

---

## **Painel 6**

### **Paisagens audiovisuais na construção do cotidiano: música e media no século XXI**

Paula Gomes Ribeiro (coord.)

CESEM, NOVA FCSH

Com a multiplicação de programas televisivos, de produções cinematográficas e de utilizadores de *youtube* ou outras plataformas *online* – bem como o aumento exponencial de dispositivos e ecrãs para a visualização de todos esses conteúdos – os hábitos de produção e consumo musical têm sofrido várias transformações. Desde séries televisivas de grande orçamento a vídeos caseiros de *youtubers*, estes conteúdos representam atualmente um contexto de recepção cada vez mais consequente para criações musicais e sonoras, e, dada a sua omnipresença e influência na construção do nosso quotidiano, torna-se cada vez mais relevante pensar criticamente a música nestes produtos audiovisuais.

Este painel propõe problematizar diferentes questões que surgem com novas hipóteses de produção e circulação musical associadas a criações audiovisuais, abordando, para isso, fenómenos tão diversos como: o papel da música na série televisiva *Game of Thrones* (2011) enquanto veículo de poder das suas personagens femininas; a criação de paisagens sonoras e o seu recurso para a construção do quotidiano doméstico; e a produção e categorização da *library music* do site francês Cézame. Partimos de um quadro teórico interdisciplinar, cruzando, principalmente, perspectivas e métodos da sociologia da música, dos estudos culturais e do estudo da música em conteúdos audiovisuais.

Debatem-se assim aspetos da atuação da música como prática social e comunicacional na atualidade, inquirindo e discutindo cenários emergentes de produção, mediação e receção de música e paisagens audiovisuais. Abordamos portanto, produções, modelos e vivências sonoras e/ou musicais (em associação a determinantes visuais) no processo de construção de subjetividades, sociabilidades, redes e organização social (DeNora; Hennion; Becker), em espaços do quotidiano atual. Inquirimos, neste sentido, a relevância dos novos media e plataformas audiovisuais na produção de paradigmas sociais nos anos mais recentes da era digital. Num sistema sócio-comunicacional profundamente reconfigurado, assente em redes de intensa e profícua circulação mundial de fluxos digitais de informação, conteúdos, sons e imagens, incidimos em conteúdos, práticas discursivas e circunstâncias de perceção e vivência, em contextos, suportes e redes como a internet, as redes sociais, o micro-blogging, a televisão, entre outros.

### **Música e media, desafios atuais: hiperpersonalização da oferta e consumo audiovisual**

Paula Gomes Ribeiro

Alicerçando-me em discussões teóricas sobre os paradigmas comunicacionais sustentados ou formulados por novos media, proponho-me discutir um processo de personalização cada vez mais expressiva da produção e distribuição de conteúdos audiovisuais e as suas consequências na (re)configuração de comunidades e padrões de consumo musical. Esta discussão passa, entre outros aspetos, pela observação do modo como motores de pesquisa como o Google e de media sociais como o Facebook, ou outros serviços de *streaming* musical, sonoro ou audiovisual, têm vindo a personalizar os seus serviços em função dos utilizadores, examinando o potencial impacto