

FONOGRAMAS INVISÍVEIS: RESISTÊNCIA, AFETO E PRODUÇÃO MUSICAL NA CAUDA LONGA DO SPOTIFY

OLLIVIA MARIA GONÇALVES

FONOGRAMAS INVISÍVEIS: RESISTÊNCIA, AFETO E PRODUÇÃO MUSICAL NA CAUDA LONGA DO SPOTIFY

OTHER MEMORIES OF THE DICTATORSHIP: REPRESSION AND HISTORICAL TRAUMA IN “SOMETHING URGENTLY”, A SHORT STORY BY JOÃO GILBERTO NOLL

Ollivia Maria Gonçalves¹

ollimariagoncalves@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5916-4830>

Resumo

Este artigo apresenta os resultados de uma etnografia digital iniciada em 2018 e desenvolvida ao longo de sete anos com artistas da chamada “cauda longa” do Spotify, músicos cujos fonogramas circulam à margem das recomendações algorítmicas e playlists editoriais. A partir de 3.274 entrevistas e análises de mais de 16.000 perfis em 37 países, propõe-se uma investigação crítica sobre os modos de existência, resistência e circulação musical em um ecossistema tecnossocial dominado por lógicas de visibilidade assimétrica. Combinando métodos da antropologia digital, etnomusicologia e teoria do afeto, o artigo trata o fonograma como objeto com vida social (Appadurai), *performance* liminoide (Turner) e gesto de presença afetiva (Clough, Ahmed). O Spotify é analisado como “não lugar” (Augé), enquanto os artistas revelam táticas de reinvenção, rede e persistência. Lançar uma música para poucos ouvintes, ou mesmo para nenhum, emerge como ato político, criativo e existencial. A escuta marginal, nesse contexto, torna-se forma de ruptura e reencantamento. Esta pesquisa, nascida como TCC e apresentada ao React, revela um campo em expansão, onde a música independente pulsa entre a invisibilidade algorítmica e a reinvenção do sensível.

¹ Ollivia Maria Gonçalves Doutoranda em Antropologia Social pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestra em Antropologia Social pela UFSC e em História e Bens Culturais pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Graduada em Antropologia Social pela UFSC. Musicista com trajetória de mais de três décadas na indústria fonográfica e em práticas musicais experimentais. Atua nas áreas de Antropologia Digital, Antropologia do Afeto, Antropologia Sensorial e Antropologia das Artes. Desenvolve pesquisas sobre etnomusicologia, música, paisagens sonoras, fonogramas digitais, digitalização das artes, linguagem multimodal, afetos digitais, cibercultura, etnografia digital, patrimônio digital, memória digitalizada, algoritmos e plataformas de entretenimento e streaming.

Palavras-chave: Etnografia digital. Fonograma. Spotify. Música independente. Afeto.

Abstract

This article presents the results of a digital ethnography developed over seven years, beginning as an undergraduate thesis in 2018. It explores the lived realities of artists within the “long tail” of Spotify—musicians whose phonograms remain largely unheard, excluded from algorithmic recommendations and editorial playlists. Based on 3,274 interviews and an analysis of over 16,000 artist profiles across 37 countries, the article examines how music continues to circulate, resist, and create meaning in a technosocial ecosystem shaped by asymmetric visibility. Drawing from digital anthropology, ethnomusicology, and affect theory, the study treats the phonogram as a social object (Appadurai), a liminoid performance (Turner), and an affective gesture (Clough, Ahmed). Spotify is approached as a “non-place” (Augé), where independent artists engage in creative resistance through collaboration, memory, and sonic experimentation. To release music with little or no audience becomes an act of persistence, intimacy, and cultural affirmation. The research affirms that even in marginal zones, music operates as a mode of existence and transformation. What began as a local question; what happens to the music no one listens to? has grown into an expansive field of inquiry, where sound asserts presence beyond the algorithm.

Keywords: Digital ethnography. Phonogram. Spotify. independent music. Affect.

Introdução

Este artigo nasceu em 2018, como um Trabalho de Conclusão de Curso, e se transformou, ao longo de sete anos, em uma etnografia digital que segue em curso. A motivação inicial, *o que acontece com a música que quase ninguém ouve?* partiu da minha experiência pessoal como musicista e antropóloga, e da inquietação constante diante da desigualdade de escuta nas plataformas digitais.

Ao longo de cinco anos de campo, escutei em todos os sentidos da palavra, centenas de músicos que habitam a “cauda longa” do Spotify. O termo foi cunhado por Chris Anderson (2006) para descrever, em linguagem estatística, o comportamento da distribuição de consumo digital: poucos produtos concentram a maior parte das atenções, enquanto uma longa fila de itens menos consumidos, a cauda permanece marginal. No entanto, neste trabalho, esse conceito é ressignificado como um campo de produção simbólica, cultural e afetiva.

