas mais ouvidas nas plataformas Spotify, Deezer, YouTube, Amazon Music e Tidal. Sobre as três primeiras, foram encontrados, checados e compilados dados sobre as músicas mais ouvidas em cada uma delas, anualmente. A pesquisa foi realizada totalmente online, com dados publicados pelos próprios serviços de *streaming*, seja por meio da imprensa, seja em veículos próprios de divulgação (Argolo and Westermann 2022).

O período contemplado pela coleta de dados variou entre as três plataformas. No caso do YouTube, foram encontrados dados relativos ao período entre 2012 e 2021; já no Deezer, o período foi entre 2014 e 2021; e no Spotify, entre 2015 e 2021. No caso desses dois últimos, essas datas têm relação com o início das suas operações no Brasil.

Tidal e Amazon Music são plataformas cuja operação no Brasil é mais recente, e sobre elas não foram encontradas informações a respeito das músicas mais ouvidas no período contemplado por esta pesquisa. Neste caso, nossa análise foi feita a partir de *playlists* de curadoria feitas pelas próprias plataformas – “Melhores de 2020” e “Melhores de 2021”, no caso da Amazon Music; “Melhores do Brasil 2020” e “Melhores do Brasil 2021”, no caso do Tidal.

Analisar um *ranking* de músicas mais ouvidas não é o mesmo que analisar uma *playlist*, cuja curadoria foi feita pela própria plataforma. Essas informações possuem origens diferentes, e por isso a sua comparação é bastante limitada, o que tem impacto na análise que será apresentada aqui. Ainda assim, entendemos que era importante manter informações desta natureza, pois, em alguma medida, elas caracterizam as plataformas do ponto de vista musical. Assim como no caso das vendas de discos, é o viés desta pesquisa que permite este tipo de decisão.

A partir das análises feitas sobre as plataformas YouTube, Deezer, Spotify, Amazon Music e Tidal, foi possível observar que

o gênero musical Sertanejo tem uma grande presença em todas elas. Ele é predominante nas plataformas que apresentam rankings, enquanto nas *playlists* de curadoria (casos de Amazon Music e Tidal) há uma diversidade maior, com mais gêneros aparecendo e em números mais equilibrados. Essa recorrência do Sertanejo se dá a partir do ano de 2014 e se consolida [nos anos seguintes]. (Argolo and Westermann 2022, 10)

Além do sertanejo, o funk e o pop são gêneros bastante recorrentes nos dados coletados, tanto nos *rankings* quanto nas *playlists* de curadoria. No caso dos *rankings*, percebeu-se que existe uma tendência a uma maior diversidade de gêneros musicais nas listas anuais do YouTube, com alguma presença de artistas de rap. No Spotify e no Deezer, os *rankings* mais recentes são basicamente formados por artistas do gênero sertanejo, e essa diferença entre uma plataforma e outra merece alguma investigação mais aprofundada.

Nas *playlists* de curadoria, das plataformas Tidal e Amazon Music, foi possível observar uma maior variedade de gêneros musicais, ainda que o sertanejo seja também o gênero mais recorrente nelas. Há uma maior presença de artistas de rap nessas duas *playlists*, o que não ocorre nos *rankings* das plataformas mencionadas anteriormente.

Os dados desta investigação e daquela sobre a Trama Virtual foram consolidados em uma linha do tempo, disponível online⁴. Nela, é possível verificar os *rankings* e *playlists* das plataformas mencionadas até aqui, em cada um dos anos contemplados nesta investigação, bem como ouvir as músicas que formam estas listas.

A segunda ação de pesquisa sobre o contexto das plataformas de *streaming* pode ser considerada um desdobramento do primeiro. Em Argolo e Westermann (2022), foi possível constatar que a proporção de artistas mulheres entre as músicas mais ouvidas nas plataformas no Brasil foi significativamente menor em relação a artistas homens. Assim, em Ferreira e Westermann (2023), tomamos essa constatação como ponto de partida para a formulação de uma investigação sobre a presença de mulheres na *playlist* “Top 50 – Brasil” do Spotify.

A *playlist* “Top 50 – Brasil”, que é atualizada a cada 24 horas e apresenta as 50 músicas mais tocadas no país dentro da plataforma, foi monitorada semanalmente, durante 16 semanas consecutivas, entre outubro de 2022 e janeiro de 2023. A cada semana, em um dia fixo, era feito um levantamento completo de todas as músicas e artistas presentes nela. Estes dados foram compilados, tabelados e devidamente analisados.

