

A ECONOMIA DA ESCUTA: FONOGRAMAS DIGITAIS, EVENTOS DE ESCUTA E DESAFIOS ETNOGRÁFICOS PARA UMA ANTROPOLOGIA DO SOM

Ollivia Maria Gonçalves

PPGAS/UFSC

Resumo

Este artigo propõe a noção de economia da escuta como ferramenta analítica para compreender os modos pelos quais a experiência sonora contemporânea é organizada, mediada e disputada em ecossistemas digitais de circulação musical. Partindo de debates da antropologia sensorial, da antropologia do som e dos estudos sobre plataformas, o texto tensiona o privilégio histórico do olhar na tradição etnográfica e propõe a escuta como prática situada, relacional, técnica, afetiva e política (STOLLER, 1989; FELD, 2012; INGOLD, 2000; PINK, 2015; STERNE, 2003). A partir de pesquisa etnográfica em andamento com artistas independentes, fonogramas digitais, plataformas de streaming, playlists, lançamentos musicais e eventos mediados por ambientes digitais, argumenta-se que escutar não é apenas perceber sons, mas participar de regimes de atenção, recomendação, permanência e reconhecimento. O fonograma digital, nesse contexto, deixa de ser compreendido apenas como obra musical registrada e passa a operar como objeto técnico, cultural e afetivo, reconfigurado por métricas, algoritmos, dispositivos e formas de circulação (THÉBERGE, 1997; HENNION, 2015; SEAYER, 2022; VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018). O artigo propõe ainda compreender eventos de escuta, presenciais ou mediados por plataformas, como situações antropológicas nas quais som, corpo, técnica, território e afeto se articulam. Ao final, defende-se que uma antropologia do som em ambientes plataformizados deve perguntar não apenas o que é ouvido, mas quem consegue permanecer audível.

Palavras-chave: economia da escuta; antropologia do som; fonograma digital; plataformas; eventos de escuta; etnografia digital.

1 Introdução: quando o som faz campo

A antropologia construiu parte significativa de sua tradição metodológica a partir da ideia de observação participante. Mesmo quando o campo envolvia música, rito, festa, performance, fala, silêncio ou ruído, a metáfora dominante permaneceu fortemente vinculada ao olhar. O etnógrafo observa, descreve cenas, acompanha gestos e reconhece formas visíveis de organização

social. Essa centralidade visual não elimina a presença do som na história da disciplina, mas frequentemente o posiciona como dado secundário, atmosfera, ilustração ou complemento daquilo que se vê. A questão metodológica, portanto, não é negar a observação, mas ampliar o regime de atenção etnográfica para além de uma visualidade tomada como evidência primeira (GEERTZ, 2008; PEIRANO, 1995).

Nas últimas décadas, debates ligados à antropologia sensorial, aos estudos do som e às epistemologias da escuta vêm deslocando esse eixo. O campo não é apenas aquilo que se observa. O campo também vibra, ressoa, ecoa, silencia, interfere, convoca e escuta de volta. O som possui um caráter pervasivo: atravessa paredes, corpos, dispositivos, ruas, memórias e territórios. Ele não se deixa conter facilmente pela lógica da cena visual. Por isso, tomar o som como dimensão relevante da pesquisa antropológica exige também reconsiderar as formas de descrição, presença, participação e escrita (STOLLER, 1989; PINK, 2015; STERNE, 2003).

Este artigo parte desse deslocamento para propor uma reflexão sobre o fonograma digital e os eventos de escuta como situações antropológicas contemporâneas. O argumento central é que, em ecossistemas digitais mediados por plataformas, a escuta passa a ser organizada por regimes técnicos, econômicos, afetivos e algorítmicos. Não se trata apenas de afirmar que ouvimos música por meio de plataformas. Trata-se de compreender que as plataformas reorganizam as condições de audibilidade, permanência e circulação da música (GILLESPIE, 2018; BUCHER, 2018; VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018).

A noção de economia da escuta aparece aqui como ferramenta para pensar esse regime. Ela não se refere apenas à monetização da música ou aos modelos de remuneração do streaming. Refere-se ao conjunto de processos que organiza a circulação da atenção sonora, a permanência dos ouvintes, a recomendação algorítmica, a conversão de escutas em métricas e a disputa pela possibilidade de ser ouvido. Em uma cultura marcada pela plataformização, escutar torna-se também uma prática regulada, ranqueada e convertida em dado (CITTON, 2017; CRARY, 2013; COULDRY; MEJIAS, 2019; ZUBOFF, 2019).

