

O algoritmo escuta você? Mediação algorítmica, práticas de escuta e identidade em plataformas de *streaming* musical

MODALIDADE: COMUNICAÇÃO EM SIMPÓSIO

SIMPÓSIO: ST-13. Música, Cultura Digital e Epistemologias da Escuta: caminhos entrecruzados na produção de sons para um novo tempo

Cainã Alves

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)

caina.alves@pucpr.br

Walter de Moraes Santos

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)

walter.moraes@pucpr.edu.br

Gustavo Antony Dias

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)

gustavo.antony@pucpr.edu.br

Laura de Aguiar Meurer

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)

laura.meurer@pucpr.edu.br

Resumo. Este artigo investiga como as plataformas de *streaming* musical participam da construção das práticas contemporâneas de escuta e da formação das identidades musicais. A partir da Etnomusicologia Digital, analisa-se o papel dos algoritmos como agentes culturais que organizam, classificam e recomendam conteúdos. O objetivo foi compreender de que maneira os sistemas de recomendação influenciam a descoberta musical, a formação do gosto e a construção identitária em ambientes digitais. A metodologia combinou diários de escuta, experimentação algorítmica com seis perfis simulados no *Spotify* durante noventa dias e questionário *online* (34 respondentes; 31 respostas válidas). Os resultados indicam que os algoritmos operam predominantemente por similaridade, reforçando repertórios já consumidos e limitando a diversidade das recomendações. Nos três campos culturais observados, predominaram artistas consolidados comercialmente no interior de cada universo estético, sem deslocamento sistemático dos perfis periférico e institucionalizado em direção ao *mainstream* global. Entre os participantes, 90,3% afirmaram já ter descoberto novos artistas por meio das recomendações e 83,9% reconheceram a importância da música na construção de suas identidades. Conclui-se que a escuta contemporânea emerge da interação entre sujeitos, plataformas e algoritmos, articulando mediação tecnológica, experiências afetivas e processos identitários.

Palavras-chave. Etnomusicologia digital, *streaming* musical, cultura algorítmica, estudos da escuta, identidade musical.

Title. Does the Algorithm Listen to You? Algorithmic Mediation, Listening Practices, and Identity on Music Streaming Platforms

Abstract. This article investigates how music streaming platforms shape contemporary listening practices and the construction of musical identities. Drawing on Digital Ethnomusicology, it examines algorithms as cultural agents that organize, classify, and recommend musical content. The study asks how recommendation systems influence music



discovery, taste formation, and identity construction in digital environments. The methodology combined listening diaries, algorithmic experimentation with six simulated Spotify profiles over ninety days, and an online questionnaire (34 respondents; 31 valid responses). Results indicate that algorithms operate predominantly through similarity, reinforcing previously consumed repertoires and limiting the diversity of recommendations. Across the three cultural fields observed, commercially consolidated artists predominated within each aesthetic universe, with no systematic drift of the peripheral and institutionalized profiles toward the global mainstream. Among participants, 90.3% reported discovering new artists through recommendations and 83.9% recognized the importance of music in constructing their identities. Their narratives also showed that listening remains tied to belonging, emotional processing, and self-construction, beyond the technical logics of automated recommendation. Contemporary musical listening thus emerges from the interaction between users, platforms, and algorithms.

Keywords. Digital Ethnomusicology, Music Streaming, Algorithmic Culture, Listening Studies, Musical Identity.

Introdução

A expansão das plataformas digitais de *streaming* transformou as formas de produção, circulação e consumo da música nas primeiras décadas do século XXI. Serviços como *Spotify*, *YouTube*, *Deezer* e *Apple Music* ocupam posição central na organização da experiência musical, alterando os modos como as pessoas acessam repertórios, descobrem artistas e constroem relações identitárias mediadas pela música. Esse processo integra o que Van Dijck, Poell e De Waal (2018) descrevem como plataformação da cultura: a organização das práticas sociais por infraestruturas capazes de coletar, processar e monetizar os dados produzidos pelos usuários. A escuta passa a ser prática cultural e fonte de dados, e gestos como reproduzir uma faixa, pular uma música ou criar uma *playlist* alimentam sistemas de classificação e recomendação.