A pergunta que move este artigo não é apenas sobre o número de plays, mas sobre o que significa estar presente sem ser escutado. Quem são esses músicos que publicam fonogramas ignorados pelo algoritmo? O que sentem ao transformar suas composições em arquivos digitais que habitam zonas invisíveis da escuta contemporânea? O que os move a continuar criando?

A partir da análise de 16.000 perfis auditados na plataforma, de mais de 300 entrevistas com músicos de 37 países e de experimentações com 37 contas ativas no Spotify, esta pesquisa revela um mundo denso, criativo, tático e, ao mesmo tempo, ferido por silêncios. É um universo onde os fonogramas operam como dispositivos de presença, memória, pertencimento e desejo. São músicas que, mesmo fora das playlists editoriais, continuam existindo como objetos com vida social (Appadurai, 1986), como ruídos de resistência, como arquivos afetivos.

O Spotify, neste artigo, é compreendido como um “não lugar” (Augé, 1992): um espaço de anonimato e trânsito, onde as músicas circulam sem identidade relacional. Mas os artistas, mesmo invisíveis, constroem “mundos da arte” (Becker, 1974), sustentados por redes de

colaboração, afeto e persistência. Aqui, o algoritmo é apenas parte da equação; a outra parte é feita de gente.

Este trabalho é, portanto, um gesto de escuta. Uma escuta etnográfica e afetiva que não busca apenas mapear dados, mas valorizar existências. Uma escuta comprometida com os ruídos não promovidos pelo sistema, com os artistas que continuam publicando, com os fonogramas que insistem em vibrar. Pois, como lembra Daniel Miller (2012), aquilo que produzimos nos amplia. E como sugere Sara Ahmed (2004), o afeto move corpos e mundos.

Este artigo é também um testemunho da minha experiência como pesquisadora que, ao longo de sete anos, atravessou a paisagem sonora de uma plataforma que molda escuta, desejo e reconhecimento. Uma etnografia de quem, ao mesmo tempo, observa, entrevista, compõe, grava e resiste.

O spotify como campo e objeto de investigação

Toda a pesquisa apresentada neste artigo acontece dentro e em função de uma única plataforma: o Spotify. Por isso, é necessário apresentar de forma detalhada o que essa plataforma é, como funciona e por que ela se tornou um campo etnográfico central para pensar a produção, circulação e escuta de música no século XXI.

O Spotify é uma plataforma global de streaming fundada em 2006 na Suécia, lançada comercialmente em 2008. Seu modelo de funcionamento combina um plano gratuito com anúncios (freemium) e assinaturas pagas. De acordo com o Luminate Year-End Report 2024, a plataforma atingiu 615 milhões de usuários ativos mensais, sendo responsável por mais de 35% do consumo global de música via streaming.

Desde sua criação, o Spotify se propôs a democratizar o acesso à música e combater a pirataria. No entanto, o que se consolidou foi um sistema de mediação algorítmica da escuta em que o usuário é guiado por sistemas de recomendação automatizados. A maior parte do tráfego

de escuta não é fruto de busca ativa, mas de playlists geradas pelo sistema, como Daily Mix, Descobertas da Semana e Radar de Novidades.

Essas playlists são determinadas por inteligência artificial baseada em comportamento do usuário (tempo de escuta, saltos de faixa, curtidas, repetições) e por sistemas de categorização por estilo, clima e contexto – o que a empresa chama de mood-based listening. A escuta, nesse cenário, se torna menos uma escolha estética e mais uma adaptação ao estado funcional: música para estudar, dormir, malhar, focar. Isso cria o que Eriksson et al. (2019) chamam de “sistema de visibilidade assimétrica”.

A concentração é gritante: as três majors Universal, Sony e Warner dominam não apenas o catálogo, mas também os canais de promoção dentro da plataforma, controlando a curadoria editorial e mantendo acordos comerciais que favorecem seus artistas nos mecanismos de recomendação. Conforme os dados da Luminate (2024), mais de 80% dos artistas em playlists editoriais da plataforma pertencem a selos associados às majors.

Em seu artigo recente na Harper’s Magazine (2025), Liz Pelly afirma que o Spotify “substituiu a rádio por playlists automatizadas, mas manteve as mesmas estruturas de exclusão, agora mascaradas de neutralidade algorítmica”. Segundo ela, o sistema se apresenta como democrático, mas esconde os mecanismos opacos que determinam quem aparece e quem desaparece.

Esse cenário é ainda mais grave quando lembramos que, segundo estimativas da própria plataforma, cerca de 70% do catálogo jamais é escutado organicamente. Ou seja: milhões de fonogramas são disponibilizados e imediatamente soterrados por uma lógica que favorece a repetição e penaliza a descoberta.

Na prática, o Spotify opera como uma infraestrutura tecnopolítica que organiza as condições de visibilidade, remuneração e circulação da música digital. Não apenas veicula sons; determina quais serão ouvidos.

Por isso, neste trabalho, tratamos o Spotify como:

- Campo etnográfico, onde ocorrem as práticas de lançamento, divulgação e circulação da música digital.

- Objeto técnico, cujos algoritmos atuam como mediadores invisíveis entre artista e ouvinte.