No período pesquisado, foram levantadas 800 ocorrências (contando músicas repetidas) e, dessas, apenas 235 eram de artistas mulheres – sozinhas ou em parceria com outros artistas do sexo masculino. Dessas, apenas 44 ocorrências são de mulheres cantando sozinhas. Ou seja, assim como nos *rankings* anuais, na *playlist* Top 50 – Brasil as mulheres também são minoria.

No entanto, os dados que reforçam as análises da pesquisa anterior referem-se aos gêneros musicais nos quais estas mulheres estão inseridas. As quatro mulheres que mais apareceram nessa lista (Ana Castela, Marília Mendonça, Maiara & Maraísa e Mari Fernandez) fazem parte do universo da música sertaneja. O restante das artistas identificadas nessa coleta de dados são cantoras de funk (como Anitta, Lexa, POCAH, Luisa Sonza), rappers (como McJhenny, McDanny) e cantoras de pop internacional (Beyoncé, Jennifer Lopez, Miley Cyrus, dentre outras). Ou seja, ainda que o objeto estudado seja

⁴ Disponível em: <https://tinyurl.com/plataformasdemusicabrasil>.

diferente, e que o recorte analítico também não seja o mesmo, os resultados convergem para um predomínio desses gêneros como aqueles mais populares entre os ouvintes brasileiros que utilizam estas plataformas.

Figura 5 – Quadro parcial (Top 5) das artistas mais recorrentes na playlist Top 50 – Brasil, no Spotify, entre outubro/2022 e janeiro/2023

Artista	Quantidade de aparições
Ana Castela	42
Marília Mendonça	40
Maiara e Maráisa	39
Mari Fernandez	32
Luísa Sonza	30

Fonte: Ferreira e Westermann (2023, p. 6)

Nestes dois trabalhos, a partir dos dados coletados, foram identificadas tendências fortes na direção do gênero sertanejo como aquele mais popular entre ouvintes de plataforma. Este dado é reforçado pela pesquisa *Engaging with Music*, na sua edição de 2022, que também mostrou que o gênero sertanejo é o favorito entre os ouvintes brasileiros pesquisados (Ifpi, 2022). Esta é uma informação bastante importante, que dialoga com os dados sobre vendas de álbuns no período anterior às plataformas, e que será retomada na conclusão.

Considerações finais

Do ponto de vista teórico-metodológico, a proposta deste trabalho tem sido abrir a *caixa-preta* da plataformização da música no Brasil, na perspectiva das sonoridades e das práticas musicais inerentes a este fenômeno. As ações descritas neste texto, que representam as primeiras etapas da pesquisa, se propuseram a abrir esses caminhos, caracterizando musicalmente as plataformas de *streaming*, a partir da identificação de gêneros musicais e artistas representativos de cada uma delas, seja por *rankings* de popularidade, seja por escolhas de curadoria. Para estabelecermos alguma margem de comparação, também foram levantados dados sobre vendas de discos no Brasil, anteriores à plataformização, e sobre a Trama Virtual, que aqui representa os serviços *online* que atuaram no período de transição entre a mídia física e o digital.

A partir dos dados obtidos e do viés de análise proposto, podemos dizer que o gênero sertanejo é o que melhor caracteriza musicalmente o processo de plataformização da música no Brasil. Nos *rankings* e *playlists* investigadas, o que se percebe é que este gênero tem amplo predomínio quando nossa perspectiva é a popularidade dentro das plataformas. A popularidade da música sertaneja não teve início com a plataformização, já que nos dados sobre vendas de discos no Brasil, anteriores à chegada das plataformas, identificamos uma presença sólida e constante de artistas deste gênero durante todo o período estudado (2003-2016). O que chama a atenção é o movimento do gênero em termos de popularidade, que coincide com a transição para o modelo de plataforma, saindo de “presença sólida e constante” na venda de discos, em direção ao “predomínio amplo” no *streaming*. A ideia aqui não é estabelecer uma relação de causa e efeito simples entre a popularidade do sertanejo e a plataformização, mas pontuar uma correlação entre ambos, visando aprofundamentos em estudos futuros.

