

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

Fonogramas em rede: territorialidades sônicas, algoritmos e afetos na circulação digital da música

Ollivia Maria Gonçalves

ST 05: Antropologia Digital: novas fronteiras e desafios emergentes

Resumo

Este artigo propõe a noção de *economia da escuta* como chave teórico-metodológica para compreender as dinâmicas de produção, circulação e escuta da música digital em plataformas contemporâneas. A partir de uma pesquisa em andamento no doutorado em Antropologia Social da UFSC, mobilizando entrevistas qualitativas, observação digital e revisão bibliográfica, discutimos como os fonogramas são atravessados por disputas simbólicas, tecnológicas e afetivas que reposicionam artistas, algoritmos e ouvintes em uma teia sociotécnica. A escuta, antes íntima e situada, torna-se performada, quantificada e territorializada nos fluxos de dados, mediando relações entre corpos, dispositivos e mercados. Argumentamos que a escuta não é neutra, mas atravessada por infraestruturas de poder, disputas de atenção e regimes de visibilidade que tensionam os modos de existir na música hoje. O conceito de economia da escuta, aqui desenvolvido, articula autores como Jonathan Sterne, Ana Carvalho, Daromir Rudnycky, Annelise Riles, Tim Ingold e Patricia Clough, entre outros, e se ancora empiricamente em entrevistas com artistas independentes em contextos periféricos e urbanos do Brasil. O artigo integra os debates do Simpósio Temático 05 – Antropologia Digital, abordando os efeitos da plataformização da música e suas reconfigurações na vida social.

1. Introdução: escutar o escutado

Este trabalho nasce de uma trajetória que atravessa prática musical, escuta sensível e investigação antropológica. Como musicista atuante desde 1984, trago para este artigo não apenas uma observação acadêmica, mas uma vivência prolongada no interior da indústria fonográfica e suas mutações.

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

Desde 2016, venho me dedicando ao estudo da circulação de música em plataformas digitais. No mestrado em Antropologia Social pela UFSC, investiguei como músicos utilizam o Instagram para divulgar seus trabalhos e se posicionar diante de dinâmicas de influência e atenção, a partir da hipótese: “será que junto aos influencers surgiram também os influenciados?”. Essa investigação revelou práticas de autogestão, performatividade e economia afetiva entre artistas em busca de visibilidade digital.

No TCC de 2017, intitulado *“Vivendo na ‘Caudalonga’ do Spotify: Etnografando músicos com até 3.000 seguidores na plataforma digital”*, investiguei a experiência de artistas que habitam a periferia algorítmica da indústria musical — a chamada “cauda longa” — e seus modos de resistência, frustração e reinvenção no ambiente das plataformas.

Esta proposta, portanto, parte da pergunta: **o que significa escutar música hoje?** E como a escuta pode ser compreendida como prática econômica, afetiva e territorializada?

2. O que é a economia da escuta?

A economia da escuta é uma proposta conceitual que articula três dimensões centrais:

1. A escuta como prática cultural situada;
2. A circulação de fonogramas como dinâmica tecnossocial mediada por algoritmos;
3. O valor simbólico e afetivo da música como elemento em disputa.

Diferente de abordagens que tratam o consumo musical como estatística de mercado, propomos pensar a escuta como ato performativo que ativa dispositivos de atenção, visibilidade e pertencimento. Nas palavras de Jonathan Sterne (2006), “a escuta é um processo historicamente aprendido”. Quando mediada por plataformas digitais, ela se torna também um processo

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

condicionado — por curadorias algorítmicas, microsegmentações de público, playlists automatizadas e estratégias de monetização.

A escuta, portanto, opera como dispositivo: ela organiza relações entre sujeitos, mercados e dados. Participa de disputas por tempo, afeto e relevância. É nesse sentido que falamos em *economia* da escuta — não no sentido financeiro restrito, mas como regime de valoração social que envolve artistas, plataformas, ouvintes e máquinas.

Esse regime se torna ainda mais significativo quando observamos a escala da escuta digital no Brasil. Segundo o IBGE, mais de 160 milhões de brasileiros utilizam smartphones. Desses, 60,23% consomem música por streaming nesses dispositivos (Mobile Time, 2024). O Spotify reporta 60,4 milhões de usuários ativos no Brasil, enquanto o YouTube declara 140 milhões (dados divulgados em relatórios financeiros das plataformas). A ABMI estima que 80% da escuta musical no país ocorre por meio de plataformas digitais.

