



Linha do tempo das plataformas digitais de música no Brasil

MODALIDADE: COMUNICAÇÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA/TCC

SUBÁREA: Música e Cultura Digital (SA-8)

Adilson Argolo

*Universidade Estadual de Feira de Santana
adilson_souza8@hotmail.com*

Bruno Westermann

*Universidade Estadual de Feira de Santana
bruno.westermann@uefs.br*

Resumo. Este trabalho apresenta os resultados parciais de um plano de trabalho de Iniciação Científica intitulado "Linha do tempo das plataformas de música no Brasil", cujo objetivo foi consolidar, em uma linha do tempo, dados sobre as músicas mais ouvidas no Brasil em diferentes plataformas digitais desde o início de suas operações no país. A fundamentação teórico-metodológica do trabalho é a Teoria Ator-Rede e a Cartografia de Controvérsia (LATOURE, 2012) e estudos sobre Música e Cultura Digital (CAROSO, 2010; WESTERMANN, 2017; ERIKSSON *et al*, 2019; PEREIRA DE SÁ, 2021). Foram coletados e analisados dados disponíveis em diferentes ambientes virtuais sobre *playlists* e *rankings* das músicas mais ouvidas em cinco plataformas de streaming que operam no Brasil entre os anos de 2012 e 2021. A consolidação da linha do tempo e a análise dos dados indicam que os espaços de maior visibilidade nessas plataformas são ocupados por artistas expressivos da indústria fonográfica brasileira, notadamente do gênero musical Sertanejo.

Palavras-chave. Música e processos de plataformização, Plataformas de streaming de música, Música e Cultura Digital.

Title. Digital music platforms timeline in Brazil

Abstract. This paper presents partial results from a Scientific Initiation work plan entitled "Digital music platforms timeline in Brazil", whose objective was to consolidate, in a timeline, data about the most listened songs in Brazil on different digital platforms since the beginning of their operations in the country. The theoretical and methodological foundation of the work is the Actor-Network Theory and Cartography of Controversy (LATOURE, 2012) and studies Music and Digital Culture (CAROSO, 2010; WESTERMANN, 2017; ERIKSSON *et al*, 2019; PEREIRA DE SÁ, 2021). It was collected and analyzed data available in different virtual environments, about playlists and rankings of the most listened to songs, in five streaming platforms operating in Brazil, between the years 2012 and 2021. The consolidation of the timeline and the analysis of the data indicate that the most visible spaces on these platforms are occupied by expressive artists from the Brazilian phonographic industry, notably of the Brazilian "Sertanejo" music genre.

Keywords. Music and platformization, Streaming music platforms, Music and digital culture.



Introdução

A mediação de plataformas online em diferentes âmbitos da vida cotidiana é um fenômeno recente. Possui não mais do que vinte anos, mas intensificou-se de maneira acentuada na década de 2010. Entende-se por plataforma online

uma arquitetura digital programável, desenvolvida para organizar interações entre usuários – não apenas usuários finais, mas também entidades e instituições públicas. São voltadas para coleta sistemática de dados de usuário, processamento por algoritmos, circulação e monetização desses dados (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018, p. 4, tradução nossa)¹.

A partir disso, os estudos dos processos de plataformização da sociedade buscam compreender Facebook, Whatsapp, Uber, Airbnb, YouTube e Spotify não apenas como fenômenos tecnológicos e econômicos, mas também como serviços que promovem mudanças significativas nas dinâmicas culturais e sociais nos ambientes em que estão presentes (HELMOND, 2015; VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018; D’ANDRÉA, 2020). As discussões públicas sobre precarização das relações de trabalho promovidas por aplicativos de transportes e a influência dos algoritmos de redes sociais em processos eleitorais pelo mundo são exemplos desses novos paradigmas sociais e culturais relacionados às plataformas.