Ainda sobre o sertanejo, considerando que o gênero se manteve relevante tanto no período da venda de discos, quanto a partir da plataformização, um próximo passo para esta pesquisa seria verificar se existem mudanças estéticas atreladas à transição de uma mídia para a outra. Assim como Cardoso Filho (2008) identifica mudanças no samba em termos de sonoridade (instrumentação, interpretação, andamento), decorrentes da associação do gênero com os recursos de captação, gravação e edição de áudio, desenvolvidos ao longo do século XX, é válido considerar esta mesma possibilidade no que diz respeito ao gênero sertanejo e as plataformas de *streaming*. Essa possibilidade é sinalizada por Janotti Junior e Pereira de Sá (2019) e Pereira de Sá (2021), quando afirmam que a cultura digital promoveu um hibridismo estético em determinados gêneros musicais, o que teria relação com a maior circulação e capilaridade que passaram a ter em função das plataformas. Do ponto de vista da pesquisa em música, é relevante compreendermos como esse hibridismo se manifesta musicalmente, e como pode ser explicado a partir de elementos rítmicos, harmônicos, melódicos, de instrumentação, de timbragem e de mixagem, e quais as formas de pensar a composição e a performance estão atreladas a este fenômeno. Novamente, não se trata de estabelecer uma relação de causa e efeito simples – pois plataformas são tecnologias de distribuição e consumo, e não de gravação – mas compreender os elementos que materializam este hibridismo nas músicas como agentes desta complexa rede sociotécnica.

Além do sertanejo, o funk e o rap brasileiros também são gêneros que merecem nossas considerações, em função dos dados coletados nas plataformas estudadas. Estes são gêneros que não apareceram nos *rankings* de álbuns mais vendidos, no recorte feito neste trabalho, e, no contexto da Trama Virtual, apenas o rap aparece de maneira muito discreta. Já nos dados sobre plataformas de *streaming*, se mostraram relevantes, sendo o funk mais recorrente nos *rankings*, e o rap, nas *playlists* de curadoria. Mesmo reconhecendo que estamos lidando com mecanismos de verificação de popularidade distintos, nas plataformas estes dois gêneros ocupam posições de destaque que não ocupavam anteriormente. Esses dados corroboram com Pereira de Sá (2021), sobre o rompimento de barreiras de acesso à mecanismos de circulação promovidos pelas plataformas. No entanto, como o estudo da autora se foca no YouTube, um aprofundamento sobre o assunto a partir de outras plataformas, cujo funcionamento é sensivelmente diferente, pode revelar novos aspectos sobre este tópico.

Na perspectiva da pesquisa em música, é válido ressaltar que tanto funk quanto rap são gêneros predominante eletrônicos, cuja produção se dá a partir da manipulação de áudio digitalizado, em equipamentos específicos e programas de edição. Os instrumentos mais característicos funk e do rap são as *pick-ups* e os computadores, e não instrumentos tradicionais como teclado, guitarra, bateria etc. A matéria prima desses gêneros são sons pré-existentes, que são recortados, recombinaos, e manipulados de tal forma que dão origem a uma música nova. Nos interessa analisar esta dimensão do rap e do funk a partir do conceito de cultura da gravação, proposto por Cardoso Filho (2013), que envolve tanto as práticas de produção do evento sonoro quanto aquelas relacionadas à distribuição e escuta. Para o autor, “a cada novo paradigma tecnológico [...] percebemos uma nova negociação entre os diversos atores envolvidos na cultura da gravação, assim como uma readequação em algumas de suas práticas” (Cardoso Filho 2013, p. 61). Assim, pela popularidade de ambos no contexto das plataformas, compreender a influência dessa tecnologia na cultura da gravação e nas suas práticas de produção é, também, uma forma de aprofundar a discussão sobre a plataformização da música no Brasil.

Por fim, vale mencionar as movimentações do rock nos três contextos estudados. No período da venda de discos, o gênero possui relevância pontual até o ano de 2007; no contexto digitalizado da Trama Virtual, entre 2005 e 2013, ele é totalmente preponderante; já nas plataformas ele se mostra um gênero pouco relevante – algumas músicas deste gênero

estão nas *playlists* de curadoria, enquanto nos *rankings* não há nenhuma ocorrência depois de 2015, período que coincide com a consolidação do modelo de plataformas no Brasil. Por isso, tendemos a considerar que os conceitos de hibridismo, capilaridade e rompimento de barreiras de acesso, bem como a ideia de cultura de gravação, podem ajudar a explicar o papel do rock na plataformização brasileira, mas no sentido oposto ao da música sertaneja, do rap e do funk, de decréscimo de popularidade e relevância.

