



PERIÓDICUS

ISSN: 2358-0844

n. 21, v. 2
jan-jul.2025
p. 283-302

“Toca uma música pros gays”: Spotify e *pink money* nas comunidades LGBTQIAPN+

(“Play a song for the gays”: Spotify and pink money in the LGBTQIAPN+ communities)

(“Pon una canción para los gays”: Spotify y pink money en las comunidades LGBTQIAPN+)

Mateus Vinicius Santos¹
Mauricio Barth²

RESUMO: O presente trabalho objetiva investigar como o Spotify tem utilizado a estratégia do *Pink Money* para monetizar sua plataforma e se tornar popular dentro das comunidades LGBTQIAPN+. No que tange às suas tipologias, este trabalho se particulariza pelo uso das pesquisas Básica (quanto à natureza), Exploratório-descritiva (quanto aos objetivos), Bibliográfica e Estudo de Caso (quanto aos procedimentos técnicos) e Qualitativa (quanto à abordagem do problema), sendo que, para a etapa de coleta de dados foi utilizada a estratégia de lançamento global da campanha Orgulho Presente, que incluiu uma série de ativações ao longo do mês de junho de 2019. Ao fim do estudo se entende que é crucial garantir que as ações do Spotify não sejam percebidas como oportunistas ou superficiais. O sucesso contínuo da marca neste mercado dependerá da manutenção de um compromisso genuíno com a inclusão e a criação de experiências que ressoem com a comunidade LGBTQIAPN+ de forma autêntica e significativa.

PALAVRAS-CHAVE: *Pink Money*; Spotify; LGBTQIAPN+; estratégia; monetização; plataforma *online* musical.

Abstract: This study aims to investigate how Spotify has used the Pink Money strategy to monetize its platform and become popular within LGBTQIAPN+ communities. Regarding its typologies, this study is characterized by the use of Basic research (regarding its nature), Exploratory-descriptive (regarding its objectives), Bibliographic and Case Study (regarding its technical procedures) and Qualitative (regarding the approach to the problem). For the data collection stage, the global launch strategy of the Orgulho Presente campaign was used, which included a series of activations throughout the month of June 2019. At the end of the study, it is understood that it is crucial to ensure that Spotify's actions are not perceived as opportunistic or superficial. The brand's continued success in this market will depend on maintaining a genuine commitment to inclusion and creating experiences that resonate with the LGBTQIAPN+ community in an authentic and meaningful way.

Keywords: Pink Money; Spotify; LGBTQIAPN+; strategy; monetization; online music platform.

Resumen: El presente trabajo tiene como objetivo investigar cómo Spotify ha utilizado la estrategia Pink Money para monetizar su plataforma y hacerse popular dentro de las comunidades LGBTQIAPN+. En cuanto a sus tipologías, este trabajo se caracteriza por el uso de Investigación Básica (en cuanto a su naturaleza), Exploratoria-descriptiva (en cuanto a sus objetivos), Bibliográfica y de Estudio de Caso (en cuanto a sus procedimientos técnicos) y Cualitativa (en cuanto a sus de abordaje del problema), y para la etapa de recolección de datos, se utilizó la estrategia de lanzamiento global de la campaña Orgulho Presente, la cual incluyó una serie de activaciones a lo largo del mes de junio de 2019. Al finalizar el estudio, se entiende que Es crucial garantizar que las acciones de Spotify no se perciban como oportunistas o superficiales. El éxito continuo de la marca en este mercado dependerá de mantener un compromiso genuino con la inclusión y crear experiencias que resuenen con la comunidad LGBTQIAPN+ de una manera auténtica y significativa.

Palabras clave: *Pink Money*; Spotify; LGBTQIAPN+; estrategia; monetización; plataforma de música *online*.

1 Bacharel em Publicidade e Propaganda pela Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: mateusvinic@hotmail.com

2 Doutor em Diversidade Cultural e Inclusão Social. Professor no Curso Superior em Publicidade e Propaganda e no Programa de Pós-graduação em Indústria Criativa da Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: mauricio@feevale.br



Artigo licenciado sob forma de uma licença Creative Commons [Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). (CC BY-NC 4.0)

Recebido em 01/08/2024

Aceito em 26/09/2024

1 Introdução

No cenário contemporâneo, a indústria da música tem se reinventado constantemente, impulsionada pela rápida evolução das tecnologias digitais e das plataformas de *streaming*. Nesse contexto, o Spotify se destaca como uma das plataformas mais influentes e conhecidas, permitindo que os usuários acessem uma vasta biblioteca de músicas de forma conveniente e personalizada. A competição acirrada e a busca por diferenciação levaram o Spotify a explorar estratégias diversificadas para expandir seu público e se destacar em nichos específicos.

Como é o caso do público LGBTQIAPN+, composto por lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, queer, intersexuais e outras identidades. Esse público representa uma comunidade diversificada e vibrante que tem conquistado crescente visibilidade e influência. Sob esse prisma, a interseção entre a indústria da música e a comunidade LGBTQIAPN+ apresenta um terreno fértil para a exploração de estratégias de marketing inovadoras. Entre essas se pode destacar o conceito de *Pink Money*, que se refere ao poder econômico dos consumidores LGBTQIAPN+ e à prática de direcionar estratégias de marketing específicas para esse público.

O presente artigo visa, portanto, investigar como o Spotify tem utilizado a estratégia do *Pink Money* para monetizar sua plataforma e se tornar popular dentro da comunidade LGBTQIAPN+. A monetização, no contexto deste estudo, se refere às ações e estratégias com o objetivo de gerar receita e lucro por meio do engajamento dessa comunidade. Compreender como o Spotify tem buscado atender às necessidades e interesses musicais diversificados da comunidade LGBTQIAPN+, ao mesmo tempo em que promove a inclusão e a visibilidade, é essencial para a compreensão das dinâmicas contemporâneas da indústria da música e do marketing.

Este estudo intenciona explorar, a partir da análise da campanha Orgulho Presente, como o Spotify tem se posicionado como uma plataforma que celebra a diversidade e busca fortalecer seus laços com a comunidade LGBTQIAPN+. Por meio dessa investigação se espera fornecer *insights* valiosos e reflexões sobre as estratégias utilizadas pela plataforma.

