

## **“Lofi Hip Hop Radio”: Youtube, Música Instrumental e Novas Escutas<sup>1</sup>**

André Santa Rosa<sup>2</sup>

Jeder Janotti Jr.<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### **Resumo**

Este artigo levanta reflexões sobre as novas escutas, ou seja, novos caminhos do consumo de música. Por meio de um levantamento bibliográfico, a pesquisa aponta novas escutas na plataforma do Youtube, analisando a febre de rádios de Hip Hop lo-fi, mais especificamente a “lofi hip hop radio – beats to relax/study to”. O estudo tem como finalidade pensar quais são os rastros dos usuários online e a formação de uma comunidade jovem ouvinte de música instrumental online. Além disso, refletir acerca das novas formas de criar gêneros e “taggeamentos” no meio virtual.

**Palavras-chave:** Comunicação; Lo-fi Hip Hop Radio; Música; Novas Escutas; Youtube.

### **INTRODUÇÃO**

Criado para ser uma plataforma de compartilhamento de vídeos online, o Youtube, fundado por Steve Chen e Chad Hurley em 2005, se reconfigurou com o passar dos anos e foi se encorpando para abrigar outros serviços como músicas, álbuns, filmes. Somando treze anos desde seu lançamento, o Youtube criou e ressignificou antigas práticas, e são muitos os gêneros que ganharam força de propagação na plataforma, como os memes, os tutoriais (de maquiagens e receitas, por exemplo), webséries, programas de humor e outras experimentações no audiovisual (MONTAÑO, 2015).

O site se edificou sob a dinâmica, ou até sob a filosofia, do usuário criador. Partindo para a etimologia do termo, “You” (Você) “Tube” (gíria para TV), o usuário é

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ06 – Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante do terceiro período da Graduação de Jornalismo da Universidade Federal de Pernambuco, e-mail: andrefcsr@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor Doutor da Universidade Federal de Pernambuco, e-mail: jederjr@gmail.com

---

quem escolhe sua programação e até produz seu conteúdo, tudo isso por meio do seu próprio canal. Isso fez com que a plataforma se adequasse aos anseios dos jovens por conteúdo rápido, acessível e que dialogasse de forma recíproca com sua identidade. As novas tecnologias e os novos acordos de produção surtiram dois efeitos: transformam os usuários em autores e encorajam o uso desses dispositivos e conteúdos (REGUILLO, 2014, p. 109)

Essas inovações podem ter animado os entusiastas do Do It Yourself<sup>4</sup>, com as possibilidades de produção e disseminação de conteúdo, mas é necessário um exercício crítico sobre essas novas mídias e novos consumos, como aponta Manovich:

Ao celebrar o conteúdo gerado pelo usuário e implicitamente qualificá-lo como “alternativo” e “progressista”, as discussões acadêmicas, muitas vezes, ficam longe de perguntar certas questões críticas básicas. Por exemplo: em que medida o fenômeno do conteúdo gerado pelo usuário é impulsionado também pelas próprias empresas de mídias sociais – que estão no negócio em busca de obter o máximo de tráfego possível para seus sites para que eles possam ganhar dinheiro com a venda de publicidade e os usos de seus dados? (MANOVICH, 2011, p. 286).

É importante também não pensar o site como um campo neutro ou um simples banco de dados de publicação de vídeos. Existe uma interface e uma montagem, obedecendo certa organização, que influenciam diretamente a fruição do usuário. São múltiplos os caminhos sugeridos, como compartilhar os vídeos para outras redes sociais, além das sugestões oferecidas dentro da própria plataforma, que ajudam a guiar a experiência e o olhar do usuário para assuntos que o mesmo já mostrou interesse outrora.