Nesse cenário, os algoritmos assumem o papel de mediadores culturais. Diferentemente da curadoria musical exercida por programadores de rádio, jornalistas, lojistas ou círculos sociais presenciais, as plataformas operam sistemas automatizados que analisam padrões de comportamento e antecipam preferências. Striplhas (2015), Gillespie (2014) e D'Andréa (2020) argumentam que esses sistemas não são ferramentas técnicas neutras, e sim agentes sociotécnicos que classificam, hierarquizam e tornam visíveis determinados conteúdos em detrimento de outros. *Playlists* automatizadas, seleções temáticas e mecanismos de descoberta passaram a desempenhar funções centrais na circulação de repertórios: em vez de buscar ativamente novas músicas, muitos ouvintes recebem sugestões produzidas a partir de seus históricos de consumo.



Apesar do crescimento das pesquisas sobre *streaming* e cultura algorítmica, ainda são escassos os estudos que articulam mediação algorítmica, práticas cotidianas de escuta e construção identitária a partir da Etnomusicologia Digital. Boa parte da literatura concentra-se nos aspectos econômicos da plataformização ou nos mecanismos técnicos dos sistemas de recomendação, e com menos frequência na forma como os próprios usuários interpretam e incorporam essas mediações em suas experiências musicais. Diante dessa lacuna, a pesquisa busca responder de que maneira os sistemas de recomendação das plataformas de *streaming* influenciam a construção das práticas de escuta e das identidades musicais contemporâneas.

O estudo adota como referencial a Etnomusicologia Digital, que estende aos ambientes digitais o interesse da disciplina pelas relações entre música, cultura e sociedade, presente em Merriam (1964), Blacking (1973) e Rice (2014). Lysloff (2003) e Post (2006) demonstraram como esses ambientes constituem novos espaços de circulação musical, e Born (2005; 2022) enfatiza que as tecnologias moldam formas de sociabilidade e experiência estética, em vez de apenas transmitir conteúdos. Western (2020) compreende a escuta como prática relacional e situada, e Finnegan (2007) mostra como as práticas musicais se produzem em circuitos sociais de mediação. Plataformas, algoritmos e sistemas de recomendação deixam de ser elementos externos à experiência musical e passam a compor os processos de produção, circulação e recepção da música.

A discussão aproxima-se também das epistemologias da escuta, que tomam o ato de ouvir como prática cultural por meio da qual os indivíduos produzem conhecimento e atribuem sentido ao mundo. Investigar a escuta em ambientes digitais implica analisar tanto aquilo que as pessoas ouvem quanto as condições sociotécnicas que organizam suas possibilidades de escolha e descoberta. É essa a questão que o artigo persegue: saber se, na era da plataformização da cultura, os algoritmos apenas escutam os usuários ou se passaram a participar da constituição de suas formas de ouvir, sentir e construir identidades.

Etnografia Experimental e Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa foi desenvolvida no âmbito do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), vinculada ao projeto Do Palco à *Playlist*: Etnomusicologia do Consumo Musical Digital no Brasil Pós-Pandemia.

Adotou-se uma abordagem mista, organizada em três etapas complementares: (1) diários de escuta e observação etnográfica; (2) experimentação algorítmica com perfis

simulados em plataformas de *streaming*; e (3) questionário *online* com usuários de plataformas digitais.

A escolha se justifica pela opacidade parcial dos algoritmos, que torna insuficiente observar apenas os resultados apresentados aos usuários. Como argumenta Gillespie (2014), compreender sistemas algorítmicos exige investigar simultaneamente seus mecanismos e as formas como são experienciados pelos sujeitos. A pesquisa aproxima-se, assim, dos métodos digitais (Rogers, 2019), combinando observação etnográfica e experimentação controlada em ambientes de plataforma.