Dito isto, o artigo está estruturado da seguinte forma: inicialmente, apresentam-se os procedimentos metodológicos adotados, que especificam os tipos de pesquisa e os processos de coleta e análise. Em seguida, exibe-se a fundamentação teórica do estudo, sustentada, sobretudo, em textos que discutem a estratégia do *Pink Money* e suas implicações para a comunidade LGBTQIAPN+, assim como a relação entre identidade de gênero, sexualidade e consumo, tendo, como pilares teóricos, os autores Butler (1990) e Crenshaw (1989). Na sequência, são apresentadas as análises elencadas, as considerações finais e as referências utilizadas.



2 Procedimentos Metodológicos

No que tange às tipologias, este trabalho se particulariza pelo uso das pesquisas Básica (quanto à natureza), Exploratório-descritiva (quanto aos objetivos), Bibliográfica e Estudo de Caso (quanto aos procedimentos técnicos) e Qualitativa (quanto à abordagem do problema), baseando-se, para essas definições, em Lester (2023), McBride (2023) e Mitcheltree (2023).

Para a etapa de coleta foi utilizada a estratégia de lançamento global da campanha Orgulho Presente. Esta campanha incluiu uma série de ativações ao longo do mês de junho de 2019, com o objetivo de ampliar a voz da comunidade LGBTQIAPN+ e incentivar seus membros a desafiarem convenções, demonstrando que podem se fazer presentes em qualquer ambiente. Em colaboração com o Spotify, alguns artistas, como Majur e Pablló Vittar, foram convidados para criar playlists especiais em comemoração ao mês do orgulho. Além disso, a campanha também disponibilizou cartões interativos nas redes sociais, permitindo que pessoas usuárias expressassem seu orgulho preenchendo espaços em branco e compartilhando suas histórias³.

Diante disso, na etapa de análise de dados foi utilizada a análise de conteúdo proposta por Bardin (2016). A abordagem da autora se compõe de etapas como pré-análise, exploração do material, interpretação e validação, e permitiu uma investigação aprofundada das estratégias de marketing empregadas pela plataforma para atingir a comunidade LGBTQIAPN+. Esta técnica, entre outros pontos, facilitou a identificação de temas, tendências e padrões específicos relacionados à inclusão, diversidade e visibilidade na campanha, contribuindo para uma compreensão das dinâmicas modernas da indústria da música e do marketing direcionada para públicos diversos.

3 Indústria da música na era digital

A indústria da música passa por uma transformação significativa e constante na era digital, impulsionada pela rápida evolução das tecnologias digitais e pela ascensão das plataformas de *streaming*. De acordo com Herschmann (2020), a digitalização da música não é apenas uma mudança técnica; é uma transformação cultural que abrange toda a cadeia da música. O autor argumenta que a transição para o meio digital impacta desde a produção e distribuição até a forma como os consumidores interagem com a música.

A era digital trouxe consigo desafios significativos, mas também oportunidades sem precedentes para artistas, gravadoras e consumidores (Essinger, 2019). A chegada da internet e a popularização do compartilhamento de arquivos digitais, exemplificado pelo Napster - um site

³ Disponível em: <https://www.musicjournal.com.br/spotify-nova-campanha-celebrara-o-mes-do-orgulho-lgbtqia/>. Acesso em: 01 jun. 2024.



e aplicativo para Android e iOS, que disponibiliza aos usuários um acervo de cerca de quinze milhões de músicas para transmissão *online* -, criaram desafios significativos para a indústria, incluindo a pirataria e uma diminuição nas vendas de álbuns físicos.

A transição para as plataformas de *streaming* marcou um ponto de virada na indústria da música. O Spotify, em particular, oferece aos usuários a capacidade de transmitir músicas instantaneamente, proporcionando acesso a um vasto catálogo de faixas de diversos gêneros. Pereira (2017) observa que o modelo de negócios do Spotify se baseia em assinaturas e anúncios, o que não apenas atende à demanda dos consumidores por conveniência, mas também introduziu uma nova fonte de receita para artistas e gravadoras.

Essas transformações na indústria musical não se limitam apenas à distribuição de música. Essas também afetam as estratégias de marketing, promoção e monetização. A competição acirrada entre as plataformas de *streaming* levou ao desenvolvimento de estratégias diferenciadas e destacadas para atrair e reter público.

A compreensão do impacto do Spotify e das tecnologias digitais na indústria musical é importante para explorar como as estratégias de marketing e monetização estão moldando as dinâmicas contemporâneas do setor (Tofalvy; Koltai, 2023; Terroso-Saenz; Soto; Muñoz, 2023). As implicações dessas mudanças se estendem para além da indústria musical e têm um impacto significativo na forma como os artistas, consumidores e a sociedade como um todo interagem com a música.

3.1 O impacto do Spotify na indústria da música

A plataforma do Spotify foi construída com o entendimento de que os consumidores, que não estão inclinados a comprar um álbum ou música específica, podem estar dispostos a pagar pela facilidade de acesso a uma grande biblioteca de músicas. Desde o seu lançamento, o Spotify transformou o mundo da música de tal forma que a plataforma passou de 7% do mercado dos Estados Unidos da América em 2010 para impressionantes 83% no final de 2020. As receitas da música gravada viram seu quinto ano consecutivo de crescimento, ultrapassando US\$12,2 bilhões (Riaa, 2021). Esse crescimento extraordinário do Spotify demonstra como a plataforma se tornou uma força dominante na indústria musical, reconfigurando radicalmente o cenário competitivo.

Além disso, o Spotify mudou a maneira como as pessoas descobrem novas músicas. Com recursos que permitem ver artistas semelhantes aos que as pessoas ouvem, uma *playlist* “*Discover Weekly*” adaptada ao gosto musical existente e sugestões de “rádio de música” semelhantes a uma música que a pessoa gosta, é fácil adicionar uma nova música ou duas em bibliotecas pessoais quase



todos os dias (Johnson; Poddar, 2017). Essa capacidade de descoberta contínua e personalizada redefiniu a relação entre os ouvintes e a música, oferecendo um mundo de possibilidades musicais a apenas alguns cliques de distância.

