

**FACULDADE DE DIREITO DE VITÓRIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

RAFAEL ABAURRE PAES

**MUDANÇAS NA INDÚSTRIA DA MÚSICA: REFLEXÕES
SOCIOLOGICAS DO CONSUMO E FORMAÇÃO DO GOSTO
MUSICAL PELOS SERVIÇOS DE STREAMING**

VITÓRIA
2020

RAFAEL ABAURRE PAES

**MUDANÇAS NA INDÚSTRIA DA MÚSICA: REFLEXÕES
SOCIOLÓGICAS DO CONSUMO E FORMAÇÃO DO GOSTO
MUSICAL PELOS SERVIÇOS DE STREAMING**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da
Faculdade de Direito de Vitória – FDV, como
requisito para obtenção do grau de bacharel em
Direito.

Orientador: Prof. Dr. André Filipe Pereira Reid dos
Santos

VITÓRIA
2020

RAFAEL ABAURRE PAES

**MUDANÇAS NA INDÚSTRIA DA MÚSICA: REFLEXÕES
SOCIOLOGICAS DO CONSUMO E FORMAÇÃO DO GOSTO
MUSICAL PELOS SERVIÇOS DE STREAMING**

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Faculdade de Direito de Vitória – FDV, como requisito para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Aprovada em:

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. André Filipe Pereira Reid dos Santos

Faculdade de Direito de Vitória – FDV

Examinador

Faculdade de Direito de Vitória - FDV

RESUMO

Considerando a mudança provocada no campo da música a partir das plataformas de streaming, esse estudo se direcionará a análise da formação do gosto musical, alicerçando-se nos conceitos sociológicos de Pierre Bourdieu, em um primeiro momento. Aliado a isso, será explanado a formação da indústria musical, e as eventuais mudanças quanto a oferta e consumo da música como mercadoria. Derradeiramente, com enfoque nas perplexidades envoltas nesse contexto, essas serão analisadas com supedâneo em autores que enxergam ressalvas às facilidades tecnológicas vivenciadas em larga escala atualmente. Paralelamente, com base na pesquisa de campo e posterior análise dos dados obtidos, essa pesquisa irá analisar se as reflexões aqui delineadas se coadunam com as respostas colhidas.

Palavras-chave: Campo. Capital. Habitus. Indústria da Música. Indústria Fonográfica. Vigilância. Liberdade. Privacidade. Autodeterminação. Dados pessoais.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
1 SOCIOLOGIA DOS CAMPOS DE BOURDIEU E A INDÚSTRIA DA MÚSICA.....	7
2 AVANÇOS TECNOLÓGICOS E TRANSFORMAÇÕES NO CAMPO DA MÚSICA	12
3 VIGILÂNCIA X AUTODETERMINAÇÃO.....	19
3.1 ANÁLISE DA PESQUISA DE CAMPO.....	27
3.1.1 Frequência de uso do Aplicativo	28
3.1.2 Aceitação das sugestões feitas pelo Aplicativo.....	29
3.1.3 Influência do algoritmo na formação do gosto musical.....	30
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	32
REFERÊNCIAS.....	33

INTRODUÇÃO

Esse estudo se lançará a uma análise da indústria musical, abordando forma pela qual ela surge e se consolida, e as inevitáveis mudanças que ocorrem, que são proporcionais ao avanço tecnológico inerentes à sociedade. Sendo assim, tal análise a mudança da indústria, terá como objetivo principal, destrinchar a formação do gosto musical, considerando o consumo da música através das plataformas de streaming. De todo modo, dentre as plataformas de streaming musical, a presente monografia dará enfoque ao Spotify, a fim de que as bases de análise se tornem mais exequíveis.

Em um primeiro momento, será necessário estabelecer um dos alicerces teóricos para se compreender a reflexão sociológica. Para tanto, será delineado de modo conciso, a Sociologia dos Campos de Pierre Bourdieu, considerando a sua consonância e adequação à estudos de realidades sociais. Sendo assim, a definição conceitual de “campo”, “capital” e “habitus” se faz precisa, a fim de que se entenda a disputa de forças dos agentes que participam da indústria musical.

Posteriormente, a pesquisa se dedicará a entender o surgimento da indústria musical, bem como os avanços tecnológicos que moldaram, e continuam moldando as suas características constitutivas próprias. Nesse momento, entende-se a música como uma mercadoria, que tem as suas formas de consumo modificada proporcionalmente às formas de produção e distribuição, que década após década são alteradas e aperfeiçoadas, o que será relacionado a formação do gosto musical.

Derradeiramente, será aprofundado a questão do consumo musical a partir das plataformas de streaming sob uma ótica da constante extração de dados pessoais dos usuários. Para tanto, sob uma ótica que problematiza essa realidade, reflexões sobre a liberdade, privacidade e autodeterminação são feitas, trazendo considerações teóricas de autores que enxergam esse contexto com perplexidade.

1 SOCIOLOGIA DOS CAMPOS DE BOURDIEU E A INDÚSTRIA DA MÚSICA

A análise da problemática deste trabalho utilizará a teoria de Pierre Bourdieu para compreensão dos processos histórico-sociais em andamento. Desse modo, para que a compreensão dessa pesquisa possa ocorrer adequadamente, é preciso que alguns entendimentos desse sociólogo sejam aqui expostos e delineados em um primeiro momento, para que não aconteça uma desorientação no entendimento desse estudo. Sendo assim, de modo sintético, a “sociologia dos Campos” de Bourdieu será exposta, circunscrevendo os conceitos de “campo”, “capital” e “habitus”.

De antemão, tem-se que a sociologia dos campos tecida por Bourdieu é uma ferramenta muito prestigiada e utilizada pela comunidade acadêmica, com ênfase em pesquisas de campo voltadas a análise de realidade social. Posto isso, cabe sublinhar que dentro dessa ferramenta, os entendimentos de campos, capital e habitus ocorrem de forma conexa, isto é, cada um possui um sentido diferente, porém o entendimento do fenômeno social analisado deve interconectar essas três noções fundamentais da teoria de Bourdieu.

Nesse sentido, entende-se que o pensador francês conceituou “campo” como um espaço simbólico pelo qual os agentes sociais se encontram lutando para determinar e legitimar representações, isto é, obter êxito em dominar o campo e também conseguir “troféus” característicos e correspondentes ao mesmo. Entende-se, portanto, que campo se constitui como um espaço de luta entre os agentes sociais que buscam manter ou atingir determinadas posições.

Nessa esteira, tem-se que cada campo é investido de certa autonomia, isto é, possui leis e normas específicas, que se tornam características constitutivas e distintivas. Dessa forma é possível produzir de forma singular as regras de comportamento de cada campo e por conseguinte a hierarquização dos agentes incluídos no mesmo (FERREIRA, 2013, p. 47). Posto isso, apesar de um campo possuir autonomia, eles também são paralelamente influenciados e associados a outros campos de maior

abrangência, como o campo econômico. Desse modo, Bourdieu reconhece que há constante comunicação entre campos distintos. Portanto, é perceptível que um campo é dotado de autonomia, mas não é independente, sobretudo quando é realizada uma análise mais universal.

No entendimento de Bourdieu, o campo é predominantemente um espaço simbólico, no qual é possível que os conflitos imanentes não sejam percebidos ou reconhecidos pelos agentes que o compõem. De todo modo, um campo nasce do conflito, da luta entre os agentes que estão norteados a disputar certos “troféus” (capitais) específicos, que são valorizados de acordo com as características de cada campo (BOURDIEU, 2002, p. 67).

Feita essa sintética delimitação conceitual do campo, passamos a compreender o capital. Bourdieu concebe e exterioriza o capital sobre outras dimensões de entendimento e interpretação que não se restrinjam ao aspecto econômico. Sobre influência marxista, Bourdieu adota também esse termo em sua sociologia dos campos, conquanto, estabelece que a dominação sobre o indivíduo e o acúmulo de riquezas pode se dar em outros modelos, tais como o capital cultural, social e o simbólico.