- Ambiente simbólico, onde estar (ou não estar) em playlists é mais do que estética é política, mercado e estrutura.

A escolha de fazer uma etnografia da “cauda longa” dentro do Spotify é, portanto, uma decisão teórico-metodológica e ética. Significa olhar para quem não tem visibilidade, mas resiste. Para quem está nos cantos silenciosos da plataforma e, mesmo assim, produz, publica, persiste.

Referencial teórico

Para compreender a cauda longa não apenas como fenômeno estatístico, mas como um espaço simbólico, afetivo e político, é necessário deslocar o foco da métrica para a experiência. Ao longo desta pesquisa, o fonograma digital revelou-se um objeto que ultrapassa a função de armazenamento ou reprodução sonora: ele é gesto, memória, inscrição subjetiva e política. Por isso, esta análise parte da ideia de que fonogramas, sobretudo os marginalizados pelos mecanismos de recomendação, são objetos com vida social, nos termos propostos por Arjun Appadurai (1986, 2012). Circulam com sentidos, criam vínculos, ativam redes e carregam uma agência própria, ainda que fora da visibilidade algorítmica.

Chris Anderson (2006), ao propor a noção de “cauda longa”, discutiu como a digitalização e os mercados online abrem espaço para produtos de nicho coexistirem com os hits de massa. Mas o que nos interessa aqui é deslocar a leitura quantitativa para uma etnografia das presenças que habitam essa cauda: músicos que, mesmo com poucos plays, mantêm seus fonogramas online como gesto de pertencimento, desejo de encontro ou prova de existência artística. A cauda longa, nesse sentido, não é apenas uma curva de consumo; é um território existencial e relacional.

Esses fonogramas se tornam parte do que Daniel Miller (2012) chamou de “interesse autônomo das coisas”: após serem lançados,

seguem agindo no mundo, produzindo efeitos imprevistos, afetando escutas, formando vínculos. Como diz Miller, “o que produzimos nos amplia”. E nesse sentido, um fonograma com apenas sete ouvintes pode ser tão transformador quanto um hit global se tocar uma subjetividade, se funcionar como ponte, se criar uma relação.

Mas a circulação desses fonogramas não ocorre em um campo *neutro*. O Spotify é um ambiente tecnossocial onde as mediações são feitas por algoritmos opacos e interesses de mercado. Como demonstram Eriksson et al. (2019), a plataforma filtra muito mais do que disponibiliza: prioriza artistas que performam bem estatisticamente e se encaixam em formatos “funcionais”, reforçando uma escuta voltada ao consumo passivo e ao uso ambiental da música.

Para os músicos que não se encaixam nesses moldes seja por estilo, idioma, estética, experimentação ou ausência de investimento em marketing —, o Spotify se apresenta como um “não lugar”, na formulação de Marc Augé (1992). Um espaço despersonalizado, onde o som é consumo rápido, as identidades são opacas, e os vínculos são frágeis. O fonograma, ali, torna-se mais ruído de fundo do que mensagem, exceto para quem ressignifica essa invisibilidade como forma de presença íntima ou resistência poética.

A tensão entre o macro e o micro nesse ecossistema pode ser analisada pela lente de Callon e Latour (1988), ao distinguirem os macroatores (plataformas, gravadoras, conglomerados de mídia) dos microatores (artistas independentes, ouvintes, redes locais). O Spotify, enquanto macroator, organiza a escuta e a visibilidade com poder quase absoluto. Os músicos da cauda longa, como microatores, não controlam esse sistema, mas agem nas frestas: criam, conectam, mantêm presença mesmo sem retorno proporcional.

É aqui que a antropologia do afeto entra como chave interpretativa. Como defende Sara Ahmed (2004), os afetos não são apenas emoções privadas, mas forças que organizam corpos, trajetórias e relações. Para muitos dos músicos ouvidos nesta pesquisa, o lançamento de uma música não é uma estratégia de mercado, mas um ritual de memória, um gesto de amor, um desabafo ou um presente. O

fonograma se torna uma forma de inscrever algo no mundo, mesmo sem plateia.

Patricia Ticineto Clough (2007) amplia essa discussão ao propor o “turno afetivo” como abertura epistemológica: pensar o social a partir das intensidades, das sensibilidades, das forças que escapam à linguagem, mas movem a ação. A resistência de quem lança músicas para poucos ouvintes pode ser lida à luz dessa teoria como produção de vida e não apenas como reação à invisibilidade.

Além disso, este trabalho dialoga com os mundos da arte de Howard Becker (1974), que define a arte como cooperação distribuída. Ninguém cria sozinho. Mesmo músicos que gravam sozinhos em casa estão em rede com produtores, ouvintes, plataformas, algoritmos, resenhas, críticas, dados. A cauda longa, nesse sentido, não é apenas uma extremidade estatística: é um mundo da arte paralelo, com suas regras, seus afetos e seus modos de legitimação próprios.