O Spotify também encoraja as pessoas a se envolverem mais com a música. De acordo com o *Spotify Initiation of Coverage da Stifel*, “o Spotify recomendou mais de 30% da audição geral em 2017, acima de menos de 20% em 2015, proporcionando uma experiência de audição altamente personalizada” (Stifel, 2018). A plataforma não apenas oferece conveniência, mas também enriquece a experiência musical, incentivando a exploração de novos gêneros e artistas. Essa personalização e envolvimento profundos com a música fortalecem a ligação entre os ouvintes e as faixas que eles ouvem.

Além disso, o Spotify influenciou os hábitos de escuta para incluir uma variedade maior de gêneros. Quando encontrar novos artistas é fácil para as pessoas aproveitarem a oportunidade. Ninguém está estritamente limitado a ouvir um único gênero (Bennett *et al.*, 2018). A diversificação de gostos musicais proporcionada pelo Spotify contribuiu para a expansão cultural e artística na indústria da música. Os ouvintes agora têm a liberdade de explorar uma ampla gama de gêneros musicais, o que enriquece suas experiências musicais e promove uma maior diversidade na produção musical.

4 Comunidade LGBTQIAPN+ e sua Importância

A comunidade LGBTQIAPN+ tem uma importância significativa na sociedade, tanto em termos de diversidade cultural quanto na luta pelos direitos humanos. Bertolini, Oliveira e Amaral (2023) argumentam que o entendimento do termo LGBTQIAPN+ é fundamental para a luta por direitos e espaço na sociedade. Eles destacam que a inclusão e o reconhecimento de todas as identidades dentro do espectro são essenciais para a promoção da igualdade e da justiça social.

Além disso, a história do movimento no Brasil, conforme documentado por Green *et al.* (2023), demonstra a luta contínua pela igualdade e o reconhecimento. Eles traçam um panorama histórico-cultural dos quarenta anos do movimento LGBT brasileiro, destacando os desafios enfrentados e as conquistas alcançadas.

Galetti (2023) reforça a importância da visibilidade para essa comunidade. A autora argumenta que a visibilidade é essencial para combater a discriminação e promover a aceitação.

A literatura, a música e as artes em geral, também desempenham um papel crucial na representação e na compreensão da comunidade LGBTQIAPN+. Autores como Andrade (1928), que se identificou como homossexual em uma carta-confissão para o também escritor Manuel



Bandeira, são exemplos notáveis de vozes LGBTQIAPN+ na literatura brasileira.

Da mesma forma, a comunidade *queer* e sua representação são de suma importância para a sociedade, pois contribuem para a diversidade cultural, promovem a igualdade de direitos e desafiam as normas tradicionais de gênero e sexualidade.

4.1 Diversidade e visibilidade da comunidade LGBTQIAPN+

A diversidade e a visibilidade da comunidade LGBTQIAPN+ são aspectos a serem discutidos na sociedade contemporânea. Butler (1990) propõe que o gênero é performativo, ou seja, é uma construção social e não uma condição inerente ao indivíduo. Isso significa que as identidades de gênero são formadas através de atos repetidos e performances que são socialmente aceitas como masculinas ou femininas. Esta perspectiva desafia a visão tradicional de que o gênero é fixo e inalterável, e destaca a diversidade de experiências dentro da comunidade LGBTQIAPN+.

Butler (1990) também argumenta que a visibilidade da comunidade LGBTQIAPN+ é crucial para desafiar e transformar as normas de gênero existentes. Ao tornar visíveis as diversas identidades e experiências dentro desse grupo, é possível questionar e desafiar as normas de gênero tradicionais e promover uma maior aceitação e inclusão.

Por outro lado, Warner (1999) argumenta que a visibilidade por si só não é suficiente. Em seu trabalho, o autor destaca a importância de criar espaços seguros e inclusivos para a comunidade LGBTQIAPN+, nos quais a diversidade de identidades e experiências possa ser reconhecida e valorizada. Em uma de suas citações, é nítida sua visão sobre a relação de ser *queer* com a vivência dentro de uma sociedade “Se existe tal coisa como um modo de vida gay, ele consiste nessas relações, uma confusão de intimidades fora do quadro de profissões e instituições e obrigações sociais comuns” (Warner, 1999, p. 81).

A diversidade e a visibilidade da comunidade LGBTQIAPN+ são fundamentais para a construção de sociedades mais justas e inclusivas, contribuindo para a promoção da igualdade de direitos. Ao mesmo tempo, estimulam a evolução dessas sociedades, ao desafiar o *status quo*, transcendendo conceitos de gênero e sexualidade.

4.2 Estratégias de marketing voltadas para o público LGBTQIAPN+

Na esfera do marketing voltado para a comunidade LGBTQIAPN+, a autenticidade emerge como o elemento essencial na busca por conexões verdadeiras. Muitas marcas enfrentam questionamentos sobre sua presença apenas durante eventos celebrativos da comunidade, tornando desafiador discernir entre aquelas que são autênticas e as que não o são.



Netto (2021) destaca os desafios enfrentados no Brasil, enfatizando que as estratégias de marketing direcionadas à população LGBTQIAPN+ transcendem meros números, moldando não apenas o mercado, mas também a narrativa que as marcas desejam construir.

Em um contexto em que as marcas aspiram atingir a comunidade LGBTQIAPN+, algumas se perdem na tentativa de parecerem autênticas. O fenômeno do *Pink Money* se torna uma sombra inquietante, quando empresas fingem apoiar a comunidade apenas por ganhos lucrativos.

Silva (2020) propõe uma reflexão sobre o significado de autenticidade ao explorar o universo LGBTQIAPN+. Suas ponderações exploram ações que não se limitam à venda de produtos, mas reforçam o compromisso genuíno das marcas com o público LGBTQIAPN+. Ao buscar uma representação verdadeira e respeitosa desse público, as marcas demonstram um compromisso genuíno com a diversidade. Essa abordagem, que vai além das estratégias de marketing tradicionais, enriquece a imagem da marca, fortalece laços de confiança com a comunidade e contribui para a construção de um mundo mais inclusivo.

Menon *et al.* (1999) apresentam um modelo de estratégia de marketing que vai além de estereótipos, instigando a enxergar a diversidade como uma força inspiradora para a autenticidade nas relações de consumo entre marca e comunidade. Esse modelo reconhece a importância da formulação e implementação de estratégias de marketing que sejam sensíveis às nuances do ambiente competitivo e às necessidades específicas do mercado-alvo, enfatizando a necessidade de uma comunicação flexível e adaptativa para alcançar o sucesso no atual cenário empresarial.