A partir desse entendimento, cabe reforçar que um campo surge por meio de disputa entre os agentes que tem por objetivo acumular capitais específicos. Sendo assim, é dedutivo dizer que aqueles possuidores do monopólio do capital legitimado e valorizado de um determinado campo possuem maior possibilidade de serem obedecidos no tocante as suas opiniões e escolhas, em outras palavras, o capital é a medida que irá indicar quem assume a posição de dominador e de dominado, ele determinará a posição social do agente.

Destrinchando ainda mais o capital em Bourdieu, entende-se que pode assumir um sentido de poder econômico, no entanto, o conceito de capital não se engessa a tal concepção, visto que a sociologia dos campos é voltada à análise da sociedade e suas inúmeras realidades, o que faz dela em si versátil e adaptável em outras hipóteses de estudo que não centralizadas no aspecto da economia. Isto posto, destaca-se aqui o capital simbólico, pois receberá mais ênfase visto a proximidade

com o que se pretende discutir pelo tema central. Referente a tal capital, é possível estabelecer que em um campo onde estão dispostos os dominantes e os dominados, ocorre a determinação e imposição do “arbitrário cultural” por parte dos que estão hierarquicamente superiores dentro do respectivo campo. Através do arbitrário cultural, Bourdieu diz que ocorre a legitimação da dominação, de modo que não é sentida, mas sim consentida por parte dos agentes (BOURDIEU, 2002, p. 66). A isso, o autor francês atribui o nome de violência simbólica, isto é, uma violência permitida por meio da internalização da própria linguagem.

Dito isso, é preciso estabelecer que essa violência simbólica só é realizada efetivamente quando todos os agentes do campo tiverem aceitado e incorporado as normas de comportamento, as regras do jogo, ou seja, o *habitus* específico. Dessa forma, a compreensão de *habitus* pode ser norteada por conhecimentos adquiridos com o tempo, que tornam os indivíduos homogêneos no que diz respeito ao comportamento em um determinado campo.

Compreende-se, portanto, que para existir um campo é necessário a presença de pessoas prontas para disputar o jogo de forças, equipadas de um *habitus* originado no conhecimento e reconhecimento das leis inerentes ao jogo. (BOURDIEU, 1983, p. 89). Aliado a isso, pode-se conceber o *habitus* como uma estrutura estruturante, na medida em que molda e constrói as práticas e representações por parte dos agentes, mas pode-se concebe-lo também como uma estrutura estruturada, visto que é composto, criado e repensado pelos mesmos agentes sociais que integram o campo (PEREIRA, 2015, p.344). Disso pode-se aduzir que um *habitus* é incorporado ao mesmo passo que também pode ser transformado.

Feita a explanação concisa dos entendimentos de campo, capital e *habitus* segundo Bourdieu, é necessário que ocorra a adequação e harmonização dos conceitos trabalhados com a análise central pretendida nessa monografia, qual seja: A mudança na indústria musical, no tocante às formas de oferta e consumo da música por meio dos serviços de *streaming*, e as consequências para o indivíduo.

De todo modo, ao se entender campo por meio da ótica bourdieusiana, tem-se que na sociedade co-existem diversos campos, que possuem características próprias, mas

que se comunicam frequentemente. Nessa esteira, temos que aprioristicamente, um campo se constitui por um espaço pelo qual os agentes disputam para assumir status de dominadores e não de dominados. Analogamente, no tocante à indústria musical, os agentes competidores correspondem às empresas, instituições e artistas voltados para a produção e disponibilização da música no mercado, como um produto a ser consumido pela sociedade.

Compreender a indústria musical como campo é um postulado para o desenvolvimento desse trabalho, pois a partir disso será mais transparente a ideia de que existem campos de forças que lutam por capitais específicos e conseqüentemente incorporam um *habitus* próprio naqueles que produzem e consomem a música. Antes de estabelecer quais são os capitais específicos disputados ou o *habitus* que é transmitido por tal campo é necessário esclarecer o comportamento desse campo.

Assim sendo, analisar historicamente o surgimento e desenvolvimento da indústria musical é o objetivo da segunda parte desse estudo, no entanto, de acordo como o transcorrer da história desse contexto, é possível evidenciar que, dentre os agentes incluídos nesse campo, sobressaem as gravadoras e produtoras musicais, os artistas e por fim os ouvintes.

Podemos estabelecer que há no campo da indústria fonográfica, uma escala de poder, de dominação. Nesse sentido, as gravadoras sempre se mantiveram no topo da estrutura hierárquica do campo, o que promovia a subordinação dos artistas às mesmas, realidade que os subjugava aos padrões mercadológicos pré-estabelecidos pelas próprias gravadoras. Posto isso, é sabido que quanto maior o acúmulo de capital por parte de um agente, maior é a sua dominação passível de ser exercida em face dos outros agentes do campo.

Assim, analogamente, temos que as gravadoras sempre tiveram as ferramentas para determinar os rumos do mercado da música, restando à disputa entre as mesmas determinar qual artista teria um contrato assinado e quais músicas seriam disponibilizadas para os ouvintes por intermédio das rádios, vinis, cd's e outros meios de comunicação em cada tempo histórico. Percebe-se, portanto, que não havia muito

espaço para uma produção musical independente, algo que não condiz com a realidade da cena musical hodierna, transfigurada pelos meios digitais.

A partir dessa percepção, resta certificar qual é o capital específico desse campo pelo qual os agentes disputam. Não se pode negar que o capital no sentido econômico está presente na disputa desse campo, contudo podemos entender a produção musical e conseqüentemente cultural também como um capital disputado, tanto pelas gravadoras quanto pelos artistas. Sendo assim, é viável entender que a produção musical quando monopolizada por certos grupos, fornece aos mesmos, enriquecimento monetário e instrumentos de dominação que irão determinar o comportamento, de quem produz a música e também de quem a reproduz (ouvintes).

À luz do que foi dito anteriormente, entende-se que esse comportamento determinado no campo da indústria musical condiz com a concepção de *habitus*, ou seja, as regras do jogo que são construídas, transmitidas e incorporadas pelos jogadores. Entretanto, deve ser aqui estabelecido que a mudança na indústria musical afeta, sobretudo o *habitus* dos agentes, isto é, a forma de se comportar e de se relacionar com a música vêm se alterando rigorosamente para as gravadoras, artistas e mais especificamente os ouvintes.

De antemão, notabiliza-se que o *streaming* musical representa uma mudança substancial na dinâmica comportamental dos produtores e consumidores da música, o mesmo é fruto da adaptação que vem se efetivando no tocante a revolução digital e o *modus operandi* da sociedade, em amplo entendimento. De todo modo, durante todo o século XX, o campo da indústria musical foi alvo de mudanças proporcionais à evolução da sociedade, mas esse novo modelo que se estabeleceu, é aliado ao avanço da tecnologia e à crescente presença em nossas vidas, portanto, isso implica dizer que tal mudança se distingue de todas as outras sofridas pelo campo da indústria musical/fonográfica, transformando categoricamente o *habitus* específico desse campo.

Sendo assim, devido à mudança estrutural sofrida no campo, as plataformas de *streaming* musical assumem posição dominante, isto é, se estabeleceram no mercado e prometem estender cada vez mais a sua abrangência nesse meio, por efeito da

constante penetração das inovações tecnológicas no estilo de vida da sociedade. Referente a tal conjuntura, ao ouvinte é atribuído o sinônimo de usuário, ou seja, são pessoas que tem acesso ao serviço de *streaming* disponível (milhares de músicas) e a empresa contratada também possui acesso/controla sobre o usuário, mais especificamente sobre um monitoramento comportamental do indivíduo dentro da plataforma.

Tal monitoramento comportamental, feito pelas empresas que fornecem o *streaming* de músicas, estão em consonância com os outros ramos da tecnologia presentes no nosso cotidiano, como as redes sociais. Tal consonância se realiza pelo fato de exercerem sobre o indivíduo uma “vigilância ubíqua”, de modo que se torna possível conhecer a personalidade e as características de uma pessoa pela forma como ela se comporta e se relaciona com esses aparatos viabilizados pela tecnologia.