Em 2008 o *streaming* (conteúdo transmitido em tempo real) passou a ser possível no Youtube. Esse recurso ampliou ainda mais as possibilidades dos usuários, sendo agora muito comum transmissões de programas mais cotidianos ao vivo, com uma barra de conversa ao lado que permite outros usuários fazerem comentários no vídeo de quem produz o conteúdo (MONTAÑO, 2015). O que tem chamado atenção no ecossistema musical do site, são as Rádios independentes de conteúdo vinte e quatro horas, como a “College Music”, “shilo – lofi hip hop mix [LIVE 24/7] Shiloh Dynasty”

---

<sup>4</sup> Termo com a tradução literal “Faça Você Mesmo”, na música está relacionado não só à prática produtiva ou jeito de se organizar, mas também surge como filosofia e *lifestyle*, que valoriza autogestão e independência dos grandes nomes da indústria fonográfica.

---

e a “Vaporwave LIVE Radio 24/7”. Todas de música lo-fi instrumental. A mais acessada se chama “lofi hip hop radio – beats to relax/study to”, do canal ChilledCow, com 1,7 milhão de inscritos.

Essas rádios têm se destacado pelas suas novas maneiras de fazer e ouvir música, além da formação de uma comunidade de gosto ligada ao público jovem, que frequenta diariamente o canal para ouvir um gênero que é popular apenas na internet: o hip hop lo-fi instrumental.

O *lo-fi radio* surge como um híbrido, em sua linguagem, entre a *webradio* e a *playlist*. “Por webradio entende-se a emissora radiofônica que pode ser acessada por meio de uma URL (Uniform Resource Locator), um endereço na internet, não mais por uma frequência sintonizada no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas” (PRATA, 2008, p. 2). A URL dessas rádios seria o próprio Youtube, em que as rádios se organizam em vídeos, estações e canais. O caráter semelhante às playlists se deve ao fato de ser uma lista de canções formuladas por curadoria, e por essas estações não terem programas com comentários de radialistas ou programas de notícias comuns na linguagem do rádio. Então temos a programação ao vivo das rádios, sua organização em estações, no entanto com o traço de lista das playlists de *streaming*, como as do Spotify.

Este artigo propõe, através do objeto “lofi hip hop radio – beats to relax/study to”, contribuir para o esclarecimento da problemática sobre como as rádios de música instrumental do Youtube ajudam na formação de uma comunidade de gosto do gênero, considerando as novas possibilidades para os usuários, no contexto das novas escutas.

Aqui são levantadas reflexões justamente sobre essas novas formas de escuta, os rastros dos usuários online e a formação de uma comunidade ouvinte do gênero de música instrumental lo-fi no Youtube. Além de um levantamento bibliográfico que passa por conceitos de termos como lo-fi e retromania, a metodologia do artigo usa de uma *ciberetnografia*, proposta por Reguillo (2014), para analisar os “rastros” dos usuários no Youtube.

## **LO-FI BEATS**

Inicialmente é importante explicar o que é a “lofi hip hop radio”, sua história como estação e gênero musical, entendendo a influência direta do gênero no sucesso dessa nova escuta.

---

O primeiro canal da febre de rádios de música instrumental lo-fi surgiu com os amigos Luke Pritchard e Jonny Laxton em 2014 com a “College Music”. Depois de três anos, as estações chegaram ao seu auge com a “lofi hip hop radio”, que surgiu em fevereiro de 2017 e foi criada pelo canal ChilledCow, cujo administrador é um jovem parisiense de vinte e três anos chamado Dimitri, que até onde se sabe, não divulga seu sobrenome (BROMWICH, 2018). O canal só veio se popularizar com a implementação da ferramenta do ao vivo no Youtube, quando a transmissão passou a ser realizada de forma integral e os inscritos e ouvintes aumentaram exponencialmente:

Os ao vivos tendem a fisgar o usuário pelo seu comportamento. De acordo com operadores de canais, quem navega no youtube tende a passar alguns minutos na página do vídeo mesmo quando ele acaba. Mas usuários de ao vivo tendem a passar no mínimo meia hora a mais no vídeo, geralmente usando a música como plano de fundo. Isso faz com que o Youtube prenda seu usuário por mais tempo e assim as rádios são amplamente promovidas pela plataforma. (BROMWICH, 2018, tradução nossa).