O desafio está na compreensão das complexidades e a integração de abordagens diversas. Como se pode identificar o verdadeiro discurso de apoio e engajamento na causa LGBTQIAPN+, distinguindo-o do mero interesse financeiro em relação a esse público?

5 O conceito de *Pink Money*

O conceito de *Pink Money*, uma expressão que ganha destaque nas esferas da economia, marketing e comunicação, é uma realidade emergente que vem sendo debatida com crescente intensidade. Conforme assinalado por Alves (2019), o *Pink Money* se refere ao “poder de compra da comunidade LGBTQIAPN+, ou seja, o potencial de consumo de diversos produtos e serviços”. O autor cita que estudos indicam que pelo menos 10% da população mundial é *queer*. O censo do IBGE de 2010 revelou que casais homoafetivos possuem duas vezes mais renda do que os casais heterossexuais, além de gastarem, em média, 30% a mais (Alves, 2019).

Aprofundando a discussão, o artigo do Cielo Blog (2019) destaca o *Pink Money* como “o poder de compra da comunidade LGBTQIAPN+, abrangendo o potencial de consumo de diversos



produtos e serviços”. Além disso, o blog enfatiza que o termo vai além de uma simples estratégia de marketing, englobando uma dimensão social significativa (Cielo Blog, 2019).

O artigo publicado na revista *Signos do Consumo* (Oliveira; Machado, 2021) oferece uma perspectiva esclarecedora sobre o *Pink Money*, classificando-o como um termo utilizado para caracterizar a comercialização de produtos direcionados ao público LGBTQIAPN+. O texto destaca os benefícios de abraçar a diversidade e explora como algumas marcas foram capazes de criar casos inspiradores voltados para esse público específico (Oliveira; Machado, 2021).

Nesse contexto, é imperativo compreender a magnitude do *Pink Money* não apenas como uma força econômica, mas como um fenômeno mercadológico, envolvendo considerações sociais e culturais. A crescente visibilidade dessa comunidade coloca em destaque a importância de estratégias autênticas e sensíveis, que não apenas busquem captar o potencial de consumo, mas que também promovam a inclusão e o respeito à diversidade. Nesse cenário, explorar as nuances do *Pink Money* vai além de uma mera estratégia comercial, é uma oportunidade para as marcas se posicionarem como agentes de mudança e defensores de valores inclusivos. O desafio reside em compreender a complexidade desse público, indo além dos números e das estatísticas, para construir conexões genuínas que transcendam o simples ato de consumir.

5.1 Marketing: Comunidade LGBTQIAPN+

O marketing para o público LGBTQIAPN+ é uma área de estudo que tem ganhado cada vez mais atenção. As empresas estão reconhecendo a importância de atender a este mercado e estão buscando estratégias eficazes para fazê-lo. Segundo Abreu (2021), é crucial entender as demandas da comunidade LGBTQIAPN+, além do consumo e como essas demandas influenciam suas decisões de compra. Isso significa que as empresas devem se esforçar para criar um ambiente inclusivo e acolhedor, e não apenas ver a comunidade LGBTQIAPN+ como uma oportunidade de negócio.

Além disso, o blog da M2BR Academy (2021) discute a importância de ser genuíno e promover o bem ao fazer marketing para o público LGBTQIAPN+. Isso significa evitar estereótipos e garantir que as campanhas de marketing sejam autênticas e respeitadas. As empresas devem se esforçar para entender a comunidade LGBTQIAPN+ e suas necessidades únicas para poder atendê-las de maneira eficaz.

O artigo intitulado *RELEVÂNCIA DO MARKETING DIRECIONADO PARA O PÚBLICO LGBT* discute a inserção definitiva dos LGBTQIAPN+ no mercado e o crescimento do consumo gay. Isso mostra a importância do marketing direcionado para este público e a necessidade de



estratégias de marketing eficazes.

Em conclusão, o marketing para o público LGBTQIAPN+ é uma área de estudo importante e as empresas devem buscar estratégias eficazes para atender a este mercado. Isso inclui entender as demandas da comunidade, criar um ambiente inclusivo e acolhedor, e garantir que as campanhas de marketing sejam autênticas e respeitadas.

As empresas que conseguem fazer isso não apenas se beneficiam do poder de compra do *Pink Money*, mas também contribuem para uma sociedade mais inclusiva e diversificada. Ao fazer isso, essas empresas atraem um mercado valioso, e também desempenham um papel na promoção da igualdade e da inclusão.

5.2 *Pink money* e o Spotify

O público LGBTQIAPN+ tem se tornado cada vez mais influente na economia global, com empresas de todos os setores reconhecendo a importância de atender a este mercado (Abreu, 2021). Esse público tem um poder de compra significativo, o chamado *Pink Money*, e muitas empresas vêm reconhecendo a importância de atender a este mercado.

O Spotify, como uma das maiores plataformas de *streaming* de música do mundo, não é exceção. A empresa tem feito esforços para atrair e atender à comunidade LGBTQIAPN+ através de várias iniciativas. Entre essas se destacam as playlists que celebram a diversidade e a inclusão, e também as parcerias com artistas LGBTQIAPN+ para promover suas músicas. Essas iniciativas não apenas atraem a comunidade, mas também criam um ambiente acolhedor e inclusivo.

No entanto, é importante destacar que o marketing para a comunidade LGBTQIAPN+ vai além do simples desejo de aproveitar o *Pink Money*, sendo preciso que haja um esforço genuíno em atender e servir esse grupo demográfico com dignidade e respeito. Para isso, assim como apontado por Edu Abreu (2021), é crucial entender as demandas da comunidade LGBTQIAPN+ além do consumo e como essas demandas influenciam suas decisões de compra.

No que tange ao respeito e à autenticidade das campanhas, como mencionado no blog da M2BR Academy (2021), é importante ser genuíno e promover o bem ao fazer marketing para o público LGBTQIAPN+. Nesse sentido, o *Pink Money* representa uma oportunidade significativa para empresas como o Spotify. E, para aproveitá-la, é fundamental que haja a compreensão e o respeito pela comunidade LGBTQIAPN+ e suas necessidades únicas.