É nesse viés que se nota uma mudança no *habitus*, pertinente ao campo da indústria fonográfica, pois a formação do gosto musical, por exemplo, deixa de ser pautada tão somente na investigação cotidiana e troca cultural entre pessoas, e se permite que a interação com plataformas de streaming promova um monitoramento dos seus comportamentos, tornando-se possível influir na formação do gosto musical do usuário, através de mecanismos próprios do streaming musical, que serão melhor tracejados na segunda parte desse estudo.

2 AVANÇOS TECNOLÓGICOS E TRANSFORMAÇÕES NO CAMPO DA MÚSICA.

Nesta segunda parte, o objetivo é tratar do surgimento e evolução da indústria fonográfica. De maneira que sejam analisadas as mudanças na oferta e consumo da música, traçando uma análise que vai verificar as interferências dos avanços tecnológicos na formação e transformação do campo da música.

Em um primeiro momento, tratando-se do surgimento da indústria fonográfica, Thomas Edinson, ao final do século XIX, anunciou à sociedade uma de suas brilhantes invenções, isto é, o fonógrafo. É a partir dessa criação é que se se fez possível consolidar a música não só como uma arte, mas também como um produto, apto a ser distribuído e consumido em larga escala.

Em termos gerais, o fonógrafo, permitia gravar e reproduzir sons, mesmo que ainda com qualidade rudimentar. Posteriormente, surge o Gramofone, outra invenção que supera limitações que o fonógrafo possuía. Ressalta-se, ainda, que o gramofone ampliou os horizontes da indústria fonográfica:

[...] o alemão Emil Berliner cria o gramofone (BLANNING, 2001), com o qual surge o disco plano e a possibilidade de sua produção em série e o consumo de uma maior fatia da população. Posteriormente, três empresas (“Big Three” – Edison’s National Phonograph Company, Victor Talking Machine Company e Columbia) dominaram o mercado fonográfico por duas décadas, com grande aceitação e vendas que, em um ano, atingiram cerca de 3 milhões de discos nos EUA, consumo apenas afetado pela Crise de 29. (GENESA; CRAVEIROA; PROENÇA, 2012, p. 174)

Nesse panorama, com a transição da gravação mecânica para a gravação elétrica (microfone), já no início do século XX, a produção musical encontrava novos meios de se engendrar e conseqüentemente aumentar sua capacidade arrecadatória. Isso porque com a popularização do rádio como principal meio de comunicação, foi possível que a música penetrasse no cotidiano das pessoas, sonorizando espaços, casas, bares, sem a necessidade de um músico presente, reproduzindo o seu som.

A partir disso, é pertinente a afirmação de que as inovações tecnológicas que naturalmente ocorrem com o transcorrer das décadas, moldam o campo da indústria musical/fonográfica, de modo a decidir quem serão aqueles atores aptos para a disputa de capitais ou “troféus” no campo da música.

[...] É importante ressaltar que a evolução técnica da indústria da música ao longo dos anos trouxe diferentes integrantes à sua cadeia produtiva, tendo como exemplos a indústria de equipamentos de som e gravação, além dos novos produtores e fornecedores de disco. (GENESA; CRAVEIROA; PROENÇA, 2012, p. 176).

Com apoio nesse entendimento, os padrões de produção da indústria musical seguiram a todo tempo as limitações tecnológicas. Sendo assim, é importante que tais limitações sejam aqui abordadas, sinteticamente. De início, os discos eram feitos no molde de 78 rotações, com cada face durando em média 3 minutos, algo que de certa forma criou um padrão de duração em termos de música popular. Dessa análise, conclui-se que o hábito de escutar uma música, se tornava cansativo, obrigando que as pessoas trocassem seus discos de 3 em 3 minutos.

É somente no final da década de 40 que o disco de vinil surge, superando a limitação quanto a duração das músicas, de modo considerável. Isso consequentemente trouxe um aumento de lucro extraordinário para as gravadoras.

Em 1949, a Columbia e a Victor lançam dois novos tipos de mídias: os pequenos discos de vinil de 7" ou EP (Extended Play) com até 8 minutos de execução por lado, utilizado para singles; e os discos de 12" ou LP (Long Play) com cerca de 20 minutos de execução por lado. Antes acostumadas a vender apenas singles, as gravadoras percebem o sucesso dos hits e lançam esses títulos somente nos LPs (mais caros que os EPs), aumentando suas receitas. (GENESA; CRAVEIROA; PROENÇA, 2012, p. 174).

O formato propiciado pelo vinil superou as restrições no tocante à quantidade de músicas por disco e fez com que se estabelecesse um novo padrão que norteou a indústria fonográfica, modificando o *habitus* até então estabelecido nesse campo, tanto para quem produzia a música, quanto para quem a consumia. Os artistas, com a possibilidade de rechearem os discos com mais canções acabaram por aderirem à estética dos álbuns musicais. Nesse contexto, mesmo que possível, não existia na indústria fonográfica uma facilidade conferida aos artistas de produzir os seus álbuns independentemente, sendo assim, visando atingir a ascensão no mercado era necessário primeiro firmar um contrato com uma gravadora, que assumiria a função de "abrir as cortinas" para os artistas.

Na esteira de inovações tecnológicas, surgem posteriormente ao vinil as fitas magnéticas, que novamente alteram os padrões de produção, oferta e consumo da música. Com as fitas magnéticas, as técnicas de edição foram aperfeiçoadas, possibilitando que os produtores musicais inovassem no tocante à sonoridade da música, tornando mais fácil a lapidação e fazendo com que a qualidade do produto final crescesse.

Por meio da gravação de conteúdos sonoros em fitas magnéticas foi propiciado as pessoas maior versatilidade tanto no sentido de ser possível reproduzi-las em carros, toca-fitas... quanto no sentido de permitir ao ouvinte organizar dentro de uma fita cassete por exemplo, músicas diferentes. É, contudo, no período da fita cassete, que teve seu auge entre as décadas de 70 e 90 que a pirataria musical passou a fazer parte da realidade da indústria fonográfica. Algo que ameaçava os padrões de acúmulo de capital por parte das gravadoras e dos artistas.

Futuramente, a inovação tecnológica que passaria a se comunicar com a indústria musical seria o processo de digitalização das mídias. Isso ocorre primeiramente durante a década de 90 e 2000, com a difusão dos CD's (*compact discs*). Os discos compactos assumiram posição de relevância no comércio dos álbuns musicais durante um período muito curto se for feita uma relação com o disco de vinil, e no tempo em que estiveram no apogeu, a prática da pirataria cresceu exponencialmente, significando o início de uma crise de arrecadação que atingiria sobretudo as gravadoras.

Em paralelo, se atendo aos impactos promovidos no modo de se consumir música, ressalta-se que: “[...]. O surgimento dos walkmans e CD players trouxe uma praticidade e ouvir música deixava de ser uma atividade em si, tornando-se complementar às atividades do dia a dia das pessoas. [...]” (GENESA; CRAVEIROA; PROENÇA, 2012, p. 176).

A crescente facilitação e conforto quanto ao modo de ouvir música segue triunfante com surgimento do MP3, no início dos anos 2000. Os MP3 *players*, tornavam possível transportar música na formatação de mídia digital de modo portátil e paralelo à difusão dos MP3 *player estava* a democratização da internet na sociedade, que proporcionava aos ouvintes efetuarem downloads por meio de programas de compartilhamento de arquivos de música. As gravadoras que dominavam o campo da indústria fonográfica alegavam que esse modelo não respeitava a distribuição dos direitos autorais das obras, o que se constituía verídico, mas uma vez que esse modelo de oferta e consumo musical se estabeleceu, evidenciou-se somente o seu crescimento e aceitação.