Diários de escuta

A primeira etapa consistiu na elaboração de diários de escuta pelos três estudantes-pesquisadores vinculados ao projeto. Durante sete dias consecutivos, cada um registrou horários de escuta, artistas ouvidos, plataformas utilizadas, contextos de uso, motivações e ocorrências de descoberta musical.

Os registros foram organizados em planilhas e analisados de forma comparativa, o que permitiu identificar padrões recorrentes de consumo. Inspirada na etnografia digital, essa etapa buscou compreender a escuta musical como prática social situada, articulada às rotinas e aos afetos cotidianos dos participantes.

Os diários evidenciaram forte predominância de repertórios já conhecidos, baixa incidência de descobertas espontâneas e uso da música como acompanhamento de atividades diárias. Essas observações orientaram as hipóteses investigadas na etapa experimental.

Perfis simulados e experimentação algorítmica

A segunda etapa consistiu na criação de seis perfis simulados no *Spotify*. Inspirados em estratégias de auditoria algorítmica, os perfis foram concebidos como contas experimentais sem histórico prévio de navegação, o que permitiu observar de forma controlada os processos de aprendizagem e personalização do sistema de recomendação.

Durante noventa dias consecutivos, os perfis foram alimentados com padrões de escuta previamente definidos pelos pesquisadores. Os experimentos controlaram variáveis como frequência de escuta, tempo de reprodução, repetição de músicas, adição de faixas a *playlists* e interação com conteúdos sugeridos. O objetivo não era reproduzir o comportamento de usuários reais, mas observar como diferentes padrões de consumo influenciavam a construção dos perfis algorítmicos.

O registro das recomendações seguiu um protocolo padronizado ao longo dos noventa dias. As coletas ocorreram semanalmente, sempre no mesmo dia e horário, por captura de tela e transcrição para planilha compartilhada, cobrindo quatro superfícies de recomendação: *Daily Mix*, Descobertas da Semana, Radar de Novidades e rádio de artista. De cada item recomendado foram anotados o nome do artista, o título da faixa, a superfície de origem, a data do registro, a presença ou ausência daquele artista no repertório de treinamento do perfil e o campo cultural correspondente. O conjunto reuniu 223 ocorrências de recomendação, distribuídas entre os seis perfis.

A atribuição dos artistas às categorias *mainstream*, periférico, regional, independente e institucionalizado seguiu critérios explícitos, aplicados de forma independente por dois pesquisadores, com os casos divergentes resolvidos por consenso: vínculo com grandes gravadoras ou com selos independentes, conforme os créditos fonográficos; faixa de ouvintes mensais informada pela plataforma na página do artista; presença em *playlists* editoriais de alcance nacional ou global; e associação a circuitos de legitimação institucional, como prêmios, festivais públicos e programas de política cultural. As categorias não são estanques e foram tratadas como recurso analítico para organizar a comparação.

A análise dos experimentos identificou tendências recorrentes: valorização de repertórios já consumidos, forte influência das escutas recentes sobre as recomendações seguintes e predominância de mecanismos baseados na similaridade musical. Foram observadas ainda diferenças na diversidade das recomendações conforme o perfil construído.

Questionário online

A terceira etapa consistiu em um questionário *online* dirigido a usuários de plataformas de *streaming* musical, divulgado em redes sociais, aplicativos de mensagens e contatos dos pesquisadores.

Participaram inicialmente 34 respondentes. Após a exclusão de três formulários incompletos, a amostra final reuniu 31 participantes. Os critérios de inclusão foram o aceite do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, a experiência de escuta em plataformas digitais e o preenchimento integral do instrumento.

A amostra apresentou predominância de jovens entre 18 e 24 anos (61,3%; n=19). Participantes com até 17 anos corresponderam a 19,4% da amostra (n=6), enquanto 16,1% possuíam entre 25 e 34 anos (n=5) e 3,2% entre 35 e 44 anos (n=1). Em relação ao gênero,

71,0% identificaram-se como mulheres (n=22), 22,6% como homens (n=7), 3,2% como pessoas não binárias (n=1) e 3,2% preferiram não responder (n=1).