Esses dados revelam não apenas o alcance do fenômeno, mas a centralidade do **play** como ato de valor, disputa e pertencimento.

3. O que está em disputa quando se ouve uma música?

A monetização da escuta nas plataformas de streaming é baseada no modelo **pro-rata**, onde todo o dinheiro gerado por usuários em um território é reunido em um bolo comum e redistribuído proporcionalmente aos artistas mais tocados naquela região. Mesmo que um usuário ouça apenas artistas independentes, sua assinatura irá beneficiar também os artistas mais populares de seu território.

Glenn McDonald (2024), no livro *You Have Not Yet Heard Your Favourite Song*, sintetiza essa injustiça com o título irônico de um capítulo: “**Ed Sheeran is Taking My Money**”, aludindo à percepção de que os artistas pequenos financiam os grandes, mesmo sem serem ouvidos.

Além disso, essa divisão é **regionalizada**: um artista com 500 plays divididos entre Europa, EUA e Brasil será remunerado com base em sua porcentagem em

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

cada região, não no total global. Isso cria uma lógica de fragmentação territorial da receita, intensificando desigualdades.

Como se isso não bastasse, os algoritmos das plataformas são caixas-pretas que influenciam quem será ouvido, em que contexto e com que frequência. Os artistas vivem sob a esperança de serem “recomendados”, muitas vezes moldando suas produções para caber nos moldes das playlists algorítmicas. A escuta se torna uma prática atravessada por mecanismos que operam sob lógicas invisíveis, opacas e desiguais.

Essa precariedade econômica e simbólica leva músicos a criar estratégias híbridas. A banda Rastapé (forró, Bahia) relatou que seus shows ao vivo são usados como meio de levar ouvintes às plataformas: “A gente sempre leva QR code nos shows, é uma forma de converter o público para o streaming, porque é lá que conta.”

O artista Felipe Casoux destaca:

“A grande precariedade hoje é que você dá um show, mas não pode mais contar com a venda da música como receita. Você tem que se adaptar e entender como gerar valor na escuta digital.”

Essas falas ecoam o que Riles e Rudnyckyj (2012) definem como *economias espirituais*: formas de engajamento que mobilizam esperança, fé e precariedade ao mesmo tempo.

4. Metodologia e lastro empírico

A pesquisa reúne:

- Análise das plataformas e suas infraestruturas algorítmicas;
- Revisão teórica em antropologia do som, afeto e tecnologias digitais;
- Entrevistas com artistas independentes e observações etnográficas desde 2016.

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

Trechos de entrevistas (2022–2024):

“A gente lança a música pra ver se o algoritmo pesca. A música virou isca, não mais obra.”

“O público parece que não existe. Você publica e espera que o TikTok te veja.”

“O influenciador diz ‘usa essa música’, e a gente corre atrás do algoritmo como se ele fosse um favor.”

As falas revelam o deslocamento da agência criativa do artista para a plataforma, e a conversão da escuta em métrica performada, instável e sujeita a lógica de capital algorítmico.

Referências bibliográficas

- **ABMI** – Associação Brasileira da Música Independente. *Relatórios anuais de escuta musical no Brasil*.
- **Carvalho, Ana**. (2021). *Música e Plataformas Digitais: Disputas de Valor e Circulação*. UFMG.
- **Clough, Patricia Ticineto & Halley, Jean**. (2007). *The Affective Turn: Theorizing the Social*. Duke University Press.
- **Ingold, Tim**. (2011). *Worlds of Sense and Sensing the World*. In: *Being Alive*. Routledge.
- **McDonald, Glenn**. (2024). *You Have Not Yet Heard Your Favourite Song: How Streaming Changes Music*. Goldsmiths Press.
- **Mobile Time**. (2024). *Pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box: uso de apps de música no Brasil*.
- **Riles, Annelise & Rudnycky, Daromir**. (2012). *Capitalizing on the Social: Anthropology and the Economy of Circulation*. In: *Economic Anthropology*, Annual Review.

10ª ReACT

REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DA CIÊNCIA E DA TECNOLOGIA

PRÁTICAS GERMINANTES

06 a 10 de outubro de 2025

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

- **Sterne, Jonathan.** (2006). *The Audible Past: Cultural Origins of Sound Reproduction*. Duke University Press.
- **TCC:** Gonçalves, Maximiano Augusto (2017). *Vivendo na 'Caudalonga' do Spotify: Etnografando músicos com até 3.000 seguidores na plataforma digital*. Universidade Federal de Santa Catarina.