Assim, o que se escuta neste artigo não é o silêncio dos números baixos. É a sonoridade viva de uma política do gesto: lançar um fonograma sem saber se será escutado e ainda assim insistir. A cauda longa é o espaço onde a música resiste como sussurro, como ruído afetuoso, como traço de humanidade.

Metodologia

Esta pesquisa é resultado de um trabalho de campo longo, expandido e profundamente implicado. Desde 2018, acompanho, documento e escuto artistas que lançam fonogramas na borda do sistema. O percurso, que teve início como Trabalho de Conclusão de Curso, evoluiu para uma etnografia comprometida com a escuta daqueles que produzem música na cauda longa do Spotify território digital onde a maioria dos fonogramas permanece invisível aos mecanismos de recomendação e inaudível para a maioria dos ouvintes.

A escolha metodológica não foi apenas técnica; foi ética. Optar por escutar o que não é promovido, investigar os músicos que não

aparecem nos charts, mapear fonogramas com poucos ou nenhum play, é uma tomada de posição diante da lógica que rege a visibilidade algorítmica. A escuta aqui se aproxima do que Maria Paula Gurgel Ribeiro (2014) chamou de “atenção etnográfica”: um gesto que acompanha, se deixa afetar, resiste à pressa dos dados e se engaja com a presença do outro. Como antropóloga e como artista, entendo que a escuta mesmo mediada por fones, redes e telas é uma forma de relação, de presença e de escrita.

A pesquisa combinou múltiplas estratégias metodológicas:

- Entrevistas qualitativas com mais de 300 músicos de 37 países, conduzidas em português, espanhol e inglês. As entrevistas foram abertas e aprofundadas, com foco nas experiências subjetivas com o Spotify: estratégias de lançamento, frustrações, esperanças e táticas de sobrevivência.

- Surveys quantitativos aplicados a cerca de 2.000 músicos, com questões sobre hábitos de lançamento, expectativas de monetização, uso das redes sociais e compreensão da lógica algorítmica da plataforma.

- Análise de 16.000 perfis ativos no Spotify, com escuta mínima de 30 segundos por faixa, revisão dos metadados disponíveis, observação das descrições dos artistas e links para redes externas. Cada perfil foi mapeado em sua ecologia digital - Instagram, YouTube, Bandcamp, Soundcloud, TikTok – permitindo compreender as interdependências da presença online.

- Observação participante em redes sociais e comunidades musicais digitais, acompanhando interações entre artistas, trocas de dicas sobre algoritmos, depoimentos sobre frustrações e partilhas de novos lançamentos.

- Criação de 37 perfis experimentais no Spotify, com escutas programadas por gênero, humor (mood), estilo e localização geográfica. Essa experiência empírica demonstrou que, mesmo com uma tentativa deliberada de “descoberta musical”, as recomendações da plataforma se concentravam em apenas 22% do catálogo evidência concreta de que o Spotify atua como filtro, não como vitrine, conforme já indicam Eriksson et al. (2019) e Liz Pelly (2020, 2025).

• Autoetnografia musicista: este ponto merece destaque. Além de pesquisadora, sou artista. Lancei fonogramas sob os pseudônimos Assorted Colors e Eksoantijen, usando diferentes agregadores (CD Baby, Distrokid, OneRPM e RouteNote). Essa dimensão da pesquisa é inspirada na proposta de Carolyn Ellis (2004) sobre a autoetnografia evocativa: um fazer que combina análise e vulnerabilidade, teoria e corpo. A experiência direta com o lançamento, a espera por plays, a ausência de retorno, o estudo das estatísticas e a experimentação de múltiplas estratégias de engajamento constituem uma camada densa de dados vividos e anotados em diário de campo, num esforço constante de autorreflexão.

Esse envolvimento me permitiu sentir na pele o que significa lançar uma música para o vazio. E, mais que isso, perceber que esse vazio não é ausência; é espaço de escuta por vir. A autoetnografia, aqui, não é apenas um recurso técnico. É uma posição epistemológica: a de alguém que está dentro do campo, e não acima dele.

A organização dos dados seguiu a adaptação da tipologia de José Guilherme Cantor Magnani (2000) ao digital. No Spotify, os pedaços são gêneros específicos e seus microcircuitos culturais; as manchas se formam nas estéticas visuais e sonoras que agrupam fonogramas em playlists e redes; e os circuitos são as trajetórias de escuta, colaborações, *performances* e difusão que os músicos constroem com seus fonogramas.

Cada perfil escutado, cada entrevista transcrita, cada artista perdido nas margens da plataforma, foi tratado como parte de uma paisagem afetiva e política. A escuta, nesse sentido, não é coleta: é construção conjunta de presença.

Como ressalta Suely Rolnik (2006), resistir é produzir vida. E foi isso que testemunhei em cada conversa: a produção insistente de um som que quer existir mesmo quando ninguém escuta.

