



Breno Bastos Boechat

**O Spotify como ferramenta de popularização do consumo
e da produção da “música sertaneja latinizada” no Brasil
no ano de 2018**

Trabalho realizado sob a orientação do
Professor Doutor Manuel Bogalheiro

julho/2021



Breno Bastos Boechat

**O Spotify como ferramenta de popularização do consumo
e da produção da “música sertaneja latinizada” no Brasil
no ano de 2018**

Dissertação defendida em provas públicas na Universidade Lusófona do Porto no dia 15/07/2021, perante o júri seguinte:

Presidente: Prof. Doutor Luís Miguel Nunes da Silva Loureiro (Professor Associado da Universidade Lusófona do Porto)

Arguente: Prof. Doutor Luís Cláudio Ribeiro (Professor Catedrático com Agregação da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias)

Orientador: Prof. Doutor Manuel Luís Bogalheiro Rocha Fernandes (Professor Auxiliar da Universidade Lusófona do Porto)

É autorizada a reprodução integral desta tese/dissertação apenas para efeitos de investigação, mediante declaração escrita do interessado, que a tal se compromete.

Agradecimentos

Agradeço aos meus pais pela educação e pela confiança nos meus sonhos e à minha amada Marília pelo companheirismo e pela cumplicidade de todos os momentos.

Dedicatória

Dedico este trabalho à minha querida e amada Dona Ana, que tanto cuidou de mim e continua a cuidar, lá de cima.

Dedico também aos meus pais, Márcia e Paulo, aos meus avós, Ana e Francisco, e aos amores da minha vida, Marília e Beth.

Índice

1. Introdução - 1

- 1.1 Problemática, questões de partida e justificativa do estudo – 3

2. Objetivos do estudo - 4

- 2.1 Objetivo geral - 4
- 2.2 Objetivos específicos – 5

3. Enquadramento teórico - 6

- 3.1 A definição de cultura - 6
- 3.2 A definição de ideologia - 7
- 3.3 A cultura popular - 10
- 3.4 Cultura de massa - 14
- 3.5 A Indústria Cultural - 17
- 3.6 O consumo e o armazenamento de música e a indústria fonográfica: da invenção do fonógrafo à revolução pelo streaming - 19
- 3.7 A Indústria Cultural e o streaming de música - 24
- 3.8 O Spotify como plataforma de streaming de música no Brasil - 27
- 3.9 A música sertaneja do Brasil e a influência da “música latina” em sua origem - 28
- 3.10 A influência da “música latina” no sertanejo brasileiro nos tempos de hoje - 30
- 3.11 A música sertaneja como gênero musical mais ouvido do Brasil – 32

4. Metodologia - 32

- 4.1 Coleta e categorização de dados para a investigação - 33
- 4.2 Processamento dos dados coletados e apresentação dos resultados – 37

5. Análise dos resultados e verificação de hipóteses levantadas – 43

6. Conclusão - 46

Bibliografia - 50

Resumo:

Este é um trabalho de investigação produzido como conclusão do Mestrado em Comunicação, Redes e Tecnologia da Universidade Lusófona do Porto, em Portugal. A pesquisa publicada neste estudo pretende entender as relações entre o *streaming* – como tecnologia de reprodução e armazenamento de músicas – e o sucesso de canções da chamada “música sertaneja brasileira”.

A reflexão proposta por esse estudo toma a música sertaneja como objeto de análise para compreensão de como as transformações dos média influenciam no conteúdo musical produzido e consumido pelas massas. Em outras palavras, a pesquisa propõe uma verificação de como as sucessivas mudanças dos suportes para a reprodução de música afetaram a produção e o consumo desse estilo musical no Brasil, até a última grande transformação, a tecnologia do *streaming*.

O consumo de música via streaming no Brasil e na América Latina cresceu muito desde a criação de plataformas como o Spotify. Artistas populares brasileiros aproveitaram o sucesso e criaram uma relação de intercâmbio cultural que resultou em a) versões brasileiras de hits latinos, b) parcerias, em português e espanhol, entre artistas brasileiros e do resto da América Latina e c) inclusão de elementos musicais de sucesso da “música latina” na composição de novas canções brasileiras.

Este estudo pretende mostrar, por meio de uma análise sobre o cenário do *streaming* de música no Brasil – em específico na plataforma de *streaming* Spotify – ao longo do ano de 2018, a relevância desse “sertanejo latinizado” no atual panorama da música brasileira, e como a popularização de uma nova tecnologia de reprodução e armazenamento de música ajudou na consolidação dessa música sertaneja “latinizada” como uma das mais escutadas do Brasil, além de eliminar “fronteiras musicais” que antes existiam entre os brasileiros e os companheiros de continente que falam espanhol.

Palavras-chave: cultura de massa, indústria cultural, cultura popular, música sertaneja, *streaming*

Abstract:

This is a research work resulting from the conclusion of the Masters in Communication, Networks and Technology at Universidade Lusófona do Porto, in Portugal. The research intends to understand the relationship between streaming - as a music reproduction and storage technology - and the success of songs in the so-called “Brazilian sertanejo music”.

The reflection proposed by this study takes sertanejo music as an object of analysis to understand how the transformations of the media gadgets influence the musical content produced and consumed by the masses. In other words, the research investigated a verification of how successive changes in gadgets for music reproduction affected the production and consumption of this musical genre in Brazil, until the last major transformation, streaming technology.

The consumption of music via streaming in Brazil and Latin America has grown a lot since the creation of platforms like Spotify. Brazilian popular artists used the the technology supports to intensify a a cultural exchange with Other Latin American countries that resulted in a) Brazilian versions of Latin hits, b) partnerships, in Portuguese and Spanish, between Brazilian and Latin American artists and c) inclusion of successful musical elements of “Latin music” in the composition of new Brazilian songs.

This study intends to show, through an analysis of the music streaming scenario in Brazil - specifically on the Spotify streaming platform - throughout 2018, an exaggeration of this "Latinized Sertanejo" in the current panorama of Brazilian music, and how the popularization of a new music reproduction and storage technology helped the consolidation of this “Latinized Sertanejo Music” as one of the most listened music genres in Brazil, in addition to eliminating “musical borders” that previously existed between Brazilians and Spanish-speaking countries on the continent .

Key-words: mass culture, cultural industry, popular culture, music, streaming

1. Introdução

A popularização do acesso à internet via banda larga, com transmissão de dados em alta velocidade, ampliou o consumo e a produção de música no Brasil desde os primeiros anos do século XXI. Além de ampliar o alcance da produção e tornar seu processo mais rápido e menos custoso, o novo modo de acessar a grande rede facilitou o consumo de música, desde a tecnologia que permitia o *download* e o armazenamento de arquivos em um dispositivo até os dias de hoje, em que o *streaming* amplia o acesso aos mais variados tipos de música, sem que seja necessário armazenar qualquer tipo de arquivo em um dispositivo físico.

O consumo de música via streaming no Brasil e na América Latina cresceu muito desde a criação de plataformas como o Spotify e Deezer, que fornecem um amplo acervo de canções, de artistas de todo o mundo, sem que o utilizador precise descargar os arquivos em seu dispositivo móvel – seja ele um computador, um tablet ou um telemóvel. Além de facilitar o acesso a esse material, o serviço que essas plataformas oferecem ainda permite que o utilizador descubra sempre novos artistas, novas canções e novos gêneros musicais, de forma a ampliar seu conhecimento musical e desfrutar cada vez mais da experiência de utilizar a plataforma.

No Brasil, além de ampliar o acesso a novos estilos musicais de outros países, as plataformas de *streaming* tiveram impacto no estilo de música consumida pelo público brasileiro e, conseqüentemente, na produção de canções e álbuns feitos no país. O fato de os outros países da América Latina – cujo idioma predominantemente é o espanhol – serem os maiores consumidores de música via streaming em todo o mundo fez com que canções e artistas latinos¹ alcançassem o público brasileiro e influenciasse na produção de músicas brasileiras.

Artistas populares no Brasil aproveitaram o sucesso de gêneros musicais como o *latin pop*, o *reggaeton*, o *bolero* e a *bachata* em todo o mundo e criaram uma relação de

¹ Neste estudo, para efeito de diferenciação entre artistas que cantam em português (os brasileiros) e os que cantam em espanhol, será utilizado o termo “latino/latina” para caracterizar os artistas nascidos nos países da América Latina em que o idioma predominante é o espanhol e a música em espanhol produzida por artistas desses países. Quanto à expressão ‘elementos da música latina’, ela será utilizada para se referir a instrumentos e outras características de gêneros musicais originários dos países da América Latina em que o idioma predominante é o espanhol. Apesar de ser do conhecimento do autor que o artista e a música brasileiros também são latinos, a diferenciação se faz necessária para a compreensão do estudo, que pretende justamente identificar o impacto desses elementos na música brasileira.

intercâmbio cultural que resultou em produtos como versões brasileiras de canções de sucesso originalmente em espanhol, parcerias entre artistas brasileiros e latinos a cantar em português e espanhol, e, finalmente, a inclusão de elementos musicais desses gêneros de sucesso da música latina na composição de novas canções brasileiras.

Um dos gêneros musicais brasileiros historicamente mais influenciados pelos elementos musicais de outros países da América Latina é a chamada “música sertaneja” ou apenas “sertanejo”. Desde antes da consolidação do termo, na década de 1980 – como explica o pesquisador Gustavo Alonso no livro que conta a história da música sertaneja no Brasil, “Cowboys do Asfalto – Música sertaneja e modernização brasileira” – para diferenciar da tradicional “música caipira”, originária dos estados do interior do país, a “música sertaneja” já era caracterizada por conter elementos de gêneros musicais latinos, como o mambo, a conga, o bolero, a guarânia paraguaia e muitos outros. (Alonso, 2015, p. 35)

Na nova “onda” de gêneros musicais latinos a fazer sucesso no Brasil e em todo o continente, a chamada “música sertaneja” foi uma das mais influenciadas entre os estilos musicais brasileiros. Artistas considerados sertanejos incluíram elementos de gêneros como *bachata* e *bolero* em composições novas e, justamente com essas canções, atingiram as posições mais altas nas listas das músicas mais tocadas.

A acompanhar a tendência de sucesso desses gêneros musicais latinos – não somente nos países da América Latina, mas em todo o mundo – artistas brasileiros conseguiram emplacar canções com elementos da música latina nas listas das mais tocadas das plataformas de streaming do país no ano de 2018. Se antes havia várias barreiras culturais que impediam a penetração de gêneros latinos no Brasil, as plataformas de *streaming* de música ajudaram a aproximar, pelo menos musicalmente, brasileiros de seus países companheiros de continente, que se comunicam em outro idioma.

Esse estudo pretende avaliar a presença das canções de “artistas sertanejos” brasileiros que incorporaram elementos de gêneros musicais latinos nas listas de músicas mais tocadas do Brasil ao longo do ano de 2018.

1.1 Problemática, questões de partida e justificativa do estudo

Neste capítulo, explica-se a problemática que levou o autor a realizar o estudo, sua intenção ao fazer o estudo de caso da análise das listas de músicas mais tocadas no Brasil ao longo do ano de 2018 na plataforma Spotify e justifica-se também a importância de tal estudo para a academia.

Relatórios e artigos já publicados no Brasil já destacaram a relevância da música sertaneja no consumo de música no país. No último balanço divulgado pelo Spotify, em dezembro de 2018, a música sertaneja foi o gênero mais ouvido do país, ao lado do funk. (Pinheiro, 2018)

A canção mais reproduzida em todo o país durante o ano na plataforma foi “Propaganda”, uma canção do gênero sertanejo, da dupla Jorge & Mateus, que também é considerada como uma dupla sertaneja. (Pinheiro, 2018)

A dupla Jorge & Mateus, segundo o relatório, foi o segundo artista mais ouvido do ano por assinantes do Spotify no Brasil, atrás apenas de Zé Neto & Cristiano, outra dupla considerada sertaneja. (Pinheiro, 2018)

Apesar da ampla discussão sobre a relevância da música sertaneja nas listas de consumo de música, foi identificada pelo autor deste estudo uma falta de debate sobre o que, na consideração desse estudo, é um dos principais fatores responsáveis por a música sertaneja figurar entre os gêneros mais escutados do país: a aproximação de artistas sertanejos a elementos de sucesso de gêneros musicais de outros países da América Latina, cujo idioma é predominantemente o espanhol.

Este estudo busca verificar a hipótese principal de que a incorporação de ritmos, instrumentos e outros elementos musicais da considerada “música latina” ajudaram as canções sertanejas em que esses elementos foram incorporados a se tornarem grandes sucessos na plataforma de *streaming*, ou como se diz no jargão da indústria fonográfica, virarem um *hit* nessas plataformas, a considerar como objeto de estudo o desempenho dessas canções no Spotify ao longo do ano de 2018, no Brasil.

Outra hipótese levantada por esse estudo é de que a popularização dos chamados “artistas e gêneros musicais latinos” no Brasil é uma consequência do crescimento do *streaming* de música – no caso, o Spotify – em toda a América Latina. Por fim, o estudo também levanta a possibilidade de se verificar a hipótese de que a aproximação do

consumidor brasileiro com esses gêneros musicais incentivou artistas e produtores musicais brasileiros a investirem em canções cantadas em português, mas com elementos musicais desses “gêneros latinos” de sucesso.

A última hipótese levantada por este estudo é de que o fenômeno de “latinização” que acontece com a chamada “música sertaneja brasileira” no momento atual é parecido com o que aconteceu na década de 1950, quando o gênero musical se popularizou pela primeira vez, como descrito por Alonso (2015) no livro que conta a história da “música sertaneja” no Brasil, “Cowboys do Asfalto – Música sertaneja e modernização brasileira”: a popularização de uma nova tecnologia de reprodução e armazenamento de música ajuda a aproximar gêneros musicais considerados sertanejos do Brasil e elementos de gêneros de países da América Latina em que se fala espanhol.

A iniciativa para solucionar essa problemática e validar essas hipóteses gera questões de partida fundamentais que o estudo pretende ter condições de responder, tendo em vista a análise dos dados coletados e divulgados pelo Spotify na lista Top 200 Brasil, entre os dias 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2018:

- Qual o impacto (ou a relevância) das canções de música sertaneja com elementos de “música latina” na lista de músicas mais tocadas do Brasil ao longo de todo o ano de 2018 no Spotify?

- Como os artistas sertanejos que incluíram elementos da “música latina” em seus novos trabalhos performaram ao longo do ano de 2018 entre os mais tocados do país no Spotify?