O instrumento investigou hábitos e frequência de escuta, plataformas utilizadas, consumo de recomendações algorítmicas, descoberta de novos artistas, percepção da influência dos algoritmos, construção identitária e transformações ocorridas no período pós-pandêmico.

Procedimentos de análise

Os dados quantitativos foram tratados por estatística descritiva, com frequências absolutas e relativas. Os dados qualitativos, provenientes das respostas abertas, dos diários e dos registros experimentais, passaram por análise temática, organizada em categorias relativas à descoberta musical, à percepção da mediação algorítmica, ao gosto, à identidade e à diversidade de repertórios.

A integração dos conjuntos de dados permitiu triangular as observações dos experimentos, os registros etnográficos e as percepções relatadas no questionário.

Limitações da pesquisa

Algumas limitações devem ser consideradas. A experimentação concentrou-se no *Spotify*, sem contemplar outras plataformas, que operam por lógicas distintas. Os sistemas de recomendação são dinâmicos e continuamente atualizados, de modo que os resultados representam um recorte temporal específico.

A amostra do questionário foi obtida por conveniência e composta majoritariamente por adolescentes e jovens adultos, sem caráter representativo. O uso de perfis simulados permite observar tendências do comportamento algorítmico, mas não dá acesso aos critérios internos de classificação da plataforma. O desenho compara a composição das recomendações no interior de cada perfil e não afere a visibilidade absoluta de cada campo cultural no catálogo. Os resultados devem ser lidos como evidências interpretativas sobre efeitos observáveis, e não como descrição do funcionamento interno do sistema.

Análise Estética e Identitária dos Repertórios

A análise dos perfis simulados permitiu acompanhar empiricamente o comportamento algorítmico da plataforma, e não apenas a percepção declarada dos usuários, por meio de contas experimentais controladas.

Foram construídos seis perfis simulados, organizados em três campos culturais: (1) o *mainstream* global, com artistas centrais da indústria fonográfica internacional; (2) a música popular periférica brasileira, com repertórios de funk, rap, trap, tecnobrega, brega e piseiro; e (3) a música brasileira institucionalizada, com artistas ligados à MPB e à canção popular contemporânea. Os perfis 4, 5 e 6 replicaram os repertórios dos perfis 1, 2 e 3, operados por pesquisadores diferentes, em dispositivos e conexões distintos.

Durante os sete primeiros dias, todos os perfis seguiram o mesmo protocolo de treinamento. Cada conta realizou sessões diárias de 30 a 40 minutos, com 10 a 15 faixas por sessão, sem interrupções frequentes, usando apenas os repertórios definidos para o perfil e restringindo a navegação a álbuns e *playlists* oficiais. A etapa buscou construir identidades algorítmicas estáveis o bastante para que o sistema reconhecesse padrões específicos de comportamento musical.

A Tabela 1 apresenta a estrutura dos perfis utilizados na pesquisa.

Tabela 1 – Perfis simulados utilizados na experimentação algorítmica

Perfil	Campo cultural simulado	Repertório de treinamento	Objeto analítico
Perfil 1	Mainstream global	Taylor Swift, Dua Lipa, The Weeknd, Harry Styles, Olivia Rodrigo, Billie Eilish, Ariana Grande, Ed Sheeran, Justin Bieber e Post Malone	Observar o comportamento algorítmico associado ao pop internacional dominante
Perfil 2	Música popular periférica brasileira	MC Hariel, MC Kevin o Chris, MC Ryan SP, Djonga, Filipe Ret, Orochi, Matuê, Reginaldo Rossi, Amado Batista, Banda Calypso, Gaby Amarantos, Gang do Eletro, Banda Uó, João Gomes, Tarcísio do Acordeon, Vitor Fernandes, Barões da Pisadinha	Investigar a visibilidade de gêneros populares e periféricos brasileiros
Perfil 3	Música brasileira institucionalizada	Gilberto Gil, Djavan, Marisa Monte, Caetano Veloso, Liniker, BaianaSystem, Luedji Luna, Emicida, Alceu Valença e Duda Beat	Analisar recomendações associadas à música brasileira legitimada culturalmente

Fonte: Os autores (2026)

A partir do oitavo dia teve início a observação sistemática das recomendações, registrando-se artistas sugeridos, recorrência de gêneros, presença de novos repertórios e eventuais deslocamentos estéticos.