Análise e discussão dos resultados

Esta seção é o coração pulsante do artigo. Aqui, a etnografia sai do campo e entra em cena. Durante cinco anos de pesquisa, ouvi, li, entrevistei e interagi com 3.274 músicos de 37 países, com práticas musicais que vão do folk lituano ao jazz experimental do Colorado, da ambient music neoclássica francesa ao stoner rock nordestino. É a partir deles, e com eles, que essa análise se constrói.

Quem são os músicos da cauda longa?

A amostra de 3.274 artistas (grupo “3K”) apresenta uma diversidade notável em termos de país de origem, gênero musical, faixa etária e relação com a profissionalização da carreira. Estilos como rock, punk, MPB, ambient, reggae, eletrônico, tango e world music se entrelaçam em um ecossistema que, embora marginal à lógica algorítmica, demonstra forte coesão em suas práticas, valores e modos de presença digital.

A pesquisa quantitativa indicou que mais da metade dos respondentes se declara não profissional, mas 60% desse grupo manifestou o desejo de viver de música. Não se trata de uma contradição, mas de uma ambição consciente e ancorada em afetos e estratégias. Como afirmou um músico entrevistado: “Não quero ficar rico. Quero que meu som exista.”

O Spotify, para esses músicos, não é só uma plataforma: é um rito de passagem, um ritual simbólico de entrada no mapa da música global. Mesmo sem audiência massiva, eles reconhecem a importância de estar ali como prova de existência e ponto de partida para outras conexões.

Resultados quantitativos e redes de atuação

A análise dos dados revelou que:

- 91% dos músicos valorizam estar na plataforma mais do que a quantidade de plays.
- 39% dos músicos amadores desejam gerar alguma renda com música, mesmo que isso não seja seu objetivo principal.
- Mais de 95% utilizam cinco ou mais canais digitais para se promover (Instagram, YouTube, Bandcamp, Facebook, TikTok etc.).
- 87% das recomendações algorítmicas em perfis de escuta experimental simulada vieram de apenas 22% do catálogo, dominado pelas três majors (Universal, Sony e Warner) dado confirmado pelo Luminate Year-End Report 2024, que reafirma o controle crescente dessas majors sobre o catálogo global.

Esse ecossistema digital é vivido pelos músicos como um “circuito”, nos termos de José Guilherme Magnani. Cada gênero (pedaço), cada estética predominante (mancha) e cada trajetória de colaboração e escuta (circuito) compõem uma cartografia relacional em que o fonograma digital é tanto um ponto de origem quanto um convite para o encontro.

Afeto como motor de presença

Os dados dialogam fortemente com a teoria do afeto. Miller (2012) afirma que o que produzimos nos transforma. Ahmed (2004) propõe que afetos são forças que orientam corpos e ações. É justamente essa orientação que permite aos músicos persistir mesmo diante da indiferença algorítmica.

Músicos como Katia Lentz (Lituânia) relatam se emocionar com “14 ouvintes reais”. Outros, como Quasar (Brasil), criam fonogramas à distância que se tornam ponte para outras narrativas e circuitos. Muitos lançam músicas como arquivos pessoais, dispositivos de memória, provas de vida. É o caso do argentino Felipe, que gravou com a mãe uma

faixa durante o tratamento dela e a eternizou no Spotify como uma cápsula afetiva.

Estratégias e colaborações

Dos músicos entrevistados:

- 76% já colaboraram com outros artistas 43% deles com músicos de outros países.
- 56% fizeram colaborações exclusivamente online.
- 73% percebem que o Spotify, por si só, não garante visibilidade, mas reconhecem seu papel como cartão de visita e portfólio.
- 91% utilizam a plataforma como ferramenta para articular redes territoriais e de afetos.

Yoshitaka, por exemplo, artista japonês radicado em Paris, lançou um EP após vencer um diagnóstico médico grave. Para ele, o fonograma é “parte do meu legado”. Já Limonge101, músico e poeta brasileiro, recusa moldar sua criação ao mercado: “Quem me ouve, recebe por inteiro.”

Táticas diante da invisibilidade

A invisibilidade na plataforma é vivida de formas distintas:

- Parte dos músicos adota uma postura tática, estudando o Spotify for Artists, testando algoritmos, otimizando tags, gerando vídeos e metadados.
- Outros fazem da resistência uma ética, recusando estratégias de visibilidade em nome de uma expressão autêntica.
- Há quem veja o fonograma como “mensagem na garrafa”, lançada no oceano digital e que faz sentido mesmo se nunca for encontrada.

Essas posturas coexistem e mostram que a cauda longa não é homogênea. É um campo plural, de tensões, frustrações e descobertas. Um não lugar que, muitas vezes, se torna lugar: de memória, de escuta, de vida.

Corroboração empírica da hipótese

O cruzamento entre os dados empíricos e os testemunhos reforça a hipótese central deste artigo: o fonograma digital, mesmo na invisibilidade, é uma forma de presença e resistência. Ele age como operador simbólico e afetivo, articulando trajetórias, alianças, identidades e expectativas. É, como diria Appadurai (2008), uma coisa com vida social. E como afirma Clough (2007), é também uma força produtora de vida que transforma até o silêncio em significação.