Essa função que opera em razão do comportamento do usuário, só é possível por meio da fruição muito específica do gênero. O Rap Instrumental é um gênero conceitual, que pode-se dizer que alcançou o seu ápice de popularidade com o rapper *mainstream* Dr. Dre, em seu álbum *Instrumentals Only* de 2001. Com o passar dos anos, por meio de embaçamento entre as *tags*<sup>5</sup> e da influência de gêneros instrumentais nascidos na internet, esse Rap Instrumental “casou” com subgêneros do lo-fi, como o *Vaporwave* e Rap Chill Out. Essa “onda”, é criação de DJ’s amadores, que por meio do *Do It Yourself*, misturam samples e beats<sup>6</sup> nostálgicos do Hip Hop do anos 90, com uma pegada do improviso vinda do Jazz.

Através das ideias de Conter (2017), trago algumas reflexões sobre a música instrumental lo-fi para entendermos melhor a relação entre consumo, fruição e o gênero musical específico.

Latente no desejo de Erik Satie de produzir a “música de mobília” na aurora do século XX – uma composição com dinâmicas baixas, suave, sem tensões ou grandes mudanças tonais, elaborada para que os espectadores não prestassem atenção, servindo de pano de fundo para interações sociais – estava a possibilidade de se pensar em espaços

---

<sup>5</sup> Tag é um termo que pode ser traduzido literalmente como etiqueta, ou seja, como se classificam ou etiquetam os gêneros musicais.

<sup>6</sup> Compasso ou ritmo, marcado por batidas, muito comuns no Rap e na cultura Hip Hop.

---

públicos onde a música de fundo nunca para de soar. (CONTER, 2017, p. 2)

Essa predisposição para ser “música de mobília”, em outras palavras, música de fundo para certas atividades, também fica devidamente expressa no próprio nome da rádio – nesse caso, “beats to relax/study to” (*beats* para relaxar e estudar). A música atua como coautora de outras atividades, com o lo-fi ajudando a criar ambiência e atmosfera com seu ruído.

A base da criação dos sons de *lo-fi radio* vem de bancos de dados de *beats* gratuitos, e faz parte da estética do produto final a baixa definição sonora. A estação suporta uma playlist com mais de 300 músicas de 100 diferentes artistas, entre eles Soho, Mt. Fujitive, Leavv, Jinsang. Também são colocados samples clássicos da cultura Hip Hop dos anos '90, conforme já foi dito anteriormente, como os de Mobb Deep ou The Notorious B.I.G. (CORTEZ, 2018). Diante disso são dois os aspectos desse novo “taggeamento” (lo-fi Hip Hop Beats) a serem pontuados: o lo-fi e o “*sampleamento*<sup>7</sup> retrô”.

No livro LO-FI: música pop em baixa definição (CONTER, 2016), compreende o Lo-Fi como os agenciamentos da música em baixa definição. O autor vê o lo-fi como uma virtualidade que “passeia” pela música pop, ressignificando territórios, e que deve ser compreendido para além da noção de gênero musical ou efeito estético.

Desse modo, foi possível ultrapassar a noção tecno determinista de que o lo-fi seria apenas um efeito estético como, por exemplo, optar por usar uma mídia obsoleta apenas pelo fetiche por sua sonoridade. Para além disso, o lo-fi foi compreendido como uma máquina abstrata, autônoma, e que age desestabilizando os contratos sociais, políticos, estéticos, tecnológicos e de linguagem instituídos dentro da música pop. (CONTER, 2017, p. 5)

A questão dos *beats* presentes no gênero é uma forte marca dos agenciamentos atemporais da música pop. Para pensar essa questão trago Reynolds (2011), autor de *Retromania*, no qual fala sobre uma tendência na cultura pop de se envolver em um

---

<sup>7</sup> Sample vem do inglês e significa amostra. Na música, samplear virou verbo, significa utilizar uma batida, trecho ou recorte de uma canção já existente.