No campo da Música, algumas dinâmicas promovidas pelas plataformas já podem ser constatadas. Segundo dados do Global Music Report 2021, no ano de 2015, as plataformas de *streaming* eram responsáveis por aproximadamente 19% das receitas da indústria fonográfica mundial (US\$ 2,8 bilhões). Já em 2020, esse tipo de serviço passou para 62% da arrecadação total (US\$ 13,4 bilhões), sendo a principal fonte de receitas, com larga vantagem em relação às outras fontes - como venda de mídia física e direitos de execução (IFPI, 2022). No Brasil, essa realidade não é diferente. Os dados do relatório Mercado Fonográfico Mundial e Brasileiro em 2018, lançado nos primeiros meses de 2019 pela entidade Pró-Música Brasil – Produtores Fonográficos Associados, indicou que naquele ano a área digital arrecadou US\$ 216,2 milhões, que representavam 72,4% da receita da indústria fonográfica do país (PRÓ-MÚSICA, 2019).

No caso dos dados do Global Music Report, Eriksson *et al* (2019, p. 38-39) recomendam que sejam lidos com certo ceticismo, pois a origem e o tratamento dessas

¹ “a programmable digital architecture designed to organize interactions between users — not just end users but also corporate entities and public bodies. It is geared toward the systematic collection, algorithmic processing, circulation, and monetization of user data”

informações são, no mínimo, controversos. Ainda assim, outras referências no campo da Música têm identificado mudanças culturais promovidas pelas plataformas digitais. O contexto cultural da música digital tem promovido debates sobre novas maneiras de pensar os gêneros musicais (JANOTTI; PEREIRA DE SÁ, 2019), novas cadeias produtivas que se utilizam desse tipo de estrutura na internet para divulgar, distribuir e vender seus trabalhos (PEREIRA DE SÁ, 2021; ERIKSSON et al, 2019) e novos processos criativos e de disseminação do material musical em função de serviços online (CAROSO, 2010).

Nesse contexto, o projeto de pesquisa "Investigações sobre música e plataformas digitais no Brasil", desenvolvido na Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS), tem trabalhado desde o ano de 2021 para identificar e compreender dinâmicas culturais promovidas pelas plataformas digitais de música no contexto brasileiro. O presente texto traz os resultados parciais de um plano de trabalho de Iniciação Científica intitulado "Linha do tempo das plataformas de música no Brasil", que teve como objetivo consolidar, em uma linha do tempo, dados sobre as músicas mais ouvidas no Brasil em diferentes plataformas digitais desde o início de suas operações no país. Considerando o objetivo do projeto de pesquisa como um todo, partimos da premissa de que identificar as músicas mais tocadas no YouTube, Deezer, Spotify, Tidal e Amazon Music ao longo dos últimos anos é o primeiro passo para nos aprofundarmos em dinâmicas culturais promovidas pelas plataformas, tendo a música sempre como perspectiva principal de análise.

Teoria e método

Tanto o projeto de pesquisa quanto o plano de trabalho de Iniciação Científica estão fundamentados na Teoria Ator-Rede (LATOUR, 2012; 2019), sua relação com o campo da cibercultura (LEMOS, 2013) e com a Música (WESTERMANN, 2017; ERIKSSON *et al*, 2019; PEREIRA DE SÁ, 2021). Na Teoria Ator-Rede, parte-se do princípio de que o “social” não é uma estrutura dada, mas um conjunto de associações entre pessoas, objetos, ideias, instituições etc., que formam uma rede. Os elementos que formam essa rede tanto influenciam quanto justificam o que ocorre no seu interior. A partir desse marco teórico, estudar plataformas online de música significa estudar as redes de associações que *as formam* e que *se formam* a partir delas. Isso inclui elementos humanos, tecnológicos, ideológicos, econômicos, políticos, religiosos ou qualquer outro agente, de qualquer natureza, que justifique e influencie a maneira de ser dessas redes.