Desse modo, a pirataria musical se cristalizou também por meio de compartilhamentos ilegais na internet, simbolizando a derrocada do antigo padrão de consumo e venda dominado e controlado pelas grandes gravadoras. À vista disso, as gravadoras tiveram que se reinventar e aderir também à comercialização via internet. Contexto pelo qual não conseguiriam se reerguer, pois disponibilizavam música de forma onerosa no mesmo ambiente onde se conseguia por meio de um download gratuito a mesma música. Nesse sentido, temos que:

Um grande marco no mercado foi o surgimento do fenômeno Napster. Lançado em 1999, o programa era capaz de conectar usuários de qualquer lugar do mundo através da rede P2P (Peer-to-Peer), facilitando a troca online de arquivos. O sucesso foi instantâneo. Em fevereiro de 2001, o Napster chegou a atingir a marca de 26,4 milhões de usuários conectados simultaneamente, compartilhando milhões de músicas (COMSCORE, 2001). Pouco tempo depois, as grandes gravadoras se sentiram ameaçadas e reagiram, alegando que o software feria a Lei do Copyright ao disponibilizar gratuitamente pela internet as músicas sem pagar seus direitos autorais. O Napster encerrou seus serviços, mas surgiram muitos outros programas semelhantes, como Morpheus, Kazaa e eDonkey, que também possibilitavam a transferência gratuita de arquivos pela rede. (GENESA; CRAVEIROA; PROENÇA, 2012, p. 175).

O último avanço na forma de oferta e consumo da música até agora se realizou por meio do *streaming*, um fenômeno recente que vem desconstruindo antigos costumes e criando novas formas de se ouvir música. Basicamente, o *streaming* permite o acesso praticamente ilimitado a conteúdos musicais sem que seja necessário fazer um download de determinado arquivo em MP3, basta estar online em uma plataforma digital que abarque esse modelo.

Os impactos do *streaming* são recentes, mas já representam uma nova quebra de paradigmas na indústria fonográfica. Nesse cenário, as plataformas que adotam esse formato oferecem ao ouvinte um conteúdo musical, que pode ser obtido por meio gratuito ou oneroso (assinaturas). Dessa forma, é possível por meio de computadores, celulares e dentre outros dispositivos obter acesso imediato à mídia digital disponibilizada, onde e quando quiser.

Com relação à mudança pelo *streaming*, tem-se que o acesso a música de forma praticamente ilimitada faz com que seja necessário um “auxílio” da plataforma, para

que o exercício de ouvir música possa ser otimizado nesse novo padrão de oferta musical. Nessa ótica, empresas como o Spotify (maior aplicativo de streaming musical) estudam as predileções de seus usuários e por meio de um potente algoritmo, conseguem fornecer sugestões musicais feitas com base na análise comportamental do usuário dentro da plataforma, formando assim um novo padrão de conhecer e de se escutar música.

Por conseguinte, tais sugestões podem contribuir para a formatação do gosto musical e também representar um processo de violência simbólica, que ocorre de modo sutil e velado, indo de encontro com a autodeterminação. Nessa linha de raciocínio, temos que na paradoxal realidade de digitalização da vida humana, junto a democratização de acesso à dispositivos eletrônicos:

[...]O facilitado acesso à informação, aliado ao contínuo barateamento de custos de produção desses novos dispositivos eletrônicos e dos serviços por ele proporcionados, sem olvidar da diminuição do tamanho desses acessórios, que, paradoxalmente, passaram a agregar em seu rol de especificações uma gama cada vez maior de funções, são fatores que indubitavelmente conferiram maior dinamismo e eficiência às relações pessoais, comerciais e governamentais, mas trouxeram consigo problemas novos e preocupantes. (GUZANSKY, SANTOS, BUSSINGER, 2020, p.4).

De modo geral, delineou-se as principais transformações no campo da indústria musical/fonográfica, que realmente foram capazes de modificar os *habitus* relativos a produção e distribuição musical. Outrossim, de modo a relacionar a alternância de comportamento da indústria, com o processo de formação do gosto musical, é necessário entender que o gosto, sob a ótica de Bourdieu, está atrelado à forma pela qual os bens são produzidos e distribuídos.

[...], os gostos efetivamente realizados dependem do estado do sistema dos bens oferecidos, de modo que toda mudança do sistema de bens acarreta uma mudança dos gostos; inversamente, qualquer mudança dos gostos resultante de uma transformação das condições de existência e das disposições correlatas e de natureza a determinar, quase diretamente, uma transformação do campo da produção, facilitando o sucesso, na luta constitutiva deste campo, dos produtores mais bem preparados para produzir as necessidades correspondentes as novas disposições.” (BOURDIEU, 2007,p. 216)

Dessa análise, extrai-se que o streaming musical compreende, hodiernamente, grande domínio sobre o campo da música, considerando que de fato estão mais “bem

preparados para produzir as necessidades correspondentes as novas disposições”, tendo em vista a transformação no campo de produção, adequando-se à digitalização da vida humana, e as práticas do cotidiano.

A música na realidade do streaming, sob uma perspectiva de consumo da mesma como um produto, sofre severa mudança. Tal afirmação se faz, levando em análise que a formação do gosto musical, anteriormente, ocorria com base na investigação individual; por meio de indicações de amigos, membros da família, e pelo marketing advindo do mainstream, difundido sobretudo pela rádio e televisão. Tal realidade, somada a fatores subjetivos, era o que conduzia essencialmente o indivíduo às predileções musicais.

É importante estabelecer que tais atividades e habitualidades quanto a formação do gosto estabelecidas pela indústria antigamente, não deixam de existir e interferir na realidade atual, e naturalmente continuarão fazendo parte da lógica de oferta e consumo. Tão somente é preciso ter a noção de que o consumo por meio de streaming traz uma recente perplexidade, dificilmente sentida, mas que assume enorme potencial no que diz respeito ao cerne desse estudo, isto é, a formação do gosto musical.

Paralelamente, o Streaming musical permitiu que as produções independentes fossem potencializadas, na medida em que não se faz mais necessário possuir um contrato com uma gravadora para que a música seja de fato difundida popularmente. Essa realidade, retira grande parcela de dominância e controle das gravadoras sobre o campo.

Nesse ponto, entretanto, é necessário sublinhar que ao mesmo tempo em que o streaming fornece oportunidade de divulgação na cena musical, servindo de ajuda aos artistas independentes, ela os coloca em uma posição difícil, quanto a distinção e sucesso. Isso ocorre porque a sua visibilidade é prejudicada, considerando a quantidade exorbitante de produtos (artistas/músicas) ofertados no mercado digital.

Tendo por análise essa exorbitante quantidade de “produtos” ofertados, o consumo musical na realidade do streaming, é “facilitado” por meio da playlist. Essa, por sua

vez, ocupa um espaço primordial nessa nova lógica musical, considerando que pode ser construída/feita pelos próprios usuários, podendo torna-la pública, para que todos possam saber o que gosta de ouvir. Junto a isso, a playlist também é feita por meio de serviços de curadoria da plataforma, criando assim playlist's oficiais, que de certo modo privilegiam determinados artistas, em detrimento de outros. Nessa linha de raciocínio, tem-se que: “[...]O Spotify já foi vendido como uma espécie de revolução do gosto. Mas isenção, sabemos, não existe, e cabe aqui, voltar as acusações de que o Spotify pode manipular as playlists para promover artistas e ocultar outros. [...]” (FIGUEREDO e BARBOSA, 2019, p. 38)

Paralelamente, ela cria playlists direcionadas e individualizadas para cada usuário, de modo a “facilitar” o seu consumo musical na plataforma, que são feitas através de algoritmos que analisam as predileções individuais, e, por conseguinte, reúnem uma gama importante de dados comportamentais de seus usuários, capazes de fazerem sugestões musicais muito afinadas com o gosto dos mesmos.

3 VIGILÂNCIA x AUTODETERMINAÇÃO

Neste terceiro momento, o presente estudo se lançará a uma análise do streaming musical, levantando questões relacionadas à liberdade, privacidade e autodeterminação pessoal. Serão avaliadas algumas perplexidades, quanto a recente e intrínseca relação cotidiana para com as plataformas digitais, reservando enfoque ao aplicativo Spotify.

De modo breve, temos que a questão central desse capítulo, envolve a extração e utilização de dados pessoais dos usuários, sendo que o gosto musical (principal objeto de análise desse estudo) compreende grande potencial de construção de identidade e individualização. Nessa acepção, é importante entender que embora a extração de tais dados seja “consentida”, ela é dificilmente “sentida”.