A resistência como estratégia afetiva

Resistir na cauda longa do Spotify, não é apenas continuar criando apesar da invisibilidade é elaborar, por meio do fonograma, modos de existir, habitar e transbordar os limites impostos pela plataforma. A resistência, aqui, não é reativa: é criativa, vital, afetiva. Ela não se manifesta apenas como denúncia ou ruptura, mas como reconfiguração da presença, como invenção de si, como produção de sentido e continuidade.

Em muitas das entrevistas, os fonogramas são descritos como arquivos de si não no sentido do arquivo-memória institucional, mas como extensão subjetiva que pulsa, reaparece e convoca. Fernanda M., artista de indie pop de Curitiba, contou que nunca entrou numa playlist editorial, mas foi chamada para tocar no Sesc após mostrar seu link no Spotify. “Ali é minha identidade, não importa quantos plays”, afirmou. Já Marcio A., multi-instrumentista de Belo Horizonte, definiu sua música como “minha alma em loop”.

Esses testemunhos apontam para o que Patricia Clough (2007) define como produção de vida: o afeto como força que atravessa as tecnologias, reorienta as relações e sustenta a criação mesmo sob invisibilidade. Ao lançar um fonograma que talvez nunca chegue a 100 ouvintes, os músicos não estão apenas resistindo ao sistema: estão cuidando de si, dos seus, dos seus mortos, dos seus desejos. Como sugere

Suely Rolnik (2005), a resistência é também um gesto ético e micropolítico que emerge da escuta do corpo e do mundo.

Yoshitaka, artista japonês radicado em Paris, iniciou sua discografia após um diagnóstico de doença grave. Seu EP "Antes das Blasfêmias" é uma cartografia íntima da dor e da transmutação. "Conversar através da música foi muito bom naquele momento", afirmou. Da mesma forma, Jamie Jacobsen, artista de 22 anos que usa o nome Tedious and Brief, relata com entusiasmo que a música superou suas expectativas e a levou a um estágio semiprofissional inesperado.

A resistência afetiva também se manifesta como forma de rede. Quasar, banda de rock cru de São Paulo, relata que sua canção "Degelar" foi gravada inteiramente de forma remota: "Cada um numa cidade. E saiu como se a gente tivesse gravado junto". Yvonne McDaniels, cantora folk de Londres, e Varal Estrela, banda pop rock de Itapeva (SP), também destacam como a colaboração digital transforma a criação musical. "Abre um mundo de possibilidades", resume Belzifer, músico neoclássico francês da ambient music.

Essas colaborações são parte da resistência porque desafiam a lógica do artista solitário e colocam o fonograma como campo de encontro. Como declarou o trio European Ghost, de Bolonha: "A música não tem nem reconhece fronteiras. Ela se alastra pelo mundo virtual".

Renato Limonge, músico e poeta de São Paulo, é categórico ao declarar sua recusa em adaptar-se ao mainstream: "Quem me ouve recebe por inteiro aquilo que sou e toco". Sua fala revela uma ética criativa que se recusa a moldar a arte aos padrões de sucesso algorítmico. Já Lugshar, da Polônia, lança seus fonogramas como cápsulas lançadas ao espaço arquivos sonoros que atraem, por afinidade, outras subjetividades.

Do ponto de vista da prática, músicos como Liontortoise (Denver, EUA), Plastic Farm (Ottawa, Canadá) e Gareth Inkster (Ontário, Canadá) dedicam-se com afinco ao estudo do Spotify for Artists. Tentam decifrar o algoritmo, ajustar estratégias, mas nunca abrem mão da integridade estética. Eles nos mostram que resistência também é adaptação com autonomia não submissão.

Mesmo aqueles que se reconhecem como amadores, como o grupo escocês A New International ou a banda americana Animal Factory, usam o Spotify para construir um elo com o público local. A plataforma é menos um canal de visibilidade e mais uma âncora simbólica. Para muitos, como Frank (Vibropath), músico e enfermeiro, “nós somos músicos profissionais todas as vezes que pagam para tocarmos”.

Essa resistência afetiva, estética, simbólica é uma das faces mais complexas da cauda longa. Ela não nega a precariedade, mas não se submete a ela. Insiste. Persiste. E, ao fazer isso, transforma cada fonograma em prova de existência, arquivo de memória, gesto de reinvenção.

Porque como disse um dos músicos entrevistados: “Não quero ficar famoso. Quero que minha música exista.”

E ela existe. Como presença, como afeto, como ruído íntimo que atravessa a lógica industrial e afirma: estamos aqui.