- Como o *streaming*, como nova tecnologia de reprodução e armazenamento de música, ajuda o “sertanejo latino” a ser um dos gêneros musicais mais relevantes do Brasil.

2. Objetivos do estudo

2.1 Objetivo geral

O objetivo geral desse estudo é avaliar a relevância que a música sertaneja com elementos latinos teve no consumo de música via streaming no Brasil ao longo do ano de

2018. Para tal, será feito um estudo dos *charts* diários “Top 200 Brasil” divulgados pela plataforma de *streaming* Spotify ao longo do ano de 2018.

Os *charts* são as listas das músicas mais executadas na plataforma e essa contagem é feita pelo número de *streams* (“reproduções”, na tradução para a língua portuguesa) de cada canção. O Spotify divulga essa lista diariamente, com as músicas e os valores de *streams* separados por país. Os relatórios “Top Brasil 200” diários, de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2018, serão o objeto de análise desse estudo.

2.2 Objetivos específicos

- Analisar a frequência de músicas sertanejas com elementos latinos entre as listas de músicas mais tocadas do Brasil ao longo do ano de 2018;
- Mostrar a relevância da música sertaneja com elementos latinos como um dos gêneros mais relevantes no panorama da indústria fonográfica do Brasil;
- Confirmar a hipótese do estudo de que a música sertaneja com elementos latinos é uma variação do gênero sertanejo que de fato causa impacto no Spotify, não só no número de *streams* como na permanência ao longo do ano como um dos gêneros musicais mais presentes nas listas de músicas mais tocadas do país.
- Confirmar a hipótese de que a aproximação do consumidor brasileiro com esses gêneros musicais incentivou artistas e produtores musicais brasileiros a produzirem canções, cantadas em português, com elementos musicais de gêneros musicais que fazem sucesso nos outros países da América Latina, cujo idioma predominante é o espanhol.
- Confirmar a hipótese de que o fenômeno que acontece com a chamada “música sertaneja brasileira” no momento é parecido com o que aconteceu na década de 1950, quando o gênero musical se popularizou pela primeira vez: a popularização de uma nova tecnologia de reprodução e armazenamento de música ajuda a aproximar gêneros musicais considerados sertanejos do Brasil e elementos de gêneros de países da América Latina em que se fala espanhol, como descrito por Alonso (2015).

3. Enquadramento teórico

3.1 A definição de cultura

Antes de um mergulho mais profundo na arqueologia dos média – dos primórdios dos meios de comunicação e reprodução fonográfica aos dias de hoje – este estudo precisa levar em consideração conceitos fundamentais para a elaboração de pesquisas no campo da cultura, como o de indústria cultural e cultura de massa; cultura popular. A própria expressão que esse estudo usa em seu título – “consumo de música” – só faz sentido a partir da compreensão de que a música, bem como qualquer outra forma de expressão artística, pode ser vista como um bem de valor negociável, comercializado e, por fim, consumido.

A considerar a música sertaneja como uma forma de expressão artística de origem popular, cabe, no entanto, antes de chegarmos ao conceito de indústria cultural e cultura de massa, destacar os diferentes entendimentos do termo “cultura”. É fundamental também diferenciar os conceitos de cultura popular e cultura de massa para que, em seguida, possamos relacionar a indústria cultural ao consumo em massa de música sertaneja.

Para entender o que é cultura popular, precisamos antes explorar os mais diversos entendimentos do que é cultura. Raymond Williams (1983) sugeriu três amplas definições do termo. A primeira diz que o termo cultura pode ser usado para se referir a “um processo geral de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético” (Williams, 1983).

Por essa definição, poderíamos abordar, por exemplo, o desenvolvimento cultural da Europa Ocidental referindo-nos apenas a fatores intelectuais, espirituais e estéticos, como grandes filósofos, artistas e poetas.

O segundo uso da palavra “cultura”, ainda de acordo com as definições de Williams, pode sugerir algo que o autor define como “um modo de vida particular, seja de um povo, um período ou um grupo” (1983). Nesse sentido, amplia-se um pouco o campo de discussão. Para manter o exemplo do desenvolvimento cultural da Europa Ocidental, nesse caso levaríamos em consideração não apenas os fatores intelectuais e estéticos, como na primeira definição, mas também o desenvolvimento de outros fatores, como as práticas esportivas, os festivais religiosos, os feriados e até mesmo processos como o de alfabetização.

O terceiro e último conceito de cultura abordado por Williams sugere que o termo pode ser usado para se referir a “obras práticas da atividade intelectual e especialmente artística”. Nesse caso, passamos a entender por “cultura” práticas que têm uma função social

com a finalidade de significar ou produzir sentido. Ainda nesse conceito, a própria prática por si também pode ser ocasião para a produção de sentido.

A partir dessa terceira definição, podemos pensar como “cultura” textos, obras e práticas artísticas, como a poesia, os romances, as belas-artes, o balé e, portanto, a música. Ainda nessa definição, Williams cita a ópera como forma de expressão musical que compõe – ou ao menos tem o potencial de compor – a “cultura” de uma comunidade ou um local. É o caso do desenvolvimento cultural da Europa Ocidental, exemplo destrinchado pelo autor em “Keywords” (Williams, 1983). Esse terceiro conceito tem relação, segundo Williams, com o que os estruturalistas e os pós-estruturalistas chamam de “práticas significantes”.

Para alcançar o conceito de “cultura popular”, Williams propõe uma mobilização – ou uma combinação – entre as duas últimas definições de “cultura”. Este estudo vai voltar a abordar essa combinação de conceitos para a compreensão do que é chamado de “cultura popular”, mas antes cabe fazer uma distinção entre conceitos muito comumente confundidos: o de “cultura” e o de “ideologia”.

3.2 A definição de ideologia

O termo “ideologia” aparece com muita frequência em estudos sobre cultura popular e é fundamental para a compreensão do que ela significa. As definições também variaram de acordo com o tempo e muitos estudiosos encontraram definições para o conceito da expressão daquilo que, por exemplo, Grame Turner, aos estudar a cultura popular britânica, definiu como “a categoria conceitual mais importante nos estudos culturais” (Turner, 2003, p. 182).

A primeira definição que podemos fazer de ideologia faz referência a um corpo sistemático de ideias articuladas por um determinado grupo de pessoas. É o que John Storey explica em “Cultural Theory and Popular Culture” (2018), em que faz um estudo sobre o que chama de “cultura popular novaiorquina”.

Nesse sentido, poderíamos falar, por exemplo, de “ideologia profissional” para nos referir às ideias que definem as práticas de grupos profissionais específicos. Outra ideia que pode ser observada por esse conceito de Storey é a da ideologia de um partido, ou seja, o

conjunto de diretrizes de pensamentos e práticas que fundamentam aquela reunião de pessoas.

Outra definição de “ideologia” é mais antiga que a de Storey, porém tão fundamental quanto para a compreensão do que pode ser chamado de “cultura popular”. Em 1867, em “O Capital - crítica da “economia política” (2011), Karl Marx usa o termo para se referir a “formas ideológicas”. Esse uso chama atenção para a forma como os textos – e por textos entende-se as canções, os romances, as artes cênicas e plásticas e, mais tarde, as produções televisivas e cinematográficas – apresentam sempre uma imagem particular do mundo.

Essa definição marxista depende de uma noção de que o que existe é uma sociedade conflituosa, em vez de consensual. Uma sociedade estruturada em torno da desigualdade, da exploração e da opressão. De uma forma ou de outra, os textos – consciente ou inconscientemente – tomam partido nesses conflitos que formam a sociedade.

Em seus “Estudos Sobre Teatro” (Brecht, 1978), o dramaturgo alemão Bertolt Brecht usa a dramaturgia para explicar de maneira simples e objetiva como, de alguma maneira, um texto – ou uma peça, no caso – é uma imagem – singular ou coletiva – do mundo. Ou, nas palavras dele, como a “arte nunca é isenta” (Brecht, 1978, p. 150).

Pôr o teatro em condições de esboçar uma imagem do mundo e modelos de convivência entre homens que possibilitem ao espectador a compreensão de seu meio social e o permitam dominá-lo através da razão e do sentimento [...] Em nosso tempo, as relações entre os homens são pouco claras, é função do teatro chegar à forma de representar essa falta de clareza de maneira mais objetiva possível, isto é, em calma épica. (Brecht, 1978, p. 148)

Ainda em cima da ideia marxista, outros estudiosos teorizaram sobre o conceito de “ideologia”. O filósofo francês Louis Althusser também teorizou a partir da definição de “práticas ideológicas” de Marx e apresentou um conceito materialista de ideologia como um sistema estruturado de significado incorporado e reproduzido por práticas e instituições concretas. Em outras palavras, Althusser, em “Positions” (1976), explica que “ideologias não são ilusões, mas corpos de representações existentes em instituições e práticas: figuram na superestrutura e têm raízes na luta de classes”.

Em “For Marx” (1969), Althusser fala de ideologia não em termos de verdade ou falsidade, mas do “imaginário”. Ou seja, ideologia, nesse ponto de vista, seria uma questão da relação consciente e inconsciente do homem com o mundo.

So ideology is a matter of the lived relation between men and their world. This relation, that only appears as "conscious " on condition that it is unconscious , in the same way only seems to be simple on condition that it is complex , that it is not a simple relation but a relation between relations, a second degree relation. In ideology men do indeed express, not the relation between them and their condition of existence, but the way they live the relation between them and their conditions of existence: this presupposes both a real relation and an "imaginary," "lived " relation. (Althusser, For Marx, 1969, p. 233)

A partir desse conceito, Althusser quer destacar que a ideologia é encontrada nas práticas da vida cotidiana e não simplesmente em certas ideias sobre a vida cotidiana. O filósofo tem em mente a maneira como certos rituais e costumes têm o efeito de nos vincular a uma determinada ordem social, que, por sua vez, é marcada por enormes desigualdades de riquezas, poderes e status. Para exemplificar essa definição, podemos considerar como práticas ideológicas o feriado à beira-mar ou a celebração do Natal.

O que ele quer dizer com isso é que a ideologia é encontrada nas práticas da vida cotidiana e não simplesmente em certas idéias sobre a vida cotidiana. Principalmente, o que Althusser tem em mente é a maneira como certos rituais e costumes têm o efeito de nos vincular à ordem social: uma ordem social que é marcada por enormes desigualdades de riqueza, status e poder. Usando essa definição, poderíamos descrever o feriado à beira-mar ou a celebração do Natal como exemplos de práticas ideológicas.

Para Althusser, por fim, práticas ideológicas – ou a ideologia, em específico – trabalham para reproduzir condições e relações sociais necessárias para que as relações econômicas do capitalismo permaneçam. No caso dos feriados à beira-mar ou nas comemorações de Natal, por exemplo, essas seriam algumas ofertas de prazer – ou liberações de demandas usuais da ordem social – para que depois todos fossem devolvidos aos seus respectivos lugares nesta ordem. Revigorados e prontos para tolerar exploração e opressão até o próximo intervalo.

Com esse conceito marxista para as “formas ideológicas” como parte fundamental da compreensão de práticas e pensamentos de um grupo de pessoas e como isso funciona na organização da sociedade – inclusive na manutenção de uma ordem social desequilibrada e comandada por poucos – podemos seguir para a compreensão do que se entende por “cultura popular”. Este estudo voltará a abordar o conceito de ideologia ao apresentar as ideias de “cultura de massa” e “indústria cultural”.

3.3 A cultura popular

Compreendidos os conceitos de “cultura” e “ideologia”, este estudo parte para a compreensão do que pode ser entendido por “cultura popular”. O termo é definido por Williams (1983) de quatro maneiras diferentes: ‘Bem querido por muitas pessoas’; ‘Tipos inferiores de trabalho’; ‘Trabalhar deliberadamente para ganhar o favor do povo’; ‘Cultura realmente feita pelas pessoas para si mesmas’ (p. 237).

A partir de qualquer uma dessas definições de Williams, portanto, pode-se entender que a cultura popular trará sempre uma complexa combinação dos variados significados do termo “cultura”, como vimos nos tópicos anteriores deste estudo, com os também variados significados do termo “popular”. Há ainda outras combinações possíveis, além dessas quatro destacadas por Williams.

Em “Cultural Theory and Popular Culture” (2018), John Storey diferencia diversos tipos de definições sobre “cultura popular”. Em alguns pontos de vista, é possível fazer conexões com as definições iniciais propostas por Williams (1983).

Um ponto de partida “natural”, segundo Storey, (2018, p. 5), em qualquer tentativa de definir a cultura popular é dizer que ela é simplesmente a cultura amplamente apreciada ou favorecida por muitas pessoas. Por esse caminho, leva-se em consideração uma espécie de índice quantitativo para que algo seja definido como popular, ou seja, a aprovação de muitas pessoas.

Para classificar de tal forma obras artísticas, por exemplo, poderíamos examinar números de vendas de livros ou *downloads* e vendas de álbuns musicais. Poderíamos também examinar os registros de bilheterias de concertos, eventos esportivos e festivais.

Portanto, parte-se do princípio de que, seja qual for a definição de “cultura popular”, ela deve ter uma dimensão quantitativa. Porém é óbvio também que, um índice quantitativo, por si só, não é suficiente para sustentar uma definição adequada do termo “cultura popular”.

A segunda definição Storey (2018, p. 6) para cultura popular, em que o termo “popular” é ligado de maneira pejorativa a algo “inferior” ou “de menor valor”, sugere que ela é o que sobra depois da definição do que é “alta cultura”. Neste sentido, a cultura popular é vista como algo residual, que existe para acomodar textos e práticas que não atendem aos “padrões exigidos” pela tal “alta cultura”.

É comum ver, como destaca o autor, essa definição de cultura popular como algo inferior acompanhada de afirmações de que a cultura popular é produzida em massa, com fins comerciais, enquanto a “alta cultura” seria o resultado de um suposto ato individual de criação artística, sem o incentivo de reproduções para fins comerciais.

Uma terceira definição de Storey (2018, p. 6) para “cultura popular” está diretamente ligada ao termo “cultura de massa”. Este estudo vai ir mais a fundo neste conceito de “cultura de massa” mais à frente, mas é importante já estabelecer a conexão entre os dois termos para compreender também essa visão sobre a cultura popular.

Normalmente, neste tipo de definição, trata-se a cultura popular como algo meramente comercial. Por esse ponto de vista, seria algo consumido por consumidores não-discriminatórios. Em outras palavras, algo produzido em massa para as massas.