Outras investigações já foram realizadas no âmbito desta pesquisa, mas ficaram de fora do escopo deste texto. Duas delas estão publicadas em Westermann, Argolo e Lopes (2024), e foram realizadas especificamente no âmbito do Spotify. Uma aborda aspectos musicais que se relacionam com a chegada da canção *Envolver*, de Anitta, ao primeiro lugar entre as músicas mais ouvidas no mundo, no Spotify, em março de 2022; a outra, investiga elementos estruturantes de músicas que compõem uma *playlist* temática feita por algoritmo, buscando pistas sobre como a plataforma seleciona músicas adequadas para uma "manhã fria". Dessa forma, espera-se colaborar com a compreensão cada vez mais aprofundada da plataformização da música no Brasil, tendo a música e suas dimensões estéticas e suas práticas, como elementos mediadores deste fenômeno.

Referências

- Arcand II, Kyle Robert. 2019. "Stack Music: spotify and the platformization of the digital music commodity". MA diss., Duke University.
- Argolo, Adilson, e x, Bruno. 2022. "Linha do tempo das plataformas digitais de música no Brasil". *Anais do Congresso da ANPPOM*, v. 32.
https://anppom.org.br/anais/anaiscongresso_anppom_2022/papers/1218/public/1218-5413-1-PB.pdf
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. 2004. *Mercado brasileiro de música 2003*. Rio de Janeiro: Abpd. [https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado Brasileiro de Musica 2003.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado_Brasileiro_de_Musica_2003.pdf).
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. 2005. *Mercado brasileiro de música 2004*. Rio de Janeiro: Abpd. [https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado Brasileiro de Musica 2004.pdf](https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado_Brasileiro_de_Musica_2004.pdf).
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. 2006. *Mercado brasileiro de música 2005*. Rio de Janeiro: Abpd. https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Pub_2005_final1.pdf.

- Associação Brasileira de Produtores de Discos. 2007. *Mercado brasileiro de música 2006*. Rio de Janeiro: Abpd. <https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Publicacao2006.pdf>.
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. 2008. *Mercado brasileiro de música 2007*. Rio de Janeiro: Abpd. https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Publi2008_final_01_23.pdf.
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. 2009. *Mercado brasileiro de música 2008*. Rio de Janeiro: Abpd. https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado_Fonografico_BR2008.pdf.
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. 2010. *Mercado brasileiro de música 2009*. Rio de Janeiro: Abpd. https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Final_Publicacao_2009_CB.pdf.
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. 2011. *Mercado brasileiro de música*. Rio de Janeiro: Abpd. https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/PublicacaoABPD_10_11Final.pdf.
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. 2012a. *Mercado brasileiro de música 2011/2012*. Rio de Janeiro: Abpd. https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Publicacao2011_Final_CB_abril2012.pdf.
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. 2012b. *Mercado brasileiro de música 2012*. Rio de Janeiro: Abpd. https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/ABPD_Publicacao2013_CB_final-1.pdf.
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. n.d. *Mercado brasileiro de música em 2013*. Rio de Janeiro: Abpd. <https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/01/MERCADO-BRASILEIRO-DE-MUSICA-EM-2013.pdf>.
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. n.d. *Mercado brasileiro de música 2014*. Rio de Janeiro: Abpd. <https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2015/06/PublicacaoABPD2014.pdf>.
- Associação Brasileira de Produtores de Discos. 2016. *Mercado fonográfico mundial e brasileiro em 2015*. Rio de Janeiro: Abpd. https://www.pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2016/04/MERCADO_FONOGRAFICO_BRASILEIRO_E_MUNDIAL_2015_FINAL_PDFSITE.pdf.
- Bonini, Tiziano, and Gandini, Alessandro. 2019. "First Week Is Editorial, Second Week Is Algorithmic: platform gatekeepers and the platformization of music curation". *Social Media + Society* 5, n. 4 (October-December). <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305119880006>.
- Cardoso Filho, Marcos. 2008. "Pelo gramofone: a cultura da gravação e a sonoridade do samba (1917-1971)". MA diss., Universidade Federal de Minas Gerais.
- Cardoso Filho, Marcos Edson. 2013. "Memórias, discos e outras notas: uma história das práticas musicais na era elétrica (1927-1971)". PhD thesis. Universidade Federal de Minas Gerais.
- Cardozo, Thiago, e Westermann, Bruno. 2023. "O som da Trama Virtual: desenvolvimento de ferramentas de web scraping para levantamento de músicas". *Anais do Congresso da ANPPOM*,

