

Cultura imagética nos *streamings*: considerações sobre os *visualizers* de Roteiro Pra Aïnouz, Vol. 2, de Don L¹

Antonio Teófilo Pinheiro Neto ²

Resumo expandido Painel Temático

Partindo da teoria da “destruição criativa”, de Schumpeter (1982), revisitada por De Marchi (2015), pode-se analisar e refletir sobre a reconfiguração da indústria fonográfica brasileira na era digital em um cenário onde se identifica a transição de um modelo de negócios baseado em suportes físicos para a “cultura do acesso e da conexão” (Kischinhevsky, 2015; Jenkins, Green, Ford, 2022). A partir de Vicente, Kischinhevsky e De Marchi (2018), entende-se ainda que a digitalização possibilitou a ascensão das *big techs* como agentes hegemônicos do mercado musical, promovendo a concentração de plataformas de *streaming* e instaurando novos desafios relacionados à diversidade musical. Esse processo transformou as formas de criação, circulação e recepção das artes, influenciando profundamente as relações entre artistas, obras e públicos. Complementarmente, refletir sobre as formas audiovisuais ligadas à música implica reconhecer a influência histórica das indústrias fonográfica e televisiva na constituição de regimes de escuta e visualidade que ainda estruturam o consumo contemporâneo. Como sugere Della Vecchia (2020, p. 26), é necessário observar atentamente essas formas culturais para compreender o álbum e o videoclipe como entidades históricas vivas, atuantes nos modos de relação com os conteúdos nas plataformas de *streaming*. O videoclipe, ao surgir em um contexto de rearranjos midiáticos entre as indústrias fonográfica e televisiva, configurou-se como um meio esteticamente inovador (Della Vecchia, 2020, p. 74), estabelecendo um regime de visualidade que “musicaliza a visão” do espectador (Della Vecchia, 2020, p. 77). Compreender esse percurso permite reconhecer o desenvolvimento de um letramento midiático que articula práticas de escuta e de visualidades,

¹ Trabalho apresentado no ET 17 “Arte, ciência e tecnologia: mídias emergentes e fluxos de informação” do XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Faculdade Cásper Líbero - FCL, realizado nos dias 11 a 13 de novembro de 2025.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, 2023). E-mail: theopinheironeto@gmail.com

consolidando convenções estéticas e modos de leitura que persistem nas mídias digitais (Della Vecchia, 2020, p. 26-27). Essa permanência evidencia que as novas mídias podem atuar em referência às anteriores, produzindo sentidos a partir de processos contínuos de remediação (Della Vecchia, 2020, p. 27). Assim como o videoclipe nasceu e assumiu uma função simultaneamente promocional e estética, outros produtos derivaram de sua lógica e contribuíram para expandir as formas audiovisuais associadas à música: (i) o *lyric video*, ao destacar o texto da canção, deslocou o foco da performance para a letra, propondo uma experiência híbrida entre som e leitura; (ii) o videoclipe vertical, desenvolvido para os formatos de *stories* e *reels*, reorganizou o enquadramento, a duração e a montagem em função do gesto do usuário e da lógica das redes sociais; (iii) o *visualizer*, por sua vez, incorpora elementos visuais e *loops*, enfatizando a dimensão imagética da música e consolidando uma nova estética de consumo. O *visualizer* é um formato audiovisual que acompanha uma música sem recorrer necessariamente a uma narrativa tradicional. Trata-se, em geral, de vídeos ou animações simples, muitas vezes em *looping*, que criam uma ambiência visual capaz de complementar a experiência sonora. O formato caracteriza-se pela simplicidade e pela economia de meios, apresentando-se como um registro visual sintético e condensado (Viola, 2021). Trata-se, portanto, de uma produção que se insere em um contexto de transformação das práticas de escuta musical nas plataformas digitais, como registra Vito Soares (2021), diretor dos *visualizers* de todas as dez faixas do álbum de estreia da cantora mineira Marina Sena, intitulado “De Primeira”, lançado em 2021 em fala a Viola (2021): “As plataformas digitais modificaram a maneira como a gente absorve e consome música. O *visualizer* agrega e contribui nesse aspecto, expandindo o consumo através desses novos produtos”. Dessa forma, o *visualizer* configura-se como parte de uma lógica de circulação e visibilidade mediada pelas plataformas, ampliando o espectro da imagem na música, que, apesar de nascer como um formato econômico e ágil, ganha status imagético, sendo adotado inclusive por grandes artistas. Para a jornalista Leilah Accioly, em declaração a Viola (2021), “o *visualizer* é meio que um *mood*, ou seja, um artigo visual que quer promover um estado de espírito, deixar um *statement* condensado, sintético, que valide a música, em vez de uma elaboração visual dentro de uma linha narrativa”. Por seu formato sintético e acessível, ele passou a integrar o conjunto de linguagens audiovisuais associadas à música contemporânea,