O desdobramento metodológico da Teoria Ator-Rede é a Cartografia de Controvérsia (VENTURINI, 2010; LATOUR, 2012; LEMOS, 2013; WESTERMANN, 2017). Nesse contexto, entende-se por controvérsia o momento em que um agregado social está em desequilíbrio, momento de mudança, período de disputas e negociações entre os agentes, que precede o equilíbrio. O projeto em que esse trabalho se insere entende que a Música no Brasil é um agregado social que, com a chegada dos serviços de plataforma, passou por um processo de reorganização das associações entre os seus mais diversos elementos (artistas, público, profissionais do meio musical, gravadoras etc.). Assim, é importante estudá-los para que se identifiquem quais são - ou foram - as controvérsias geradas em função da ascensão desses novos atores. Essa característica também justifica a escolha pela construção de uma linha do tempo, pois ela é a porta de entrada para a compreensão de processos de mudanças e de momentos específicos que merecem investigação aprofundada.

Esta pesquisa de Iniciação Científica trabalhou exclusivamente com informações publicadas tanto pelas próprias plataformas quanto por veículos de imprensa, todas disponíveis na internet. As informações coletadas aqui vieram de três tipos de fontes diferentes. A primeira fonte foram listas oficiais divulgadas pelas próprias plataformas, indicando as músicas mais ouvidas a cada ano. A segunda foram reportagens de imprensa que mencionam essas listas oficiais, quando as listas originais não foram encontradas. Nessas situações, era feita uma triangulação de informações vindas de veículos diferentes, como forma de validar os dados coletados. A terceira fonte de informações foram *playlists* oficiais disponíveis nas próprias plataformas.

A origem dos dados analisados nesta pesquisa por si só já merece alguma atenção por diversos motivos. Primeiro, por não termos encontrado informações precisas a respeito dos critérios utilizados para definir as listas de músicas mais ouvidas de cada plataforma. Segundo, é que essas mesmas informações normalmente são oriundas das próprias plataformas e, até onde pudemos investigar, não há nenhum tipo de auditoria que valide as informações divulgadas por um serviço de *streaming*. Essa falta de transparência limita nossas análises, mas abre uma necessidade de investigação mais aprofundada sobre a origem dos números que geram as referidas listas. Além disso, a falta de informações padronizadas restringe de maneira acentuada tanto as comparações entre as plataformas, quanto eventuais inferências sobre o consumo de música no Brasil a partir das análises realizadas.

Ao mesmo tempo em que são agentes importantes do meio musical atual, as plataformas de *streaming* são, nos termos da Teoria Ator-Rede, *caixas-pretas*, pois não se sabe

como funcionam seus mecanismos internos, e tanto profissionais quanto ouvintes operam apenas na sua superfície, com pouco ou nenhum poder de manipulação dos seus mecanismos.

Apresentação e análise dos dados

Os dados coletados foram consolidados em uma linha do tempo, disponível na internet através deste [link](#). A linha do tempo apresenta dados de cinco plataformas diferentes: YouTube, Deezer, Spotify, Amazon Music e Tidal. Até o momento, as informações encontradas cobrem o intervalo entre os anos de 2012 e 2021. São apresentadas, ano a ano, as informações de cada plataforma cujos dados foram encontrados. O conteúdo de cada item varia de acordo com as informações obtidas, podendo fazer referência tanto às músicas mais ouvidas no período de um ano quanto às *playlists* de "melhores do ano" segundo a própria plataforma. Essas informações estão devidamente indicadas em cada item da linha do tempo. Como é uma linha do tempo interativa, as listas são compostas por *hiperlinks*, isso significa que cada música mencionada pode ser ouvida na própria plataforma em questão, respeitando as regras de acesso de cada serviço.

Nas próximas páginas faremos uma breve análise das informações coletadas, buscando traçar características gerais das informações obtidas em cada plataforma. De maneira geral, os critérios de análise adotados foram os gêneros musicais recorrentes, a nacionalidade dos e das artistas presentes nas listas e o idioma das músicas, questões relacionadas à proporção de homens, mulheres e artistas que fogem de classificações binárias de gênero.