Nesse caso, a cultura seria algo homogêneo, estereotipado e com capacidade manipuladora de um consumidor passivo e entorpecido pelo consumo. Todo esse poder seria, naturalmente, usado pelas classes dominantes para manter, como afirmaram Marx (2011) e Althusser (1969), uma ordem social que é marcada por enormes desigualdades de riqueza, status e poder.

Para alguns estudiosos que trabalham dentro do paradigma da “cultura de massa”, essa cultura não é apenas empobrecida, mas também imposta como ferramenta de imposição e controle de uma cultura sobre a outra.

Em “Dreams For Sale: Popular culture in the 20th century” (1989), o pesquisador Richard Maltby cita a cultura americana importada como um exemplo da cultura de massa nesse sentido. Segundo o autor, “se a cultura popular em sua forma moderna foi inventada

em qualquer lugar, isso foi [...] nas grandes cidades dos Estados Unidos e, acima de tudo, em Nova York” (Maltby, 1989, p. 11).

Juntamente com as críticas que pesquisadores como Maltby fazem ao que ele, por sinal, chama de “americanização”, geralmente vem um receio – ou uma desconfiança – comum sobre o crescimento de formas emergentes de cultura popular. Nesses casos, geralmente o que está ameaçado são os valores tradicionais da “alta cultura” ou o modo de vida tradicional de uma classe trabalhadora. É nesse ponto que o próprio Maltby faz uma espécie de crítica benigna à cultura de massa.

If it is the crime of popular culture that it has taken our dreams and packaged them and sold them back to us, it is also the achievement of popular culture that it has brought us more and more varied dreams than we could otherwise ever have known (Maltby, 1989, p. 14)

Nesse sentido proposto por Maltby, a cultura popular oferece um “escapismo que não é uma fuga de ou para qualquer lugar, mas uma fuga do nosso eu utópico” (Maltby, 1989, p. 14). Voltando ao exemplo dos feriados à beira-mar e as celebrações de Natal, podemos dizer que, a partir desse ponto de vista, funcionam como os sonhos. Ou seja, articulam, de maneira disfarçada, vontades individuais e coletivas que estavam de alguma forma reprimidas.

A quarta definição de “cultura popular” de Storey (2018, p. 8) consiste em tratá-la como a cultura “do povo”, isto é, feita pelas grandes massas trabalhadoras, exploradas por classes dominantes de uma ordem social desigual regida pelo capitalismo. Nesse sentido, o termo só poderia ser usado para se referir a algo autenticamente criado pelo povo e para o povo, como a cultura dos folclores, por exemplo.

Um dos principais problemas com esta abordagem está justamente na questão de quem se qualifica na categoria “o povo”. Outro problema é que esse tipo de definição ignora que muitos dos recursos dos quais essa “cultura popular” – por esse ponto de vista – têm natureza comercial. As pessoas não produzem cultura espontaneamente a partir de matérias-primas que elas próprias fabricaram. Qualquer que seja a cultura popular, ela certamente usa alguma matéria-prima fornecida comercialmente.

Há também uma quinta definição que Storey apresenta de cultura popular, esta baseada na análise política que o marxista italiano Antonio Gramsci faz em “Cadernos do

Cárcere – Volume 1”, que tem relação com o conceito de hegemonia. Gramsci usa o termo para se referir à maneira como os grupos dominantes na sociedade, por meio de um processo de “liderança intelectual e moral” (Gramsci, 1999), buscam obter o consentimento de grupos subordinados da sociedade.

Para os que usam a abordagem de Gramsci para definir a cultura popular, ela é vista como um local de luta de classes, um conflito entre a resistência de grupos subordinados e as forças de “incorporação” (Gramsci, 1999) que atuam no interesse dos grupos dominantes. Neste sentido, a cultura popular deixa de ser vista apenas como a cultura imposta, como destacaram os teóricos da cultura de massa, nem uma cultura emergente “do povo”, como algo em oposição à “alta cultura”. Aqui, a cultura popular é um terreno de troca e negociação entre os dois, os dominantes e os subordinados. Um terreno marcado pela resistência e pela incorporação.

Em “Popular Culture and the Turn to Gramsci” (1986), Tony Bennett disserta sobre esse campo de conflito que define a cultura popular. Segundo ele, esse campo é estruturado pela tentativa da classe dominante de conquistar a hegemonia, em constante contato com a resistência dos grupos dominados. É uma área de negociação em que, segundo Bennett, dominante, subordinado e os valores e elementos culturais e ideológicos de oposição são 'misturados' em diferentes permutações” (Bennett, 1986, p. 96).

Há ainda outro aspecto destacado por Storey que é importante de ser analisado para a compreensão do que é cultura popular: a ideia de que as teorias da cultura popular são, também, teorias sobre a constituição do que é “o povo”. Nesse sentido, esse campo de negociações também seria um espaço para construção do povo e de suas políticas.

The people’ refers neither to everyone nor to a single group within society but to a variety of social groups which, although differing from one another in other respects (their class position or the particular struggles in which they are most immediately engaged), are distinguished from the economically, politically and culturally powerful groups within society and are hence potentially capable of being united – of being organised into ‘the people versus the power bloc’ – if their separate struggles are connected (Bennett, 1986, p. 20)

‘ Por fim, uma sexta definição abordada por Storey (2018) gira em torno do debate sobre o pós-modernismo. O principal ponto aqui está em afirmar que a cultura pós-moderna

já não mais reconhece a distinção entre a “alta cultura” e o resto – ou entre o erudito e o popular.

Aqui, Storey oferece mais um conflito de opiniões. O fim desta distinção entre as culturas poderia ser, para alguns, motivo para celebrar o fim de um elitismo cultural que foi construído por meios totalmente arbitrários – de que algo é bom e todo o resto não presta. Para outros, no entanto, seria motivo de desespero, com “a vitória final do comércio sobre a cultura” (Storey, 2018, p. 12).

Compreendidas as mais variadas definições de cultura popular, podemos seguir para entender as ideias de “cultura de massa” e “indústria cultural”.

3.4 Cultura de massa

Ao longo do tópico anterior, o termo “cultura de massa” apareceu como uma das definições para “cultura popular”. Neste tópico, vamos mergulhar mais a fundo nas características desse tipo de cultura, feita para as massas, em escala e padronizada. A cultura de massa é o produto daquilo que pesquisadores frankfurtianos, como Theodor Adorno, Max Horkheimer e Walter Benjamin, definiram como Indústria Cultural, termo e tema que vamos destacar no próximo tópico.

Em “A dialética do esclarecimento” (edição de 1985), Adorno e Horkheimer fazem críticas ao que chamam de Indústria Cultural e seu produto, a Cultura de massas. Os frankfurtianos defendiam a pureza da arte, em oposição ao que acontecia na Indústria Cultural, da repetição, da reprodução e da comercialização da arte. Nesse sentido, a cultura de massas é “gratuita”, oferecida ao público pelos média, sem que haja do interlocutor qualquer tipo de questionamento.

Neste caso, esta população apenas absorve o que é transmitido. O conteúdo é transmitido para um público generalizado e – de maneira consciente ou não por parte de quem o produz – interfere na divisão entre os “tipos” de cultura, como a erudita – das classes dominantes – e a “popular”, do povo.

Adorno e Horkheimer, por sinal, fazem duras críticas ao fato de os produtos da indústria cultural serem feitos com o objetivo de serem vendidos. Nesse sentido, os autores afirmam que a reprodução dessas obras quebra a “aura”² das artes, que é única.

O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade real de seus produtos (Adorno & Horkheimer, edição de 1985, p. 114)

1

Adorno e Horkheimer, portanto, condenam a representação, a cópia, a imitação – produtos comumente “produzidos” pela Indústria Cultural em forma de cultura de massa –, a “mimesis”. O argumento dos autores é de que o homem ainda “primitivo”, para se defender da natureza que ele não controlava, usava o comportamento mimético. Portanto, a razão que o homem teria adquirido a partir do iluminismo seria, segundo os autores, algo ilusório, uma vez que ele ainda utilizava o comportamento mimético.

A dupla cita a produção musical para fazer críticas também ao conteúdo veiculado pelas culturas de massa, além da padronização do produto oferecido:

Não somente os tipos das canções de sucesso, os astros, as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo específico do espetáculo é ele próprio derivado deles e só varia na aparência. Os detalhes tornam-se fungíveis. A breve sequência de intervalos fácil de memorizar [...] ao escutar a música ligeira, o ouvido treinado é perfeitamente capaz, desde os primeiros compassos, de adivinhar o desenvolvimento do tema e sente-se feliz quando ele tem lugar como previsto. (Adorno & Horkheimer, edição de 1985, p. 117)

² Este estudo está ciente que a leitura do conceito de “aura” apresentado por Walter Benjamin em seu ensaio “Pequena história da fotografia”, de 1931, é totalmente diferente da interpretação de Adorno e Horkheimer.

Adorno e Horkheimer defendem, portanto, algo que classificam como a pureza da arte burguesa. Os autores indicam que ela não deve se misturar com a “arte leve” e são definitivamente contra os produtos híbridos que a cultura de massa pode produzir.

É justamente nessa hibridez dos fenômenos culturais de massa que os argumentos de Adorno e Horkheimer foram, de certa forma, superados. Outros estudiosos abordaram a cultura de massas por outros pontos de vista. Em *Memórias do Modernismo* (1997), Andreas Huyssen, afirma que a ideia de uma divisão entre “alta cultura” e “cultura popular” vai perdendo força, conforme as classes vão se misturando.

O crescimento dos grandes centros urbanos provocou aglomerações e criações de espaços geográficos em que diferentes classes sociais coabitam, de forma a fazer com que as culturas – erudita e popular, por exemplo – também dividam esse mesmo espaço.

As fronteiras entre a alta arte e a cultura de massa se tornaram cada vez mais fluidas, e devemos começar a ver este processo como uma oportunidade, ao invés de lamentar a perda de qualidade e a falta de ousadia. Há muitas tentativas bem-sucedidas feitas por vários artistas de incorporar formas de cultura de massa em seus trabalhos, e certos segmentos da cultura de massa têm cada vez mais adotado estratégias vindas da alta-arte (Huyssen, 1997, p. 11)

Huyssen defende que, ainda no início do século XX, já havia se esgotado essa discussão de que existe uma “alta arte” como algo que deve ser admirado e que tem uma aura ao redor. E vai além, ao apresentar que, quem consegue, na segunda metade do século, quebrar a dicotomia entre arte e vida é justamente a cultura de massa. Ela consegue se integrar totalmente ao cotidiano da vida.

É também fruto da cultura de massa a ideia de que sentimentos como a felicidade necessariamente estão ligados a coisas que são externas ao indivíduo. Isso acontece para que a pessoa, enquanto consumidora daquela cultura, não só consuma os produtos, mas também a sua própria vida nas produções dessa cultura.

Sobre essa mistura, Huyssen explica que é dessa forma que se concretizam os “híbridos culturais”, com obras da “alta cultura” sendo introduzidas na cultura de massa. Esses produtos híbridos são obtidos a partir de alguns processos, como classifica o autor: simplificação, maniqueização, atualização e modernização (Huyssen, 1997).

Dessa forma, com uma hibridez tamanha e acelerada por novos média de comunicação e propagação de informação, a pureza defendida por Adorno e Horkheimer é, nos dias de hoje, algo praticamente inexistente, uma vez que as produções culturais de todo o mundo são feitas a partir de tecnologias cada vez mais globalizadas e uma cultura de massa com um alcance ainda maior.

Podemos, portanto, analisar a cultura de massa como uma área de intersecção entre as culturas erudita e popular, uma vez que os elementos próprios da cultura de massa são, de certa forma, consumidos – ou, no mínimo, alcançam – tanto os setores mais dominantes da sociedade quanto os mais excluídos. De certa forma, a conexão entre esses dois mundos ignora as diferenças entre os produtores – e também entre os consumidores – dessas duas culturas, colocando todos como uma grande massa homogênea.

No livro “O que é Indústria Cultural?” (Coelho Netto, 1990) – tema do próximo tópico deste estudo –, o pesquisador José Teixeira Coelho Netto resume em alguns pontos as ideias fundamentais em torno do conceito de “cultura de massa”.

Em primeiro lugar, Coelho Netto destaca que se deve ter ciência de que não existe cultura de massa sem os meios de comunicação de massa, porém os meios de comunicação de massa nem sempre levam à cultura de massa. Em seguida, o autor explica que a cultura de massa é um resultado de uma série de transformações, como a invenção de Gutemberg dos tipos móveis para a impressão de caracteres, a Revolução Industrial, a economia de mercado e o consequente surgimento da sociedade de consumo, a chegada da eletricidade e da eletrônica e o crescimento do capitalismo monopolista.

Outro ponto importante destacado por Coelho Netto é que a cultura de massa não é produzida pelos que a consomem, ao contrário das manifestações populares, como os folclores, por exemplo. Por fim, o autor destaca que a oportunidade da criação de uma cultura para as massas – por todos esses motivos e transformações citados – provocou o surgimento de uma Indústria Cultural, que funciona a partir dos mesmos princípios que uma indústria comum, como na produção econômica em geral. Este é o assunto do próximo tópico deste estudo.

3.5 A Indústria Cultural

Assim como em uma indústria comum – que fabrica produtos padronizados, em escala, mirando um consumidor abstrato e homogêneo, a Indústria Cultural também tem características que se adequam à lógica da produção econômica capitalista em geral: produtos são feitos em série e para um grande público; os produtos são negociáveis por dinheiro – ou algo que o valha; são padronizados a fim de atender gostos médios, sem um consumidor-alvo em específico; e são perecíveis.

No livro “A dialética do esclarecimento” (1947), Adorno e Horkheimer desenvolvem a teoria sobre a chamada Indústria Cultural. O conceito surge como resultado de uma investigação dos autores sobre os caminhos culturais, científicos, filosóficos e econômicos que fazem da sociedade de massa algo “embrutecido”.