Tal consentimento ocorre, tendo em vista que quando um serviço é disponibilizado no meio digital, via de regra, é necessário que se aceite os “termos de uso” bem como as “políticas de privacidade”. De todo modo, evidencia-se um contrato de adesão, que vincula o usuário com o servidor (ALMEIDA. J, ALMEIDA. D, 2017, p.32). Se tais condições delineadas pelas plataformas não forem aceitas pelos usuários, não poderão eles usufruir dos serviços fornecidos.

Nesse ponto, frisa-se que não há uma transparência saudável no momento do consentimento da extração dos dados pessoais. Tal afirmação é feita tendo por certo que não há clareza quanto à forma de extração dos dados pessoais, nem de como são utilizados. Nesse ponto, é pertinente a afirmação de que atualmente, “o ser humano deixa de ser um indivíduo, detentor de personalidade, para converter-se em algoritmo, com gostos e características definidas por uma série de dados, sejam eles disponibilizados voluntariamente ou então extraídos através de observações e comportamentos na rede, tais como os cookies, entre outros”. (ALMEIDA. J, ALMEIDA. D, 2017, p. 35).

Note-se que, estreitando tal análise ao Spotify, a extração de dados pessoais é realizada a partir da criação do perfil de usuário, sob a justificativa de “aprimorar” o serviço promovido pela plataforma. Isso é verificado no texto da política de privacidade da plataforma, do qual se extrai que:

Informação sobre as suas interações com o Serviço Spotify, tais como as suas pesquisas (incluindo a data e a hora de quaisquer solicitações que efetuar), histórico de streaming, listas de reprodução criadas, biblioteca, histórico de navegação e interações com o Serviço Spotify, conteúdos, outros usuários do Spotify, detalhes da utilização de aplicações de terceiros em conexão com o Serviço Spotify.” Bem como “Conclusões extraídas sobre os seus interesses e preferências com base na sua utilização do serviço Spotify.¹

Ainda sobre a utilização dos dados pessoais pelo aplicativo, tem-se que eles elencam três principais “bases legais” que alicerçam o uso dos dados, quais sejam: Execução de um Contrato, Interesse legítimo e Consentimento. Quanto à “execução de um contrato”, sabe-se que a plataforma está simplesmente exercendo aquilo que estava explícito no seu termo de uso e política de privacidade, dos quais o usuário deve

¹ Como coletamos os seus dados pessoais ? Política de privacidade do Spotify. Disponível em: <<https://www.spotify.com/br/legal/privacy-policy/#s6>>. Acesso em: 22 nov. 2020

concordar para poder usar dos serviços. No que diz respeito ao interesse legítimo, este usa os dados pessoais justificando-se através da melhoria do aplicativo e suas funcionalidades, bem como para a finalidade de marketing, promoção e publicidade. Já no que diz respeito ao consentimento, temos que ele naturalmente servirá de pretexto para aquelas atividades que garimpam os dados.²

Com base nessa breve análise “contratual” que se extrai do Spotify, fica mais cristalino como as predileções e gostos individuais se convertem em dados, que por sua vez são usados sob a prerrogativa de otimização. É leviano afirmar que a otimização não ocorre, mas é preciso entender que o provedor do serviço em análise, se vale da extração de dados relacionados a personalidade, para a obtenção de lucro.

Essa prática, no entanto, é atualmente entendida como a nova fase do capitalismo. Alguns autores já se lançaram a destrinchar essa realidade, que é recente, e por via de consequência, ainda não recebe só um nome. Sendo assim, considerando a adequação com o presente estudo, sublinha-se a intitulada de “sociedade de transparência”, por Byung Chul-Han (2019), bem como o “Capitalismo de Vigilância” (*Surveillance Capitalism*) tecido por Shoshana Zuboff (2019).

Primeiramente, com ênfase na “sociedade de Transparência”, é necessária uma prévia reflexão, sobre a perda de autonomia e liberdade, em um contexto no qual as ações humanas estão constantemente atreladas às determinações mercadológicas, que por sua vez são tecidas por empresas extratoras e detentoras de dados pessoais, senão vejamos:

[...] A sociedade pós-moderna está cada vez mais influenciável, ou melhor dizendo, programável, suscetível a influências externas, seja adotando ações e posturas ou reagindo a estímulos provocados pelas grandes corporações, as mantenedoras das plataformas de redes sociais, ou por seus parceiros comerciais. Nesse contexto de livre arbítrio mitigado, reflexo da contínua fragilização da autonomia individual, importa questionar se as pessoas não estão em vias de se tornar, também, robôs, já que em certa medida, em maior ou em menor escala, vivem de forma automatizada, irrefletida, reativa, atendendo a comandos que lhe foram passados. (GUZANSKY, SANTOS, BUSSINGUER, 2020, p.8).

² Para que fins utilizamos os seus dados pessoais? Política de privacidade do Spotify. Disponível em: <<https://www.spotify.com/br/legal/privacy-policy/#s6>> Acesso em: 22 nov 2020

Em consonância com a visão de livre arbítrio mitigado, o “Capitalismo de Vigilância” delineia em tom semelhante a prática de extração de dados pessoais/comportamentais, que se consolidou nas duas últimas décadas como a “nova fase do capitalismo”.

De modo geral, a ideia de capitalismo de vigilância, é construída em um contexto no qual é indissociável do cotidiano social, o contato com a tecnologia e as facilidades que à acompanham. Nesse sentido, é necessário sublinhar que tal contato ocorre constantemente e em níveis inimagináveis a partir do compartilhamento de dados pessoais. Dessa forma, na medida em que a esmagadora maioria da população mundial possui acesso às ferramentas tecnológicas, é sensata a afirmação de que os dados pessoais são mundialmente extraídos dos “usuários” que aceitam pôr em xeque a sua soberania e privacidade, em troca das facilidades tecnológicas, que são disponibilizadas mormente de forma gratuita. (ZUBOFF, 2019)

No que diz respeito às facilidades tecnológicas, de modo superficial, entende-se que elas representam aquilo que no final da década passada era enxergado com entusiasmo, isto é, as redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter), bem como a Google, que possui uma extensa gama de atividades e serviços fornecidos no mercado tecnológico. Todas essas plataformas, extraem dados pessoas que dizem respeito às características comportamentais dos “usuários”, de maneiras não conhecidas, ou trocando em miúdos, veladas.

O Spotify não diverge dessa lógica. Por meio de intensos e sofisticados algoritmos, ele consegue estruturar a personalidade de quem usa a plataforma, de modo que o gosto musical constitui uma das engrenagens que juntas constroem a personalidade de um indivíduo. Posto isso, ressalta-se a ótica de Bourdieu pertinente ao gosto musical e as ferramentas de distinção e identificação social, ao passo que para ele “é por meio do gosto no campo da música, que somos infalivelmente classificados, isto é, facilmente identificados” (BOURDIEU, 2007, p.23). O autor enxerga a música como a “mais espiritualista das artes do espírito”, o que revela a sua característica de impactar a formação individual, em amplo aspecto.

Dessa forma, o maior aplicativo de streaming musical consegue exercer um domínio velado sobre quem o usa, na medida em que a ideia de escolha e autodeterminação dentro da plataforma é cegamente entendida como livre, quando na realidade se veem prejudicadas pelos mecanismos e algoritmos mercadologicamente desenvolvidos, que possuem grande impacto na experiência e na formação do gosto musical.

Ainda dentro dessa linha controvertida, é necessário sublinhar que o Spotify oferece um serviço que de fato promove grande comodidade, qualidade e diversidade, proporcionando ao usuário, novas formas de se ouvir música, que em um primeiro momento são fascinantes e envoltas de muito entusiasmo. No entanto, tal empresa ao fornecer serviços ótimos, por um custo razoável (Spotify Premium) ou até de graça (spotify free), transformando confortável o consumo musical, entende que os problemas éticos relacionados a esse tema sejam aceitos por aqueles que usam da plataforma, que por sua vez são velados e difíceis de serem percebidos.

Naturalmente, os problemas éticos dizem respeito a investigação constante do indivíduo e suas predileções, de modo que isso constitui a nova prática mercadológica, consolidada nas últimas duas décadas. Posto isso, as sementes da vigilância já foram germinadas, e hoje é possível enxergar que estão completamente enraizadas na sociedade. É perplexo enxergar que durante o século passado, o desafio do indivíduo com relação a autodeterminação, conflitava com o Estado, sociedade, economia, ao passo que atualmente, não se sabe em que medida os poderosos mecanismos digitais conseguem influir em nossa autodeterminação. Sendo assim, percebe-se uma clara transferência do poder, de esfera pública para a privada.