A pergunta que orienta este artigo pode ser formulada assim: o que acontece com a etnografia do som quando a escuta passa a ser mediada por plataformas digitais que organizam visibilidade, atenção, recomendação e valor? A partir dessa pergunta, o texto articula três dimensões: a escuta como forma de conhecimento antropológico; o fonograma digital como

objeto técnico e relacional; e os eventos de escuta como situações etnográficas nas quais som, corpo, plataforma e afeto se encontram.

2 Do olhar à escuta: notas para uma antropologia sonora

A crítica ao predomínio do olhar na tradição antropológica não implica substituir um sentido por outro, como se a escuta devesse ocupar o lugar antes atribuído à visão. O ponto é mais complexo. Trata-se de reconhecer que diferentes modos sensoriais produzem diferentes formas de relação com o campo. Ver, ouvir, tocar, sentir, mover-se e lembrar não são operações neutras. São formas situadas de conhecimento. A antropologia sensorial, nesse sentido, não propõe apenas a inclusão temática dos sentidos, mas uma revisão metodológica da própria forma de pesquisar e escrever (STOLLER, 1989; PINK, 2015).

Autores como Tim Ingold, Steven Feld, Paul Stoller, Sarah Pink e Jonathan Sterne contribuíram para ampliar a compreensão da experiência sensorial como parte constitutiva da vida social. Feld, ao propor a noção de acustemologia, desloca a escuta para o centro da produção de conhecimento, mostrando que o som não apenas expressa uma cultura, mas constitui modos de habitar, lembrar e relacionar-se com o mundo (FELD, 2012). Ingold, por sua vez, entende a percepção como prática de envolvimento, movimento e correspondência com o ambiente. A escuta, nesse sentido, não é recepção passiva, mas modo de participação (INGOLD, 2000).

Essa perspectiva é particularmente importante para pesquisas atravessadas pela música. A música não é apenas uma forma simbólica a ser interpretada. Ela é prática, técnica, corpo, memória, relação, circulação e acontecimento. Ela organiza presenças, intensidades, pertencimentos e conflitos. Uma etnografia da música, portanto, não pode se limitar à análise das letras, dos gêneros ou dos contextos sociais da produção. Ela precisa acompanhar o modo como sons atuam, afetam, atravessam e produzem socialidade (DENORA, 2000; HENNION, 2015).

A escuta também possui uma dimensão política. Nem todos os sons são reconhecidos como música. Nem todas as vozes são legitimadas como fala. Nem todos os ruídos são tolerados. Nem todos os corpos podem ocupar o espaço sonoro da mesma maneira. Há hierarquias de audibilidade. Há formas de escuta autorizadas e formas de escuta desqualificadas. Há sons que se tornam patrimônio, sons que se tornam denúncia, sons que se tornam incômodo e sons que desaparecem antes mesmo de serem reconhecidos. Por isso, pensar a escuta antropológicamente

exige perguntar: quem escuta? Em que condições? A partir de quais mediações? Com quais dispositivos? Sob quais regimes de atenção? E, sobretudo, quem consegue ser ouvido?

3 O fonograma depois da plataforma

O fonograma ocupou historicamente um lugar central na organização moderna da música. Discos, fitas, CDs e arquivos digitais não foram apenas suportes técnicos. Eles produziram formas específicas de escuta, coleção, memória, autoria e circulação. O objeto musical gravado possibilitou repetir, transportar, arquivar e comercializar performances sonoras. Ele também reorganizou a relação entre músico, público, indústria e tecnologia (STERNE, 2003; THÉBERGE, 1997).

Com o streaming, o fonograma não desaparece, mas muda de condição. Ele deixa de circular prioritariamente como objeto adquirido e passa a integrar um fluxo contínuo de acesso. A música aparece menos como posse e mais como disponibilidade permanente. O álbum perde centralidade diante da playlist. A escuta se fragmenta em faixas, recomendações, humores, atividades, algoritmos e sessões breves de atenção. Essa transformação se conecta a processos mais amplos de plataformização, nos quais infraestruturas digitais passam a reorganizar práticas sociais, culturais e econômicas (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018).