Os resultados revelaram uma tendência consistente de reforço dos repertórios já consumidos. Independentemente do campo cultural usado no treinamento, o *Spotify* operou prioritariamente por similaridade.

Tabela 2 – Tendências observadas nas recomendações algorítmicas

Aspecto Observado	Evidência identificada
Reforço de repertórios já consumidos	Recomendações concentradas em artistas e gêneros semelhantes aos anteriormente escutados
Influência das escutas recentes	Forte peso das músicas consumidas nos três dias anteriores
Descoberta musical controlada	Novos artistas permaneciam próximos ao universo estético original
Concentração dentro de cada campo	Maior recorrência de artistas de ampla circulação comercial no interior de cada campo cultural
Personalização identitária	Recomendações associadas a estilos de vida, emoções e atividades específicas

Fonte: Os autores (2026)

No perfil dedicado ao *mainstream* global, houve forte recorrência de artistas como Taylor Swift, Olivia Rodrigo, Billie Eilish, Sabrina Carpenter, Dua Lipa e The Weeknd. As recomendações mantiveram-se vinculadas ao pop internacional contemporâneo mesmo quando novas sugestões entravam nas *playlists* automatizadas: em vez de ampliar horizontes, o algoritmo aprofundava a inserção do perfil no mesmo universo estético.

No perfil de música popular periférica brasileira, embora os gêneros fossem mais diversos (funk, rap, trap, piseiro, tecnobrega e brega romântico), as recomendações permaneceram concentradas em artistas já consolidados nesses segmentos. Em vez de expor o perfil a nomes emergentes, o sistema privilegiava quem já ocupava posição de destaque em cada mercado.

Situação semelhante ocorreu no perfil de música brasileira institucionalizada. A escuta inicial de Gilberto Gil, Djavan, Marisa Monte, Caetano Veloso e Liniker conduziu o sistema a recomendações ligadas à MPB contemporânea e à canção popular brasileira, com circulação bastante restrita para outros universos musicais.

A comparação entre os três campos mostra que a concentração ocorreu dentro de cada universo estético, e não em direção a um repertório comum. Das recomendações registradas para o perfil 1, 87% correspondiam ao pop internacional; no perfil 2, 93% permaneceram em gêneros populares brasileiros; no perfil 3, 82% ficaram na MPB e na canção brasileira contemporânea. A proporção de artistas ausentes do treinamento e classificados como independentes, regionais ou de circulação restrita foi de 17%, 25% e 12%, respectivamente.

Os pares de perfis replicados apresentaram comportamento equivalente. Entre os artistas recomendados a cada par de contas treinadas com o mesmo repertório, 90% coincidiram, e a proporção de recomendações pertencentes ao próprio campo cultural manteve-se próxima nas duas contas. As divergências restringiram-se a artistas do mesmo gênero musical, sem alterar o perfil estético do conjunto. A repetição dos padrões em contas

independentes reduz a chance de que os resultados decorram de particularidades de uma única conta.

Os sistemas de recomendação não operaram, portanto, como mecanismos de ampliação da diversidade, mas como estruturas voltadas à estabilização dos padrões já identificados. A observação aproxima-se do que Mata e Moura (2023) chamam de mediação algorítmica da cultura musical: as plataformas organizam a escuta por relações de similaridade e reduzem a exposição a repertórios distantes dos hábitos registrados.

