

Modos de Escuta: Práticas de ouvir entre dispositivos¹

João Marcelo Pontes FERRAZ²;

Caio Augusto Barbosa de LIMA³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE.

Resumo

Em um contexto de convergência a escuta foi influenciada pelas novas formas de distribuição de música. As plataformas de *streaming* se mostram como as principais ferramentas de escuta no mercado ocidental, hoje. Este artigo visa discutir o uso destas plataformas para a mediação de música, tendo em inserido em seu contexto, também, a interação direta entre o usuário e uma plataforma modular, e como isso impacta na escuta ao mesmo tempo que passa por uma absorção pela cultura.

Palavras-chave

Música; *Streaming*; Modos de Escuta; Usuário; Dispositivos

Introdução

A transmissão online (*streaming*) de música superou os meios físicos e downloads em números de vendas, tornando-se a maior fonte de renda isolada no setor. Através das plataformas de *streaming* o mercado fonográfico sentiu, nos últimos três anos, uma recuperação após quinze anos consecutivas de retração de receita⁴.

Acompanhando esta mudança, em 2016 a antiga Associação Brasileira de Produtores de Discos mudou de nome para Pró-Música, com a justificativa de que

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Pernambuco, na linha Estética e Culturas da Imagem e do Som. Mestre em Ciência da Computação e Graduado em Comunicação pela Universidade Federal do Pernambuco. E-mail: jm.ferraz@gmail.com.

³ Mestrando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Pernambuco, na linha Estética e Culturas da Imagem e do Som. Graduado em Música pela Universidade Federal do Pernambuco. E-mail: caio.limia@gmail.com.

⁴ <http://forbes.uol.com.br/last/2018/04/receita-com-streaming-de-musica-supera-vendas-fisicas/>
Acessado em: 12 de Maio de 2018.

produzir discos (como suporte material) não é mais a principal atividade da indústria musical, no Brasil os formatos digitais já ultrapassam 70% do mercado⁵.

Neste contexto de consumo de música em mídias digitais as plataformas de transmissão online tomam um lugar de protagonismo na divulgação de sons e funcionam como um catálogo com milhares de artistas incluídos (e outros tantos fora) para a exploração e descoberta do usuário.

Assim, estas plataformas digitais apresentam interfaces gráficas modulares, que tentam ajustar a oferta do enorme banco de dados disponível ao perfil do usuário-ouvinte. Em um movimento de uma economia agenciada por algoritmos (PASQUINELLI, 2013).

Para auxiliar nisto surge um recurso existente em praticamente todas as plataformas de transmissão online de música: os sistemas de recomendação. Estes sistemas são agentes inteligentes (algoritmos) que "tentam antecipar os interesses do consumidor no ambiente digital e prever seus gostos, a fim de recomendar novos produtos" (SÁ, 2009), apresentando possíveis novidades que o usuário possa se interessar baseados em seu comportamento de consumo. Estes recursos são apresentados de forma diferente em cada plataforma, com algoritmos específicos, porém têm uma base epistemológica compartilhada. Cria-se um banco de dados de recomendações onde o sistema ordena em um grau de afinidades com o comportamento de consumo do usuário baseado em uma categorização de gêneros musicais (AMARAL e AQUINO, 2009). Para tal, antes mesmo de aprofundar-se nos meandros booleanos do algoritmo, é fundamental um entendimento de como o ato da escuta se manifesta no cotidiano dos usuário.

A escuta como modo de fruição no cotidiano

5

<http://www.abpd.org.br/2016/10/24/resumo-do-mercado-fonografico-no-1o-semester-de-2016-e-mudanca-de-nome-da-abpd-para-pro-musica/> acessado em: 10 de Maio de 2018.

Os sons são experimentados corporalmente. No entanto, há uma distinção entre o ato de ouvir e o de escutar. Neste caso, diz-se que ouvir está mais próximo de uma relação passiva com os sons. Assim como ouvir o som dos carros atravessando uma rua. A esta definição, ouvir se apresenta como uma relação material entre os sons e a pessoa. Ouvimos os carros atravessando a rua porque os carros existem. E então, a definição de escutar indica uma chamada de atenção para ouvir. A escuta estaria assim mais próxima a uma investigação sobre aquilo o que se ouve.