Shoshana Zuboff entende essa perplexidade como um novo tipo de poder, ao qual atribui o nome de "*instrumentarian power*", o que pode se traduzir para, *instrumentarismo*. Nesse ponto, a autora caracteriza tal poder da seguinte forma:

As to this species of power, i name it *instrumentarianism*, defined as the instrumentation and instrumentalization of behavioral for the purposes of modification, prediction, monezation, and control. In this formulation, "instrumentation" refers to the puppet: the ubiquitous connected material architectura of sensate computation that renders, interprets, and actuates human experience. "Instrumentalization" denotes the social relations that

oriente the puppet masters to human experience as surveillance capital weilds the machines to transform us into means to others' Market ends. [...]" (ZUBOFF, 2019, p.352)³

Em seu livro, a autora constrói o termo instrumentalismo, em um formato que se assemelhe ao totalitarismo, de modo que possuiriam vários pontos em convergência. De todo modo, tal poder tem como intenção possuir uma espécie de certeza total e detalhada sobre o indivíduo, o que por via de consequência culminaria em uma maior manipulação sobre o seu comportamento.

Estendendo-se nessa distopia, não é exagerada a afirmação de que o pesadelo de George Orwell (1984) se tornou realidade. A diferença quanto a constante vigilância é que ela ocorre por empresas privadas, e não somente por um Estado totalitário. Na contramão dessa realidade, existe também um empenho para que exista um ambiente cibernético mais respeitoso aos conceitos de liberdade e privacidade. Nesse caminho, o direito fundamental à proteção de dados é algo elencado combativamente à essa realidade, senão vejamos:

Logo, o direito fundamental à proteção de dados pessoais enseja tanto um direito individual de defesa do indivíduo (dimensão subjetiva) quanto um dever de proteção (concretização) por parte do Estado e da sociedade (dimensão objetiva). Quanto a dimensão subjetiva, traz um conceito geral de que o titular, a princípio deve ter o controle da coleta, processamento, utilização e circulação dos seus dados pessoais. Já a sua dimensão objetiva impõe a necessidade de sua concretização pelos Poderes Públicos, exigindo não só a omissão do Estado, no sentido de não intervenção, mas também em sua ação, com a criação de legislação, de procedimentos e de mecanismos que visem a sua efetivação. (SARTORI, BAHIA, p. 239, 2019).

Dessa análise, extrai-se que a forma com a qual os dados pessoais são extraídos atualmente são merecedores de debates e mudanças quanto ao tratamento legal, no sentido de impor diretrizes e limites em seu exercício. Por esse ângulo, abordado aqui de modo problematizado, sabe-se que a ordem jurídica é moldada pelo surgimento de novas demandas na sociedade, sendo assim, Adriano Pedra leciona que “ [...] Os direitos fundamentais não devem ser concebidos a partir de um dado transcendental,

³ Tal espécie de poder, eu nomeio como instrumentalismo, definido como a instrumentação e instrumentalização do comportamento com o propósito de modificação, predição, monetização e controle. Nessa formulação, instrumentação retoma a ideia da marionete, do fantoche: a arquitetura do material ubíquo de computação que renderiza, interpreta e influencia a experiência humana. Instrumentalização denota as relações sociais que orienta o mestre das marionetes à experiência humana enquanto o capital de vigilância empunha as máquinas para nos transformarmos em meios para outros fins de mercado. (Tradução nossa).

mas se deve reconhecer que o seu catálogo nunca será uma obra pronta e acabada. [...]” (PEDRA, 2012, p.10).

Trazendo a análise para o contexto jurídico e social brasileiro, sabe-se que, muito embora o direito fundamental à proteção de dados não receba proteção constitucional, de modo específico, a sua aplicação se faz possível, a partir de uma interpretação extensiva do artigo 5º da Carta Magna. Nesse ponto, entende Mulholland que:

Uma primeira análise da estrutura constitucional dos Direitos Fundamentais leva ao reconhecimento de que a proteção de dados pessoais ainda que não prevista constitucionalmente pode ser feita tanto da proteção à intimidade (art. 5º, X), quanto do direito à informação (art. 5º, XIV), ou do direito ao sigilo de comunicações e dados (art. 5º, XII), assim como da garantia individual ao conhecimento e correção de informações sobre si pelo habeas data (art. 5º, LXXII). (MULHOLLAND, 2018, p. 171).

Paralelamente, atendo-se a nova significância que se dá aos limites do que é público e privado, e considerando a privacidade como um direito amplamente alvejado com a coleta de dados, extraímos que:

As informações transmitidas e armazenadas remotamente confundem-se com os indivíduos que representam. Neste contexto, o anonimato emerge como recurso voltado a garantir a integridade dos interesses individuais, confundindo-se drasticamente com a noção de privacidade. Privar é restringir, blindar-se do entorno. Privacidade representa, portanto, um estado de distanciamento do sujeito em relação ao meio, conceito a rigor incompatível com a constituição de redes e relações sociais. (ARRABAL, ENGELMANN, MELO, p. 66, 2017).

Com base nesse viés, enxerga-se que ocorre paradoxalmente a correlação entre os conceitos de anonimato e privacidade. Em uma realidade de vigilância ubíqua, é algo que deve ser levado em consideração. Sendo assim, O conceito de privacidade, que vigorava preteritamente, isto é, o direito de ser deixado em paz (*right to be let alone*) não consegue persistir a realidade hodierna.

Aprofundando ainda mais essa análise, temos que para Rodotà, a coleta de dados pessoais, sobretudo aqueles que se caracterizam como sensíveis⁴, “podem inclusive

⁴ Lei 13.709/18, Art. 5º, II - dado pessoal sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural;

levar a discriminação do indivíduo, fazendo com que o mesmo seja simplificado, objetificado e avaliado fora de contexto” (RODOTÀ, 2008, p.12).

Tal análise está em total consonância com a sociologia de Bourdieu, e o gosto como uma ferramenta de distinção. Para Bourdieu, o gosto, além classificar o indivíduo é também ferramenta discriminatória, distintiva na sociedade, sendo os gêneros musicais menos ‘prestigiados” aqueles consumidos pela população marginalizada, uma vez que suas preferências quanto ao consumo musical correspondem aos produtos dos condicionamentos associados a uma classe “dominada”. A associação do gosto musical, nessa análise, tem o poder de unir aqueles que se assemelham, bem como distingui-los daqueles que se diferenciam, configurando a disputa de forças dentro do campo.

Pela definição legal do que seja os dados sensíveis, na realidade nacional, (L.13.709/18), não se enxerga os dados extraídos do consumo musical (*streaming*) como um dado sensível, conforme posto pela LGPD. No entanto, Rodotà também pontua que “dados pessoais aparentemente não sensíveis, podem se tornar sensíveis se contribuem para a elaboração de um perfil” (RODOTÀ, 2008, p. 56)

Posto isso, não é a intenção aqui estabelecer, dados relacionados ao gosto musical, como dados pessoais sensíveis, de uma maneira genérica e apressada. No entanto, chama-se a atenção ao fato de se construir um “perfil” para cada usuário, de modo a individualiza-lo, caracterizá-lo, por meio do algoritmo criado (Spotify), e por via de consequência, ser capaz de influir em sua autodeterminação. Nessa análise, sobre a conturbada e recente realidade, temos que:

[...]Considerando que se caminha cada vez mais e com maior intensidade para uma sociedade governada por dados, o ambiente social no qual se concretiza a ideia de privacidade informacional passa a ser qualificado pela proteção dos direitos da pessoa de manter o controle sobre seus dados, por meio de sua autodeterminação informativa (liberdade), visando a não discriminação (igualdade). Portanto, o problema da privacidade hoje é causado pelo conflito consequente da assimetria de poderes existente entre os titulares de dados e aqueles que realizam o tratamento dos dados. [...] (MULHOLLAND, 2018, p. 177).

