

Recomendações de música em serviço de *streaming*: percepções de jovens ouvintes de rap em Porto Alegre¹

Danillo dos Santos LIMA²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

O presente trabalho busca entender como os jovens da classe C ouvintes de rap de Porto Alegre e região se apropriam das tecnologias de recomendação do Spotify. Os objetivos são analisar as percepções dos sujeitos quanto aos algoritmos, a coerência das recomendações e as apropriações na vida cotidiana. Após aplicação de questionário com 20 jovens, os resultados indicam que esses sujeitos possuem três comportamentos em geral: aqueles que estão satisfeitos com as recomendações; aqueles que compreendem o algoritmo, porém sentem falta de diversidade; e aqueles que não são surpreendidos.

PALAVRAS-CHAVE: Jovem, serviço de streaming, Spotify, consumo musical, algoritmos.

INTRODUÇÃO

Após a consolidação dos serviços de *streaming* musical, em especial o Spotify, os algoritmos se tornaram uma tecnologia indispensável para o modelo de negócios. Os jovens representam um recorte da sociedade que consome música e se apropria desse contexto tecnológico no seu dia a dia. Especialmente aqueles que são fãs de rap e pertencem à classe C.

JOVENS E TECNOLOGIA

Partindo do contexto latino-americano da Comunicação (MARTÍN-BARBERO, 2010), o jovem é considerado um sujeito social. Essa categorização não é definida apenas pela idade, mas pelo contexto sociocultural. Esse indivíduo deve ser compreendido como sujeito social que é, através de suas subjetividades (DAYRELL, 2003). A partir da globalização e seu contexto tecnológico, houve uma relação híbrida

¹ Trabalho apresentado na DT 5 - Comunicação Multimídia do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

² Graduando do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: danillo.lima1@gmail.com

entre cultura e comunicação que é própria desse período. Assim, “a música é, ao mesmo tempo, parte da experiência mais expressiva de apropriação, criatividade cultural e empoderamento social dos jovens” (MARTÍN-BARBERO, 2010, p. 27, tradução minha³).

Canclini (1997) expõe uma percepção do consumo para além da noção de produção. Isso estabelece que o consumo também explora um ato de reflexão do indivíduo no seu espaço social.. De Certeau (1994) questiona o papel passivo do sujeito ordinário perante os detentores da técnica, assim coloca o olhar para as criações de sentido dos consumidores a partir de suas representações na indústria cultural. Na música, pode-se pensar essa relação na forma como a música é ouvida a partir de contextos tecnológicos como o *streaming*.

O *streaming* pode ser definido como “não só como uma forma técnica de transmissão, mas uma metáfora chave para o fluxo de informações da era digital” (MORRIS; POWERS, 2015, p. 107, tradução minha⁴). Na música, com o serviço de *streaming* musical, houve a transição fundamental da cultura da portabilidade para uma cultura de acesso (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHI, 2015). A música então se torna disponível para acessos ilimitados mediante a uma assinatura. Isso traz a “possibilidade de acesso a um fluxo (*stream* em inglês) contínuo de música e vídeo em tempo real, apenas superficialmente insuscetível de ser captado” (CAETANO, 2016, p. 233).

Os algoritmos surgem como uma característica que é contemporânea ao momento da indústria fonográfica. Essa tecnologia garante assim uma experiência de usuário a princípio mais satisfatória. Um dos efeitos é a bolha dos filtros, que altera a forma como os usuários encontram informações (PARISER, 2012).

No Spotify, os algoritmos recomendam músicas, álbuns e *playlists*. Isso é utilizado pela plataforma para potencializar os seus métodos de curadoria (ERIKSSON *et al.*, 2019). A tecnologia algorítmica agrupa recomendações que fazem sentido economicamente para a empresa (PEÑA, 2022).

³ No original: “la música es, a la vez, parte de la más expresiva experiencia de apropiación, de creatividad cultural y de empoderamiento social por parte de los jóvenes”

⁴ No original: “[...] is not just a technical form of transmission, but a key metaphor for the flow of information in the digital age.”

Apesar da robustez tecnológica dos algoritmos, só a máquina não é suficiente para o processo ser adequado. O papel humano também é essencial, afinal os algoritmos são reavaliados por mãos humanas, além de especialistas que trabalham para realizar a interpretação desses dados (BONINI; GANDINI, 2019).

Spotify então representa uma face da plataformização. As plataformas são compreendidas aqui como

infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados. (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020, p. 4).

METODOLOGIA E ANÁLISE

Usou-se uma abordagem qualitativa, afinal o fenômeno analisado apresenta “um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 70). A técnica utilizada foi o questionário, que “consiste basicamente em traduzir objetivos da pesquisa em questões específicas” (GIL, 2008, p. 121).