v. 33. https://anppom.org.br/anais/anaiscongresso_anppom_2023/papers/1770/public/1770-7472-1-PB.pdf

Caroso, Luciano. 2010. "Etnomusicologia no ciberespaço: processos criativos e de disseminação em videocliques amadores" PhD thesis, Universidade Federal da Bahia.

D'Andréa, Carlos. 2020. *Pesquisando Plataformas Online: conceitos e métodos*. Salvador: Edufba.

De Marchi, Leonardo. 2016. *A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009: dos discos físicos ao comércio digital de música*. Rio de Janeiro: Fólio Digital: Letra e Imagem.

De Marchi, Leonardo. 2023. *A indústria fonográfica digital: formação, lógica e tendências*. Rio de Janeiro: Mauad X.

De Marchi, Leonardo Gabriel, e Marlon Câmara Leal Figueiredo. 2024. "Táticas De Escuta De Música Nos serviços De Streaming: Uma Etnografia Digital Multissituada". *PerCursos* 25 (outubro). Florianópolis:eo303. <https://doi.org/10.5965/19847246252024e0303>.

Eriksson, Maria; Fleischer, Rasmus, Johansson, Anna, Snickars, Pelle, and Vondreau, Patrick. 2019. *Spotify Teardown: inside the black box of streaming music*. Cambridge, Londres: The Mit Press.

Ferreira, Leticia Alexandra Marques, e Westermann, Bruno. 2023. "Gênero e plataformas digitais de música: um estudo sobre representatividade feminina na playlist do Spotify Top 50 - Brasil". *Anais do Congresso da ANPPOM*, v. 33. https://anppom.org.br/anais/anaiscongresso_anppom_2023/papers/1789/public/1789-7776-1-PB.pdf

Gillespie, Tarleton. 2010. "The politics of 'platforms'". *New Media & Society* 12, n. 3 (May): 347-364. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444809342738>.

Gurgel, Dani. 2023. "Gatekeeping digital da música: proposta de modelo teórico e sua aplicação em Funk Brasileiro, Sertanejo, Forró e MPB". PhD thesis. Universidade de São Paulo.

Hesmondhalgh, D. 2021. "Streaming's Effects on Music Culture: Old Anxieties and New Simplifications". *Cultural Sociology*, 16(1), 3-24. <https://doi.org/10.1177/17499755211019974>.

Hesmondhalgh, David, Valverde, Raquel Campos, Kaye, D. Bondy Valdovinos, and Li, Zhongwei. 2023. "The impact of algorithmically driven recommendation systems on music consumption and production: a literature review". UK Centre for Data Ethics and Innovation Reports. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4365916.

Hesmondhalgh, David, Jones, Ellis, and Rauh, Andreas. 2019. "SoundCloud and Bandcamp as Alternative Music Platforms". *Social Media + Society* 5, n. 4 (October-December). <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305119883429>.

International Federation of the Phonographic Industry (Ifpi). 2022. *Engaging with music 2022*. Londres: Ifpi. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2022/11/Engaging-with-Music-2022_full-report-1.pdf.

Janotti Junior, Jeder, and Pereira de Sá, Simone. 2019. "Revisitando a noção de gênero musical em tempos de cultura musical digital". *Galáxia*, n. 41 (May-August): 128-139. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239963>.

Westermann, Bruno. 2025. "O som do streaming: caracterizando plataformas de música musicalmente". *Revista Brasileira de Estudos em Música e Mídia* Volume 6, no. 1: 1-22.

Latour, Bruno. 2012. *Reagregando o social: uma introdução à teoria do Ator-Rede*. Salvador - Bauru: Edufba - Edusc.