Essa mudança não é apenas técnica. Ela reconfigura a experiência cultural da música. O fonograma digital passa a existir dentro de interfaces que sugerem, ordenam, pulam, ranqueiam e medem. Ele se torna inseparável de metadados, capas em miniatura, descrições, contagens, playlists editoriais, playlists algorítmicas e sistemas de recomendação. A música passa a circular acompanhada de uma série de inscrições técnicas que orientam sua possibilidade de encontro com ouvintes (BUCHER, 2018; SEAVER, 2022).

Nesse sentido, o fonograma digital pode ser compreendido como objeto técnico, cultural e afetivo. Técnico, porque depende de infraestruturas, codecs, plataformas, bancos de dados, interfaces e algoritmos. Cultural, porque carrega classificações, gêneros, cenas, trajetórias, disputas e sentidos. Afetivo, porque mobiliza lembranças, atmosferas, identificações, humores e vínculos. Essa formulação dialoga com a sociologia da mediação musical, para a qual a música não se reduz nem à obra nem ao sujeito, mas se realiza em redes de mediações, dispositivos, corpos e práticas (HENNION, 2015).

Para artistas independentes, essa condição é ambígua. As plataformas prometem acesso ampliado, distribuição global e autonomia em relação a antigas mediações da indústria fonográfica. Ao mesmo tempo, produzem novas dependências: dependência de visibilidade algorítmica, de engajamento contínuo, de estratégias de lançamento, de presença em redes sociais e de métricas capazes de comprovar relevância. A autonomia prometida convive com novas formas de captura. É nesse ponto que a noção de economia da escuta se torna necessária.

4 Economia da escuta: atenção, permanência e audibilidade

A economia da escuta pode ser compreendida como o regime contemporâneo de organização, monetização, circulação e conversão da permanência sonora em ecossistemas digitais mediados por plataformas. Essa formulação desloca a análise da música digital para além da remuneração financeira. O problema não é apenas quanto um artista recebe por reprodução. O problema é mais amplo: como se organiza a possibilidade de uma música ser encontrada, ouvida, repetida, salva, compartilhada e lembrada.

A escuta, nesse regime, torna-se unidade de valor. Mas não qualquer escuta. Importa a escuta contabilizável, reconhecida pela plataforma, convertida em métrica e inscrita em sistemas de recomendação. O tempo de permanência passa a importar. A taxa de abandono passa a importar. O salvamento passa a importar. A inclusão em playlist passa a importar. A recorrência passa a importar. O comportamento do ouvinte é traduzido em sinal. A economia da escuta, portanto, aproxima-se dos debates sobre economia da atenção, mas desloca essa discussão para a especificidade da permanência sonora (CITTON, 2017; CRARY, 2013).

Essa tradução altera a relação entre produção musical e recepção. O artista não produz apenas uma música. Produz também uma estratégia de circulação. Produz capa, teaser, pré-save, chamada para redes sociais, narrativa de lançamento, campanha de engajamento, presença em múltiplos canais e tentativa de mobilizar uma comunidade em torno da faixa. A música não circula sozinha. Ela circula acompanhada de uma pedagogia da escuta: ouça agora, salve, compartilhe, siga, inclua na playlist, não pule antes de determinado tempo.

Essa pedagogia revela que a escuta não é espontânea. Ela precisa ser produzida. Em ambientes saturados de conteúdo, a atenção sonora é disputada. A música precisa atravessar ruídos informacionais, concorrência algorítmica, mudanças de humor do público, ritmos da vida urbana e lógicas de recomendação. Ser ouvido passa a depender de uma rede complexa de

mediações. Nessa direção, os estudos de plataforma ajudam a compreender como sistemas técnicos participam da ordenação da visibilidade cultural, mesmo quando se apresentam como ferramentas neutras de distribuição (GILLESPIE, 2018; BUCHER, 2018; SEAVER, 2022).

A economia da escuta também reorganiza a temporalidade musical. A música deixa de pertencer apenas ao tempo da composição, da gravação ou da performance. Ela passa a pertencer ao tempo do lançamento, da campanha, do algoritmo, da playlist, do pico de engajamento e da possibilidade de reaparecimento. Um fonograma pode ser lançado, desaparecer, ressurgir em uma playlist, circular em vídeo curto, ser esquecido novamente ou permanecer como nicho afetivo para um pequeno grupo de ouvintes.

Essa temporalidade é fundamental para a antropologia. Ela mostra que a escuta não é apenas evento perceptivo. Ela é processo social. Ela envolve espera, repetição, circulação, memória, abandono e retorno. A música existe no tempo, mas as plataformas reorganizam esse tempo em regimes de atualização contínua. O que se disputa não é somente a primeira audição, mas a permanência audível.