Essas narrativas, múltiplas e entrelaçadas, mostram que a resistência na cauda longa não é uma resposta direta a um sistema opressor, mas a invenção constante de modos de existir à margem dele. Não se trata apenas de confrontar o algoritmo, mas de mobilizar afetos, redes e práticas criativas que afirmam uma presença ainda que silenciosa no mundo digital. Como lembra Patricia Clough (2007), o afeto é uma infraestrutura invisível que sustenta formas de vida antes mesmo que elas se articulem como política. Para Suely Rolnik (2006), a resistência só tem potência se estiver aliada à pulsação da vida, ao desejo como produção e não como falta. O que vemos aqui são fonogramas como expressões dessa pulsação arquivos sonoros que resistem não pela audiência que acumulam, mas pela afirmação do que são: gestos, arquivos de presença, e provas de que a criação não se dobra à lógica de rentabilidade.

Esses artistas não apenas contornam o algoritmo eles tensionam o que pode um fonograma em um ambiente de invisibilidade programada. Ao fazer isso, deslocam o Spotify de não-lugar para território simbólico. Como propõe Augé (1992), o não-lugar só se desfaz quando se inscreve

uma memória. Cada música lançada, mesmo sem retorno, é uma tentativa de inscrever-se e esse gesto é, em si, político.

Por isso, a resistência na cauda longa não é apenas reação: é criação de novas condições de possibilidade. É vida em estado de risco, mas também de invenção. É aí que o fonograma se torna não apenas um som, mas uma teoria viva um arquivo de mundo. E é com essa chave que entramos na última seção: escutar esses arquivos como legado.

Considerações Finais

Este artigo é a continuidade de uma pesquisa iniciada há sete anos como um Trabalho de Conclusão de Curso, que hoje pulsa como uma etnografia expandida e em constante transformação. A questão que o motivou o que acontece com os fonogramas que quase ninguém ouve permanece central. Mas a cada passo do percurso, novas camadas foram adicionadas: novos interlocutores, novos contextos digitais, novas formas de escuta e resistência. Como escreveu o rapper GMD, de Aveiro, Portugal: “Tentamos sobreviver nesse mundo ultra competitivo, é difícil para os independentes, mas com dedicação e amor fazemos o que podemos.” Essa frase encerra não apenas uma constatação, mas uma ética de permanência.

A pesquisa apresentada neste artigo foi levada à VIII Reunião de Antropologia da Ciência e da Tecnologia REACT como parte de uma reflexão mais ampla sobre o fazer etnográfico no digital. É nesse contexto que se torna fundamental retomar os eixos que a sustentam: a cauda longa como espaço de vida social (Appadurai, 1986), o Spotify como não-lugar (Augé, 1992) e os músicos como microatores em redes sociotécnicas (Latour, 2005). Mas, mais do que retomar, é preciso radicalizar: o fonograma é, aqui, um objeto liminoide (Turner, 1969), entre a presença e a ausência, entre o gesto e o arquivo. Uma *performance* mecânica que pulsa mesmo quando ninguém ouve. E ainda assim, alguém ouve.

Essa escuta às vezes solitária, às vezes partilhada é um ato de resistência. Ser a única pessoa a ouvir uma faixa pode ser tão radical quanto ser o músico que a criou. Essa é a natureza insurgente do fonograma na cauda longa: ele habita o não-lugar e o fratura por dentro. As estratégias usadas pelos músicos, como nos relatos de Varal Estrela (“lançamos um trabalho colab todo na pegada virtual; tem pouco tempo”) e Yvonne McDaniels (“colaborar abre um mundo de possibilidades”), mostram que a criação é coletiva, mediada por redes digitais e afetos, e que se enraíza no que Becker (1974) chamou de mundos da arte.

Essa dinâmica se aproxima dos debates da etnomusicologia contemporânea, especialmente no que diz respeito à música como prática cultural situada e como mediação sociotécnica. A escuta torna-se prática social, a produção se dá em múltiplas camadas (como demonstram os dados empíricos do grupo 3K) e a *performance* se desloca do palco para o perfil do artista, da sala de ensaio para a playlist. Como argumenta Georgina Born (2005), a música é simultaneamente processo, mediação e inscrição. E os músicos da cauda longa são, ao mesmo tempo, produtores e críticos de suas condições de escuta.

Por isso, é fundamental destacar que o Spotify não é um ambiente neutro. O rastro que ele deixa nas declarações de seu CEO Daniel Ek, nos relatórios públicos para acionistas, nos releases de imprensa e nos trabalhos incansáveis de quem testa e tenta compreender seus algoritmos compõe uma malha que estrutura o coro dessa pesquisa. Entender esse ecossistema técnico é também entender as condições políticas e econômicas da escuta. A curadoria algorítmica, como demonstra Liz Pelly (2025), não apenas organiza a oferta musical, mas molda subjetividades e regula o desejo de escuta.

Diante disso, propor uma escuta situada, como a que esta etnografia realiza, é propor também uma forma de reencantamento da música. Quando músicos como Jamie Jacobsen (Tedious and Brief) dizem que tudo começou como um hobby e foi crescendo, ou quando Quasar afirma que gravou toda a faixa remotamente e “parecia que tínhamos gravado juntos”, percebemos que o fonograma é mais do que um arquivo digital. Ele é rastro, gesto, desejo, mundo. E, como tal, pode

ser reinscrito por quem o faz, por quem o escuta, por quem o compartilha.