YouTube

Os dados coletados sobre o YouTube dizem respeito aos vídeos de música mais assistidos no Brasil, no período de 2012 a 2021. Durante os anos de 2019 a 2021, a pesquisa se baseia em fontes de busca disponibilizadas pelo próprio site do YouTube, e, entre 2012 a 2018, as informações foram obtidas por meio de reportagens da imprensa² baseadas em relatórios disponibilizados pelo YouTube. Nesses casos, houve uma checagem de dados para validar as informações. Foram comparadas as informações em diversos veículos diferentes e constatado que convergiam.

² Os veículos de imprensa consultados foram Diário do Nordeste, The Enemy, Rolling Stone, UOL, G1, TechTudo, Ranking Brasil.

A análise dessas informações nos mostra a predominância dos gêneros sertanejo e funk ao longo dos dez anos analisados, apesar de haver outros gêneros recorrentes, como o caso do Reggaeton. Também há o caso do gênero Piseiro, que se torna uma presença efetiva nos *rankings* mais recentes, emplacando três músicas de um mesmo artista - os Barões da Pisadinha - nas listas de 2020 e 2021.

Entre 2012 e 2017, todas as listas contam com a presença de artistas estrangeiros. Em alguns anos com maior incidência, a exemplo de 2015, em que há cinco estrangeiros, e em outros momentos com menor incidência, como ocorreu em 2012, com apenas um estrangeiro. De 2018 em diante, não há mais estrangeiros nas listas dos dez mais ouvidos no Brasil.

Podemos perceber também a predominância de homens nas listas da plataforma, sejam sozinhos ou em músicas colaborativas com artistas mulheres. Nos dois primeiros anos, o predomínio de homens é muito acentuado, e, nos anos seguintes, há um pouco mais de variedade, ainda que sigam predominando os artistas masculinos. Há casos que merecem destaque, como o da cantora Pabllo Vittar, que é a única *drag queen* presente nos dez anos analisados. Entre as mulheres, predomina a presença das cantoras Anitta - que aparece oito vezes - e Marília Mendonça - seis vezes - nos dez anos analisados. Marília Mendonça aparece mais vezes sozinha, enquanto Anitta aparece com mais músicas em colaboração com outros artistas.

Há alguns casos isolados de músicas que merecem alguma atenção por [se tratarem de](#) vídeos virais, produzidos de forma amadora, como é o caso de “Para nossa alegria”, em 2012, e “Envolvimento”, de MC Loma, em 2018. Também chama atenção a presença do vídeo da música “Sambalelê”, em uma versão da personagem infantil Galinha Pintadinha, no ano de 2014.

O idioma das músicas que compõem a lista é predominantemente o português, porém há uma alta recorrência de músicas em língua inglesa. Aparecem também algumas em língua hispânica e o caso do cantor Psy, da Coreia do Sul, que traz o idioma coreano para a lista.

Deezer

A plataforma Deezer iniciou suas operações no Brasil no ano de 2014, e os dados coletados nesta pesquisa fazem referência às listas das dez músicas mais ouvidas na plataforma a partir desse ano até 2021. As informações são fruto de relatórios criados pelo próprio Deezer,

mas acessíveis apenas por meio de veículos de imprensa³. Assim como no YouTube, o processo da escolha das fontes também passou pelo mesmo tipo de triangulação e checagem. Não foram encontradas publicações veiculadas pela própria plataforma.

Na lista das dez músicas mais ouvidas em 2014 no Deezer, verificamos a predominância de artistas dos gêneros Pop, Pop Rock e Eletrônico. Há um processo de transição no ano de 2015 que culmina com a predominância do Sertanejo a partir 2016, de maneira acentuada. O Pop Rock, o Pagode, o Brega Funk e o Piseiro são outros gêneros recorrentes na plataforma ao longo do período analisado, mas não desbancam o Sertanejo como gênero principal.