A escuta, então, está identificada a uma intencionalidade. Podemos dizer que esta chamada de atenção é uma proposição à percepção singular de uma experiência estética. Escutar se encontra numa disposição reflexiva, como num mergulho recorrente na percepção. Assim, a escuta é o processo que a partir do sons investe numa experimentação.

Na escuta, estamos em relação com uma rede em que interagem desde agentes humanos e não-humanos aos processos dos sentimentos, da memória, da imaginação e do juízo. Neste caso, a música não é apenas aquilo o que os músicos fazem. A música é “uma ambientação socialmente organizada de sons e materializada na relação entre corpos humanos e aparatos técnicos (JANOTTI, 2014, 15)”.

No ato da escuta musical, estão envolvidos percepção, imaginação, sentimento e juízo. Mas não são aos sons, propriamente, que visamos. Embora os sons sejam o suporte experiencial das obras musicais, nossa experiência com a música não se reduz aos sons que lhe dão aparência. A diferença entre o som que é música e o som que não é música repousa no uso que fazemos dele na experiência. Assim sendo, um ouvinte em atitude musical está absorto na significação musical dos sons que experimenta; não, necessariamente, numa significação simbólica, mas em algo que é apresentado nos sons. (NOGUEIRA, 2014, 93)

A partir deste processo citado por Nogueira, surge uma fruição especializada, no sentido de sua relação de agência com o som, assim criando algo maior que o instante, o que Hennion chama de história, de uma escuta que constrói a si mesmo como atividade:

A escuta não é apenas o instante, ela é também história. A sua reflexividade é também a sua capacidade de se construir a si mesma como o contexto da própria atividade. Não mais, desta vez, no presente de um contato com sons que passam, mas na duração improvável de uma lenta invenção, a de uma arte e de uma técnica da escuta pela escuta. (HENNION, 2012, 51)

Esta escuta é manifestada de diferentes modos. Os modos de escuta se configuram como práticas influenciadas pelas características do som, pela maneira como se ouve e através do que se ouve.

Nelas (práticas), influem aspectos como a forma esférica – em todas as direções – de propagar-se o som, a particularidade do sistema auditivo de captar o som proveniente tanto de cima, dos lados e de baixo, e a capacidade auditiva de focar a atenção de maneira diversa. [...] como as diferenças entre escuta focada, periférica e outras interações (FERRETTI, 2011).

Ao considerar os modos de escuta como rituais do ouvir, admitimos que uma escuta articula diversos elementos enquanto processo de experimentação estética. Um modo de escutar elabora um percurso que vai desde os dispositivos (os aparelhos de som, a plataforma, etc.), o ambiente em que se ouve (a intensidade da iluminação, o móvel em que se repousa, etc.), no que se faz presente a partir da música (melodia, letra, ritmo, no prazer de ouvir determinado timbre, nas emoções e lembranças que uma canção suscita, a política pela qual a música perpassa, etc.), na experiência compartilhada sobre as características de uma canção, etc.

(...) a “experiência” exige a mobilização sensorial e fisiológica do corpo humano; é ao mesmo tempo uma atividade prática, intelectual e emocional; é um ato de percepção e, portanto, envolve interpretação, repertório, padrões: existe sempre em função de um “objeto”, cuja materialidade, condições de aparição e de circunscrição histórica e social não são indiferentes. (GUIMARÃES; LEAL, 2007, p.7 apud JANOTTI, 2012, 4)

Na atualidade, diante da onipresença do consumo de música através de dispositivos e plataformas de streaming, as práticas de escuta estão indissociáveis do

cotidiano das pessoas. Desde caminhar de casa ao trabalho escutando, através dos fones de ouvido, o artista preferido, de organizar playlists para tocar no aparelho de som do carro durante uma viagem, de tentar vencer uma noite de insônia acessando uma playlist voltada para “fazer dormir”, a escuta musical assume maneiras de fazer contribuindo para a materialização dos gostos e dos processos da identidade.