6 *Spill The Tea*

Para analisar a campanha Orgulho Presente se faz necessário entender o princípio de sua



criação. Criada pelo Spotify em junho de 2019, como parte das comemorações do Mês do Orgulho LGBTQIAPN+, seu objetivo principal foi celebrar a diversidade e o orgulho da comunidade LGBTQIAPN+ por meio de conteúdo especializado e curadoria de playlists.

O Spotify desenvolveu a campanha em colaboração com artistas, ativistas e influenciadores da comunidade, na qual foram criadas *playlists* exclusivas, destacando músicas de artistas LGBTQIAPN+ e músicas que são populares dentro da comunidade. Além disso, a plataforma lançou uma série de podcasts, entrevistas e conteúdos especiais relacionados ao orgulho LGBTQIAPN+.

A campanha foi promovida em todos os canais do Spotify, incluindo redes sociais, aplicativos e site, e foi bem recebida pelas pessoas usuárias, tanto da comunidade quanto pelos simpatizantes. Essa iniciativa não só proporcionou uma experiência musical inclusiva, mas também contribuiu para aumentar a visibilidade e o apoio à comunidade LGBTQIAPN+. O reconhecimento da ação deu-se por sua tentativa de celebrar e promover a diversidade da comunidade LGBTQIAPN+. Contudo, enquanto a visibilidade da comunidade LGBTQIA+ é necessária para uma sociedade mais inclusiva (Galetti, 2023), é preciso questionar se as intenções por trás da iniciativa do Spotify são genuínas ou se estão enraizadas em um desejo oportunista de capitalizar sobre o *Pink Money*.

A exploração comercial da diversidade é um fenômeno que tem sido amplamente discutido na literatura acadêmica (Abreu, 2021). Warner (1999) alerta para os perigos de uma visibilidade meramente superficial, que visa apenas capitalizar sobre a imagem positiva associada à diversidade, sem um compromisso real com a igualdade e a inclusão. Não é nenhuma novidade que muitas marcas utilizam de datas, principalmente no mês de junho, quando acontece o dia do Orgulho, para trazer a pauta com objetivo de lucrar com a comunidade. Nesse sentido, a campanha Orgulho Presente levanta pautas sobre a autenticidade das empresas ao abordar questões relacionadas à comunidade LGBTQIAPN+.

O poder de compra do público LGBTQIAPN+ é significativo, embora os dados específicos variem de acordo com a região, país e método de pesquisa, algumas estimativas indicam que a comunidade LGBTQIAPN+ possui um poder econômico considerável.

Estudos apontam esse público como um dos mais rentáveis para os negócios. Segundo uma pesquisa da *Out Leadership*, associação internacional focada no desenvolvimento de iniciativas para esse mercado, a disponibilidade financeira das pessoas LGBTQIA+ no Brasil gira próximo aos R\$420 bilhões ao ano — o que corresponde a cerca de 10% do Produto Interno Bruto do país (Abreu, 2021).

Por exemplo, um estudo da *Community Marketing & Insights*, nos Estados Unidos, estimou que o poder de compra da comunidade LGBTQIAPN+ no país ultrapassa os trilhões de dólares.



No Brasil, ainda que os dados sejam menos abundantes, pesquisas têm sugerido um aumento no poder econômico da mesma, especialmente com o crescimento da conscientização e da aceitação.

Além do poder de compra direto, o público LGBTQIAPN+ também influencia as decisões de compra de amigos, familiares e simpatizantes, o que amplia ainda mais seu impacto no mercado. No entanto, é importante notar que esses números variam ao longo do tempo e dependem de uma série de fatores, incluindo a economia geral, políticas de inclusão, e mudanças nas atitudes sociais.

Empresas e marcas que buscam atender a esse mercado devem considerar não apenas o poder de compra da comunidade LGBTQIAPN+, mas também a importância da autenticidade, inclusão e sensibilidade em suas estratégias de marketing e produtos, ou seja, a diversidade de identidades e experiências devem ser reconhecidas e valorizadas (Warner, 1999).

A campanha pode ser vista como um exemplo de uma empresa tentando se posicionar como progressista e inclusiva para atrair um público mais diversificado e, conseqüentemente, aumentar seus lucros. Embora a iniciativa incluía *playlists* temáticas e parcerias com artistas LGBTQIAPN+, sendo importante questionar se o Spotify está realmente comprometido com a promoção da igualdade ou se está simplesmente usando a comunidade LGBTQIAPN+ como uma ferramenta de marketing.

A discussão em torno do conceito de *Pink Money*, conforme abordado por Alves (2019), lança luz sobre as motivações por trás da campanha do Spotify. Ao reconhecer o poder de compra da comunidade LGBTQIAPN+, a empresa pode estar mais interessada em lucrar com esse segmento de mercado do que em promover uma verdadeira mudança social. Isso levanta preocupações éticas sobre a exploração comercial da diversidade e a cooptação de movimentos sociais legítimos para fins lucrativos.

A análise crítica da campanha Orgulho Presente do Spotify requer uma investigação aprofundada das diversas facetas envolvidas, desde a evolução da indústria da música até as complexidades da representação e inclusão da comunidade LGBTQIAPN+, uma vez que a visibilidade da comunidade é de grande importância e deve ser tratada com cuidado (Galetti, 2023). Ao examinar as estratégias e implicações dessa campanha, inicia-se pela comunicação e grafismo desenvolvidos pela marca.

O início da celebração foi marcado pelo lançamento da *playlist* Seleção Premium, que recebeu a co-curadoria do influenciador João Luiz Pedrosa, que conta com uma seleção de grandes sucessos da música atual como Ama Sofre Chora, da cantora Pabllo Vittar, além de hits de grandes nomes do pop, como Gloria Groove, Duda Beat, Lady Gaga, entre outros.

Além de João, o Spotify contou com outros convidados para a curadoria da *playlist* Lista



VIP de junho. Como a cantora Majur, que trouxe para a *playlist* uma seleção de seus hits favoritos, que incluem grandes nomes como Chico César, Maria Gadú, Beyoncé, Carlinhos Brown, entre outros.

Figura 1: Capas Edição PRIDE



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

O cuidado na seleção dos curadores das *playlists* é um ponto a ser considerado na análise da campanha. A escolha de personalidades influentes da comunidade LGBTQIAPN+ para colaborar na curadoria das *playlists* pode ser interpretada como uma tentativa da marca de se alinhar com os valores e interesses desse público específico. No entanto, é importante questionar se essa colaboração se traduz em uma representação autêntica e diversificada da comunidade ou se reflete apenas uma visão estereotipada e limitada desse grupo.