Ao analisarem os caminhos da arte após a Revolução Industrial, a dupla destaca a falsa sensação de “pluralidade” e ascensão social que a ampliação do acesso à arte pelas massas causou. Segundo os autores, toda essa arte está submetida a um grande sistema comercial, inserido em uma lógica capitalista. Eles citam algumas produções culturais como exemplos do “caos cultural” que, segundo eles, se formou a partir disso:

A cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto. Até mesmo as manifestações estéticas de tendências políticas opostas entoam o mesmo louvor do ritmo de aço. (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 16)

Cabe destacar, no entanto, que as críticas de Adorno e Horkheimer em “A dialética do esclarecimento” não são direcionadas especificamente aos média e às tecnologias que se desenvolvem, como o rádio e a televisão. A dupla concentra as críticas no fato de estas tecnologias ou ferramentas estarem sendo usadas a favor de um sistema autoritário, que não abre espaço para a interação livre e consciente. É o que a dupla destaca neste trecho, ao citar como exemplo a produção de conteúdo de uma emissora de rádio e a forma como ela lida com sua audiência:

Isso, porém, não deve ser atribuído a uma lei evolutiva da técnica enquanto tal, mas à sua função na economia atual. A necessidade que talvez pudesse escapar ao controle central já é recalcada pelo controle da

consciência individual. A passagem do telefone ao rádio separou claramente os papéis. Liberal, o telefone permitia que os participantes ainda desempenham o papel do sujeito. Democrático, o rádio transforma-os a todos igualmente em ouvintes, para entregá-los autoritariamente aos programas, iguais uns aos outros, das diferentes estações. Não se desenvolveu qualquer dispositivo de réplica e as emissões privadas são submetidas ao controle. (Adorno & Horkheimer, edição de 1985, p. 98)

No que diz respeito à produção artística, a Indústria Cultural, segundo Adorno e Horkheimer, funciona como algo que domina os artistas antes mesmo de eles serem apresentados ao público por ela. “De outro modo, não se integram tão fervorosamente”. Também nesse sentido, a dupla de autores destaca que a Indústria Cultural traz como importante agente o tempo de exposição do produto ao público – tema que será mais amplamente abordado ainda neste estudo, ao analisarmos as características da Indústria Cultural em plataformas de *streaming* de música.

Para haver Indústria Cultural, portanto, é preciso que haja uma aparelhagem para reproduzir o conteúdo para vários emissores de uma vez. É o que vamos abordar no próximo tópico deste estudo, que trata da evolução dos sistemas de reprodução e armazenamento de música, do fonógrafo ao *streaming*.

3.6 O consumo e o armazenamento de música e a indústria fonográfica: da invenção do fonógrafo à revolução pelo *streaming*

Desde a criação do fonógrafo por Thomas Edison, no final do século XIX, o homem procura aperfeiçoar equipamentos e técnicas de gravação, reprodução e armazenamento de músicas e outros tipos sonoros. Ao longo do tempo, foram criadas tecnologias que facilitaram tanto a gravação e a reprodução quanto a manutenção de um acervo.

Com o avanço da internet e das grades redes, no entanto, armazenar músicas ganhou uma outra conotação. Os espaços cada vez mais limitados - tanto físicos como coleções de CDs ou discos de vinil, quanto digitais, como telemóveis e computadores – deram necessidade à criação de servidores para armazenar os arquivos na “nuvem”, para que

fossem reproduzidas a qualquer momento, por *streaming*. Tal mudança tirou a importância do acervo, das coleções, das curadorias, uma vez que está tudo ali, ao alcance de poucos cliques e sem a necessidade de se descarregar arquivo nenhum.

Em 1878, o cientista norte-americano Thomas Edison descrevia, no artigo “Phonograph and its Future”, publicado na revista *North American Review*, o primeiro aparelho – criado no ano anterior, em 1877 – capaz de gravar e reproduzir a fala humana, ao qual deu o nome de “fonógrafo” (Edison, *Phonograph and its Future*, 1878).

Descoberto de forma acidental, já que Edison trabalhava no desenvolvimento de um equipamento para estender o alcance das linhas telefônicas, o novo aparelho foi inicialmente criado para auxiliar em tarefas educativas, como em ditados e aulas de elocução. Em “Cultura da Interface”, Steven Johnson, descreve o experimento acidental de Edison, que proporcionou a invenção:

De início, Edison imaginou o aparelho como um meio de armazenar conversas telefônicas gravadas, um arquivo de som que daria substância a todos aqueles intercâmbios pelo fio, que de outro modo seriam fugazes, etéreos. A qualidade desencarnada, imponderável da conversa telefônica havia perturbado sua primeira geração de usuários, e Edison andara experimentando meios de lhe dar um substrato material, como as transcrições impressas das sessões telegráficas. Assim, descobriu o fonógrafo como uma espécie de camarada, um cúmplice. (Johnson, 1997)

O fonógrafo de Edison permitiu que, pela primeira vez, a música – antes intangível – fosse vista como algo material, que poderia ser transportado, manipulado e, conseqüentemente, comercializado. A troca dos cilindros por discos, menos de uma década depois, ajudou a popularizar a tecnologia, mas foi com outro equipamento que a gravação e a reprodução de músicas se tornaram algo realmente popular: o gramofone.

Patenteado pelo alemão Emile Berliner em 1887 – exatamente 10 anos depois do fonógrafo –, o gramofone funcionava com discos de sete polegadas e 78 rotações, no lugar dos cilindros. Além disso, o equipamento permitia duplicar gravações e a borracha dos discos conservava o material por mais tempo que a cera dos cilindros. Foi quando surgiu de fato a comercialização da música como um produto do artista, que já não tinha mais os concertos como única forma de lucro.

Surgia também pela primeira vez a ideia – e a possibilidade – de se armazenar música. Ainda muito de acesso restrito a grandes instituições e famílias mais ricas, apareciam as primeiras coleções de discos. Em seu artigo, em 1888, Edison já imaginava estações – como as de rádio – capazes de reproduzir músicas e outros arquivos sonoros, ao ler um disco – no caso, um fonógrafo. Ele também já cogitava que pessoas pagariam pelo serviço em troca da audição de uma música ou da voz de uma pessoa querida, como fazem hoje em dia ao assinar serviços de *streaming* de música, como o Spotify.

To obviate the difficulty caused by the friend's not having a phonograph of his own, pay stations will be established, to which any one may take the phonogram that he has received, have it placed on the instrument, and the contents recited to him from the machine, as well as copied out at the same moment by a type-writer. Thus the phonograph will be at the service of every one who can command a few cents for the fee. And which of us would not rather pay something extra, in order to hear a dear friend's or relative's voice speaking to us from the other side of the earth? (Edison, The Perfect Phonograph, 1888)

A chegada do gramofone e dos discos de 78 rotações mudou o modo de se produzir e de se ouvir música. A limitação do equipamento para gravar muitos instrumentos fez com que se valorizasse ainda mais as grandes vozes, dando abertura para o surgimento de vários cantores.

O alcance das canções e o acesso à música se ampliaram ainda mais com a criação, já na terceira década do século XX, da gravação elétrica e, conseqüentemente, do rádio. Por volta de 1920, as primeiras emissoras de rádio abriam um novo mercado para a indústria fonográfica. Ao mesmo tempo, acontecia a substituição da gravação mecânica pela elétrica, processo mais ágil e eficiente: era possível gravar mais instrumentos, amplificar sons – com o advento do microfone – e então surgiram novos artistas, de estilos mais variados que os antigos, cujas vozes eram muito valorizadas.

Se a produção fonográfica avançava rapidamente, também surgia a necessidade de organizar o conteúdo produzido pelos artistas. Os discos de vinil substituíram os grandes discos do gramofone e suportavam mais faixas que a tecnologia anterior. Emissoras de rádio e famílias mais ricas ostentavam grandes acervos de vinis, mas a tecnologia passou a ser mais acessível para todos.

Nessa mesma época, surgiam as primeiras ideias de criação de sistemas inteligentes de computação. Cientistas como Alan Turing, no final da década de 1930, davam os primeiros passos na elaboração do que mais tarde se tornaria o computador, outro instrumento que revolucionaria a produção fonográfica. Como descreve Charlie Gere, a ideia de Turing era elaborar “uma máquina que pudesse ser configurada para realizar várias funções”. (Gere, 2002)

With the appropriate configuration almost any mathematical problem could be solved, but certain problems were effectively unsolvable with such mechanical processes. (Gere, 2002, p. 22)

Fruto dessa necessidade de se armazenar um acervo de músicas cada vez maior, surgiram ao longo do tempo outras tecnologias que tinham essa finalidade. Além dos discos de vinil, mais tarde foram desenvolvidas ferramentas de armazenamento mais portáteis e manipuláveis, como as fitas magnéticas – que mais tarde deram origem às fitas cassete.

O primeiro formato de mídia digital, no entanto, veio somente mais tarde, em meados dos anos 1980: o *Compact Disc*, mais conhecido como CD. A novidade também revolucionou a produção e a gravação de discos, já que os CDs suportavam mais tempo de mídia que os vinis e tinham menos ruídos que as fitas cassete. Era, portanto, a forma mais eficiente de se armazenar música já inventada até então.

Faltava, entretanto, uma invenção que juntasse a tecnologia das gravações digitais com a praticidade do armazenamento desenvolvida nos computadores. Se desde o gramofone de Berliner as invenções da indústria fonográfica visavam ampliar o acesso às músicas e incentivar a produção musical, foi já no final do século XX que uma nova revolução na forma de consumo e armazenamento de música mexeu completamente com a indústria: a chegada do MP3.

Inicialmente desenvolvido no final da década, foi só com a popularização da internet em banda larga que o formato ganhou relevância. Capaz de comprimir o áudio a fim de reduzir consideravelmente o tamanho do arquivo digital, o MP3 poderia ser finalmente o formato a ser armazenado no computador, que naquela época já era uma realidade. No fim dos anos 90, com a chegada da internet de banda larga e a criação de conversores de mídia, a conversão e propagação de arquivos de música gravados em CDs e fitas (e até em discos

de vinil) foi praticamente incontrolável, evidenciando um dos novos principais desafios da indústria fonográfica: o combate à pirataria na grande rede.

Além da queda de qualidade na gravação, causada pela compressão dos arquivos, o MP3 fez com que se perdesse boa parte do controle sobre o que se ouvia por aí e que arquivos com qualidade bem comprometida fossem compartilhados sem qualquer fiscalização. A pirataria que ganhou força com a internet foi um forte baque na indústria fonográfica e praticamente arrasou o comércio de CDs no espaço de uma década.

A principal vantagem apresentada pelo MP3 era justamente a portabilidade: além de serem armazenados no computador, os arquivos em MP3 podiam ser gravados em qualquer outro suporte físico digital: HDs, CDs, DVDs, *pens*. E como os arquivos eram pequenos, não se demorava muito para fazer downloads. Como não ocupa espaço físico – só memória no computador e nos outros discos em que é armazenado – foi-se possível criar grandes acervos de músicas em MP3, coleções antes inimagináveis.

Com os arquivos de música disponíveis na internet, tornou-se possível criar acervos gigantescos, o que transforma o desafio agora em outro: como armazenar essa quantidade tamanha de arquivos? Nenhum dos sistemas desenvolvidos até então seria capaz, por exemplo, de armazenar todas as canções do mundo, por uma questão de limitação física. Os dispositivos, por mais poderosos que sejam, têm capacidade de armazenamento limitada e a indústria fonográfica, que já sofria com a pirataria, precisava encontrar uma nova solução que conseguisse juntar qualidade, praticidade e portabilidade.

Com a democratização da produção musical, a quantidade de obras disponível ficou tão grande que armazenar tantos arquivos em uma só plataforma já não era tão fácil e prático. Foi então que surgiu uma das últimas grandes alternativas encontradas pelo mercado fonográfico: o *streaming*.

Apesar de a popularização do *streaming* como ferramenta de reprodução de música ter acontecido só no início da década de 2010, a tecnologia já existia há mais tempo, desde o fim dos anos 1990. A ausência de uma rede em banda larga e em alta velocidade, no entanto, dificultava a utilização do streaming para a reprodução de músicas e vídeos, uma vez que os dados eram transmitidos em uma velocidade baixa, o que tornava a experiência pouco agradável, já que os dispositivos passavam mais tempo a carregar os arquivos que a reproduzi-los.

A popularização da banda larga e a chegada de tecnologias ainda mais avançadas de internet móvel – como as redes 3G e 4G – facilitaram a popularização do *streaming*, abrindo espaço para novas formas de comercialização de música, sem que fosse necessário fazer o *download* dos arquivos em algum dispositivo físico.

Em artigo publicado no portal Techtudo em 2013, a jornalista Mariana Coutinho descreveu o *streaming* como uma forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através das redes, em que é possível assistir a filmes ou escutar música sem a necessidade de fazer o *download*, o que torna mais rápido o acesso ao conteúdo *online*. (Coutinho, 2013)

A popularização do YouTube como maior plataforma de *streaming* de vídeos (que hoje em dia também tem serviço próprio de *streaming* de música) fez com que agentes da indústria musical enxergassem a tecnologia como uma saída para combater a pirataria e, de alguma forma, manter as atividades do mercado.

A recuperar a ideia de Edison de que pessoas pagariam para ter um serviço de qualidade de reprodução de músicas (Edison, 1888), os primeiros serviços de *streaming* de música sugeriram baseados em assinaturas mensais que, em contrapartida, davam ao utilizador uma ampla biblioteca de canções, essas liberadas a partir de acordos com gravadoras. Como parte do acordo, as plataformas de *streaming* são responsáveis por repassar às gravadoras um valor baseado na quantidade de reproduções das músicas na aplicação.

A popularização do *streaming* fez com que plataformas como Spotify, Apple Music, Deezer e Rdio se tornassem a principal fonte de renda das gravadoras, praticamente arruinando o mercado de CDs. É o que mostra recente levantamento, feito no primeiro semestre de 2018 pela Associação da Indústria Fonográfica dos Estados Unidos (RIAA). Segundo o estudo, o *streaming* é responsável por 75% das receitas das gravadoras, com um aumento de 28% em relação ao mesmo período do ano anterior (Recording Industry Association of America, 2018). Os resultados positivos fazem com que o *streaming* seja considerado por muitos atores do mercado como a salvação da indústria fonográfica.

3.7 A Indústria Cultural e o *streaming* de música

Como vimos no tópico anterior deste estudo, a transição da mídia analógica para o digital dentro da indústria fonográfica aconteceu ainda no final do século XX. Agora, com

os conceitos de Indústria Cultural e cultura de massa bem definidos, vamos analisar de que maneira essa Indústria também aglutinou mais essa forma de distribuição e comercialização de música.