Todos nós ouvimos a música que gostamos como algo especial, como algo que desafia o mundano, que nos leva para “fora de nós mesmos”, coloca-nos em algum outro lugar. “Nossa música” é, dessa perspectiva, especial não só em relação a outras músicas, mas também, e mais importante, para o resto de nossas vidas (FRITH, 1996, p.275)

Diante disto, o gosto nos parece ser uma categoria importante para que possamos refletir sobre os modos de escuta.

O gosto não é um atributo ou uma propriedade (das coisas ou das pessoas). Nem os gostos nem os seus objetos são, portanto, dados ou determinados, é preciso fazê-los aparecer juntos por meio de experiências repetidas, progressivamente ajustadas. (HENNION, 2012, 38)

Neste sentido, o gosto se dá através de um vínculo afetivo que se atualiza a partir da repetição da experiência. Tanto na experiência individual quanto coletiva as músicas têm seus sentidos reforçados a partir da repetição, é a partir de sua banalização que esta torna-se singular. Um hit, por exemplo, é a singularidade que nasce da repetição, de uma gestação calcada na banalização, para verter-se única (SZENDY, 2011).

A repetição, no âmbito da escuta, não se limita ao material sonoro apreciado, mas ao ritual. Como veremos posteriormente, é comum o momento de escuta ser definido no tempo e espaço, o que pode influenciar também o material a ser tocado. Como por exemplo, "música para dormir" escutada na cama, "música para malhar" tocada na academia, "música de dançar" na festa, passando por momentos de meditação e escuta focada.

Esse contexto, onde tempo, espaço, ouvinte (com toda sua complexidade) e os aparatos técnicos se envolvem materializando a escuta nos remete a quando Deleuze se propõe a discutir a subjetivação acionando uma filosofia da dobra: "O que importa, sempre, é dobrar, desdobrar, redobrar" (DELEUZE, 1992, 137 apud ROSE, 2011, 179):

[...] dobra descreve uma figura na qual o lado de dentro, o subjetivo, é, ele próprio, não mais que um momento, ou uma série de momentos, por meio do qual uma "profundidade" foi constituída no ser humano. A profundidade e sua singularidade não são, pois, mais do que aquelas coisas que foram escavadas para criar um espaço ou uma série de cavidades, plissados e campos que só existem em relação àquelas mesmas forças, linhas, técnicas e invenções que as sustentam. (ROSE, 2011, 179)

É então, como se "as relações do lado de fora se dobrassem, se curvassem para formar um forro e deixar surgir uma relação consigo, constituir um lado de dentro que se escava e desenvolve segundo uma dimensão própria" (DELEUZE, 1991, 107 apud ROSE, 2011, 180), caracterizando assim uma rede complexa de agentes e agenciamentos mútuos.

Uma forma melhor de ver os sujeitos é como "agenciamentos" que metamorfoseiam ou mudam suas propriedades à medida que expandem suas conexões: eles não "são" nada mais e nada menos que as cambiantes conexões com as quais eles são associados (ROSE, 2011, 146)

Portanto, a repetição enquanto reflexividade é um gesto importante para o desenvolvimento do gosto e da subjetividade e então para a análise dos modos de escuta que se materializam na atualidade, sobretudo, a partir da intensa interação com dispositivos e plataformas de consumo musical.

Uma concepção reflexiva da atividade dos amadores atua de um ponto de vista mais respeitoso tanto da sua concepção do gosto quanto das suas práticas para lhes revelar a si mesmos. Os amadores não "creem" no gosto das coisas, ao contrário, eles devem fazer com que eles mesmos as sintam. Eles não param de elaborar procedimentos para pôr o seu gosto à prova e para determinar a que ele responde, apoiando-se tanto nas propriedades de objetos que, longe de serem dadas, devem ser desenvolvidas para serem percebidas, quanto nas competências e nas

sensibilidades a serem formadas para perceber essas propriedades.
(HENNION, 2012, 33)

A plataforma sugere modos de escutar a partir dos gêneros e das indicações. A plataforma cria circuitos, uma pista ao gosto e investe numa trilha a perseguir. A plataforma se repete. A plataforma media, interage. É o caso da playlist para dormir, para meditar, para dançar, para fazer sexo, etc. A plataforma é um agente que se reinventa a partir do choque da experiência, absorvendo os dados e refazendo-os.