De todo modo, fora abordado aqui, alguns pontos que realçam a melindrosa condição humana, em meio à distopia que se consolidou, capaz de agredir o que

tradicionalmente se entendia por liberdade. Sendo assim, o presente estudo, a fim de enriquecer a análise do comprometimento da autodeterminação, se lançou a coleta de dados (pesquisa de campo), por meio de um formulário online (google forms), tornando possível a fácil disseminação, o que por sua vez permitiu a obtenção de um número satisfatório de respondentes (177). Passaremos a seguir à análise das informações coletadas.

3.1 ANÁLISE DA PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa de campo, para fins de enriquecimento do presente estudo, sempre se mostrou necessária. Sendo assim, um questionário foi elaborado, através da plataforma “Google Forms”, sem que fosse necessário dispendir alguma quantia, no que concerne à divulgação. O questionário, que envolvia basicamente quatro perguntas, foi enviado pelo pesquisador aos contatos próximos, e difundido principalmente pelo aplicativo WhatsApp, de modo que foi possível alcançar a satisfatória quantidade de 177 respondentes.

Posto isso, tal pesquisa de campo, buscou entender e, por conseguinte ajudar a responder à pergunta central desse estudo, qual seja: se a formação do gosto musical é impactada pela forma de consumir música através do Streaming. O enfoque da pesquisa foi direcionado à plataforma Spotify, na intenção de facilitar as bases de análise.

De todo modo, alguns dados coletados serão aqui expostos em forma descritiva, já outros por meio de gráficos, contendo de suas respectivas análises. Inicialmente, uma das perguntas do questionário era a respeito da idade do respondente. Dessa forma, a faixa etária dos mesmos se deu na seguinte proporção: 120 dos que responderam (67,8%), possuem idade entre 15 a 25 anos; 15 respondentes (8,5%) possuem idade entre 26 a 36 anos; 6 dos respondentes (3,38%), possuem idade entre 38 a 48 anos; e por fim, atendo-se ao limite da idade máxima informada, 36 dos respondentes (20,33%), possuem idade entre 50 a 70 anos.

Dessa análise, é possível perceber que a grande maioria daqueles que responderam à pesquisa, é composta por jovens, isto é, mais do que a metade. Isso é compreensível, considerando o método de divulgação do questionário, bem como o ciclo de proximidade do pesquisador.

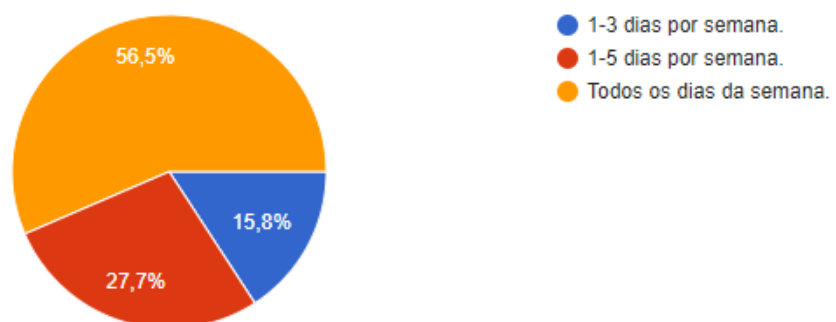
3.1.1 FREQUÊNCIA DE USO DO APLICATIVO

Dando um passo adiante, passamos a análise da próxima pergunta, qual seja: Com qual frequência você usa o aplicativo (Spotify)? Tal pergunta foi feita na intenção de entender o quão presente o streaming musical se faz no cotidiano das pessoas. Para tanto, 100 (56,5%) responderam que utilizam todos os dias da semana; 49 (27,7%) responderam que utilizam de 1-5 dias por semana; 28 (15,8%) responderam que utilizam de 1-3 dias por semana. Dessa análise, extrai-se que a presença do streaming através do Spotify no cotidiano dos respondentes é massiva.

Gráfico 1: Frequência de uso do aplicativo por parte dos respondentes.

Com qual frequência você usa o aplicativo ?

177 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor.

Explorando mais a fundo esses dados, relacionando-os com os alicerces teóricos desse estudo, verifica-se a realidade de vigilância, tecida sobre a ótica de Shoshana Zuboff. A vigilância se constrói na medida em que é indissociável do cotidiano das pessoas o contato com a tecnologia e as facilitações que a acompanham (ZUBOFF,2019). Dessa forma, enxerga-se o consumo musical pelo Spotify, como uma facilitação proporcionada tecnologicamente, mas que ao facilitar o acesso à música, seja ele gratuito ou oneroso, se alimenta dos dados pessoais de seus usuários, algo que deve ser enxergado com ressalvas.

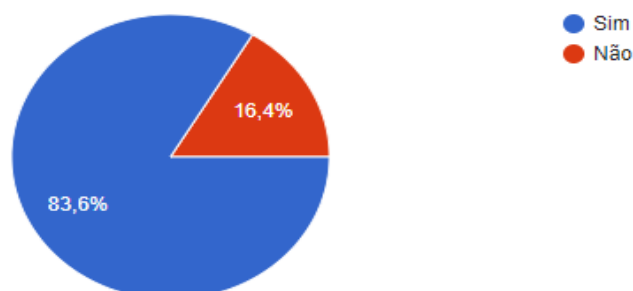
3.1.2 ACEITAÇÃO DAS SUGESTÕES FEITAS PELO APLICATIVO

Posteriormente, o questionário volta sua investigação, quanto ao algoritmo do Spotify, no que diz respeito às sugestões feitas pelo mesmo, seja em termos de música ou artista. A pergunta foi feita da seguinte forma: Você costuma gostar das sugestões musicais e de artistas feita pela plataforma? Desse modo, 148 (83,6%) responderam positivamente, e 29 (16,4%) responderam negativamente.

Sendo assim, considerando que a esmagadora maioria gosta das sugestões feitas pelo aplicativo, é possível dizer que o algoritmo se constitui altamente sofisticado, agradando os seus usuários, quanto ao hábito de consumir música.

Gráfico 2. Aceitação das sugestões feitas pelo aplicativo.

Você costuma gostar das sugestões musicais e de artistas feitas pelo aplicativo ?
177 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor.

Aliando essa pergunta, com as problematizações feitas nesse estudo, é conveniente a afirmação de que a sociedade está cada vez mais suscetível a influências externas, que por sua vez interferem na tomada de decisões, o que no presente caso, envolve a decisão de qual música/artista escutar. Nessa perspectiva, temos que “a sociedade pós-moderna está exponencialmente adotando comportamentos, reagindo a estímulos feitos pelas grandes corporações, plataformas de redes sociais e seus parceiros comerciais” (GUZANSKY, SANTOS, BUSSINGER, 2020, p.8). Desse entendimento, frisa-se que o algoritmo não deixa de ser um estímulo, na medida em que trabalha para sugerir e influenciar o consumo musical, nos seus moldes.

3.1.3 INFLUÊNCIA DO ALGORITMO NA FORMAÇÃO DO GOSTO MUSICAL.

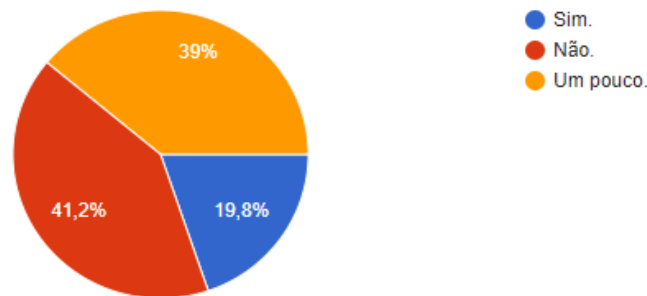
Por fim, e de modo incisivo, pergunta-se: você sente a formação do seu gosto musical influenciado pelas sugestões feitas com base no algoritmo do Spotify? Tal pergunta, frisa-se, é o ponto central de análise desse estudo, e, por conseguinte, não poderia deixar de ser feita. Optou-se por fazê-la de uma forma direta, de modo que as respostas poderiam compreender: “Sim”, “não” ou “um pouco”. A opção pela alternativa “um pouco” se faz plausível, na medida em que não desconsidera as outras formas de se construir o gosto musical. Paralelamente, permite maior elasticidade analítica do que uma resposta tão somente negativa ou positiva, considerando a complexidade da pergunta e o fato da mesma alcançar quem nunca se pôs a refletir sobre essa temática.