Latour, Bruno. 2019. *Investigação sobre os modos de existência: uma antropologia dos modernos*. Petrópolis: Editora Vozes.

Lemos, André. 2013. *A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura*. São Paulo: Annablume.

Netto, Michel Nicolau. 2012. "Música na internet: descentralização e controle". *Música Popular em Revista* 1, n. 1 (October): 115-134. <http://dx.doi.org/10.20396/muspop.v1i1.12879>.

Paludo, Ticiano Ricardo. 2010. "Reconfigurações musicais: os novos caminhos da música na era da comunicação digital". MA diss., Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Pereira de Sá, Simone. 2014. "Contribuições da Teoria Ator-Rede para a ecologia midiática da Música". *Contemporânea: Revista de comunicação e cultura* 3, n. 12 (September): 537-555. <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneapocom/article/view/12402>.

Pereira de Sá, Simone, Polivanov, Beatriz, and Evangelista, Simone. 2016. *Música, som e cultura digital: perspectivas comunicacionais brasileiras*. Rio de Janeiro: E-Papers.

Pereira de Sá, Simone. 2021. *Música pop-periférica brasileira: videoclipes, performances e tretas na cultura digital*. Curitiba: Appris.

Prey, Robert. 2020. "Locating Power in Platformization: music streaming playlists and curatorial power". *Social Media + Society* 6, n. 2 (April-June). <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305120933291>.

Pró-Música Brasil Produtores Fonográficos Associados. 2017. *Mercado mundial fonográfico e brasileiro em 2016*. Rio de Janeiro: Pró-Música.

Pró-Música Brasil Produtores Fonográficos Associados. 2025. *Mercado brasileiro de música 2024*. Rio de Janeiro: Pró-Música.

Santini, Rose Marie. 2011. "A Arte do avesso: a função da denegação econômica no mercado Artístico e as novas formas de recomendação e mediação cultural na internet". *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación* 13, n. 2 (May-August): 1-22. <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/114>.

Van Dijck, José; Poell, Thomas, and De Waal, Martijn. 2018. *The Platform Society: public values in a connective world*. New York: Oxford University Press.

Westermann, Bruno. 2017. "As coisas e o ensino de violão: relação entre tecnologias digitais e características do ensino do instrumento no contexto da educação a distância." PhD thesis, Universidade Federal da Bahia.

Westermann, Bruno. 2022. "Música, Seu Ensino E Suas Coisas: Caminhos teórico-metodológicos Para Estudos Sobre Música, Tecnologia E educação". *Revista da Abem* 30 (1). <https://revistaabem.abem.mus.br/revistaabem/article/view/1082>.

Westermann, Bruno, Argolo, Adilson, e Lopes, Elaine. 2024. "Playlists temáticas e Envolver: dois estudos de caso sobre músicas no Spotify". *Anais do Congresso da ANPPOM*, v. 34. https://anppom.org.br/anais/anaiscongresso_anppom_2024/papers/2404/public/2404-10533-1-PB.pdf.

DADOS DO AUTOR

Bruno Westermann é Doutor em Música (Educação Musical - 2017) e mestre em Música (Educação Musical - 2010) pela Universidade Federal da Bahia. Graduado em Licenciatura em Música pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2008). É Professor Titular do Departamento de Letras e Artes da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS) - Área de Música; e Professor Colaborador do Programa de Pós-Graduação em Música da UFBA. Atualmente, desenvolve pesquisas dentro dos seguintes temas: Música e Cultura Digital, Música e Processos de Plataformização, Ensino de Música e Processos de Plataformização. É membro do Grupo de Estudos Contemporâneos em Música (UEFS), do Grupo de Pesquisa em Tecnologias e Educação Musical (TEDUM/UFPB) e coordenador do projeto de pesquisa Investigações sobre Música e Plataformas Digitais no Brasil (CONSEPE 40/2021). Na graduação, atua como professor das disciplinas na área de Educação Musical, Práticas Pedagógicas Musicais, Estágio Supervisionado, Música e Cultura Digital e Prática de Conjunto.

LICENÇA DE USO

Este artigo está licenciado sob a Licença Creative Commons CC-BY. Com essa licença você pode compartilhar, adaptar e criar para qualquer fim, desde que atribua a autoria da obra.