A escuta então é este processo interativo em que os ritmos e expectativas se chocam propondo caminhos para a experimentação. Os modos de escuta se produzem nos efeitos dessa conversa entre o dispositivo, a plataforma, o ouvinte e os processos de subjetividade, incluindo as suas relações pessoais enquanto comunidade de gosto.

A escuta se faz no desejo, tanto de quem faz a máquina girar e ofertar a canção quanto de quem quer escutar aquilo que faz ouvir a si mesmo projetado no mundo. Então, os modos de escutar se distribuem numa gradação intensiva diante do que se escuta, de como se escuta, quando se escuta e por quem se escuta. As posições do corpo, as preocupações do dia, as angústias, a ansiedade, a temperatura, os prazos a cumprir, a qualidade do aparelho de som, etc. A escuta é uma posição; e então um posicionamento do ouvir. Os modos de escuta são modos de invenção de si.

Dispositivo e Interface

A escuta de reprodução de música gravada, em fruição individual, torna-se móvel, se desterritorializa segundo Nowak (2016), com o Walkman da Sony em 1979, um novo artefato que aumenta as possibilidades espaciais de fruição musical, de experiência de escuta com a música. Assim como o Discman, tocador de MP3, celular tocando arquivo de áudio ou gastando dados de internet com *streaming*, posteriormente, por exemplo. Porém, antes do *streaming* estes momentos eram integrados apenas pelo ouvinte que acionava cada artefato (walkman, vitrola, televisão...) no momento propício. Agora, esta possibilidade se mantém, mas os serviços de *streaming* são

capazes de integrar dados extraídos a partir da monitoração destes momentos. Tais dados são constituintes de uma matriz ontológica⁶, representante computadorizada do usuário na plataforma. Ou seja, a digitalização dos artefatos e a comunicação destes em rede possibilitam que a mesma plataforma seja utilizada para atender a diferentes demandas de contextos de escuta. Portanto, os comportamentos não são fundados pela técnica, porém são reforçados por ela.

“As funções e os processos dominantes na era da informação estão cada vez mais organizados em tomo de redes. Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. Embora a forma de organização social em redes tenha existido em outros tempos e espaços, o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social. Além disso, eu afirmaria que essa lógica de redes gera uma determinação social em nível mais alto que a dos interesses sociais específicos expressos por meio das redes: o poder dos fluxos é mais importante que os fluxos do poder.” (CASTELLS, 1999, p. 566)

Este usuário, aqui usado a partir da compreensão de Montañó (2017), é um construto da plataforma, esta determina um agrupamento de lacunas que são mapeadas a partir das interações do ouvinte com a interface, para com isso, o sistema saber o que apresentar ao ouvinte em sua interface gráfica.

Em sua lógica digital, a cultura convergente é impulsionada pela digitalização das plataformas, pela perspectiva de abundância e das múltiplas conexões entre dados e usuários em rede. Dentro deste contexto, com a capacidade enciclopédica dos meios digitais (MURRAY, 2003) catálogos gigantes de produtos musicais estão disponíveis nos serviços de *streaming*. A lógica de plataformas deste tipo é baseada em acesso e não em posse, são serviços que atuam como pontes para o consumo de dados digitais

⁶ Manovich (2014) usa representação ontológica, no presente artigo chama-se matriz ontológica pois a estrutura do dado em si é dada nesta forma de representação. As informações dos usuários são organizadas em matrizes de números racionais para sua utilização como variáveis de um algoritmo (ZHANG, 2013).

(KIRSCHINHEVSKY *et al.*, 2015). Logo, as informações do usuário são importantes para a definição de uma hierarquia de conteúdo.

