
“Muzak de playlist”: o Spotify e uma nova música funcional plataformizada¹

Gustavo Almeida²

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

Resumo

O artigo propõe analisar um novo tipo de obra musical fruto da lógica econômica de plataforma, aqui batizado de “muzak de playlist”. Em particular, analisa-se como o Spotify e seu programa PFC se inserem numa tradição de música de fundo como recurso de foco e de produtividade. A presente pesquisa se vale da bibliografia acadêmica sobre a música de fundo no contexto digital, além de pesquisas contemporâneas sobre plataformização, racionalidade neoliberal e biopolítica para pensar formas de conceituar novas categorias musicais.

Palavra-chave: música; indústria fonográfica; plataformização; Muzak; Spotify.

Em trecho de seu novo livro, Liz Pelly (2025) revela práticas do Spotify que colocam em xeque sua relação com o mercado musical. Entre diversos movimentos no mínimo questionáveis seja do ponto de vista ético, seja do ponto de vista legal, destaca-se aqui a confirmação do envolvimento direto da empresa na produção de músicas em larga escala, assinadas pelo que se convencionou chamar, no mercado de música, de “artistas fantasmas” (INGHAM, 2016; GENSLER, 2017; RAYMOND, 2017), ou seja, denominações artísticas que não existem fora da plataforma.

Desde 2017, o Spotify emprega um programa chamado Perfect Fit Content (PFC), o qual favorece editorialmente faixas encomendadas a empresas especializadas em *stock-music*, isto é, destinadas ao uso como música de fundo para publicidade, TV, etc. A iniciativa se baseia em dados da própria plataforma, que apontam a prevalência de uma escuta desatenta em playlists voltadas a atividades e estados emocionais (*moods*). Conforme Pelly (2025) demonstra, empresas intermediárias contratam músicos para criar novas composições em grande volume, moldadas para playlists específicas. Essas faixas, após entregues, tornam-se propriedade da empresa contratante e são lançadas no Spotify sob nomes de artistas fictícios. Uma vez identificadas pelos sistemas de recomendação automática da própria plataforma, elas acabam ganhando destaque nas indicações editoriais da própria plataforma, sendo executadas em larga

¹ Trabalho apresentado para o GP Comunicação, Música e Entretenimento do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro- UFRJ. Contato: gustavo.ba@ufrj.br ou gubeal@outlook.com

escala e, logo, gerando um retorno financeiro que, ao final do processo, permanece nas mãos do Spotify.

O fenômeno descrito constitui um relevante novo tipo de música que merece uma atenção detida na tradição histórica da “música pano de fundo” (KASABIAN, 2019). Com obras não só utilizadas para uma relação funcional com a escuta, mas produzidas de forma padronizada com esse objetivo, a primeira associação inevitável é com a empresa americana Muzak. Fundada nos anos 30, seu nome se tornou sinônimo de música ambiente, ou de elevador, (KISCHINHEVSKY, 2015) após se popularizar como uma fornecedora de sonorização para ambientes comerciais e corporativos. Antes mesmo do PFC, Paul Allen Anderson (2015) já colocava plataformas de streaming como novos agentes de uma "escuta desconcentrada" (ADORNO apud ANDERSON, 2015) através de suas playlists de *mood*. Com isso, o autor desenvolveu o conceito de "neo-muzak" para essas seleções associadas à gestão dos afetos no capitalismo "auto-gerido e empreendedor" (ANDERSON, 2015, p. 838). Karakayali e Alpertan (2021) também relacionam playlists de *mood* à tradição Muzak e de música funcional, conectando o seu consumo ao reforço de "valores biopolíticos como produtividade e saúde" (KARAKAYALI; ALPERTAN, 2021, p.5).

Ao mesmo tempo, o novo *muzak de playlist*, como podemos chamar as faixas do PFC, funciona como ferramenta disciplinar biopolítica da mesma forma que a música funcional online é descrita pelos autores. A diferença fundamental é que o PFC produz obras teoricamente originais, por mais que fundamentalmente derivativas dos estereótipos de certos gêneros e estéticas musicais, criando essa nova forma de música funcional digital sob as lógicas de plataforma. Embora não seja confirmada a produção por IA no PFC, obras sem autoria e artistas fictícios tornam impraticável a distinção entre o novo *muzak de playlist* e obras com mínimo envolvimento humano.

A presente pesquisa busca entender como a muzak de playlist se alinha às lógicas de plataforma, criando possíveis novas categorias no campo da “música funcional” (KARAKAYALI; ALPERTAN, 2021). A partir de um retorno à bibliografia sobre música funcional, busca-se para entender como sua versão contemporânea plataformizada reforça lógicas neoliberais e financeirizadas, em articulação com as reflexões mais atuais sobre indústria musical e IA no pós-streaming (DE MARCHI, 2023).

Referências

ANDERSON, P. A. Neo-Muzak and the Business of Mood. **Critical Inquiry**, v. 41, n. 7, p. 811–840, 2015.

DE MARCHI, L. **A Indústria Fonográfica Digital: formação, lógica e tendências**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2023.

FOUCAULT, M. **O nascimento da Biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes 2008.

GENSLER, A. **Spotify on Non-Existent Artist Allegations: ‘We Do Not and Have Never Created Fake Artists’**. Disponível em: <<https://www.billboard.com/music/music-news/spotify-fake-artist-allegations-response-7858015/>>. Acesso em: 20 maio. 2025.

GROHMANN, R. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, São Cristovão, v. 22, n. 1, p. 106–122, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/12188>. Acesso em: 1 jun. 2025.

INGHAM, T. **Spotify is making its own records... and putting them on playlists**. Disponível em: <https://www.musicbusinessworldwide.com/spotify-is-creating-its-own-recordings-and-putting-them-on-playlists/?utm_source=pocket_list>. Acesso em: 10 maio. 2025.

KARAKAYALI, N.; ALPERTAN, B. Mood playlists, biopower, and the “functional turn” in online media: What happens when a pre- digital social control technology is transferred to the internet? **The Information Society**, v. 31, n. 1, 2020;

KASSABIAN, A. **Escuta Ubíqua**. *Ecus Cadernos de Pesquisa*, n. 2, 2019.

KISCHINHEVSKY, M. Rádios corporativas e customizadas: novos atores no mercado da radiodifusão sonora. **Organicom**, São Paulo, Brasil, v. 12, n. 22, p. 67–77, 2015. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2015.139268. Disponível em: <https://revistas.usp.br/organicom/article/view/139268>. Acesso em: 1 jun. 2025.

PELLY, L. **The Ghosts in the Machine, by Liz Pelly**. Disponível em: <<https://harpers.org/archive/2025/01/the-ghosts-in-the-machine-liz-pelly-spotify-musicians/>>. Acesso em: 6 mai. 2025.

RAYMOND, A. K. **The Streaming Problem: How Spammers, Superstars, and Tech Giants Gamed the Music Industry**. Disponível em: <https://www.vulture.com/2017/07/streaming-music-cheat-codes.html?utm_source=pocket_list>. Acesso em: 18 maio. 2025.

RODRIGUES, R. F. A muzak e as indústrias culturais: os hábitos da escuta e da experiência contemporânea com a criatividade musical. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, 2011. DOI: 10.12957/logos.2011.1213. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/article/view/1213>. Acesso em: 9 jun. 2025.