Os questionários ampliam a discussão. Quando perguntados sobre os gêneros mais escutados, os respondentes relataram repertórios diversos, incluindo Pop, Rock, MPB, Rap/Hip-Hop, Funk, Sertanejo e Pagode. Essa pluralidade contrasta com o observado nos experimentos, o que sugere que a diversidade presente nos hábitos nem sempre é reproduzida pelas recomendações.

Ao mesmo tempo, 90,3% dos participantes afirmaram já ter descoberto novos artistas por meio dos sistemas de recomendação, enquanto parcela significativa declarou sentir falta de maior diversidade musical. A contradição aparente é um traço da cultura algorítmica: os algoritmos são percebidos como ferramentas eficientes de descoberta e, ao mesmo tempo, como mecanismos que restringem a circulação de repertórios diversos. O resultado dialoga com Santini e Salles (2020), para quem os algoritmos participam da formação do gosto ao organizar a experiência cultural segundo critérios de circulação e engajamento.

A questão ganha outra camada sob a perspectiva da colonialidade algorítmica. Couldry e Mejias (2019) argumentam que as infraestruturas digitais reproduzem relações históricas de poder ao converter práticas culturais em recursos econômicos passíveis de captura e monetização. No campo musical, isso significa que os algoritmos estabelecem hierarquias de visibilidade entre repertórios.

Os resultados oferecem elementos parciais nessa direção. Embora a plataforma disponibilize milhões de faixas de tradições diversas, as recomendações registradas concentraram-se em artistas consolidados dentro de cada campo cultural, com presença reduzida de repertórios regionais, independentes ou de circulação restrita. Cabe uma ressalva: o desenho adotado compara a composição das recomendações no interior de cada perfil, mas não mede a visibilidade absoluta de cada campo no catálogo. O que os dados sustentam é a baixa probabilidade de que repertórios distantes do treinamento sejam encontrados pelo sistema.

Os experimentos mostraram ainda que as recomendações operam no plano da construção identitária. As *playlists* automatizadas associavam músicas a categorias como concentração, produtividade, relaxamento, treino físico e bem-estar, e seus títulos, descrições e identidades visuais sugeriam formas específicas de relação com a música.

O algoritmo recomenda, assim, narrativas sobre os próprios usuários: as *playlists* produzem associações entre práticas de escuta, estilos de vida e formas de subjetividade, e transformam a música em marcador identitário. A observação dialoga com Hagen e Lüders (2017), para quem a escuta nas plataformas digitais está vinculada aos processos de autoapresentação e pertencimento social.

A promessa de personalização convive com processos de homogeneização estética. Embora os usuários percebam as recomendações como adequadas aos seus gostos, o sistema reforçou os artistas de maior circulação comercial já presentes em cada campo, reduzindo o espaço de nomes independentes, regionais ou de entrada recente. Trata-se de homogeneização interna a cada perfil, e não de preferência do algoritmo pelo *mainstream* global, hipótese que exigiria comparação entre plataformas e acesso aos critérios internos de ranqueamento.

Narrativas de Escuta e a Experiência Juvenil

Se os algoritmos organizam a circulação da música, a experiência da escuta permanece humana. Por trás dos dados de consumo existem sujeitos que atribuem sentidos, memórias e afetos às músicas que escutam. Como observa Nattiez (1990), compreender os fenômenos musicais implica investigar também os sujeitos que lhes atribuem significado.

Os resultados quantitativos já apontavam nessa direção: 83,9% dos participantes declararam concordar total ou parcialmente que a música influencia quem são, e 80,6% afirmaram ouvir música várias vezes ao dia.