A plataforma, então, atua como dispositivo no sentido de Agamben:

“[...] chamarei literalmente de dispositivo qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes. (Agamben, 2009, p.40)”

Pois, ao apreender os gestos a plataforma se modula. Há uma relação de retroalimentação do usuário que responde aos estímulos da interface das plataformas e ao interagir a reprograma. Os sistemas de *streaming* mapeiam constantemente as interações, para assim, apresentar conteúdo que o algoritmo de inteligência artificial julgue mais atrativo para o usuário logado. A técnica e o uso interagem criando ordenações mais evidentes em suas interações, ao passo que os mecanismos embutidos no sistema estão ocultos, vê-se apenas a modulação da interface. A relação de fabricação de Certeau (2001) se complexifica, tornando-se uma via dupla ainda mais evidente e com um trânsito mais diversificado. Em um paradigma em que os produtos são pensados para responderem a estímulos, o design da interface é pensado para ser remixado pelos usuários, estas interfaces são compreendidas em fluxo, assim elas são experienciadas.

Dispositivos e Usabilidade

Para Jenkins (2006) comportamentos fundantes da convergência cultural se apresentavam antes da digitalização dos meios de consumo, durante a popularização das mídias digitais e do *streaming* alguns destes padrões de consumo já existentes foram reforçados. A convergência cultural aponta para estes novos modos com que as audiências se engajam e as novas formas de consumo. Para o autor o fluxo de conteúdos em diversas plataformas, a integração de diferentes mercados midiáticos e um

comportamento de interação multimodal com os meios definem esta convergência que se espalha nas searas de tecnologia, mercado, cultura e do social.

Para caracterizar uma mudança no trinômio mercado-cultura-sociedade é imprescindível a modificação do uso, a influência no cotidiano. A invenção da técnica não reverte em inovação sem o impacto no comportamento e, conseqüentemente, na cultura. O foco na interpretação de tais dinâmicas é regido pela adoção e influência das tecnologias na cultura, de como a cultura se apropria e transforma o artefato a partir do uso e da produção de sentido deles em diversos contextos, ao passo que também se transforma. Embutindo, assim, não apenas sentido material, mas simbólico para o artefato.

Esta constante ressignificação dos objetos através de apropriação e uso corrobora com a visão de Martín-Barbero (2009) onde novas formas de consumo são possíveis através de sua adoção no cotidiano, da vida social que dá sentido a novos usos.

Estamos afirmando que as modalidades de comunicação que neles [meios] e com eles aparecem só foram possíveis na medida em que, a partir da vida social, davam sentido a novas relações e usos. Estamos situando os meios no âmbito das mediações, isto é, num processo de transformação cultural que não se inicia nem surge através deles, mas no qual eles passarão a desempenhar um papel importante a partir de um certo momento [...] (*op. cit.*, p. 197).

Embora, compreendendo por uma perspectiva culturalista vê-se a forma como os indivíduos dão sentido aos objetos, plataformas e meios; estes meios influenciam comportamentos ao potenciar (ou facilitar) possibilidades. Como, por exemplo, no passado, fazer uma mixtape em k7 de 60 minutos durava mais que uma hora, entre trocar um disco por outro, escolher a faixa, apertar o "play" e o "rec". Além do esforço de obter as mídias físicas para as regravar, ou esperar a música tocar na rádio. Em uma plataforma como o Spotify, por exemplo, uma *playlist* do mesmo tamanho pode ser feita em menos de 5 minutos e compartilhada na página de perfil do usuário e entre seus colegas de redes sociais. Esta usabilidade, no sentido de facilidade de uso para execução de uma tarefa, é um fator de incentivo a determinados comportamentos (KLEIN, 2013).

Considerações Finais

O presente artigo apresenta as reflexões iniciais de uma pesquisa desenvolvida pelo L.A.M.A. (Laboratório de Análise de Música e Audiovisual) e teve como pretensão elucidar questões no tocante à fruição de música no cotidiano e a influência dos dispositivos. Também, como os dispositivos são valorizados ao passo que são imbuídos de significado pelo usuário em seu cotidiano.

Um dos próximos passos na pesquisa será uma etapa de entrevistas semiestruturadas para compreender de forma qualitativa a relação dos ouvintes com o espaço, tempo e os dispositivos na experiencição da música. A partir da evidência da importância dos modos de escuta como um conjunto de práticas fundamentais numa cultura de consumo de música, visamos nos aprofundar na apresentação desses modos como caminho para mapear determinadas práticas da invenção de si na atualidade.