No primeiro ano, apenas artistas estrangeiros compõem a lista, e, em 2015, os artistas brasileiros dividem a lista com estrangeiros. O número de artistas estrangeiros diminuiu para três no ano de 2016, e para um em 2017. Nos anos de 2018, 2019 e 2021, não há artistas estrangeiros nas listas, e, em 2020, há apenas dois.

A lista é predominantemente formada por homens, sejam sozinhos ou em *feats* com artistas mulheres. Marília Mendonça é a artista mulher que mais aparece, acumulando seis aparições. Sobre o idioma das músicas, há um caso de um artista brasileiro com música em inglês - o DJ Alok. No restante das músicas predomina o idioma português, e o inglês **predomina** no caso de artistas estrangeiros.

Spotify

O Spotify chegou no Brasil no ano de 2015. Os dados coletados sobre essa plataforma também fazem referência às listas das dez músicas mais ouvidas no Brasil, entre 2015 e 2021. As informações têm origem em relatórios criados pelo próprio Spotify, porém veiculados na imprensa⁴. Assim como nas plataformas anteriores, todas as informações passaram por um processo de apuração para que pudessem ser consideradas válidas.

De 2015 a 2018 as listas apresentam uma variação de gênero musical, contendo muitos exemplos de Música Eletrônica e do gênero Pop. A partir de 2019, o Sertanejo começa a predominar na plataforma de maneira acentuada. Outros gêneros musicais relevantes que aparecem nas listas são o Funk⁵, o Reggaeton, a Bachata e o Piseiro.

³ Os veículos consultados foram: Terra, Rolling Stone, CanalTech, Nação da Música, RotaCult, TVMagazine, CifraClub, LagesDiário

⁴ Os veículos consultados foram: PlayBPM, AbcDoAbc, TecnoBlog, Tenho Mais Discos Que Amigos, The Enemy, Rolling Stone, UOL

⁵ Nesse caso, não estamos nos referindo ao Funk brasileiro, mas predominantemente o estadunidense.

Observamos que nos dois primeiros anos a lista é composta apenas de artistas estrangeiros. Essa realidade muda em 2017, quando a lista passa a conter apenas três estrangeiros - um deles em um *feat* com Anitta e Pabllo Vittar. Nos anos de 2018 e 2020, a lista possui apenas um estrangeiro, e, em 2019 e 2021, há apenas artistas brasileiros.

A presença de homens na lista é predominante, seja sozinhos ou em colaboração com artistas mulheres. Novamente, Pabllo Vittar é a única *drag queen* a aparecer nas listas do período analisado. Marília Mendonça e Anitta são, novamente, as mulheres mais recorrentes entre 2015 e 2021. Sobre o idioma, novamente predominam artistas cantando em português, seguidos de estrangeiros cantando em inglês. Há o caso do Dj Alok, um brasileiro com uma música em inglês, e o caso da canção "Despacito", de Luis Fonsi, única recorrência de canção em língua espanhola.

Amazon Music

Pela falta de informações que nos permitissem analisar os rankings de músicas mais ouvidas, as análises feitas sobre a Amazon Music foram das *playlists* "Melhores de 2020" e "Melhores de 2021". As *playlists* são seleções realizadas pela própria plataforma, mas não foram encontradas informações que nos permitissem afirmar quais os parâmetros para essa seleção. Ainda que a análise seja análoga ao que foi feito nas plataformas anteriores, entendemos que essas informações não têm a mesma representatividade, o que limita a comparação dos resultados.