5 Eventos de escuta como situação antropológica

O GT ao qual este artigo responde propõe pensar som, música e eventos como campos de experimentação etnográfica. A noção de evento é especialmente produtiva porque permite compreender o som não apenas como objeto, mas como acontecimento. No entanto, em contextos digitais, é preciso ampliar a ideia de evento para além da presença física e do espetáculo ao vivo. A antropologia da performance e do ritual já demonstrou que eventos condensam temporalidades, intensidades, papéis sociais e formas de liminaridade (TURNER, 1987). A questão contemporânea é observar como essas condensações também ocorrem em mediações digitais.

Um show é um evento sonoro evidente. Uma roda, uma festa, uma procissão, um ensaio, uma performance pública ou uma manifestação política também. Mas, no contexto das plataformas, outros acontecimentos passam a demandar atenção etnográfica: o lançamento de uma faixa em serviços de streaming; a entrada de uma música em uma playlist; uma audição coletiva mediada por redes sociais; uma live; uma campanha de pré-save; a circulação de um trecho em vídeo curto; a escuta solitária com fones de ouvido no transporte urbano.

Esses eventos não são menores por não se organizarem sempre em torno da copresença física. Eles produzem encontros, afetos, expectativas, engajamentos e formas de pertencimento.

Um lançamento digital, por exemplo, mobiliza artista, público, plataforma, imagem, texto, algoritmo, calendário e comunidade. Ele possui antes, durante e depois. Ele cria expectativa, convoca escuta, mede resposta e produz efeitos sobre a trajetória do fonograma.

A escuta com fones de ouvido também pode ser compreendida como evento. Ela articula corpo, cidade, deslocamento, privacidade e paisagem sonora. O ouvinte caminha por uma rua, atravessa um ônibus, espera em uma fila ou trabalha diante de uma tela enquanto uma música reorganiza sua experiência do ambiente. O som cria uma camada de território subjetivo dentro de um espaço compartilhado. A cidade é ouvida através de uma mediação técnica que não elimina o mundo externo, mas o reorganiza afetivamente.

Pensar eventos de escuta como situações antropológicas implica levar a sério essas articulações. O evento não está apenas onde o som é emitido. Está onde a escuta se produz. Está no encontro entre som, corpo, técnica, memória e circunstância. Está na forma como uma música acompanha uma travessia, marca uma perda, sustenta uma cena, produz pertencimento ou reorganiza a percepção de um lugar.

Essa perspectiva permite aproximar a antropologia do som dos estudos sobre performance, ritual, cena musical, mediação técnica e plataformas. Também permite tensionar classificações rígidas entre presencial e digital, obra e circulação, produção e recepção, música e dado.

6 Etnografar a escuta em ambientes digitais

Etnografar a escuta em ambientes digitais exige uma combinação de procedimentos. Não basta observar plataformas como se fossem vitrines de conteúdo. É preciso acompanhar práticas, mediações, temporalidades e relações. A etnografia digital, nesse caso, não substitui o campo presencial, mas amplia o campo para os lugares onde a música circula, é classificada, recomendada, comentada, salva e disputada (HINE, 2015; KOZINETS, 2015).

A pesquisa que sustenta este artigo acompanha artistas independentes, lançamentos musicais, perfis em plataformas, redes sociais, playlists, entrevistas, shows, materiais de divulgação e práticas de escuta. Esse acompanhamento permite observar como músicos e públicos negociam a visibilidade sonora em um ambiente no qual a circulação depende simultaneamente de vínculos afetivos e sistemas técnicos opacos.

A entrevista, nesse contexto, não é apenas coleta de opinião. Ela é escuta da escuta. Quando artistas narram suas estratégias, frustrações, expectativas e formas de relação com plataformas, eles revelam como percebem os regimes de audibilidade em que estão inseridos. Quando ouvintes descrevem seus hábitos, suas playlists, suas repetições e seus abandonos, mostram que a escuta é atravessada por rotinas, afetos e infraestruturas. A entrevista, assim, torna-se também uma prática de interpretação situada, na tradição de uma antropologia atenta ao ponto de vista nativo e às condições de produção da narrativa etnográfica (GEERTZ, 2008; PEIRANO, 1995).