consolidando-se como mais uma opção imagética. Vasconcelos (2025) observa que “o *visualizer* não apresenta uma regra rígida, mas busca manter uma conexão coerente com a mensagem que o artista pretende transmitir através de seu álbum” (Vasconcelos, 2025, p. 24). Nessa coerência entre som e imagem está sua força estética: o *visualizer* atua como extensão visual do projeto musical, consolidando a identidade e o imaginário do álbum (Vasconcelos, 2025, p. 25). Diante desse cenário, este trabalho parte da provocação de que o *visualizer* pode ser compreendido como uma mídia emergente na medida em que altera as dinâmicas de produção e de circulação audiovisual na música, transformando o *streaming* sonoro em um espaço de visualidade. Mais do que um recurso estético ou promocional, o *visualizer* manifesta uma lógica de consumo cultural que ultrapassa o protagonismo do som, instaurando uma forma de escuta mediada pela imagem. Essa lógica é potencializada pelas próprias plataformas, que incorporam recursos imagéticos como o *Canvas* do *Spotify*, função definida “como um loop visual de 8 segundos em formato vertical para preencher a tela, exibido no espaço do ‘tocando agora’ no lugar da capa do álbum, possibilitando ao artista reforçar a identidade visual de sua música e proporcionar maior engajamento com o público” (Vasconcelos, 2025, p. 23) e que cria um ambiente em que a experiência musical se torna também uma experiência visual e performativa. Compreender o *visualizer* como mídia emergente implica observar como o *streaming* sonoro assume, cada vez mais, o papel de plataforma visual, reorganizando práticas de criação, distribuição e recepção na cultura digital contemporânea. Por um lado, essa emergência evidencia uma democratização tecnológica, que possibilita aos artistas a criação de conteúdos audiovisuais de baixo custo e de rápida produção. Diferente de um videoclipe tradicional, demandante de planejamento, equipe e orçamento, o *visualizer* permite fragmentar narrativas visuais a partir de elementos simples ou reutilizados de outras produções, adaptando-os para plataformas digitais. Por outro lado, essa lógica de acessibilidade e experimentação coexiste com a institucionalização do formato, à medida que as plataformas incorporam e monetizam os *visualizers*, transformando-os em ferramentas de engajamento dentro de suas arquiteturas algorítmicas. Nesse contexto, é possível discutir a emergência do *visualizer* a partir da noção de plataformização, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA), conforme proposta de Lemos (2020). A PDPA caracteriza-se pela captação contínua de dados sobre ações, intenções e emoções dos usuários,

convertendo essas informações em perfis proativos para fins mercadológicos, sociais, políticos e culturais. Dimensão que coloca em xeque premissas clássicas da ciberultura, como emancipação, liberdade e acesso ao conhecimento, ao integrar controle e modulação comportamental em escala global e se articula à plataformização das produções culturais. De acordo com Lemos (2023), essas plataformas e seus ecossistemas constituem a infraestrutura da sociedade contemporânea, funcionando não apenas como ferramentas de interação, mas como sistemas que monitoram e controlam ações humanas por meio da dataficação com fins de monetização. Esse processo, que reforça a mercantilização do consumo cultural, evidencia uma tensão: o acesso a conteúdos livres de interrupções publicitárias depende da assinatura de serviços, mostrando como práticas criativas, circulação e experiências estéticas estão intrinsecamente vinculadas a lógicas de exploração econômica e controle algorítmico. Sobre essa dinâmica, D’Andréa (2020, p. 21) a caracteriza como um processo de dependência crescente de setores, como música, filmes, games e turismo em relação às lógicas das plataformas digitais, uma vez que tais estruturas não apenas transformam antigos modelos de produção e negócios culturais, como também possibilitam a rápida circulação de projetos nativos da internet, cuja existência é radicalmente atrelada às dinâmicas das plataformas. Nesse cenário e mesmo atravessados por tais dinâmicas, realizadores culturais e artistas encontram novas formas de contar histórias a partir de uma lógica que, embora fluida e regida pelo algoritmo, não é esvaziada de narrativa nem de sentido — como demonstra o álbum *Roteiro pra Aiounz, Vol. 2 (RPA2)*, do rapper cearense Don L, vencedor do Prêmio da Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA) na categoria “Artista do Ano” em 2021. O caso de *RPA2* evidencia como o *visualizer* se consolida como linguagem própria, tensionando a fronteira entre o que “ilustra” o som e o que apenas “acompanha o ritmo do algoritmo”. A estrutura narrativa do projeto — composta por *visualizers* de seis a cinquenta e cinco segundos — revela uma estética do fragmento, em que repetição e *loop* não significam ausência de narrativa, mas uma nova forma de contá-la, como afirma o próprio realizador: “não tinha grana para fazer os *visualizers*, mas eu tinha que fazer, eu tinha que deixar as imagens acessíveis” (Don, 2021). O projeto visual de *RPA2* utiliza a temporalidade como eixo para refletir sobre aspectos sociais do Brasil em seu percurso histórico: cada faixa está situada em um tempo – passado, presente ou futuro – e