O Pop e o Sertanejo são os gêneros musicais mais recorrentes que se apresentam na lista, também podemos ver a presença de outros gêneros como o Trap, o Funk e o Pagode, que aparecem em quantidade relevante, porém em menor incidência. Nos dois anos, artistas estrangeiros aparecem poucas vezes, tanto em projetos solo quanto em colaboração com artistas brasileiros. A maior parte dos artistas listados são homens, tanto estrangeiros quanto brasileiros. Entre as mulheres, Ludmilla é a artista mais recorrente, aparecendo treze vezes, seguida de Luísa Sonza, que aparece sete vezes, ambas em muitos *feats*. Além de Pabllo Vittar, que já havia aparecido em outras listas, Glória Groove também marca presença como outra artista *drag queen*. Pabllo aparece duas vezes em 2021, sendo a primeira música da *playlist* desse ano, enquanto Glória Groove aparece duas vezes em 2020 e outras duas em 2021. Outra informação relevante diz respeito à cantora Liniker, que aparece duas vezes em 2020 e uma vez em 2021, e é a única artista trans entre as listas de todas as plataformas pesquisadas.

O idioma das músicas é predominantemente o português, mas também há a presença de músicas cantadas em inglês. O único caso que foge à regra é a canção "Me Gusta", de Anitta, Cardi B e Myke Towers, que é cantada por uma artista brasileira, mas em espanhol e em inglês.

Tidal

A análise do serviço de *streaming* Tidal também se debruçou em listas produzidas pela própria plataforma, em função da falta de informações de outra natureza. As *playlists* analisadas foram "Melhores do Brasil 2021" e "Melhores do Brasil 2020". Novamente, não encontramos nenhuma informação sobre os critérios de seleção dessas *playlists*, o que nos leva a analisá-las de maneira similar à que fizemos com a plataforma Amazon Music, pois também sua representatividade é diferente das demais.

O Pop, o Sertanejo e o Funk são os gêneros mais recorrentes das duas *playlists*, e podemos constatar a presença do Trap e o Grime - subgêneros do Rap - e do Rock Progressivo - subgênero do Rock. Gêneros como Piseiro, Bachata e MPB também aparecem nas listas. Apenas artistas brasileiros compõem a lista, com exceção de dois nomes estrangeiros que aparecem nas 28^a e 30^a posições do ano de 2020, em *feats* com artistas brasileiros.

A maioria dos artistas listados são homens e a presença feminina é de aproximadamente um terço do total de músicas das listas. Anitta e Marília Mendonça lideram como as mulheres que mais aparecem, Marília ainda aparecendo mais vezes sozinha do que Anitta. Porém já aparecem outras cantoras ocupando mais de uma colocação nas listas, que é o caso de Luísa Sonza e de Agnes Nunes. Glória Groove é a artista *Drag Queen* mais recorrente, aparecendo três vezes no ano de 2020, seguida de Pablllo Vittar, duas vezes, uma em 2020 e outra em 2021, e Liniker é a única artista trans a compor a lista, aparecendo apenas uma vez em 2020.

O idioma das músicas é predominantemente o português, exceto na música "Desce Pro Play (PA PA PA)" de ZAAC, Anitta e Tyga, que ocupa a posição 28 da playlist de 2020. Nessa música, o rapper estrangeiro Tyga canta a sua parte em inglês.

Discussão e apontamentos futuros

Diante das análises feitas acerca das plataformas YouTube, Deezer, Spotify, Amazon Music e Tidal, podemos 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 de forma consideravelmente rápida.

O Funk brasileiro e o Pop também são gêneros musicais que aparecem de forma relevante, principalmente na plataforma YouTube. Acreditamos que a maior diversidade presente no YouTube tem relação com a facilidade de acesso à plataforma. Como é a única das cinco pesquisadas que permite que seu conteúdo seja consumido sem a necessidade de *login*, tampouco pagamento de mensalidade, há uma tendência de que seu público seja maior e mais diverso. Assim, podemos dizer que a plataforma, pelas suas regras e formas de acesso, funciona de uma maneira diferente das outras, mesmo tendo interesses semelhantes.