A observação de dashboards, métricas e interfaces também é parte do campo. Números de reprodução, salvamentos, origem dos ouvintes e inclusão em playlists não são tratados aqui como verdades transparentes. São inscrições técnicas que produzem formas de percepção. Eles ensinam artistas a imaginar seu público, interpretar seu alcance e ajustar suas práticas. As métricas não apenas descrevem a circulação musical. Elas participam da produção de expectativas e decisões.

Ao mesmo tempo, uma etnografia da escuta precisa reconhecer seus limites. O algoritmo não se mostra integralmente. A plataforma não revela todas as suas operações. A escuta íntima do ouvinte não é plenamente acessível. A escrita antropológica, portanto, deve lidar com opacidades, rastros, narrativas parciais e mediações. O desafio não é eliminar essas opacidades, mas descrevê-las como parte constitutiva do campo. Nesse ponto, a etnografia multi-situada oferece uma referência importante, pois permite acompanhar objetos, práticas e relações por diferentes escalas e lugares de circulação (MARCUS, 1995).

7 Escuta, afeto e política

A economia da escuta não opera apenas no plano técnico. Ela também atravessa afetos. Músicas circulam porque emocionam, acompanham, irritam, confortam, excitam, lembram, ferem ou sustentam. A escuta é uma prática afetiva. Ela liga corpos a atmosferas, memórias a situações, subjetividades a cenas coletivas. Nesse sentido, a música participa da organização cotidiana da experiência, como mostram as análises de DeNora sobre música e vida diária (DENORA, 2000).

Autores ligados às teorias do afeto ajudam a compreender que a música não apenas comunica significados, mas produz intensidades. Uma canção pode não ser explicada apenas por sua letra ou estrutura harmônica. Ela atua pelo modo como se prende a um momento, a uma

lembrança, a uma comunidade, a uma dor ou a uma possibilidade de movimento. A escuta é também uma forma de adesão sensível ao mundo. Essa dimensão dialoga com perspectivas que compreendem o afeto como circulação, orientação e intensidade social (AHMED, 2004; MASSUMI, 2002).

Essa dimensão afetiva, porém, não está fora das plataformas. Ao contrário, plataformas organizam afetos em categorias: foco, relaxamento, festa, treino, tristeza, romance, nostalgia, produtividade. Playlists editoriais e algorítmicas classificam a vida emocional em estados de uso. A música passa a ser oferecida como tecnologia de gestão de si: música para dormir, trabalhar, estudar, superar, acelerar, acalmar.

Essa classificação afetiva revela uma dimensão política da economia da escuta. Afetos são organizados, nomeados e disponibilizados em formatos de consumo. Ao mesmo tempo, artistas e ouvintes podem se apropriar dessas mediações para criar vínculos, cenas e formas de resistência. A plataforma captura, mas não controla inteiramente os sentidos produzidos pela escuta. Há sempre desvios, usos imprevistos, comunidades menores, escutas dissidentes e práticas que escapam parcialmente à lógica da maximização.

É nesse ponto que artistas independentes, cenas locais e produções sonoras dissidentes tornam-se centrais. Elas revelam que a disputa pela escuta é também disputa por existência pública. Permanecer audível, para muitos artistas, não significa apenas alcançar sucesso numérico. Significa sustentar uma presença, uma memória, uma cena, um modo de vida e uma forma de intervenção sensível no mundo.

8 Escrever o som

Um dos maiores desafios de uma antropologia do som é a escrita. Como descrever uma experiência que não se fixa plenamente na página? Como escrever ruídos, timbres, intensidades, pausas, graves, reverberações, silêncios e atmosferas? Como evitar que o som seja reduzido a metáfora ou comentário? Essas perguntas atravessam tanto a antropologia sensorial quanto os estudos do som, pois deslocam o problema da descrição para o próprio estatuto da experiência etnográfica (STOLLER, 1989; PINK, 2015; STERNE, 2003).

A escrita do som exige uma atenção formal. Ela demanda descrições que considerem duração, textura, repetição, volume, espacialidade e efeito. Mas também exige cuidado para não transformar a experiência sonora em ornamento literário. O objetivo não é apenas escrever bonito

sobre música, mas construir descrições capazes de tornar inteligíveis os modos pelos quais o som participa da vida social.

Na etnografia de plataformas, esse desafio se duplica. Não se trata apenas de escrever o som ouvido, mas também de escrever suas mediações: a interface que sugere, a playlist que enquadra, o botão que convida, a métrica que orienta, o silêncio estatístico de uma faixa não recomendada. A escrita precisa acompanhar o som e seus rastros técnicos.