Um conjunto de relatos enfatiza a música como experiência de alteridade e imaginação:

A variedade de músicas me completa. Se eu ouvir apenas um gênero, é como todos os dias martelar minha mente. Gosto de variar, diversificar, sentir e aprender de formas diferentes. A música para mim me leva a lugares onde o outro está, lugares onde eu gostaria de ir, a dores que eu nem imagino a intensidade de sentir, mas é através da música que eu acesso essa dor e consigo me colocar no lugar do outro também. Hoje para mim ouvir música é libertador, profundo, forte, necessário e ao mesmo tempo leve. Ela me completa. (Participante ID 36)

A escuta aparece aqui como deslocamento imaginativo: a música permite acessar outras perspectivas e construir conexões com experiências que ultrapassam a vivência individual. A leitura dialoga com Turino (2008), para quem as práticas musicais são espaços de construção do pertencimento social e participam ativamente da produção das identidades, em vez de apenas refleti-las.

Nem todos os relatos descrevem a música como experiência celebratória. Alguns participantes a apresentam como mecanismo de proteção emocional:

É uma parte intrínseca da minha personalidade. Mas tenho questionado ultimamente se não se tornou como fuga imediata da minha realidade. Passei a usar cada vez mais fone de ouvido no dia a dia há alguns anos por morar com pessoas que falavam coisas preconceituosas por perto. Hoje percebo que muitas vezes recorro à música para me afastar de situações que me fazem mal.
(Participante ID 32)

A música surge nesse depoimento como tecnologia de proteção subjetiva: o uso constante de fones produz um espaço sonoro capaz de filtrar ambientes hostis. A observação aproxima-se de Bull (2007), que interpreta os dispositivos móveis de escuta como ferramentas de construção de territórios sonoros individuais, usados para regular emoções e controlar a experiência urbana.

A dimensão afetiva ganha relevo à luz da pandemia de Covid-19: 87,1% dos participantes perceberam mudanças totais ou parciais em sua relação com a música no período. O isolamento social e a intensificação do uso das plataformas ampliaram o papel da música como recurso de enfrentamento emocional.

A escuta pode ser lida também a partir de Ihde (2007), para quem as tecnologias transformam a experiência perceptiva, e de Sterne (2003), que mostra como as tecnologias de escuta constroem regimes culturais de audição.

Sob a perspectiva da Etnomusicologia Digital, os relatos revelam uma escuta simultaneamente tecnológica, afetiva e social. Os algoritmos organizam recomendações e estruturam percursos de descoberta, mas não determinam os sentidos produzidos pelos ouvintes, e a experiência da escuta não se reduz às métricas de engajamento das plataformas.

Considerações Finais

Este artigo procurou compreender como as plataformas de *streaming* participam da construção das práticas de escuta e das identidades musicais de seus usuários. A articulação

entre diários de escuta, experimentação algorítmica com perfis simulados e questionário permitiu investigar as dimensões técnicas, culturais e subjetivas do consumo musical digital.

Os experimentos revelaram que os sistemas de recomendação operam por classificação, previsão e personalização, com forte recorrência de artistas, gêneros e estéticas semelhantes aos já consumidos. A descoberta musical promovida pelas plataformas ocorre dentro de limites relativamente previsíveis, e a promessa de acesso ilimitado à diversidade convive com a estabilização dos hábitos de escuta.

A análise dos repertórios recomendados identificou a predominância de artistas já consolidados comercialmente dentro de cada campo cultural observado, incluindo os perfis treinados com música popular periférica e com música brasileira institucionalizada. Repertórios regionais, artistas independentes e nomes de circulação restrita apareceram com menor frequência. Os algoritmos não apenas refletem preferências existentes: participam da produção de hierarquias de visibilidade.

Os significados atribuídos à música, no entanto, extrapolam as lógicas computacionais das plataformas. Os relatos evidenciaram a escuta como espaço de elaboração emocional, pertencimento, memória e imaginação, sobretudo entre os jovens. Mesmo em contextos intensamente mediados por algoritmos, a experiência musical continua sendo vivida como prática subjetiva.

A contribuição do estudo para a Etnomusicologia Digital está em tratar algoritmos, plataformas e sistemas de recomendação como agentes culturais que participam da constituição das experiências musicais. Retomando a pergunta que abriu a investigação, os algoritmos não escutam a música como os seres humanos: escutam rastros digitais, padrões de comportamento e históricos de interação. Ao converter essas informações em recomendações e percursos de descoberta, participam da construção das experiências de escuta e ampliam ou restringem o encontro com determinadas expressões culturais.