dialoga diretamente com as letras. Esses *visualizers* potencializam o debate teórico aqui apresentado a partir de revisão bibliográfica, constituindo-se como um estudo de caso. Nessas produções visuais, pode-se observar como as imagens auxiliam e potencializam a experiência sonora ao retratar e “configurar” o passado como uma memória insurgente, capaz de renovar e interromper o presente. Ironicamente, o debate sobre a “temporalidade” faz-se presente no conteúdo dos *visualizers* em análise, como reflete-se os desafios e as dinâmicas da indústria fonográfica brasileira em seu trânsito no digital – um efetivo sinal de “novos” tempos.

Palavras-chave

Indústria fonográfica; plataformação; streaming; *visualizers*; Don L.

Referências

DALLA VECCHIA, Leonam. *O álbum visual e a reconfiguração de formatos audiovisuais na cultura digital*. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro.

DE MARCHI, Leonardo. *Inovação nas indústrias culturais na era digital: um estudo de caso das empresas eletrônicas da indústria fonográfica brasileira*. Relatório final da pesquisa de pós-doutorado da FAPESP. São Paulo, 2015.

D’ANDRÉA, Carlos. *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. Salvador: EDUFBA, 2020. (Coleção Ciberultura).

DON L | Podcast Lança a Braba #049. [S. l.: s. n.], 7 de dezembro de 2021. 1 vídeo (86 min 13 seg). Publicado pelo canal Lança a Braba Podcast. Disponível em: <https://youtu.be/Ce3dE2pC3Cs?si=SRU2KS8L4jPrz3Ls>. Acesso em: 21 set. 2025.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. *Cultura da conexão*. São Paulo: Aleph, 2022.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Da cultura da portabilidade à cultura do acesso: a reordenação do mercado de mídia sonora. Congresso Internacional Ibercom, 14. *Anais...* São Paulo: USP, 2015, p. 6065-6073.

LEMOS, André. Plataformas, dataficação e performatividade algorítmica (PDPA): Desafios atuais da cibercultura. In: Prata, Nair; Pessoa, Sonia C. (Org). *Fluxos comunicacionais e crise da democracia*. São Paulo: Intercom, 2020, pp 117-126.

LEMOS, André. O futuro da sociedade de plataformas no Brasil. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 46, p. 1-14, 2023.

VASCONCELOS, Rayane Silva. *Análise semiótica dos visualizers: caos visual da Lady Gaga no álbum Mayhem*. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB, Cabedelo/PB.

VICENTE, Eduardo; KISCHINHEVSKY, Marcelo; DE MARCHI, Leonardo. A consolidação dos serviços de streaming e os desafios à diversidade musical no Brasil. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura*, São Cristovão, v. 20, n. 1, p. 25–42, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/8578>. Acesso em: 15 set. 2025.

VIOLA, Kamille. Visualizer, formato simples e barato de vídeo, conquista a música. UBC – União Brasileira de Compositores, Rio de Janeiro, 20 dez. 2021. Disponível em: <https://www.ubc.org.br/publicacoes/noticias/visualizer-formato-simples-e-barato-de-video-conquista-a-musica>.

SCHUMPETER, Joseph A. *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.