Essa nova cultura digital também engloba uma nova lógica social, com transformações que não são exatamente o foco deste estudo, mas que não podem ser ignoradas, como as alterações dos padrões de interação, o surgimento de novas oportunidades de profissões relacionadas a essa indústria e a ampliação (e o barateamento) do acesso a novas tecnologias de produção artística. Na indústria fonográfica, por exemplo, além do alcance potencial infinitamente maior que uma música publicada na internet tem em comparação a um disco físico, cabe destacar também o barateamento de equipamentos de produção musical, gravação e distribuição.

Como sistema que funciona de acordo com as lógicas capitalistas, a Indústria Cultural também aproveitou a oportunidade de desenvolver um novo meio de monetização que acompanhasse estas mudanças. Para facilitar ainda mais esse processo, a indústria fonográfica ainda contou com o benefício de ter à disposição um produto que, hoje em dia, para ser consumido não depende de produção física, distribuição em lojas ou grandes logísticas para alcançar o público – no caso, as massas.

Plataformas de *streaming*, como o Spotify, se encaixam perfeitamente nessa nova lógica da Indústria Cultural, dentro de uma era de múltiplas convergências dos média, em que o capital gira ainda mais rápido. Nelas, todo o processo de distribuição acontece de forma praticamente direta para o ouvinte, já que o conteúdo – no caso, as obras musicais – está distribuído em um dispositivo digital pronto para consumo.

Em uma ilusória oposição à padronização dos produtos culturais, serviços de *streaming* de música ainda oferecem o que classificam como “conteúdo personalizado”. De acordo com plataformas como o Spotify, os algoritmos desenvolvidos por programadores das aplicações são capazes de detectar os padrões de consumo de cada usuário, oferecendo a ele sugestões de novos produtos – no caso, obras musicais – que ele provavelmente irá gostar de consumir.

Além disso, os serviços de *streaming* de música oferecem outras opções de personalização de conteúdo, como a criação de listas de músicas – as *playlists* – com as canções que o usuário da plataforma quiser. Cabe ressaltar que o recurso de criação de listas

também sugere ao usuário novas canções, que o algoritmo classifica como relevantes para aquela sequência. E, além disso, a plataforma também passa a sugerir ao usuário novas *playlists*, baseadas no consumo anterior que ele teve.

Em contrapartida a esse “leque” de opções que as plataformas de *streaming* de música oferecem, elas recebem informações valiosas sobre os usuários, como as preferências musicais, os horários preferidos para consumo de música, as localizações em que ele se encontra ao utilizar a aplicação e outros interesses que ele compartilha com o sistema ao escutar essa ou aquela canção.

Além disso, o usuário vive a falsa sensação de ter deixado de ser um mero receptor passivo para um agente que tem, de fato, poder de escolha. É o que o pesquisador Eli Pariser define como “bolha” no livro “O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você” (Pariser, 2012). Nessa bolha, o sistema parece dar infinitas opções de escolha ao usuário, mas na realidade o limita a obras que repitam as formas e/ou o conteúdo de produtos que já fazem parte do gosto musical desse utilizador. Ou seja, são ainda menores as chances de a pessoa que utiliza esses serviços ter contato com algo realmente novo para os seus padrões.

Se a personalização for excessiva, poderá nos impedir de entrar em contato com experiências e ideias estonteantes, destruidoras de preconceitos, que mudam o modo como pensamos sobre o mundo e sobre nós mesmos. (Pariser, 2012, p. 19)

Nesse sentido, os filtros – como Pariser descreve os sistemas de sugestões criados pelos algoritmos – podem privar o usuário de mudanças, apesar de ao mesmo tempo dar a ele a possibilidade de, manualmente, ter acesso a toda e qualquer obra do variado e extenso catálogo.

Ainda sobre a apropriação da Indústria Cultural sobre mais essa novidade tecnológica que é o *streaming* de música, cabe destacar outro ponto importante para este estudo e que também tem bastante relevância dentro da lógica capitalista – e competitiva, do mercado – que norteia a indústria fonográfica, como um negócio que faz parte da lógica econômica em geral. Trata-se da criação de *rankings* com as obras e artistas mais ouvidos dentro das plataformas.

Listas de paradas de sucessos não são criação dos média digitais. Elas já existem desde a popularização das rádios como veículos de reprodução e consumo de música e se encaixam na lógica capitalista de mercado de que em toda concorrência de produtos, existem os melhores e os piores, ou ao menos os mais consumidos que os outros.

Os *rankings* são listas criadas para acompanhar o desempenho de obras musicais e artistas com o público. E funcionam também como mais um agente influenciador de um público que parece ter mais escolha, mas é cada vez mais sugestionável. Uma obra bem posicionada nos *rankings* atrai para os artistas mais atenção de outros média, que ajudam a promover aquele “conteúdo” para cada vez mais pessoas.

Entendido o mecanismo de funcionamento das plataformas de *streaming* de música e como elas se inserem na lógica da Indústria Cultural, este estudo passa para o próximo tópico, que se dedica a compreender a atuação e a importância do Spotify como importante agente de distribuição e consumo de música no Brasil, campo de análise desta pesquisa.

3.8 O Spotify como plataforma de *streaming* de música no Brasil

No último relatório apresentado a acionistas, o Spotify anunciou que superou a marca dos 83 milhões de assinantes pagos em 2018, um crescimento de 40% em relação ao ano anterior (Spotify Technology S.A., 2018). No estudo, a empresa aponta o avanço do serviço na América Latina e no Sudeste Asiático como o principal responsável pelo crescimento no último ano. A América Latina representa atualmente, de acordo com o relatório, 22% dos assinantes da plataforma.

Apesar de não revelar o número de assinantes por país, é possível afirmar que o Brasil representa parte significativa entre os que utilizam o Spotify na América Latina. Em depoimento dado no último relatório Global Music Report, publicado pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), o diretor econômico da plataforma, Will Page, disse que há a expectativa de que México e Brasil ultrapassem em breve o Reino Unido e a Alemanha no número de assinaturas. (International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), 2018)

No mesmo relatório, Page destaca alguns dos principais motivos que motivaram o crescimento da plataforma no Brasil e em outros países da América Latina. Na análise, o diretor econômico aponta dois principais fatores para o sucesso nesses países: o primeiro é

que metade da população da América Latina é de pessoas com menos de 30 anos de idade, faixa etária que representa a maior parte do público da plataforma. Além disso, ainda de acordo com Page, uma ascensão da classe média no período em que o Spotify chegou a esses países (no México, em 2013, e no Brasil, em 2014) fez com que mais pessoas estivessem dispostas a pagar pelo serviço. (International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), 2018).

Apesar de ser a plataforma de *streaming* mais utilizada pelos brasileiros, o Spotify não foi o primeiro a oferecer esse tipo de serviço no país. Outras marcas como Rdio e Deezer já atuavam no país com ofertas semelhantes de assinaturas para streaming de música pouco antes da chegada do Spotify, lançado oficialmente no Brasil em 2014, como noticiou o jornalista Paulo Alves, no portal TechTudo. (Alves, 2014)

3.9 A música sertaneja do Brasil e a influência da “música latina” em sua origem

Como este trabalho trata-se de um estudo feito para o Mestrado em Comunicação, Redes e Tecnologia da Universidade Lusófona do Porto, em Portugal, cabe fazer uma breve explicação do que é a chamada “música sertaneja” do Brasil.

A levar como referência uma das principais obras já publicadas no Brasil sobre a história da música sertaneja, o livro “Cowboys do Asfalto – Música sertaneja e modernização brasileira”, de Gustavo Alonso (2015), este capítulo pretende mostrar o contexto em que a expressão para o gênero musical surgiu e explicar o subgênero ou variação que ganhou o nome de “sertanejo universitário” e é uma das maiores vertentes da música sertaneja nos dias de hoje.

No livro, Alonso dá grande destaque para um dos principais temas que motivam esse estudo: a influência de elementos musicais de outros países da América Latina na chamada música sertaneja como um dos fatores de popularização e sucesso do gênero musical no país.

Alonso também destaca outro assunto que também é levado em consideração neste estudo: a relação entre a democratização de uma nova tecnologia com a popularização de

gêneros latinos no Brasil. O pesquisador explica que “com a popularização do rádio, houve também o aumento da ‘importação’ de gêneros musicais” caribenhos e de países da América do Sul, como o mambo, a conga, o bolero e o rasqueado mexicano. (Alonso, 2015, p. 35).

Como exemplo, Alonso (2015, p. 35) cita o compacto simples – tecnologia que ajudou a democratizar o acesso à música no Brasil a partir da década de 1950 – com a versão da canção “Índia”, um clássico da música paraguaia, gravada pela dupla brasileira Cascatinha & Inhana, que teve cerca de 500 mil cópias vendidas no ano de 1952 (Nepomuceno, 1999, p. 317). Alonso destaca que o número representava que aproximadamente “1% da população brasileira” da época “tinha o disco de Cascatinha & Inhana com ‘Índia’” e que “esse número só seria superado no auge da onda sertaneja”, no final da década de 1980 e início da de 1990. (Alonso, 2015, p. 35)

Essa chegada de novos elementos à música tradicional “caipira”, como era conhecido o gênero musical produzido em regiões rurais do interior do Brasil, e o rápido sucesso alcançado por essa “mistura” cansaram estranheza e provocaram resistência de grande parte da indústria musical brasileira entre as décadas de 1960 e 1970.

Como relata Alonso, “defensores do purismo na música rural” fizeram questão de diferenciar a música tradicional “caipira” da que incorporava estrangeirismos, advogando que “haveria diferenças inconciliáveis” entre elas. Ele descreve que, para alguns influentes críticos da época, “a música sertaneja seria um som ‘falso e corrompido’ pelas ‘modas estrangeiras’”, enquanto a música caipira seria, para esses críticos, “pura” e “autêntica” e, portanto, “a verdadeira música do camponês brasileiro”. (Alonso, 2015, p. 39)

Outro paralelo interessante de se notar na explicação que Alonso faz sobre o surgimento bem sucedido da música sertaneja (e suas influências latinas) com o que este estudo pretende analisar está no sucesso que os gêneros musicais considerados latinos faziam em vários lugares do mundo na época em que os primeiros artistas considerados sertanejos (esses que aceitaram os estrangeirismos) surgiram. O autor destaca que naquele tempo, entre as décadas de 1940 e 1960, houve “uma grande onda de consumo mundial dos gêneros latino-americanos”, de modo a influenciar “gerações de artistas no mundo todo e no Brasil” (Alonso, 2015, p. 36). Fenômeno parecido acontece na música sertaneja nos dias de hoje, como explica o próximo capítulo deste estudo.

Décadas depois, no final dos anos 2000 e início da década de 2010, já consolidada como um dos principais gêneros musicais do Brasil, a música sertaneja sofreu uma nova “revolução”. Como descreve Alonso, as duplas sertanejas, que lá atrás figuravam como a imagem do que havia de moderno na música do interior do país, “passaram a ser vistas não mais como a ‘modernidade’, mas como a tradição” (Alonso, 2015, p. 358).

Uma nova geração de artistas apareceu no cenário da música rural, dando origem ao que foi chamado de “sertanejo universitário”, que ficou conhecido por incluir elementos de outros gêneros, como o “rock” e o “pop”. Alonso também destaca que, assim como aconteceu com os primeiros sertanejos com o rádio e, em seguida, com os LPs e os CDs, essa nova geração de artistas também se beneficiou com a popularização de uma nova tecnologia, o *download* de arquivos em MP3. Artistas como Victor & Léo, Michel Teló, Fernando & Sorocaba, Gustavo Lima e Luan Santana surgiam com muita força no cenário nacional, quebrando recordes de *downloads* e remodelando o consumo de música sertaneja no país inteiro, inclusive nos outros meios de reprodução de música, como o rádio. (Alonso, 2015, p. 359)

3.10 A influência da “música latina” no sertanejo brasileiro nos tempos de hoje

Assim como observaram Alonso e, ainda, os críticos musicais à época em que a “música sertaneja” surgia com influência de elementos de gêneros musicais da América Latina, é possível identificar que um fenômeno parecido aconteceu nos últimos anos com o gênero musical no Brasil. Este capítulo pretende analisar os fatores que contribuíram para uma nova “revolução” na música sertaneja.

Se na sua origem, ela já aproximou musicalmente brasileiros dos outros países da América Latina, uma nova onda de ritmos, instrumentos e elementos musicais que fizeram sucesso nesses países nas últimas décadas também ganharam força no Brasil, também impulsionados pela democratização de uma nova tecnologia e, por fim, a influenciar artistas brasileiros em novas produções, mais próximas com o que se canta, toca e escuta nos países do continente em que o idioma predominante é o espanhol.

A popularização da tecnologia do *streaming*, assim como fizeram o rádio, os compactos, os LPs e, mais tarde, os CDs, ajudou a quebrar fronteiras entre a música produzida e escutada no Brasil e a do resto do continente. Nos últimos anos, gêneros musicais característicos de países da América Latina em que se fala espanhol, como o *reggaeton*, a *bachata*, e o *bolero* voltaram a ter força no cenário mundial e o Brasil não ficou de fora dessa aceitação global desses ritmos.

Para observar a força desses gêneros latinos no cenário mundial, vale consultar mais uma vez o último relatório anual publicado pelo Spotify. Segundo a plataforma, três artistas latinos – J Balvin, Ozuna e Bad Bunny, todos do *reggaeton* – figuram entre os dez artistas que tiveram mais *streams* em 2018 em todo o mundo. Além disso, Camila Cabello e Cardi B – ambas também de origem latina – também figuram entre as artistas femininas mais tocadas do ano na plataforma. Das *playlists* – listas temáticas criadas no Spotify com conjuntos de canções – que mais fizeram sucesso na plataforma em 2018, duas reúnem apenas canções de artistas latinos: “¡Viva Latino!” e “Baila Reggaeton”. (Pinheiro, 2018)

Artistas latinos populares desses gêneros latinos conseguiram emplacar sucessos nas listas de músicas mais tocadas do Brasil. Entre eles, destacam-se nomes como J Balvin e Maluma, do *reggaeton*, e Romeo Santos e Prince Royce, da *bachata*. A aceitação do consumidor de música brasileiro fez com que muitos desses artistas fizessem uma espécie de intercâmbio, com apostas em parcerias com artistas brasileiros e a cessão de “músicas latinas” de sucesso para que fossem feitas versões em português.

A troca acabou por ser positiva tanto para os artistas latinos, que conseguiram penetrar em um território antes pouco explorado, quanto para os brasileiros, que, além de também conseguirem ter mais alcance com o público de outros países da América Latina, incorporaram, pode-se dizer, novos “gêneros musicais” às paradas de sucesso do Brasil.