A presença de artistas renomados como Pabllo Vittar, Gloria Groove e Lady Gaga nas *playlists* pode ser vista como uma tentativa do Spotify de capitalizar sobre o apelo desses artistas junto ao público LGBTQIAPN+. Essa estratégia não apenas aumenta a visibilidade da campanha, mas também reforça a associação da marca com a diversidade e a inclusão (Bertolini; Oliveira; Amaral, 2023).

Também se faz muito importante examinar o conteúdo das *playlists* e como esse representa a diversidade da comunidade LGBTQIAPN+. Embora seja louvável destacar artistas queer e suas



contribuições para a música, é importante que essa representação seja inclusiva e respeitosa. Isso significa incluir uma variedade de vozes e experiências dentro da comunidade LGBTQIAPN+, em vez de reforçar estereótipos e preconceitos (Menon *et al.*, 1999).

Outro aspecto a ser considerado é o impacto das *playlists* temáticas na experiência do usuário. A criação de *playlists* exclusivas para o Mês do Orgulho LGBTQIAPN+ pode ser vista como uma forma de reconhecer e celebrar a diversidade da comunidade, proporcionando aos usuários uma experiência musical inclusiva e envolvente. É importante garantir que essa inclusão não seja apenas superficial, mas que se reflita também nas políticas e práticas internas da empresa (Warner, 1999).

O mesmo vale para os podcasts, as entrevistas e os conteúdos especiais relacionados ao orgulho LGBTQIAPN+ que fizeram parte da campanha Orgulho Presente do Spotify. Esses materiais oferecem uma oportunidade adicional para promover a visibilidade e o apoio à comunidade, além de oferecer uma plataforma para que artistas e ativistas queiram compartilhar suas histórias e perspectivas. Por isso é tão importante que esses conteúdos sejam autênticos e representativos, em vez de apenas capitalizar sobre a identidade LGBTQIAPN+ para ganhos comerciais.

Outra característica da campanha que merece destaque diz respeito ao seu caráter visual, que desempenha um papel importante no impacto que essa gerou. Desde o lançamento da campanha, a plataforma tem se destacado por sua abordagem criativa e inclusiva na representação visual da comunidade.

Uma das características mais marcantes da campanha é o uso de cores vibrantes e símbolos emblemáticos do movimento LGBTQIAPN+ em suas peças visuais. O Spotify adotou a bandeira do arco-íris e outros símbolos do orgulho em seus materiais promocionais, como banners, capas de playlists e posts nas redes sociais. Esses elementos visuais não apenas celebram a diversidade, mas também reforçam o suposto compromisso da empresa com a comunidade LGBTQIAPN+ (Silva, 2020).

Além disso, a campanha Orgulho Presente se destaca pela representação diversificada de pessoas LGBTQIAPN+ em suas imagens e vídeos promocionais. O Spotify optou por incluir uma variedade de identidades de gênero, sexualidades, raças, etnias e idades em suas peças visuais, refletindo a verdadeira diversidade da comunidade. Essa representação autêntica e inclusiva não apenas se destaca com o público LGBTQIAPN+, mas também envia uma mensagem poderosa de aceitação e respeito a todos os usuários da plataforma.

Outro aspecto importante do grafismo da campanha é a linguagem visual utilizada para comunicar mensagens de apoio e solidariedade à comunidade LGBTQIAPN+. O Spotify criou



ilustrações e designs que transmitem sentimentos de amor, orgulho, igualdade e celebração, criando assim uma atmosfera acolhedora e positiva para os usuários LGBTQIAPN+ e seus aliados. Esses elementos visuais desempenham o papel de complementar o conteúdo musical da campanha e, também, reforçam sua mensagem central de inclusão e diversidade.

Para além das peças promocionais, o Spotify também investiu em experiências visuais interativas para envolver os usuários durante o Mês do Orgulho LGBTQIAPN+. Isso inclui filtros de realidade aumentada nas redes sociais, que permitiam aos usuários personalizar suas fotos com elementos do orgulho, e experiências de realidade virtual em que os usuários podiam explorar ambientes virtuais temáticos do orgulho LGBTQIAPN+. Essas experiências visuais imersivas são um convite para que os usuários engajem com a campanha e, também, proporcionam uma oportunidade única de vivenciar a celebração do orgulho LGBTQIAPN+ de uma forma totalmente nova e envolvente.

Ao adotar uma abordagem criativa, inclusiva e autêntica na representação visual da comunidade LGBTQIAPN+, o Spotify não apenas fortaleceu sua conexão com os usuários LGBTQIAPN+, mas também promoveu uma mensagem poderosa de aceitação, igualdade e celebração para todos os seus usuários.

Como parte da estratégia de divulgação da campanha, a marca investiu na promoção ativa em diversas redes sociais, incluindo *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* e *TikTok*, buscando alcançar um público amplo e diversificado.

Ao longo do período da campanha, os usuários foram incentivados a participarem ativamente, compartilhando suas experiências, *feedbacks* e opiniões sobre a iniciativa Orgulho Presente. O Spotify criou *hashtags* específicas, como *#OrgulhoPresente* e *#PrideMonth*, para facilitar a identificação e o acompanhamento das publicações relacionadas à campanha. Além disso, foram lançados desafios, enquetes e outras formas de interação para incentivar o envolvimento dos usuários e promover uma comunidade engajada em torno do tema do orgulho.



Figura 2: Comentários da web



Fonte: X (Anteriormente nomeado Twitter) (2024)

Um aspecto a ser considerado é o impacto da campanha na comunidade LGBTQIAPN+ e na percepção do público em relação ao Spotify. Embora a intenção da campanha seja celebrar a diversidade e promover a inclusão, é preciso avaliar se esses objetivos foram alcançados de maneira eficaz. Isso pode ser medido através da análise do *feedback* dos usuários, a resposta nas redes sociais e a cobertura da mídia sobre a campanha. Além disso, é importante considerar se a campanha teve um impacto positivo na imagem da marca Spotify e se conseguiu gerar uma maior conscientização sobre as questões enfrentadas pela comunidade LGBTQIAPN+.