Para tanto, 73 (41%) entenderam que o seu gosto musical não sofre nenhuma influência por meio do algoritmo/ consumo musical pelo aplicativo. Em dissonância, 35 (19,8%) responderam positivamente à pergunta, assumindo que o aplicativo de fato exerce domínio e influência quanto a formação do seu gosto musical. Junto a isso, 69 (39%) entendeu que o aplicativo influencia “um pouco” na formação do gosto musical.

Gráfico 3. Influência do aplicativo na formação do gosto musical.

Você sente a formação do seu gosto musical influenciado pelas sugestões feitas com base no algoritmo do Spotfy ?

177 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor.

Posto isso, é sensata a afirmação de que mais da metade dos que responderam, de fato sentem influência do aplicativo na formação do seu gosto, mesmo que não seja na mesma intensidade. Portanto, o resultado obtido com a pesquisa de campo é satisfatório, na medida em que percebe a existência de pensamentos consonantes com o que é abordado nesse estudo, pertinentemente ao streaming musical do Spotify. Ressalta-se que os pensamentos dissonantes não são olvidados, visto que também são importante material de análise, em termos de pesquisa.

Nessa toada, é possível enxergar evidentemente que a autonomia individual se mostra fragilizada, considerando a penetração da digitalização no estilo de vida da humanidade. Sendo assim, não é exagerado dizer que “as pessoas estão se comportando como robôs, ao passo que atendem a comandos que lhe são passados” (GUZANSKY, SANTOS, BUSSINGUER, 2020, p.8). Paralelamente, não é exagerado conceber que “estamos cada vez mais deixando de ser indivíduos detentores de personalidade, para sermos convertidos em algoritmos, com os seus gostos e características estabelecidas/definidas por uma série de dados” (ALMEIDA. J, ALMEIDA. D, 2017, p. 216).

Por fim, trazendo novamente à tona a ótica bourdieusiana sobre o estudo da formação do gosto, frisa-se que a formação do gosto está naturalmente relacionada à forma em que os bens culturais são produzidos e distribuídos. Sendo assim, “quando se percebe

uma transformação quanto às condições de existência capazes de determinar uma transformação no campo da produção, ocorre a facilitação do sucesso, na luta constitutiva do campo (música), daqueles mais preparados a produzir as necessidades correspondentes as novas disposições” (BOURDIEU, 2007, p. 216)

Como demonstrado, o campo da música sempre se moldou com base nas mudanças relacionadas às disposições de produção e distribuição. Evidenciou-se que o streaming musical se consolidou no mercado, considerando a inevitável onda da digitalização da vida humana, que afoga profundamente os resquícios de hábitos analógicos, mais especificamente quanto à descoberta e consumo da música.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De modo geral, a análise feita nesse estudo revelou que a formação do gosto musical pode ser afetada pelas plataformas de streaming, sobretudo no que diz respeito ao comportamento dos algoritmos. Sendo assim, a realidade de extração de dados pessoais, foi aqui abordada com análises pautadas na distopia e perplexidade, que demonstraram a liberdade, privacidade e autodeterminação como conceitos alvejados pela nova sistemática de mercado que se consolidou.

Paralelamente, ficou evidente que o “habitus” relativo ao consumo musical, bem como sua produção, sempre sofreu alterações na medida em que as limitações e barreiras tecnológicas eram superadas, o que conseqüentemente aperfeiçoava e facilitava o consumo da música. Nessa toada, enxergou-se o Streaming musical como a última barreira na esteira da evolução tecnológica, de modo que está em completa consonância com a garimpagem de comportamentos humanos (extração de dados pessoais).

Posto isso, tem-se que a reflexão feita aqui não deseja anular os benefícios e confortos proporcionados pelo streaming, o que se intenta é trazer para a superfície do debate algumas questões que podem se mostrar eticamente questionáveis, e que

se encontram veladas pelo entusiasmo oriundo das facilidades tecnológicas, algo inerente à marcha da existência humana.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Juliana E.; ALMEIDA, Daniel E.V. A ditadura do algoritmo e a proteção da pessoa humana: uma análise do controle do si eletrônico. **Revista de Direito Privado**, São Paulo, vol. 69, p. 29-43, set.2016. Disponível em: <http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/RDPriv_n.69.02.PDF>. Acesso em: 20 nov. 2020.

ARRABAL, Alejandro K.; ENGELMANN, Wilson; MELO, Milena P. Liberdade e Anonimato no contexto da cibercultura. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, Vitória. v. 18, n.2, p. 55-76, mai/ago.2017. Disponível em: <<https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/1036/pdf>>.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007

BOURDIEU, Pierre. Algumas propriedades dos campos. In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. p. 89-94.

BOURDIEU, Pierre. **Pierre Bourdieu entrevistado por Maria Andréa Loyola**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2002

BRASIL. LEI Nº 13.709 DE 14 DE AGOSTO DE 2018. **Lei geral de proteção de dados**. Brasília, DF, ago 2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 15 de nov. 2020.

FERREIRA, Wallace. Bourdieu e educação: concepção crítica para pensar as desigualdades socioeducacionais no Brasil. **e-Mosaicos**. Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 46-59, jun. 2013. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/e-mosaicos/article/view/8846/6726>> . Acesso em: 6 nov. 2018.

FIGUEIREDO, C. D.; BARBOSA, R.R.M. O Spotify e construção do gosto: uma breve análise sobre a oferta de playlists pela plataforma. **Signos do Consumo**, São Paulo, V. 1, n.2, p.28-39, jul/dez. 2019. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/download/150052/154763>>. Acesso em: 17 nov 2020.

GENESA, Felipe; CRAVEIRO; Rodolfo; PROENÇA, Adriano. Inovações Tecnológicas Na Cadeia Produtiva da Música no Século XXI. **Revista Sistemas & Gestão**. Rio de Janeiro, v.7, n. 2 2012, p.173-190. Disponível em: <<https://www.revistasg.uff.br/sg/article/download/V7N2A4/V7N2A4/>>. Acesso em 15 de nov 2020.

GUZANSKY;SANTOS;BUSSINGER. **Os Social Bots Na sociedade de Transparência: Da Conveniência à Ameaça Democrática**. Em: SANTOS; RUIZ-RICO; MANRIQUE. Ameaças à Democracia. São Paulo: Annablume, 2020..

MULHOLLAND, C. S. Dados pessoais sensíveis e a tutela de direitos fundamentais: uma análise à luz da lei geral de proteção de dados (Lei 13.709/18). **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, v. 19, n. 3, p. 159-180, 29 dez. 2018. Disponível em: <<https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/1603/pdf>>. Acesso em: 20 nov 2020.

PEDRA, A. S. Justificação e proteção dos direitos fundamentais. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, Vitória, n. 10, p. 9-13, 18 abr. 2012. Disponível em: <<https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/198/102>>. Acesso em: 20 nov 2020.

PEREIRA, Elaine Aparecida Teixeira. O conceito de campo de Pierre Bourdieu: possibilidade de análise para pesquisas em história da educação brasileira. **Revista Linhas**. Florianópolis, v. 16, n. 32, p. 337 – 356, set./dez. 2015. Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/linhas/article/view/1984723816322015337>>. Acesso em: 6 de Nov de 2018.

RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade de vigilância**: privacidade hoje, Rio de Janeiro:Renovar, 2008.

SARTORI, E.C.M; BAHIA, C.J.A. Big Brother is watching you: Da distopia Orwelliana ao Direito Fundamental à Proteção de Dados Pessoais. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**. Vitória v. 20, n. 3, p. 225-248, 20 dez. 2019.. Disponível em: <<https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/1785/pdf>>. Acesso em: 20 nov 2020.

ZUBOFF, Shoshana. **The Age Of Surveillance Capitalism**: The Fight For a Human Future at The New Frontier of Power. New York. Public Affairs. 2019.