A música sertaneja (e seus artistas) talvez tenha sido um dos gêneros musicais brasileiros que mais incorporaram elementos dessa nova onda de sucesso da música latina pelo mundo. Desde o *boom* do Spotify no país, vários artistas sertanejos – principalmente do chamado “sertanejo universitário” buscaram parcerias com os latinos ou incorporaram elementos de sucesso desses gêneros latinos em sua composição. A *bachata* influenciou grandes nomes da atual cena sertaneja do Brasil, como Gustavo Lima, Henrique & Juliano e Jorge & Mateus, que já figuravam entre os artistas mais escutados do país e conseguiram

se manter no topo, e novos expoentes, como Zé Neto & Cristiano, que, em 2018, foram os artistas brasileiros com mais *streams* no Spotify. (Pinheiro, 2018)

3.11 A música sertaneja como gênero musical mais ouvido do Brasil

Para concluir o enquadramento teórico deste estudo, faz-se necessário destacar que a música sertaneja é o gênero musical mais ouvido do Brasil, seja no *streaming* (Pinheiro, 2018), como revelou o já citado relatório anual publicado pelo Spotify em 2018, seja no rádio. O último levantamento realizado pela Crowley, empresa que mede o número de vezes que uma canção foi executada nas emissoras de rádio do país, revelou que, em 2018, as 10 faixas mais tocadas do país nas rádios são do gênero sertanejo (Folha de S.Paulo, 2018).

O mesmo relatório da Crowley aponta a canção “Apelido Carinhoso”, de Gustavo Lima, como a mais executada do país nas emissoras de rádio, seguida de “Largado Às Traças”, de Zé Neto & Cristiano, e “Transplante”, de Marília Mendonça, ambas também classificadas como canções sertanejas. (Folha de S.Paulo, 2018).

Vale lembrar que, enquanto isso, no *streaming*, o relatório divulgado pelo Spotify põe três canções sertanejas – “Propaganda”, de Jorge & Mateus, “Apelido Carinhoso”, de Gustavo Lima, e “Largado Às Traças” – entre as mais tocadas pelos assinantes brasileiros, no ano de 2018, na plataforma (Pinheiro, 2018).

4. Metodologia

O objetivo principal deste capítulo é descrever os processos e caminhos tomados para coletar dados durante a pesquisa e relatar os critérios criados posteriormente na análise dos resultados obtidos. Em manual publicado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, do Brasil, em 2009, Gehardt e Silveira ressaltaram a importância do processo metodológico nas pesquisas, a afirmar que “metodologia vai além da descrição dos procedimentos (métodos e técnicas a serem utilizados na pesquisa), indicando a escolha teórica realizada pelo pesquisador para abordar o objeto de estudo”. (Gerhardt & Silveira, 2009)

O método de investigação escolhido para este estudo foi o de estudo de caso a partir da análise de dados coletados e divulgados pelo Spotify sobre os *streams* de música

executados na plataforma por utilizadores brasileiros entre os dias 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2018.

4.1 Coleta e categorização de dados para a investigação

No Manual de Investigação Qualitativa em Educação (2013), João Amado disserta sobre a importância da coleta e da análise do conteúdo coletado na eficiência de uma análise qualitativa. Segundo o pesquisador, a análise de conteúdo, enquanto técnica, deve “responder aos critérios habituais a qualquer modo de observação: objetividade, finalidade e validade” e, enquanto método, é um procedimento básico da investigação qualitativa, especialmente se “o objetivo é mais do que corroborar e ilustrar teorias, procurar desenvolvê-las de raiz, a partir dos dados”. (Amado, 2013, p. 307)

Como os objetivos desta investigação não giram somente em torno de identificar a relevância da música sertaneja com influência latina no Brasil, mas também entender as relações desse sucesso com a popularização do *streaming* e, conseqüentemente, com a popularização de artistas e gêneros musicais latinos no Brasil, pode-se classificar, segundo Amado, como um “estudo diferencial”, cuja finalidade é “saber em que medida o fator X influencia o fenômeno Y”. (Amado, 2013, p. 310)

Amado disserta ainda, no manual, sobre a importância do cumprimento de fases no processo de análise de conteúdo em uma investigação qualitativa, como a que se pretende fazer neste estudo. Após definir o problema e os objetivos do trabalho, ele afirma que a etapa seguinte do processo deve ser a constituição de um *corpus* documental (Amado, 2013, p. 311). No caso deste estudo, esse *corpus* consiste no conjunto dos dados coletados e divulgados pelo Spotify da lista Top 200 Brasil entre os dias 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2018.

Esses relatórios são divulgados diariamente no site Spotify Charts e revelam, além das músicas que tiveram o maior número de execuções em cada dia, a quantidade de *streams* que cada faixa teve ao longo do dia. A plataforma é aberta e tem acesso liberado para consulta. É possível descargar as listas em formato de planilhas, que discriminam cada faixa por nome, artista responsável, posição na lista Top 200 Brasil naquele dia e número de *streams* que ela teve.

Na sequência das etapas que Amado descreve como fundamentais para o estudo diferencial, que é o que se propõe nesta investigação estão a leitura atenta e ativa dos dados

coletados, a formulação de hipóteses (já descritas anteriormente) e, por fim, a categorização dos dados coletados.

Para este estudo, foram coletados os dados da lista Top 200 Brasil de todos os dias do ano de 2018, com exceção do período entre os dias 9 e 18, que aparecem como indisponíveis na plataforma Spotify Charts por algum erro do sistema que organiza esses dados no site. Apesar da ausência de dados referentes a esse período de 11 dias, esse não foi considerado um fator impeditivo para a realização de uma análise atenta e valiosa sobre o que aconteceu ao longo do ano de 2018, visto que há dados dos outros 354 dias do ano. De qualquer maneira, o autor se vê na obrigação ética de informar que houve esse empecilho ao longo do processo de coleta de dados.

Com o objetivo de facilitar a análise e interpretação dos dados e a ter em vista que o principal objetivo deste estudo é determinar a relevância das músicas sertanejas com influências latinas entre as canções mais tocadas do Brasil, restringiu-se a análise apenas às 20 primeiras posições da lista Top 200 Brasil registradas diariamente pelo Spotify entre os dias 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2018. Dessa forma, o *corpus* documental consiste, no momento da análise atenta e ativa dos dados, na lista das 20 músicas mais escutadas diariamente por assinantes brasileiros do Spotify durante cada um dos dias do ano. O consolidado dos dados coletados está disponível na planilha interativa classificada como “Anexo I” deste estudo.

Após a coleta de dados, a investigação parte para outra etapa considerada fundamental por Amado no processo de estudo diferencial: a categorização. Segundo o autor, essa fase é necessária para “organizar os conteúdos de um conjunto de mensagens num sistema de categorias que traduzam as ideias-chave veiculadas pela documentação em análise” (Amado, 2013, p. 315).

Como o foco deste estudo é analisar especificamente o desempenho da música sertaneja com influência latina ao longo do ano de 2018, viu-se a necessidade de categorizar os dados (no caso, as faixas musicais) por gênero musical. A categorização, nesta investigação, deu-se por meio do que Amado classifica como “categorização de procedimento misto”, em que é construído um sistema de categorias em que o “investigador combina sistemas de categorias prévias”, no caso os gêneros musicais com os nomes com os quais eles já são conhecidos, “com categorias que ele próprio cria indutivamente a partir

dos dados”, no caso as categorias criadas para diferenciar as canções tidas como puramente sertanejas daquelas que incorporaram elementos de gêneros latinos. (Amado, 2013, p. 316)

A fim de diferenciar os gêneros latinos que foram incorporados nas canções sertanejas, elas foram separadas em duas categorias diferentes, com base nos dois gêneros de música latina identificados nessas músicas: a Bachata e o Bolero. Dessa forma, as músicas sertanejas com influência latina encontradas na investigação foram categorizadas como “Sertanejo/Bachata” ou “Sertanejo/Bolero”.

As músicas consideradas sertanejas em que não foi identificada pelo autor a inclusão de ritmos latinos como Bachata e Bolero foram categorizadas neste estudo como “Sertanejo/Universitário”, em uma categoria que engloba canções com características da música sertaneja tradicional e do chamado “sertanejo universitário”, explicadas anteriormente no enquadramento teórico deste estudo, com referência na pesquisa sobre a história da música sertaneja no Brasil feito por Gustavo Alonso (2015).

Dessa forma, as 119 faixas que, ao longo do ano de 2018, ocuparam as 20 primeiras posições da lista Top 200 Brasil foram divididas em 13 categorias criadas pelo autor, de acordo com o gênero musical. A lista completa pode ser acessada tabela dinâmica disponível no Anexo I deste estudo.

Aqui embaixo, estão discriminadas as categorias específicas que serão o objeto de estudo desta investigação: as canções consideradas “sertanejas” que incorporaram elementos de “gêneros musicais latinos”, especificamente, neste caso, a “Bachata” e o “Bolero”. Assim, segue a lista, separada em categorias que ganharam o nome de “Sertanejo/Bachata” e “Sertanejo/Bolero”, com as músicas que foram assim classificadas nesta investigação:

Sertanejo/Bachata:

- “Apelido Carinhoso”, de Gustavo Lima
- “Largado Às Traças – Ao Vivo”, de Zé Neto & Cristiano
- “Largado Às Traças – Acústico”, de Zé Neto & Cristiano
- “Mundo de Ilusões – Ao Vivo”, de Gustavo Lima
- “Quem Pegou, Pegou”, de Henrique & Juliano
- “Só Pra Castigar”, de Wesley Safadão

- “Traí Sim – Ao Vivo”, de Maiara & Maraisa
- “Vidinha de Balada – Ao Vivo”, de Henrique & Juliano
- “Zé da Recaída”, de Gustavo Lima
- “Zé da Recaída – Ao Vivo”, de Gustavo Lima

Sertanejo/Bolero:

- “A Culpa É Dele”, de Marília Mendonça
- “A Culpa É Dele – Ao Vivo | Acústico”, de Marília Mendonça
- “Amigo Taxista”, de Zé Neto & Cristiano
- “Anti-Amor – Ao Vivo”, de Gustavo Mioto
- “Ar-Condicionado No 15 – Ao Vivo”, de Wesley Safadão
- “Bom Rapaz – Ao Vivo”, de Fernando & Sorocaba
- “Ciumeira – Ao Vivo”, de Marília Mendonça
- “Contrato”, de Jorge & Mateus
- “O Alvo – Ao Vivo”, de Diego & Victor Hugo
- “Regime Fechado – Ao Vivo”, de Simone & Simaria
- “Sem Sal – Ao Vivo”, de Marília Mendonça
- “Status Que Eu Não Queria – Ao Vivo”, de Zé Neto & Cristiano
- “Trincadinho – Ao Vivo”, de Jorge & Mateus

Todos os dados coletados ao longo da investigação foram consolidados na planilha interativa que consta no Anexo I deste trabalho. Inicialmente, eles foram organizados de acordo com o mês para que depois fosse criada uma única planilha a consolidar todas as informações entre os dias 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2018.

Nessa planilha (Anexo I), as informações estão categorizadas por “Data” (em que a canção constou entre as 20 mais tocadas do Spotify no Brasil), “Posição” (ocupada pela canção na referida data, na lista Top 200 Brasil do Spotify), “Nome da Faixa”, “Artista”, “Streams” (a quantidade de execuções daquela faixa na referida data) e “Gênero” (musical, conforme as categorias especificadas no Anexo I).

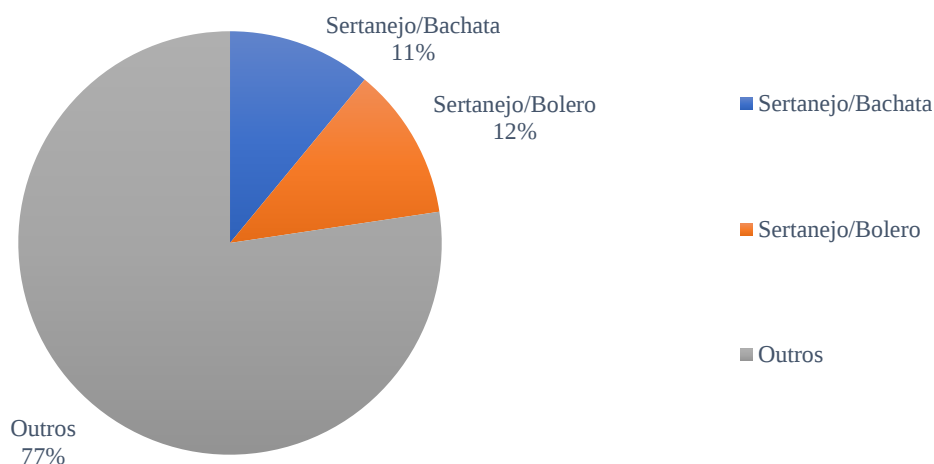
4.2 Processamento dos dados coletados e apresentação dos resultados

Esse capítulo tem a finalidade de explicar como os dados coletados no decorrer deste estudo foram processados para que as hipóteses levantadas no início da investigação pudessem ser ou não confirmadas. Vale reforçar que o *corpus* documental desta pesquisa consiste nas 119 canções que ocuparam as 20 primeiras posições da lista Top 200 Brasil do Spotify entre os dias 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2018, seus respectivos *streams* separados por dia e categorizadas de acordo com o gênero musical.

Com todas as canções divididas por seus respectivos gêneros musicais, a investigação partiu para destacar aquelas que se enquadram nas categorias “Sertanejo/Bachata” e “Sertanejo/Bolero”. O objetivo deste destaque é conseguir visualizar a relevância desses dois gêneros no cenário do consumo de música via *streaming* no Brasil.

Com a finalidade de mostrar a relevância das canções da música sertaneja com elementos da “música latina” neste cenário, a soma dos *streams* de cada um desses dois gêneros – “Sertanejo/Bachata” e “Sertanejo/Bolero” – foi destacada em um gráfico comparativo (Gráfico I do Anexo I deste estudo) com a soma dos *streams* dos outros 11 gêneros musicais categorizados neste estudo.