Por isso, escrever a economia da escuta implica descrever relações entre elementos heterogêneos: canções, algoritmos, corpos, fones, cidades, capas, dashboards, campanhas, memórias e expectativas. O som não aparece isolado. Ele aparece como nó de uma rede de mediações. Nesse sentido, a escrita etnográfica não apenas relata o campo, mas produz uma forma de acompanhar suas conexões parciais, seus limites e seus pontos de fuga (STRATHERN, 2004).

9 Considerações finais: quem consegue permanecer audível?

Este artigo propôs a economia da escuta como ferramenta analítica para compreender a experiência sonora contemporânea em ecossistemas digitais mediados por plataformas. Ao articular antropologia do som, etnografia digital e estudos de plataforma, argumentou-se que a escuta não é apenas ato perceptivo, mas prática situada, técnica, afetiva e política.

O fonograma digital foi compreendido como objeto reconfigurado por fluxos, métricas, algoritmos e dispositivos. Os eventos de escuta foram pensados como situações antropológicas que podem ocorrer tanto em contextos presenciais quanto em ambientes mediados por plataformas. A escuta, por sua vez, foi analisada como campo de disputa por atenção, permanência e reconhecimento.

A principal contribuição do argumento está em deslocar a pergunta antropológica. Em vez de perguntar apenas o que a música significa, ou como ela representa determinados grupos, é preciso perguntar como ela circula, quem a escuta, em que condições ela se torna audível e quais formas de poder organizam essa audibilidade.

Em uma cultura organizada por plataformas, a questão não é apenas quem fala, quem canta ou quem produz música. A questão é quem consegue permanecer audível.

Referências

AHMED, Sara. The cultural politics of emotion. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2004.

- BATESON, Gregory. Steps to an ecology of mind. Chicago: University of Chicago Press, 2000.
- BAYM, Nancy. Playing to the crowd: musicians, audiences, and the intimate work of connection. New York: New York University Press, 2018.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BUCHER, Taina. If... then: algorithmic power and politics. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- CESARINO, Letícia. O mundo do avesso: verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu Editora, 2022.
- CITTON, Yves. The ecology of attention. Cambridge: Polity Press, 2017.
- COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises A. The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford: Stanford University Press, 2019.
- CRARY, Jonathan. 24/7: late capitalism and the ends of sleep. London: Verso, 2013.
- DENORA, Tia. Music in everyday life. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- FELD, Steven. Sound and sentiment: birds, weeping, poetics, and song in Kaluli expression. 3. ed. Durham: Duke University Press, 2012.
- GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- GILLESPIE, Tarleton. Custodians of the internet: platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. New Haven: Yale University Press, 2018.
- HENNION, Antoine. The passion for music: a sociology of mediation. London: Routledge, 2015.
- HINE, Christine. Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday. London: Bloomsbury Academic, 2015.
- INGOLD, Tim. The perception of the environment: essays on livelihood, dwelling and skill. London: Routledge, 2000.
- KOZINETS, Robert V. Netnography: redefined. 2. ed. London: Sage, 2015.

- MARCUS, George E. Ethnography in/of the world system: the emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, Palo Alto, v. 24, p. 95-117, 1995.
- MASSUMI, Brian. *Parables for the virtual: movement, affect, sensation*. Durham: Duke University Press, 2002.
- PEIRANO, Mariza. *A favor da etnografia*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.
- PINK, Sarah. *Doing sensory ethnography*. 2. ed. London: Sage, 2015.
- SEAVER, Nick. *Computing taste: algorithms and the makers of music recommendation*. Chicago: University of Chicago Press, 2022.
- STERNE, Jonathan. *The audible past: cultural origins of sound reproduction*. Durham: Duke University Press, 2003.
- STERNE, Jonathan. *MP3: the meaning of a format*. Durham: Duke University Press, 2012.
- STOLLER, Paul. *The taste of ethnographic things: the senses in anthropology*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.
- STRATHERN, Marilyn. *Partial connections*. Lanham: AltaMira Press, 2004.
- THÉBERGE, Paul. *Any sound you can imagine: making music/consuming technology*. Hanover: Wesleyan University Press, 1997.
- TURNER, Victor. *The anthropology of performance*. New York: PAJ Publications, 1987.
- VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. *The platform society: public values in a connective world*. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- ZUBOFF, Shoshana. *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. New York: PublicAffairs, 2019.