A presença feminina nos *rankings* e *playlists* é baixa, o que pode ser interpretado como um reflexo de uma estrutura machista da sociedade. Menor ainda é a presença de artistas *drag queens* e trans. É importante salientar que as mulheres que mais aparecem nas listas obtidas são Anitta e Marília Mendonça. Anitta é uma artista que iniciou sua carreira no Funk e hoje é uma artista Pop, e Marília Mendonça, uma artista do Sertanejo. O Funk e o Sertanejo são gêneros musicais muito populares no Brasil e tiveram alta recorrência nos *rankings* e *playlists* utilizadas neste trabalho.

Os *rankings* apresentados - principalmente do YouTube, Deezer e Spotify, por estarem no Brasil há mais tempo - nos mostram que há um período em que artistas estrangeiros predominam ou dividem em igualdade a presença em relação a artistas brasileiros. Somente depois de algum tempo operando no país, percebemos uma predominância dos artistas brasileiros nessas listas. Isso nos dá indícios tanto do período em que as plataformas se tornaram agentes importantes do mercado musical brasileiro, sendo apropriadas pela indústria fonográfica, quanto da utilização das plataformas como ferramenta de escuta musical por parte do público. Entendemos que compreender com maior profundidade essas duas dimensões da plataformização da música pode ser um caminho de investigação válido para pesquisas futuras.

Podemos afirmar que nas plataformas com mais tempo no Brasil, sempre há a presença de estrangeiros, desde a chegada delas até o período de 2016 a 2018, sendo essas plataformas

YouTube, Deezer e Spotify. O YouTube chegou ao Brasil em 2012, o Deezer, em 2014, e o Spotify, em 2015. O Deezer e o Spotify têm políticas de entrada para artistas diferentes das do YouTube, sendo esse mais acessível, o que pode ter influenciado a maior presença de artistas nacionais. No primeiro ano do Deezer no Brasil, só aparecem nos seus *rankings* artistas estrangeiros e, no segundo ano, esses ainda são maioria. É somente no ano de 2016 que esses números começam a ser alterados e a presença de artistas brasileiros vai se tornando maior. No Spotify, os dois primeiros anos contém apenas artistas estrangeiros, porém em 2017 *já há* uma maior recorrência de brasileiros. Esse apontamento nos leva a pensar que houve um tempo de aproximadamente três anos para que tanto artistas quanto público incorporassem as plataformas a suas práticas.

No clássico livro *Cibercultura*, publicado originalmente em 1997, Pierre Levy discorre sobre novas características da produção musical a partir do surgimento da internet e da digitalização da música. Segundo ele, a partir daquele momento, as etapas que formam a cadeia produtiva da música seriam controladas pelos próprios músicos. Esses teriam maior liberdade criativa e maior controle sobre suas obras, evitando, assim, alguns intermediários que interferiam no processo, como lojas e grandes gravadoras. Segundo o autor, esse seria um retorno "à simplicidade e à apropriação pessoal da produção musical que eram próprias da tradição oral" (LEVY, 2010, p. 143). De fato, o contexto digital tirou das grandes empresas o monopólio da produção, distribuição, divulgação e comercialização da música. Ainda que não tenha acesso a estruturas de ponta, hoje em dia, uma pessoa consegue produzir sua música a partir de recursos livres e de baixo custo e tem acesso facilitado a estruturas que permitem que sua música seja divulgada e tenha circulação. Essas estruturas, que incluem as plataformas digitais aqui estudadas, vêm promovendo maior visibilidade, circulação e interação entre artistas pertencentes a circuitos autônomos e geograficamente localizados (PEREIRA DE SÁ, 2021).