Gráfico I: A relevância dos gêneros "Sertanejo/Bachata" e "Sertanejo/Bolero", em *streams*



Após a criação dos Gráfico I, a investigação chegou aos seguintes resultados (a interpretação e a análise dos dados coletados serão apresentadas no capítulo seguinte – capítulo “5. Análise de Resultados”):

- De um total de 2.396.099.223 streams registrados pela lista Top 200 Brasil do Spotify ao longo do ano de 2018, o gênero musical “Sertanejo/Bachata” tem uma fatia de 11%, com um total de 262.885.081 *streams*;

- O gênero musical “Sertanejo/Bolero” tem uma fatia de 12% desse total, com 279.607.420 *streams*;

- Somados, os gêneros musicais sertanejos com elementos de “música latina” – “Sertanejo/Bachata” e “Sertanejo/Bolero” – têm uma fatia de 23% do cenário todo, com um total de 542.492.501 *streams*, atrás apenas do “Funk”, que tem 27%.

- A soma de todos os outros 11 gêneros musicais representa 77% do cenário todo, com 1.853.606.722 de *streams* no total.

- Se os três gêneros musicais considerados “sertanejos” – “Sertanejo/Bachata”, “Sertanejo/Bolero” e “Sertanejo/Universitário” – forem somados e considerados como um só, atingindo 65% do total de *streams*, o “Sertanejo” ultrapassa o “Funk” como o gênero

musical mais ouvido do país. Separadamente, o “Funk”, entre os 13 gêneros musicais, lidera o *ranking* de *streams* com uma fatia de 29% do total.

Essa informação não é necessariamente fundamental para este estudo, que é focado em analisar o desempenho das canções sertanejas com influências latinas, mas pode ser útil para estudos posteriores sobre o consumo de música via *streaming* no Brasil.

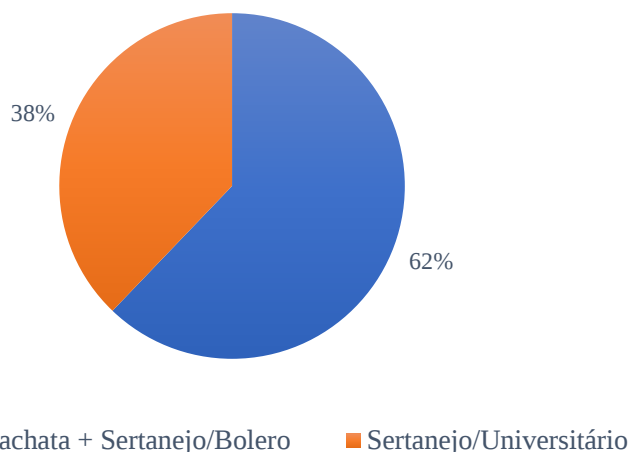
A soma de *streams* de cada um dos gêneros musicais ao longo do ano de 2018 pode ser consultada na tabela dinâmica encontrada no Anexo I deste estudo.

Com a finalidade de mostrar a tendência da inclusão de elementos de gêneros musicais latinos nas canções sertanejas, foram destacadas, entre os três gêneros considerados “sertanejos” – “Sertanejo/Bachata”, “Sertanejo/Bolero” e “Sertanejo/Universitário” –, as canções classificadas nas categorias de “sertanejo latino”, ou seja, “Sertanejo/Bachata” e “Sertanejo/Bolero”.

Em seguida, destacou-se a quantidade de canções que cada um desses gêneros teve ao longo do ano de 2018 entre as 20 primeiras posições da lista Top 200 Brasil do Spotify. Os números dos gêneros “Sertanejo/Bachata” e “Sertanejo/Bolero” foram somados a fim de se descobrir o total de ocorrências de canções sertanejas com elementos latinos entre as 20 mais tocadas.

Com todas essas informações, deu-se a criação do Gráfico II (que também pode ser acessado no Anexo I deste estudo), que mostra quanto do total de canções dos gêneros sertanejos no Top 20 é de músicas com elementos de gêneros latinos.

Gráfico II: Canções dos gêneros sertanejos no Top 20 em 2018

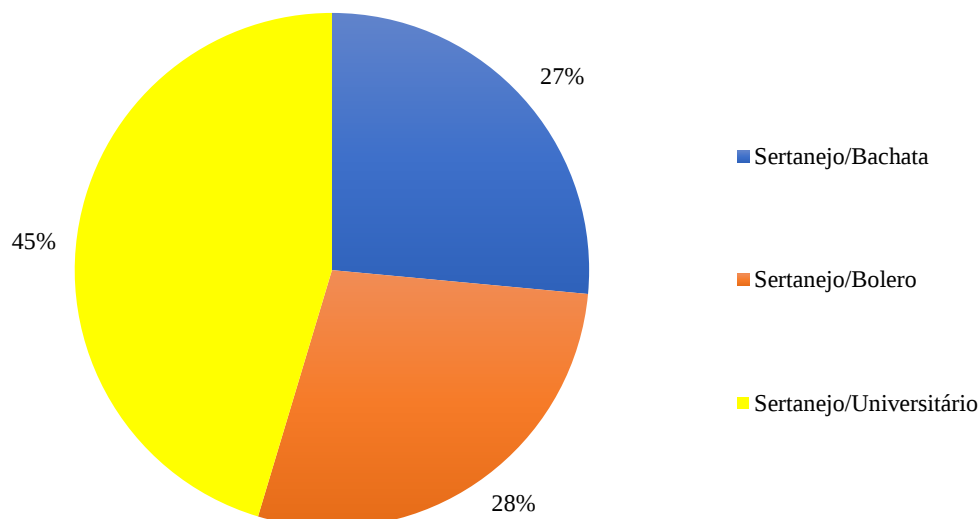


Após a criação do Gráfico II, a investigação chegou aos seguintes resultados (a análise e interpretação dos resultados estará presente no próximo capítulo – “capítulo 5. Análise de Resultados”):

- De um total de 37 canções de gêneros sertanejos que constaram entre as 20 mais tocadas do Spotify no Brasil ao menos por um dia ao longo do ano de 2018, 23 (o equivalente a 62%) são de gêneros considerados “latinos”: “Sertanejo/Bachata” ou “Sertanejo/Bolero”.
- O “Sertanejo/Universitário” tem uma fatia de 38% (14 canções) desse total.

Para mostrar a relevância das canções sertanejas com elementos latinos – “Sertanejo/Bachata” e “Sertanejo/Bolero” – entre os gêneros considerados sertanejos no que diz respeito à quantidade de *streams*, fez-se necessária a criação do Gráfico III (que também pode ser consultado no Anexo I deste estudo). O gráfico mostra o número de *streams* que cada um desses gêneros musicais recebeu na lista Top 200 Brasil do Spotify ao longo do ano de 2018.

Gráfico III: A força do 'sertanejo latinizado' dentro da música sertaneja, de acordo com o total de streams em 2018



Após a criação do Gráfico III, a investigação chegou aos seguintes resultados (a análise e interpretação dos resultados estará presente no próximo capítulo – “capítulo 5. Análise de Resultados”):

- Dos três gêneros musicais considerados “sertanejos”, o “Sertanejo/Universitário” é o que teve o maior número de *streams* ao longo do ano de 2018, com uma fatia de 45% - com 450.325.555 *streams* no total;

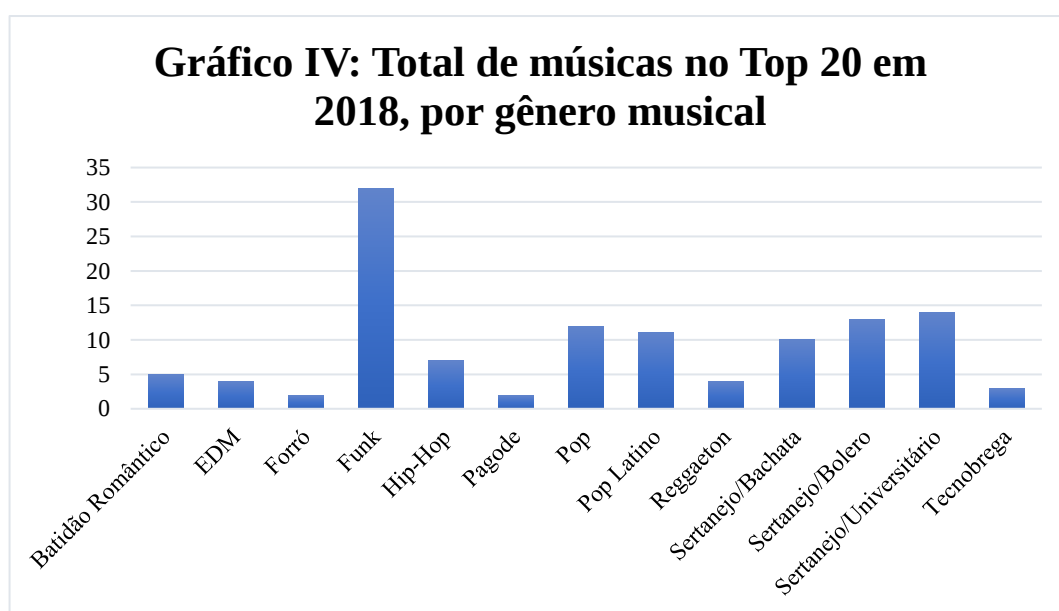
- Somados, os gêneros sertanejos considerados “latinos” – “Sertanejo/Bachata” e “Sertanejo/Bolero” – têm a maior do total, com 55% dos *streams* de músicas consideradas sertanejas (um total 542.492.501 *streams* ao longo do ano);

- Separados, os gêneros “Sertanejo/Bachata” (com 262.885.081 *streams*) e “Sertanejo/Bolero” (com 279.607.420 *streams*) representam 27% e 28% respectivamente do total de *streams* de músicas consideradas sertanejas.

Depois de analisar a performance das canções sertanejas com elementos de “música latina” no que diz respeito ao número de *streams* no Gráfico I, a investigação parte para a produção de um último gráfico (Gráfico IV, que também pode ser consultado no Anexo I

deste documento), que tem a finalidade de mostrar a relevância dessas canções em todo o cenário de consumo de música via *streaming* no Brasil no que diz respeito à presença de cada gênero musical entre as 20 músicas mais tocadas ao longo de todo o ano.

Dessa forma, foi destacado o número de canções de cada um dos 13 gêneros musicais categorizados neste estudo que figuraram entre as 20 primeiras da lista Top 200 Brasil do Spotify por pelo menos um dia entre os dias 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2018.



Após a criação do Gráfico IV, a investigação chegou aos seguintes resultados (a análise e interpretação dos resultados estará presente no próximo capítulo – “capítulo 5. Análise de Resultados”):

- Se cada um dos 13 gêneros categorizados por este estudo for considerado separadamente, o “Funk” é o gênero musical que mais emplacou canções entre as 20 mais tocadas do Spotify Brasil ao longo do ano de 2018, com um total de 32 faixas, o que representa cerca de 27% do cenário total.

- Se os três gêneros musicais considerados “sertanejos” – “Sertanejo/Bachata”, “Sertanejo/Bolero” e “Sertanejo/Universitário” – forem somados e considerados como um só, o Sertanejo é o gênero musical que mais emplacou canções na lista, com 37 faixas, o que corresponde a aproximadamente 31% do total de músicas que constaram nessa lista.

- Se forem somados apenas os “sertanejos latinos” – “Sertanejo/Bachata” e “Sertanejo/Bolero” – pode-se afirmar que foram ao todo 23 canções desse gênero que

emplacaram entre as 20 primeiras, o que corresponde a cerca de 19% do total. Dessa forma, o gênero “sertanejo latino” ficaria atrás apenas do “Funk” na lista.

- Contados individualmente, “Sertanejo/Bolero” (com 13 ocorrências na lista) e “Sertanejo/Bachata” (com 10 ocorrências) ocupam, respectivamente, a 3ª e a 6ª posições entre os gêneros musicais que mais emplacaram faixas na lista das 20 mais tocadas.

- A ordem dos gêneros musicais – separados em 13 categorias pelo estudo – com mais canções entre as 20 mais tocadas do Spotify Brasil ao longo de 2018 ficou da seguinte forma: 1º: Funk (32); 2º: Sertanejo/Universitário (14); 3º: Sertanejo/Bolero (13); 4º: Pop (12); 5º: Pop Latino (11); 6º: Sertanejo/Bachata (10); 7º: Hip Hop (7); 8º: Batidão Romântico (5); 9º: EDM e Reggaeton (4); 11º: Tecnobrega (3); 12º: Forró e Pagode (2).

5. Análise dos resultados e verificação de hipóteses levantadas

Este capítulo tem por finalidade analisar e interpretar os resultados obtidos no decorrer da investigação e verificar se as hipóteses levantadas no início da pesquisa foram validadas ou não após todo o processo.

Antes de começar a verificação das hipóteses, cabe destacar que, além das questões iniciais levantadas na investigação, o material levantado por este estudo pode ser de grande valia para outras pesquisas neste campo de estudo. Além de fornecer dados importantes para validar hipóteses levantadas sobre o consumo e a produção da música sertaneja no Brasil, as informações obtidas na captação de dados podem ser úteis para outros estudos sobre consumo e produção de música no Brasil.

Dados e informações como a quantidade de *streams*, o tempo em que cada canção permaneceu entre as mais tocadas, a duração média de um *hit* e outras possibilidades podem servir como *corpus* documental para novas pesquisas na mesma área.

Dito isto, a investigação parte para a interpretação e análise dos dados que são considerados importantes para que se cumpra o objetivo deste estudo.

A primeira hipótese levantada no início da investigação dizia que “a música sertaneja com elementos latinos é uma variação do gênero sertanejo que de fato causa

impacto no Spotify, não só no número de *streams*, como também na permanência ao longo do ano como um dos gêneros musicais mais presentes nas listas de músicas mais tocadas do país”.

Para confirmar essa hipótese, é preciso analisar os resultados obtidos por meio de dois gráficos produzidos pelo estudo: o Gráfico I e o Gráfico IV.

O Gráfico I mostra que a música sertaneja com elementos latinos (categorizadas como “Sertanejo/Bachata” e “Sertanejo/Bolero”) representa 23% dos *streams* executados entre as 119 músicas mais tocadas do Brasil ao longo do ano de 2018, segundo a lista Top 200 Brasil do Spotify.

A relevância fica ainda mais evidente quando se percebe que, em um país com a variedade de estilos musicais como o Brasil, só um gênero é responsável por quase um quarto do que se escuta de música via *streaming* em todos os 26 estados brasileiros e no Distrito Federal.

Em questão do total de *streams*, a soma dos gêneros “sertanejos latinos” só fica atrás do total de *streams* das canções de “Funk”.