Quanto à delimitação da classe C, o Critério Brasil⁵ é utilizado como referência. O questionário teve 15 perguntas e foi disponibilizado no período entre 08 e 16 de março de 2023.

Quadro 1 - Roteiro do questionário

1	Qual o seu e-mail?	Resposta aberta.
2	Com qual gênero você se identifica?	a. Feminino b. Masculino c. Outro d. Prefiro não dizer
3	Qual a sua idade?	Resposta aberta.
4	Em qual cidade você mora?	a. Porto Alegre b. Outro município da Região Metropolitana de Porto Alegre

⁵ O Critério Brasil, da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, é uma metodologia criada para estabelecer um padrão de classificação socioeconômica, realizada com base nos domicílios no Brasil.

5	Qual a importância do rap na sua vida?	Resposta em escala linear de [1] a [5], sendo [1] Pouco importante e [5] Muito importante. Incluída uma pergunta opcional "Você gostaria de falar mais sobre isso?" com resposta aberta.
6	Quanto espaço o Rap ocupa no universo de todas as músicas que você ouve?	Resposta em escala linear de [1] a [5], sendo [1] Pouco espaço e [5] Muito espaço. Incluída uma pergunta opcional "Você gostaria de falar mais sobre isso?" com resposta aberta.
7	Qual a sua renda média mensal domiciliar?	Resposta aberta.
8	Na sua casa, você possui	Múltipla escolha com opções [0], [1], [2], [3] e [4 ou +] para os seguintes itens: a. Banheiros b. Trabalhadores domésticos c. Automóveis d. Microcomputador e. Lava-louça f. Geladeira g. Freezer h. Lava roupa i. DVD j. Micro-ondas k. Motocicleta l. Secadora de roupas
9	Qual o grau de instrução do(a) chefe da sua família?	a. Analfabeto / Fundamental I incompleto b. Fundamental I completo / Fundamental II incompleto c. Fundamental II completo / Médio incompleto d. Médio completo / Superior incompleto e. Superior completo
10	Você tem acesso à água encanada?	a. Sim b. Não
11	A sua rua é pavimentada?	a. Sim b. Não
12	Você sente que as recomendações do Spotify (álbuns, playlists, novidades etc) são coerentes com o seu gosto musical?	Resposta em escala linear de [1] a [5], sendo [1] Pouco coerentes e [5] Muito coerentes. Incluída uma pergunta opcional "Você gostaria de falar mais sobre isso?" com resposta aberta.

13	O que você acha do algoritmo do Spotify quanto às recomendações de Rap? São boas recomendações? Te ajuda a conhecer artistas novos ou descobrir lançamentos? Já sentiu a falta de algum artista nessas recomendações? Conta para mim!	Resposta aberta.
14	Você acha que seu consumo de rap é influenciado pelo uso do Spotify? Se sim, como?	Resposta aberta.
15	Por fim: há algo que abordamos nas questões acima que deixou você com vontade de comentar mais? Use esse espaço para isso (:	Resposta aberta.

Fonte: elaboração própria.

Dos dados coletados, o grupo é formado por 20 respondentes, sendo 9 pessoas que se identificam com o gênero masculino e 11 com o gênero feminino. A idade varia de 19 a 31 anos. A renda média mensal domiciliar desse grupo é de R\$ 2950.

Sobre o gosto pela música e pelo rap, as respostas demonstram a importância desse gênero musical na vida dos jovens. “Cresci ouvindo e me proporciona muito o pensamento de que posso sonhar e proporcionar uma vida melhor pra quem tá na minha volta, seja família de sangue ou não” (**RESPONDENTE 6**). Outra resposta que evidencia essa ideia é: “Sempre gostei do rap como instrumento de crítica social e disseminação da cultura das periferias e em determinado momento conheci também o rap também como forma de empoderamento feminino” (**RESPONDENTE 11**). O teor dessas respostas demonstra que a música atua propulsora de estratégias de reconhecimento e afirmação (CRUZ, 2000)

Considerando as opiniões expressas pelos sujeitos ao avaliarem as recomendações do Spotify, pelo menos três comportamentos são vistos: aqueles que estão satisfeitos com as recomendações; aqueles que entendem o algoritmo, porém sentem falta de diversidade; e aqueles que não são surpreendidos.

Quanto aos satisfeitos, o grupo percebe o algoritmo do Spotify como adequado, sobretudo no que se refere à descoberta de novas músicas de rap. “Acho excelente,

sempre recomenda artistas de subgêneros semelhantes” **(RESPONDENTE 9)**. Há uma percepção de que artistas menos expressivos conseguem visibilidade. “Gosto muito, me ajuda a conhecer mais artistas, inclusive os ‘menores’. Através das recomendações acabo conhecendo mais artistas.” **(RESPONDENTE 8)**.