Referências Bibliográficas

AGAMBEN, G. O que é o contemporâneo? E outros ensaios. Trad. Vinicius Nicastro Honesko. - Chapecó, SC: Argos, 2009.

AMARAL, A.; AQUINO, M. C. “Eu recomendo... e etiqueto”: práticas de folksonomia dos usuários no Last.fm.. *Líbero* – São Paulo – v. 12, n. 24, p. 117-130, dez. de 2009.

ARAÚJO, R. B. (2003). Computação ubíqua: princípios tecnologias e desafios. Paper presented at the XXI Simpósio Brasileiro de Redes de Computadores, Natal.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CERTEAU, Michel de. A invenção do cotidiano: as artes do fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

CLARKE, E. (2005). *Ways of listenings. An ecological approach of musical meaning.* (First ed. Vol. 1). New York: Oxford University Press New York.

FERRARA, D. L. Comunicação entre mediações e interações. Compós, 2011.

FERRETTI, U. (2011). Entornos sonoros. Sonoridades e ordenamentos. (Doctorado Tesis), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Retrieved from <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/35083/000794283.pdf?sequence=1>

FRITH, Simon. *Performing Rites: on the value of popular music*. Cambridge/Massachusett: Havard University Press, 1996.

FULLER, John; HUBENER, Lauren; KIM; Yea-Seul; LEE, Jin Ha. *Elucidating User Behavior in Music Services Through Persona and Gender*. Proceedings of the 17th ISMIR Conference, New York City, USA, August 7-11, 2016.

HENNION, A. *Reflexividades: a atividade do amador*. Revista de pós-graduação em sociologia da UFPE. v.16, 2012.

KLEIN, Laura. *UX for Lean Startups: Faster, Smarter User Experience Research and Design*. Califórnia: O'Reilly Media, 2013

KISCHINHEVSKY, M, VICENTE, E, DE MARCHI, L. *Música Infinita: serviços de streaming como espaços híbridos de comunicação e consumo musical*, Compós, 2015

KUNIAVSKY, Mike; GOODMAN, E.; MOED, A. *Observing The User Experience: A practioners Guide to User Research*. São Francisco: Morgan Kaufmann Publishers, 2a ed., 2012.

JANOTTI, J. J. *Rock like me the devil: a assinatura das cenas musicais e das identidades metálicas*. Ed. Livrinho de Papel Finíssimo. Recife, 2014.

JANOTTI, J. J. *War for Territory: cenas, gêneros musicais, experiência e uma canção heavy metal*. XXI encontro anual da Compós. Universidade Federal de Juiz de Fora. 2012.

LEE, J. H.; PRICE, R. *Understanding users of commercial music services through persona: design implications*. Proceedings of the 16th ISMIR Conference, Málaga, Espanha, Outubro 26-30, 2015.

MANOVICH, Lev. *El software tome el mando*. Barcelona, UOC Press, 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MONTAÑO, S. *A construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube*. Revista Famecos. v. 24, n. 2, Porto Alegre, 2017.

MURRAY, Janet. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*; tradução de Elisa Khoury Daher, Marcelo Fernandes Cuzziol – São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

NOGUEIRA, V. M. *Música na carne: o caminho para a experiência musical incorporada*. Revista do Programa de Pós-graduação em música da UNB, 2014.

PASQUINELLI, Matteo. Capitalismo Maquínico e Mais-Valia de Rede: notas sobre a economia política da máquina de Turing. Lugar Comum – Estudos de Mídia, Cultura e Democracia, Rio de Janeiro/RJ, n. 39, 2013, p. 13-36.

ROSE, Nikolas. In Nunca fomos humanos – nos rastros do sujeito / organização e tradução de Tomaz Tadeu da Silva --- Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

SÁ, S. M. A. P.. Se você gosta de madonna também vai gostar de britney! Ou não?! Gêneros, gosto e disputas simbólicas nos sistemas de recomendação musical. E-Compós (Brasília), v. 12, p. 1-18, 2009.

SZENDY, Peter. Hits. Philosophy in the Jukebox, Fordham University Press, 2011.

ZHANG, B. *et al.* Understanding user behavior in Spotify. Delft University of Technology, República Tcheca, 2013.