Portanto, pode-se afirmar que a primeira parte da hipótese, que discute a força da música sertaneja com elementos latinos em termos de número de *streams*, é verdadeira.

Para verificar se as canções sertanejas com elementos latinos também têm relevância no cenário do consumo de música via *streaming* do Brasil no que diz respeito à presença entre as mais tocadas, é preciso recorrer ao Gráfico IV. Este gráfico mostra quantas canções cada gênero musical estudado teve, ao longo do ano de 2018, entre as músicas mais tocadas do Brasil, segundo a lista Top 200 do Spotify.

Ao analisar os dados e resultados do Gráfico IV, é possível verificar que 23 canções sertanejas com elementos latinos – classificadas como “Sertanejo/Bachata” ou “Sertanejo Bolero” – figuraram pelo menos por um dia entre as 20 mais tocadas do país ao longo do ano, um equivalente a uma fatia de 19% do total. O número só é menor que o de canções de “Funk” que entraram na lista, um total de 32 faixas, equivalente a 27% do total.

Portanto, pode-se afirmar que a segunda parte desta hipótese também foi confirmada, visto que o “sertanejo latino” é o segundo gênero musical que mais emplacou canções entre as mais tocadas, atrás somente do “Funk”. A porcentagem de 19% do total de

músicas que entraram o Top 20 reforça também a relevância das músicas sertanejas com elementos latinos nesse ranking: quase um quinto das músicas que entram na seleta lista ou são de “Sertanejo/Bachata” ou de “Sertanejo/Bolero”.

A segunda hipótese levantada no início deste estudo dizia que “a aproximação do consumidor brasileiro com esses gêneros musicais incentivou artistas e produtores musicais brasileiros a produzirem canções, cantadas em português, com elementos musicais de gêneros musicais que fazem sucesso nos outros países da América Latina, cujo idioma predominante é o espanhol”.

Para confirmar esta hipótese, além de levar em consideração os dados de crescimento revelados pelo Spotify – e citados no enquadramento teórico deste estudo – em toda a América Latina, a investigação recorreu à análise dos resultados obtidos pelos gráficos II e III deste trabalho. Ambos analisam a ocorrência e a relevância das canções sertanejas com elementos latinos dentro da música sertaneja brasileira em geral.

O Gráfico III mostra que 55% dos *streams* de músicas consideradas sertanejas são de canções com elementos da música latina: 28% de “Sertanejo/Bolero” e 27% de “Sertanejo/Bachata”. Portanto, verifica-se que, em termos de *streams*, o “sertanejo latino” já é predominante no consumo de música sertaneja via *streaming* no Brasil.

O Gráfico II leva em consideração a quantidade de canções que os gêneros considerados sertanejos emplacaram entre as 20 mais tocadas do Brasil no Spotify por pelo menos um dia ao longo do ano. Se em termos de *streams* a liderança dos “sertanejos latinos” já era evidente, quando se verifica a presença no Top 20 essa relevância fica ainda mais clara: 62% das canções sertanejas que entram na lista são consideradas “latinas” (“Sertanejo/Bachata” ou “Sertanejo Bolero”).

A combinação das duas variáveis – total de *streams* e canções no Top 20 – confirma a hipótese levantada, visto que comprova que a produção de canções sertanejas com influências latinas já é uma tendência entre os artistas classificados como “sertanejos”.

Além de configurar a maioria entre as composições sertanejas que entraram na lista, elas também foram responsáveis pelos maiores sucessos, em termos de *streaming*, da música sertaneja ao longo do ano de 2018. Com essas duas informações, é possível confirmar a hipótese de que artistas e produtores “sertanejos” têm seguido a tendência de procurar a

aproximação com os “gêneros musicais latinos” de sucesso na hora de produzir novas canções sertanejas.

A última hipótese levantada no início desta pesquisa tratava da relação da popularização de uma nova tecnologia de reprodução e armazenamento de música e o sucesso da “música sertaneja” com elementos de gêneros musicais “latinos”. Para confirmar essa ligação entre “nova tecnologia” e “popularização da música sertaneja latina”, cabe recorrer aos dados coletados e categorizados no *corpus* documental deste estudo (todas as informações estão consolidadas na tabela dinâmica do Anexo I) e aos gráficos I e IV, que mostram a relevância do “sertanejo latino” em comparação com os outros gêneros musicais.

Com mais de 540 milhões de *streams* registrados ao longo do ano de 2018, os “sertanejos latinos” (a soma de “Sertanejo/Bolero” e “Sertanejo/Bachata”) representam 23% das músicas mais escutadas via *streaming* do Brasil, atrás apenas do “Funk”, que tem 27%. Além disso, os “sertanejos latinos” representam 19% das músicas que ocuparam as 20 primeiras posições da lista Top 200 Brasil do Spotify ao longo do ano, também apenas atrás do “Funk”, que tem 27%.

A combinação dessas informações, aliada ao conhecimento (introduzido no Enquadramento Teórico) de que as plataformas de *streaming* crescem cada vez mais no Brasil e na América latina, permite que se confirme a terceira hipótese levantada no início desta investigação: há uma relação entre a popularização de uma nova tecnologia – no caso, o *streaming* – e o sucesso da música sertaneja com elementos de outros gêneros musicais latinos.

6. Conclusão

Com base na discussão teórica exposta nos primeiros tópicos deste estudo e colhidas e analisadas as informações desta investigação sobre as músicas brasileiras mais escutadas via *streaming*, segundo os relatórios diários da lista Top 200 Brasil do Spotify entre os dias 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2018, conclui-se com a validação de das hipóteses levantadas no início desta pesquisa. É possível analisar que, de fato, há uma grande

influência dos gêneros musicais classificados por este estudo como “latinos” na chamada “música sertaneja brasileira” e que essa influência tem relação com a popularização de uma nova tecnologia no Brasil.

Em um fenômeno parecido com o que aconteceu quando, no final da década de 1950, a “música sertaneja” passou a ser assim reconhecida e se espalhou pelo país, a popularização de uma nova tecnologia de reprodução e armazenamento de música também ajudou a dissolver “fronteiras musicais” entre o Brasil e outros países da América Latina, tanto no que diz respeito à produção quanto ao consumo de música.

Naquela época, como descreve Alonso (2015), apesar da resistência dos mais puristas, gêneros populares em toda a América Latina chegavam com força ao Brasil devido à popularização de formatos de mídia como LPs e do rádio, influenciando e alterando a produção e o consumo de música no país.

A música tradicional do interior do Brasil, à época conhecida como “música caipira”, foi uma das mais influenciadas por esses novos elementos musicais. Com uma nova “roupagem”, que foi definida como “música sertaneja”, e por meio das novas ferramentas tecnológicas, o então novo gênero musical se consolidou como um dos mais populares do país naquele momento.

Alonso mostra também que a “música sertaneja” brasileira acompanhou sempre de perto a evolução das tecnologias de produção, reprodução, gravação e armazenamento de música. Mais tarde, com a chegada das fitas-cassete, dos CDs e do MP3, os artistas sertanejos foram se popularizando ainda mais, sempre beneficiados pelas novidades tecnológicas que facilitavam a distribuição da música que produziam.

Nos dias de hoje, com a popularização do *streaming*, a música sertaneja se firma como um dos gêneros musicais mais relevantes do país e passa por uma nova “onda” de influências latinas, impulsionada por uma nova tecnologia que, assim como o rádio fez no passado, ajuda a aproximar musicalmente o Brasil dos outros países da América Latina, principalmente por meio da “música sertaneja”.

Ao juntar o enquadramento teórico à coleta, categorização e análise dos dados obtidos durante a pesquisa, a investigação consegue, além de responder às questões de partida definidas como fundamentais para a compreensão do tema, confirmar as hipóteses levantadas na fase inicial.

Cabe ressaltar que todas as interpretações levantadas a partir da análise dos dados colhidos durante esta pesquisa contemplam, nas explicações desses fenômenos culturais, a importância de conceitos também apresentados neste estudo, como os de “cultura popular”, “cultura de massas” e “Indústria Cultural”, na formulação dessas conexões entre os dados colhidos na pesquisa e as teorias de questões de estudos sociais e da Comunicação.

Desta forma, o estudo deixa bem claro que refuta qualquer espécie de interpretação de “determinismo tecnológico” como fator para a explicação dos fenômenos e movimentos da indústria fonográfica – e, mais especificamente, dos artistas e dos consumidores de música sertaneja – apresentados aqui. A tecnologia – como agente revelador de novos dispositivos para reprodução e armazenamento de músicas – contribuiu para a realização dos fenômenos aqui estudados, mas não pode ser considerada a única responsável pelas transformações discutidas aqui.

A investigação chega ao fim com a validação de todas as três hipóteses inicialmente levantadas. A análise dos resultados obtidos durante a pesquisa comprova que, de fato, a música sertaneja com elementos de gêneros musicais latinos representa grande parte dos *hits* que se estabeleceram no Brasil ao longo do ano de 2018, segundo a lista das músicas mais tocadas no país via Spotify.

O desempenho de canções desses gêneros (“Sertanejo/Bachata” e “Sertanejo/Bolero”) durante o ano mostra também uma tendência de produção de músicas nesse estilo, além de uma boa aceitação do público brasileiro para esses gêneros “latinizados”. E conforme a aceitação cresce, mais artistas tendem a apostar em canções com essas características, em um movimento que vai a remodelar a realidade das novas produções do cenário musical brasileiro como um todo, principalmente da chamada “música sertaneja”.

Em resumo, a pesquisa consegue confirmar a relação que existe entre os fatores destacados neste estudo. Fica comprovado que a popularização de uma nova tecnologia de reprodução e armazenamento de música no Brasil ajuda a eliminar fronteiras musicais com outros países, fortalecendo o sucesso de “gêneros latinos” entre o consumidor brasileiro.

Além disso, o estudo também mostra que, assim como ocorreu no passado, a “música sertaneja” é o gênero musical brasileiro que mais incorpora elementos dos gêneros latinos e que, com isso, consegue se firmar, em tempos de *streaming*, como um dos gêneros mais relevantes de todo o cenário musical brasileiro.

Por fim, o trabalho também consegue comprovar que a aceitação do público brasileiro – comprovada pelos números obtidos por canções sertanejas com elementos latinos no Brasil – inspira produtores e artistas sertanejos brasileiros na criação de novas canções nesse estilo e que isso ajuda a modelar o cenário de produção e consumo de música em todo o país.

Bibliografia

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (edição de 1985). *A dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Alonso, G. (2015). *Cowboys do Aсталto - Música sertaneja e modernização brasileira*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Althusser, L. (1969). *For Marx*. Londres: New Left.
- Althusser, L. (1976). *Positions*. Paris: Editions Sociales.
- Alves, P. (28 de 05 de 2014). Fonte: TechTudo:
<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/05/spotify-chega-ao-brasil-com-plano-gratuito-e-assinatura-mensal.html>
- Amado, J. (2013). *Manual de Investigação Qualitativa em Educação*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Bennett, T. (1986). *Popular Culture and Social Relations*. Buckingham: Open University Press.
- Brecht, B. (1978). *“Estudos Sobre Teatro” - ertolt Brecht: coletados por Siegfried Unseld*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Coelho Netto, J. T. (1990). *O que é Indústria Cultural?* Brasília: Brasiliense.
- Coutinho, M. (2013). *TechTudo*. Fonte:
<https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html>
- Edison, T. A. (1878). Phonograph and its Future. *North American Review*.
- Edison, T. A. (1888). The Perfect Phonograph. *North American Review*.
- Folha de S.Paulo. (21 de 12 de 2018). *'Apelido Carinhoso', de Gusttavo Lima, é a música mais executada nas rádios em 2018*. Fonte: Folha de S.Paulo:
<https://f5.folha.uol.com.br/musica/2018/12/apelido-carinhoso-de-gusttavo-lima-e-a-musica-mais-executadas-nas-radios-em-2018.shtml>
- Gere, C. (2002). *Digital Culture*. Reaktion Books Ltd.
- Gerhardt, T. E., & Silveira, D. T. (2009). *Métodos de Pesquisa*. Porto Alegre: UFRGS.
- Gramsci, A. (1999). *Cadernos do Cárcere - Volume 1*. São Paulo: Civilização Brasileira.
- Huyssen, A. (1997). *Memórias do Modernismo*. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- International Federation of the Phonographic Industry (IFPI). (2018). *IFPI Global Music Report 2018*. Fonte: <http://gmr.ifpi.org/>

- Johnson, S. (1997). *Cultura da Interface*. Jorge Zahar.
- Maltby, R. (1989). *Dreams for sale: Popular culture in the 20th century*. Londres: Harrap .
- Marx, K. (2011). *O Capital - crítica da economia política*. São Paulo: Boitempo.
- Nepomuceno, R. (1999). *Música caipira: da roça ao rodeio*. São Paulo: Editora 34.
- Pariser, E. (2012). *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Editora Rio de Janeiro.
- Pinheiro, J. (04 de 12 de 2018). *Spotify divulga os mais ouvidos de 2018; funk e sertanejo dominam no Brasil*. Fonte: Canaltech: <https://canaltech.com.br/musica/spotify-divulga-os-mais-ouvidos-de-2018-funk-e-sertanejo-dominam-no-brasil-128283/>
- Recording Industry Association of America. (2018). *Mid-Year 2018 RIAA Music Revenues Report*. Fonte: <https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2018/09/RIAA-Mid-Year-2018-Revenue-Report.pdf>
- Spotify Technology S.A. (2018). *Financial Results for Third Quarter 2018*. Fonte: Business Wire: <https://www.businesswire.com/news/home/20181101005242/en/>
- Storey, J. (2018). *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*. Nova York: Routledge.
- Turner, G. (2003). *British Cultural Studies: An Introduction*. Londres: Routledge.
- Williams, R. (1983). *Keywords*. Londres: Fontana.

Anexo I

No arquivo em “.xls” da URL a seguir estão - além da planilha interativa com os *streams* de cada canção que frequentou as primeiras 20 posições do Top 200 Brasil do Spotify em 2018 categorizadas por gênero musical – os gráficos I, II, III e IV que foram produzidos pela pesquisa.

O link de acesso para o arquivo é:

https://drive.google.com/file/d/1XwaatUD2EJyeWImpK3ru_Vmc5YLomGie/view?usp=sharing

Em caso de qualquer dificuldade no acesso à planilha e aos gráficos, favor entrar em contato com o autor desta pesquisa, Breno Bastos Boechat, pelo *e-mail*

brenobboechat@gmail.com