Outro aspecto relevante para análise é a longevidade e continuidade das iniciativas promovidas pela campanha. O Mês do Orgulho LGBTQIAPN+ é apenas um período do ano, mas a luta pela igualdade e inclusão da comunidade LGBTQIAPN+ é contínua. Portanto, é importante avaliar se o Spotify está comprometido em manter o apoio dado a essa comunidade ao longo do ano, e não somente durante o mês de junho.

A comunidade espera o posicionamento favorável à diversidade e o apoio às suas causas, e não apenas receber atenção nas datas em que se pode vender por meio dessa. Campanhas de fachada tornam o posicionamento inconsistente, e isso será cobrado, cedo ou tarde. Caso realmente queiram conquistar a fidelidade do consumidor que se inclui neste mercado, as marcas precisam aplicar esforços em entender e estruturar um discurso inclusivo, que possa ser empregado ao longo de todo o ano (Abreu, 2021).

Isso pode envolver o lançamento de novas playlists, podcasts e conteúdos relacionados ao



movimento ao longo do ano, bem como parcerias contínuas com artistas e ativistas da comunidade.

No período de 2019, no lançamento da campanha, até o presente momento em 2024, o Spotify continua a utilizar *playlists* em prol da divulgação de artistas da comunidade LGBTQIAPN+. Essa abordagem fortalece a presença desses artistas na plataforma, contribuindo para uma maior visibilidade e reconhecimento de suas obras, o que pode demonstrar um real esforço da plataforma em expandir suas iniciativas para além do Mês do Orgulho, firmando um compromisso contínuo com a promoção da diversidade e inclusão ao longo do ano. Isso se reflete na variedade de *playlists* temáticas e colaborações com artistas *queer* em diferentes gêneros musicais, garantindo que a representatividade seja uma parte integral da experiência musical oferecida pelo Spotify. Essa consistência nas ações da empresa ao longo do tempo sugere um genuíno interesse em apoiar a comunidade LGBTQIAPN+ e não apenas uma estratégia de marketing sazonal.

Embora a intenção da campanha pareça ser positiva, é importante reconhecer que essa pode não ser perfeita e que ainda há áreas em que o Spotify pode melhorar. Isso pode incluir críticas sobre a falta de representatividade de determinadas identidades dentro da comunidade LGBTQIAPN+, a percepção de oportunismo ou falta de autenticidade por parte da empresa e preocupações sobre a exploração comercial da diversidade.

Ao se abordar esses aspectos, pode-se aprofundar a compreensão da campanha Orgulho Presente do Spotify e suas implicações mais amplas. Isso permitirá avaliar de forma mais abrangente o impacto da campanha, identificar áreas de melhoria e continuar avançando em direção a uma sociedade mais inclusiva e acolhedora para todas as pessoas.

O Spotify utiliza a estratégia do *Pink Money* para monetizar sua plataforma de diversas maneiras. Primeiro, a empresa reconhece o poder de compra significativo da comunidade LGBTQIAPN+ e busca gerar lucros sobre isso através da criação de conteúdo específico e curadoria de *playlists* voltadas para esse público. Essas *playlists* e conteúdos exclusivos são projetados para atrair usuários LGBTQIAPN+ e aliados, aumentando o engajamento e, conseqüentemente, a retenção de usuários na plataforma.

Além disso, o Spotify investe em parcerias com artistas e influenciadores LGBTQIAPN+ para promover conteúdo exclusivo e patrocinar eventos e iniciativas relacionadas ao orgulho LGBTQIAPN+. Essas parcerias não apenas aumentam a visibilidade da marca entre a comunidade, mas também geram receita por meio de acordos de patrocínio e publicidade. Outra maneira é através de assinaturas *premium* (Pereira, 2017).

Ao oferecer conteúdo exclusivo e diversificado, principalmente relacionado à comunidade LGBTQIAPN+ no mês do orgulho, o Spotify incentiva os usuários a se inscreverem em planos



premium para acessar esse conteúdo adicional. Isso gera uma fonte adicional de receita para a empresa, enquanto também oferece aos usuários uma experiência mais personalizada e envolvente.

Além disso, o Spotify pode utilizar dados de comportamento do usuário para segmentar anúncios e campanhas de marketing específicas para o público determinado, maximizando, assim, o retorno sobre o investimento em publicidade direcionada. Isso permite que o Spotify capitalize ainda mais sobre o poder de compra da comunidade LGBTQIAPN+ e otimize sua estratégia de monetização.

Em resumo, o Spotify utiliza a estratégia do *Pink Money* para monetizar sua plataforma através da criação de conteúdo exclusivo, parcerias estratégicas, assinaturas premium e publicidade direcionada. Essas iniciativas não apenas aumentam a receita da empresa, mas também fortalecem sua posição como uma plataforma popular dentro das comunidades LGBTQIAPN+.

7 Considerações Finais

O Spotify tem sido objeto de estudo para investigar como tem feito a utilização da estratégia do *Pink Money* para monetizar sua plataforma e se tornar popular dentro das comunidades LGBTQIAPN+. Para alcançar esse objetivo, a pesquisa empregou tipologia Básica, Exploratório-Descritiva, Bibliográfica e de Estudo de Caso, junto a uma abordagem Qualitativa. A fonte utilizada para a análise foi a campanha Orgulho Presente, lançada globalmente em junho de 2019.

O objetivo do trabalho foi, portanto, analisar como o Spotify tem empregado estratégias de marketing direcionadas à comunidade LGBTQIAPN+ para aumentar sua base de usuários e gerar lucro com esse público. Através da análise da campanha Orgulho Presente, e do uso de *playlists* e conteúdo temático, buscou-se compreender como a empresa capitaliza sobre o poder de compra dessa comunidade e se posiciona como uma plataforma inclusiva e acolhedora. Além disso, explorou-se como essa estratégia impacta a percepção do público em relação à marca e sua eficácia na geração de receita a longo prazo.

Ao longo do estudo, identificou-se como o Spotify utilizou estratégias de marketing direcionadas à comunidade LGBTQIAPN+ para ampliar sua base de usuários e, conseqüentemente, sua receita. A campanha Orgulho Presente, por exemplo, demonstrou o compromisso da empresa em celebrar a diversidade e promover a inclusão por meio de *playlists* e conteúdo temático durante o Mês do Orgulho LGBTQIAPN+. Essas iniciativas não apenas atraíram a comunidade, mas também criaram um ambiente inclusivo e acolhedor para todos os usuários da plataforma.