Trabalhos futuros podem comparar os modelos de recomendação de diferentes plataformas, examinar o papel do TikTok na descoberta musical e acompanhar usuários por períodos mais longos. O avanço da inteligência artificial generativa abre ainda questões sobre autoria e personalização extrema da escuta.

Referências

- BLACKING, John. *How musical is man?* Seattle: University of Washington Press, 1973. 123 p.
- BORN, Georgina. On musical mediation: ontology, technology and creativity. *Twentieth-Century Music*, Cambridge, v. 2, n. 1, p. 7-36, 2005.
- BORN, Georgina. *Music and digital media: a planetary anthropology*. London: UCL Press, 2022.
- BULL, Michael. *Sound moves: iPod culture and urban experience*. London: Routledge, 2007.
- COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. *The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford: Stanford University Press, 2019. 312 p.
- D'ANDRÉA, Carlos. *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. Salvador: EDUFBA, 2020. 346 p. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/32043>. Acesso em: 21 jun. 2026.
- FINNEGAN, Ruth. *The hidden musicians: music-making in an English town*. 2. ed. Middletown: Wesleyan University Press, 2007.
- GILLESPIE, Tarleton. *The relevance of algorithms*. In: GILLESPIE, Tarleton; BOCZKOWSKI, Pablo J.; FOOT, Kirsten A. (Org.). *Media technologies: essays on communication, materiality, and society*. Cambridge: MIT Press, 2014. p. 167-194.
- HAGEN, Anja Nylund; LÜDERS, Marika. *Social streaming? Navigating music as personal and social*. *Convergence*, London, v. 23, n. 6, p. 643-659, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1354856516636931>. Acesso em: 21 jun. 2026.
- IHDE, Don. *Listening and voice: phenomenologies of sound*. 2. ed. Albany: State University of New York Press, 2007.
- LYSLOFF, René T. A. Musical community on the Internet: an on-line ethnography. *Cultural Anthropology*, Arlington, v. 18, n. 2, p. 233-263, 2003.
- MATA, Priscila Oliveira da; MOURA, Maria Aparecida. *A mediação algorítmica em plataformas de streaming de música e seus desdobramentos na cultura musical*. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 23., 2023, Aracaju. Anais... Aracaju: ANCIB, 2023. p. 1-16.
- MERRIAM, Alan P. *The anthropology of music*. Evanston: Northwestern University Press, 1964. 358 p.
- NATTIEZ, Jean-Jacques. *Music and discourse: toward a semiology of music*. Princeton: Princeton University Press, 1990. 280 p.
- POST, Jennifer C. *Ethnomusicology: a research and information guide*. New York: Routledge, 2006.
- RICE, Timothy. *Ethnomusicology: a very short introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2014. 144 p.
- ROGERS, Richard. *Doing digital methods*. London: Sage, 2019.
- SANTINI, Rose Marie; SALLES, João. *Algoritmos, plataformas e consumo musical: desafios para a diversidade cultural na era do streaming*. *Revista ECO-Pós*, Rio de Janeiro, v. 23, n. 3, p. 81-101, 2020.



STERNE, Jonathan. *The audible past: cultural origins of sound reproduction*. Durham: Duke University Press, 2003.

STRIPHAS, Ted. *Algorithmic culture*. European Journal of Cultural Studies, London, v. 18, n. 4-5, p. 395-412, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1367549415577392>. Acesso em: 21 jun. 2026.

TURINO, Thomas. *Music as social life: the politics of participation*. Chicago: University of Chicago Press, 2008. 258 p.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. *The platform society: public values in a connective world*. Oxford: Oxford University Press, 2018. 240 p.

WESTERN, Tom. *National soundscapes: music, culture and listening in France*. Manchester: Manchester University Press, 2020.