A pesquisa que começou como um TCC é hoje um campo em movimento. O Spotify se reformula constantemente, e sempre em benefício de seus mestres algorítmicos. Os músicos, por sua vez, resistem. Persistem. E, ao fazerem isso, nos ensinam que a cauda longa não é o fim é o lugar onde a música começa a dizer outras coisas. É o espaço onde a arte reencontra seu valor social, mesmo sem aplausos, mesmo sem playlist editorial, mesmo com um só ouvinte. Porque estar ali, como dizem tantos entrevistados, “é ter minha música viva”. E isso já é tudo.

Referências

- AHMED, Sara. *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2004.
- ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- APPADURAI, Arjun. *The Social Life of Things: commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
- APPADURAI, Arjun. *Fear of Small Numbers: An Essay on the Geography of Anger*. Durham: Duke University Press, 2008.
- AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 1994.
- BECKER, Howard. *Outsiders: estudos de sociologia do desvio*. Rio de Janeiro: Zahar, 1974.
- CALLOW, Michel; LATOUR, Bruno. *Unscrewing the Big Leviathan: how actors macro-structure reality and how sociologists help them to do so*. In: KNORR-CETINA, Karin; CICOUREL, Aaron. *Advances in Social Theory and Methodology*. Boston: Routledge & Kegan Paul, 1981. p. 277-303.
- CLOUGH, Patricia Ticineto (org.). *The Affective Turn: theorizing the social*. Durham: Duke University Press, 2007.
- ELLIOT, Carolyn. *The Ethnographic I: A Methodological Novel about Autoethnography*. Walnut Creek: AltaMira Press, 2004.
- ERIKSSON, Maria et al. *Spotify Teardown: Inside the Black Box of Streaming Music*. Cambridge: MIT Press, 2019.
Disponível em:
<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/245876>.
Acesso em: 25 maio 2025.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Da Periferia ao Centro: pedaços e trajetos*. São Paulo: EdUSP, 2002.

MILLER, Daniel. *Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

MILLER, Daniel. *Anthropology is the discipline but the goal is ethnography*. HAU: Journal of Ethnographic Theory, v. 7, n. 1, p. 27-31, 2017.

MORRIS, Jeremy Wade; POWERS, Devon. *Control, curation and musical experience in streaming music services*. Creative Industries Journal, v. 8, n. 2, p. 106-122, 2015.

PELLY, Liz. *The ghosts in the machine: Spotify and the mood machine*. Harper's Magazine, New York, jan. 2025. Disponível em: <https://harpers.org/archive/2025/01/the-ghosts-in-the-machine-liz-pelly-spotify-musicians/>. Acesso em: 25 maio 2025.

ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 2006.

SPOTIFY. *Millennials on Spotify: Key streaming moments*. [S. l.], s.d. Disponível em: <https://ads.spotify.com/en-US/millennials-on-spotify/>. Acesso em: 20 mai. 2025.

TURNER, Victor. *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. Chicago: Aldine Publishing, 1969.

Apêndice A – Artistas citados na pesquisa

Este apêndice apresenta os links públicos dos artistas mencionados ao longo do artigo, com o objetivo de permitir ao leitor conhecer diretamente seus trabalhos musicais e perfis digitais. São músicos e bandas que contribuíram com entrevistas ou foram analisados como parte da etnografia digital realizada nesta pesquisa. Os links incluem perfis no Spotify e redes sociais, como o Instagram.

Artistas e Links

Tedious and Brief (Jamie Jacobsen)

<https://www.instagram.com/tediousand.brief>

Quasar (SP, Brasil)

<https://www.instagram.com/bandaquasar>

Max AG (Eksoantijen / Assorted Colors)

<https://www.instagram.com/maxagn>

Yvonne McDonnell (UK)

<https://www.instagram.com/yvonnemcdonnell>

Belzifer

<https://open.spotify.com/artist/3yib9E7eiR4Vtw32Hca3kl>

Vibropath

<https://www.instagram.com/vibropath>

Renato Limonge

<https://www.instagram.com/r.limonge>

Animal Factory (Chicago, EUA)

<https://www.instagram.com/animalfactory1>

Liontortoise

<https://open.spotify.com/artist/1Ad6mtB4OdR8bC4nzOdLJ3>

Plastic Farm

<https://open.spotify.com/artist/51fsbdIzpaLcJs0k6FyQURh>
<https://www.instagram.com/plasticfarmer>

Gareth Inkster

<https://www.instagram.com/garethinkster>

Lugshar

<https://open.spotify.com/artist/3YgV8EyzDszhBmzgqIJiGe>

European Ghost (Itália)

https://www.instagram.com/european_ghost

Varal Estrela (Itapeva, SP)

<https://www.instagram.com/varalestrela>

Klaya

<https://open.spotify.com/artist/0rfI6LIXH45AdGZ4ZAQt4w>

<https://www.instagram.com/itsklaya>

Recebido em: 17 de junho de 2025

Aceito em: 19 de outubro de 2025