O grupo que entende o algoritmo visualiza esse cenário sem o mesmo nível de satisfação. “Gosto das recomendações, geralmente são parecidas com o que estou escutando e, às vezes, são artistas que nunca tinha ouvido muito bem. Talvez eu sinta falta de um pouco de recomendações de artistas mulheres e de fora do eixo RJ-SP-MG” **(RESPONDENTE 10)**. Outro comentário: “não há muitas mulheres, há menos ainda mulheres negras” **(RESPONDENTE 4)**. Essas frases mostram que as recomendações que estão sendo regidas pelo “poder algorítmico” (BONINI; GANDINI, 2019) não são suficientes para contemplar positivamente o “*sensorium* novo” dos jovens (MARTÍN-BARBERO, 2002).

Já aqueles que não são surpreendidos demonstram um comportamento de recusa ao funcionamento do algoritmo. “Muitas vezes o algoritmo manda os artistas/raps mais do momento (*trend* do TikTok), por exemplo, e muitas vezes não é o estilo de rap que costumo ouvir” **(RESPONDENTE 2)**. Há nessa categorização uma lógica de “educar” o algoritmo para eventuais melhorias nas sugestões. “Acho que tenho dificuldade de descobrir artistas que não estejam no *hype* por talvez consumir alguns que estejam. Aí busco alguns artistas manualmente para tentar fazê-lo me entregar músicas de artistas que ainda não ouvi” **(RESPONDENTE 5)**. Essa forma do usuário atuar ativamente em negociação com o algoritmo demonstra a sua capacidade de compreender as técnicas e encontrar a sua própria tática de consumo, que é uma característica própria da sensibilidade do jovem (MARTÍN-BARBERO, 2002).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa acadêmica sobre serviço de *streaming* musical na América Latina é incipiente (PEÑA, 2019). Portanto, essa pesquisa pode servir como uma mirada para esse assunto. Os objetivos foram alcançados, apesar da variável de classe não ter sido aprofundada com o devido rigor. Questões sobre a curadoria algorítmica e o reflexo desse processo nas descobertas musicais devem ser aprofundadas em pesquisas futuras,

devido ao momento que o Spotify atinge nesse nicho de mercado. Além disso, o olhar para produtores de conteúdo para a plataforma deve ser analisado em pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

- BONINI, Tiziano; GANDINI, Alessandro. “First Week Is Editorial, Second Week Is Algorithmic”: platform gatekeepers and the platformization of music curation. **Social Media + Society**, [S.L.], v. 5, n. 4, p. 1-11, out. 2019.
- CAETANO, Miguel Afonso. Spotify e os piratas: Em busca de uma “jukebox celestial” para a diversidade cultural. **Revista Crítica de Ciências Sociais**. v.109, p. 229-250, 2016.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- CRUZ, Rossana Reguillo. **Emergencia de culturas juveniles: Estrategias del desencanto**. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2000.
- DAYRELL, Juarez. O jovem como sujeito social. **Revista Brasileira de Educação**,, n. 24, p. 40-52, dez. 2003.
- DE CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano I: as artes do fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- ERIKSSON, M. (et al). **Spotify teardown: Inside the black box of streaming music**. Cambridge, MA: The MIT Press, 2019.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo; VICENTE, Eduardo; DE MARCHI, Leonardo. Em busca da música infinita: os serviços de streaming e os conflitos de interesse no mercado de conteúdos digitais. **Revista Fronteiras**, v. 17, n. 3, p. 303-311, 2015.
- MARTÍN-BARBERO, J. Jóvenes: comunicación e identidad. **Pensar Iberoamérica Revista de Cultura**, Online, v. 0, n. 0, p. 1-7, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, J. Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas mundiales de lo cultural. Prólogo. **Revista Signo y Pensamiento**. Bogotá. Vol. XXIX, n. 57, jul/dez, p. 20-34, 2010.
- MORRIS, Jeremy Wade; POWERS, Devon. Control, curation and musical experience in streaming music services. **Creative Industries Journal**, [S.L.], v. 8, n. 2, p. 106-122, 3 jul. 2015.
- PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- PEÑA, Juan Sebastián Beltrán. Spotify, un ejemplo de la convergencia en la música digital y su incidencia en los gustos. Una revisión integrativa. **Human Review. International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades**, [S.L.], v. 11, n. , p. 1-7, 28 dez. 2022.



INTERCOM Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Guarapuava/PR – 08 a 10/06/2023

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras - Estudos Midiáticos**, [S.L.], v. 22, n. 1, p. 2-10, 4 abr. 2020. UNISINOS - Universidade do Vale do Rio Dos Sinos.

PRODANOV, C.; FREITAS, E. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.