No entanto, o que se percebe é que nos *rankings* e *playlists* de maior destaque e visibilidade das plataformas, predominam repertórios de determinados gêneros - notadamente o gênero Sertanejo - e artistas que têm vínculo com grandes agentes da indústria fonográfica. Ainda que seja um apontamento incipiente, esse nos parece um rastro importante a ser seguido, uma possível controvérsia a ser cartografada. Os maiores números de visualizações levantados nesta pesquisa são de artistas expressivos dentro da indústria fonográfica e de gêneros musicais populares, indicando que a indústria predomina nessas plataformas. Os artistas de menor porte só aparecem em listas de curadoria e longe das primeiras posições - ainda que não se saiba se

essas *playlists* representam um *ranking* ou não, os artistas de maior porte aparecem sempre nas posições iniciais.

Se artistas têm um maior acesso aos meios de produzir e divulgar suas músicas, qual o motivo que leva determinados gêneros a se tornarem hegemônicos nesses ambientes virtuais? Quais são os agentes responsáveis por esse quadro? Por que artistas independentes não conseguem alcançar prestígio e números suficientes para figurarem nesses *rankings*? Como perspectiva futura para esta pesquisa, nos parece pertinente compreendermos esses processos visando um maior entendimento do papel das plataformas digitais no contexto da música brasileira. O que se deseja é que, a partir de uma imersão no tema, seja possível ampliar esses exemplos para que, posteriormente, seja possível investigá-los de maneira mais aprofundada.

Referências

CAROSO, Luciano. **Etnomusicologia no ciberespaço**: processos criativos e de disseminação em videoclipes amadores. 2010. 231 f. Tese (Doutorado em Música) – Programa de Pós-Graduação em Música, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010. Disponível em: https://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Caroso-Etnomusicologia_Cyberspaco.pdf. Acesso em: 27 jun. 2022.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando Plataformas Online**: conceitos e métodos. Salvador: Edufba, 2020. Disponível em: <https://tinyurl.com/59mazfjz>. Acesso em: 25 abr. 2022.

ERIKSSON, Maria; FLEISCHER, Rasmus; JOHANSSON, Anna; SNICKARS, Pelle; VONDERAU, Patrick. **Spotify Teardown**: inside the black box of streaming music. Cambridge, Londres: The MIT Press, 2019.

HELMOND, Anne. The Platformization of the Web: making web data platform ready. **Social Media + Society**, [S.L.], v. 1, n. 2, p. 205630511560308, 1 jul. 2015. SAGE Publications. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305115603080>. Acesso em: 28 ago. 2021.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY. **Global Music Report 2022**. Londres: Ifpi, 2022. Disponível em: <https://www.ifpi.org/resources/>. Acesso em: 25 abr. 2022.

JANOTTI JUNIOR, Jeder; PEREIRA DE SÁ, Simone. Revisitando a noção de gênero musical em tempos de cultura musical digital. **Galáxia (São Paulo)**, n. 41, p. 128-139, ago. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239963>. Acesso em: 10 dez. 2020.

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

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

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

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. 3 ed. São Paulo: Ed. 34, 2010.

PRÓ-MÚSICA - PRODUTORES FONOGRAFICOS ASSOCIADOS. **Mercado Fonográfico Mundial e Brasileiro em 2018**. Rio de Janeiro, 2019. 15 p. Disponível em: <https://tinyurl.com/mrxrhtxa>. Acesso em: 27 jun. 2022.

PEREIRA DE SÁ, Simone. **Música pop-periférica brasileira**: videoclipes, performances e tretas na cultura digital. Curitiba: Appris, 2021.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. **The Platform Society**: public values in a connective world. Nova Iorque: Oxford University Press, 2018.

VENTURINI, Tomaso. Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. **Public Understanding of Science**, v. 19, n. 3, n. Sage Publications, p. 258–273, 2010. Disponível em: <https://tinyurl.com/mrysx7t7>. Acesso em: 27 jun. 2022.

WESTERMANN, Bruno. **As coisas e o ensino de violão**: Relação entre tecnologias digitais e características do ensino do instrumento no contexto da educação a distância. 227 f. 2017. Tese (Doutorado) – Escola de Música, Programa de Pós-Graduação em Música, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/25387>. Acesso em: 29 ago. 2022.