A pesquisa revelou, entre outros pontos, como o Spotify capitaliza o poder de compra da comunidade LGBTQIAPN+ para impulsionar sua monetização. Através de parcerias com artistas



e influenciadores dessa comunidade, a empresa criou *playlists* exclusivas e conteúdo relevante, o que não só aumentou a visibilidade da marca, mas, também, atraiu um público diversificado e engajado. Essa abordagem não se limitou apenas ao aspecto comercial, como promoveu valores de inclusão e diversidade.

É importante, ainda, questionar a autenticidade dessas estratégias e o impacto a longo prazo na relação entre o Spotify e a comunidade LGBTQIAPN+. Embora a empresa busque capitalizar sobre o *Pink Money*, é importante garantir que suas ações não sejam percebidas como oportunistas ou superficiais. O sucesso contínuo do Spotify neste mercado depende da manutenção de um compromisso genuíno com a inclusão e da criação de experiências que ressoem com a comunidade LGBTQIAPN+ de forma autêntica e significativa.

Para dar continuidade ao estudo, entende-se que é importante explorar mais a fundo o impacto das estratégias de marketing do Spotify no contexto da comunidade LGBTQIAPN+. Isso pode envolver uma análise mais detalhada do *feedback* dos usuários, a percepção da marca em relação à concorrência e os efeitos dessas iniciativas na fidelidade dos clientes. Além disso, seria interessante investigar como outras plataformas de *streaming* de música estão abordando a questão da diversidade e da inclusão, a fim de comparar e contrastar diferentes abordagens e identificar melhores práticas. Essa continuação do estudo permitirá aprofundar a compreensão sobre o papel do marketing na promoção da igualdade e diversidade, bem como seu impacto nas estratégias de negócios e na sociedade como um todo.

Referências

ACADEMY, M. *Marketing para o público LGBT*: Boas práticas e cases. Disponível em: <https://blog.m2br.com/conteudo/marketing-para-o-publico-lgbt-boas-praticas-e-cases/>. Acesso em: 17 nov. 2023.

ABREU, E. *Marketing e público LGBTQIA+*: como entender essa relação. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-para-publico-lgbt/>. Acesso em: 17 nov. 2023.

ANDRADE, M. de. *Pauliceia Desvairada*. São Paulo: Novo Século, 1922.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2016.
BERTOLINI, L. et al. *Anais do 20o Encontro Científico Cultural Interinstitucional -2022 - LGBTQIAPN+*: CONCEITO E IMPORTÂNCIA DO RECONHECIMENTO SOCIAL. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <https://www4.fag.edu.br/anais-2022/Anais-2022-111.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2023.

BUTLER, J. *Problemas de Gênero: Feminismo e Subversão da Identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.



CIELO. *Pink Money*: entenda o valor do público LGBTQIA+ na economia. Disponível em: <https://blog.cielo.com.br/dicas-e-historias-de-sucesso/pink-money-o-que-e/>. Acesso em: 18 nov. 2023.

CRENSHAW, K. Demarginalizing the intersection of race and sex: a black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *The University of Chicago Legal Forum*, n. 140, 1989, p.139-167.

DUBBER, A. Music in the Digital Age. *E-book*: Leanpub book, 2012.
ESSINGER, S. A reconfiguração da indústria da Música na Era Digital. *Revista Eco-Pós*, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, 2013. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/902. Acesso em: 18 nov. 2023.

GALETTI, C. O corpo coletivo e os afetos: um olhar sob os movimentos feministas na América Latina. Simbiótica. *Revista Eletrônica*, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 235–241, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/simbiotica/article/view/36386>. Acesso em: 19 nov. 2023.

GREEN, J. N.; QUINALHA, R.; CAETANO, M.; FERNANDES, M. *História do Movimento LGBT no Brasil*. 1.ed. São Paulo: Alameda, 2018.

HERSCHMANN, M. *Indústria da Música em Transição*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

HERSTAND, A. *How to make it in the new music business*. New York: Liveright Publishing Corp, 2019.

KNOPPER, S. *Appetite for Self-Destruction: The Spectacular Crash of the Record Industry in the Digital Age*. Carolina do Sul: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2009.

LESTER, J. N. Introduction to Special Issue: Qualitative Research Methodologies and Methods for Theory Building in Human Resource Development. *Human Resource Development Review*, v. 22, n. 1, p. 7-14, 2023.

MCBRIDE, N. K. Reflexivity in the Field Encounter in Qualitative Research: Learning from Gadamer. *Qualitative Research Journal*, v. 23, n. 1, p. 27- 40, 2023.

MENON, A.; BHARADWAJ, S. G.; ADIDAM, P. T.; EDISON, S. W. Estratégia de marketing: contribuições para a teoria em marketing. *Journal of Marketing*, v. 63, n. 2, p. 18-40, 1999.

MITCHELTREE, C. M. Towards a Sense of Urgency for Innovation Realization: A Case Study on Complacency Asymmetries in Interorganizational Relations. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, v. 12, n. 1, 2023.

OLIVEIRA, A. S. F. de; MACHADO, M. Mais do que dinheiro: pink money e a circulação de sentidos na comunidade LGBT+. *Signos do Consumo*, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 20-31, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/173551>. Acesso em: 18 nov. 2023.



PEREIRA, D. *Modelo de Negócio do Spotify - O Analista de Modelos de Negócios*. Disponível em: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/modelo-de-negocio-spotify/>. Acesso em: 01 nov. 2023.

SILVA, M. L. de O. e. Saúde para a população LGBTQ+: uma revisão bibliométrica. *Psicologia: Ciência e Profissão*, v. 40, p. 227308, 2020.

TERROSO-SAENZ, F.; SOTO, J.; MUÑOZ, A. Music Mobility Patterns: How Songs Propagate Around The World Through Spotify. *Pattern Recognition*, v. 143, p. 109807, 2023.

TOFALVY, T.; KOLTAL, J. Splendid Isolation: The reproduction of music industry inequalities in Spotify’s recommendation system. *New Media and Society*, v. 25, i. 7, p. 1580-1604, 2023.

WARNER, M. *The Trouble with Normal: Sex, Politics, and the Ethics of Queer Life*. Cambridge: Harvard University Press, 1999.