---

tempo “achatado”<sup>8</sup>, no qual há uma imprecisão temporal de estéticas. Esse achatamento permite uma revisitação da memória da cultura pop nas esferas da música, arte visual e audiovisual, moda e comportamento e etc. Dessa forma, essa retromania que surge nos beats clássicos do Hip Hip noventista da *lo-fi radio*, se comporta como uma utilização atemporal, complexificando sua classificação e localização de forma linear na cultura pop: é passado e presente, moderno e antigo.

[...] movendo-se lateralmente dentro de um plano arquivado de tempo-espaco. [...] A internet coloca o passado remoto e o presente exótico lado a lado. Igualmente acessíveis, eles tornam-se a mesma coisa: distante, porém perto... velho e também agora. (CONTER, TELLES & ARAUJO, 2015, p. 94 *apud* REYNOLDS, 2011)

Assim o *lo-fi beats* se convencionou como um gênero surgido na internet, nomeado por criadores/usuários e que apresenta uma rede de complexidades quanto à sua definição. São diversos os agenciamentos desse gênero, essenciais para compreendermos mais adiante onde seu público se localiza e quais os seus rastros.

## NOVOS SONS, NOVOS CAMINHOS E NOVAS ESCUTAS

Para compreendermos o fenômeno do *lo-fi radio* como um mecanismo de criação de uma comunidade de gosto e de novas audições entre os jovens, é necessário explicar sobre a “emancipação” da criação do gosto. Numa época em que os recursos fonográficos eram limitados à um aparelho de som por família, a criação de uma identidade musical era quase que feita de forma coletiva: o filho escutava aquilo que os pais estavam ouvindo e assim por diante. Diante disso, o Walkman representa um marco para os jovens, que passam a ouvir música com um fone, de forma mais introspectiva, e consequentemente, tornando o gosto musical um território mais pessoal.

Graças a tecnologias cada vez mais sofisticadas e mais “individuais” de reprodução de música, os jovens tiveram opção de migrar do gosto por cultura de seus pais, se isolando e criando sua própria identidade de gosto (REGUILLO, 2014, p. 106).

---

<sup>8</sup> O termo original utilizado por Reynolds, *flat time*, foi colocado para tratar dessas noções da temporalidade na música quando vistas como algo plano, essa planificação cronológica das trajetórias musicais.

---

Só assim, de seus aparelhos móveis ou computadores pessoais, “jovens emancipados do gosto de seus pais” passem horas sintonizados nas estações de Hip Hop lo-fi.

[...] na era dos CDs, gêneros musicais se tornam uma forma dos jovens construírem seu repertório. Em outras palavras, gosto e consumos eram articulados à um gênero, um grupo musical, um disco, no qual a definição musical era compatível com a sua forma de ver o mundo. (REGUILLO, 2014, p. 106)

Algo a se pensar é a forma como nessa época o consumo se baseava em discografias de seus artistas favoritos, álbuns completos que eram ouvido da primeira até a última faixa. No entanto, com o crescimento do consumo de música digital e plataformas como Youtube, Facebook e Spotify, têm se tornado cada vez mais comum a cultura dos *singles*<sup>9</sup>. Ou seja, as *playlists*, rádios e formas de curadorias sejam elas humanas ou por meio de algoritmos, tem posto os jovens não só no lugar de ouvinte, mas também do DJ e curador, como é o caso da *lo-fi radio*.

Como reflexo dessas novas plataformas e do novo fazer, a *lo-fi radio* representa esse caso em que o usuário se torna produtor de conteúdo (REGUILLO, 2014) e por meio da interação e de sua curadoria, encoraja outros agentes a compartilharem e se engajarem nesse processo de funcionamento da rádio. Isso ocorre tanto pela criação de novas rádios independentes, como pelo recurso de comentar nos *chats* ao lado dos vídeos, onde é colocada uma nova gramática e um aumento de relações intersubjetivas entre os usuários.

Como análise proposta por Reguillo (2014) em sua ciberetnografia, a análise dos comentários é elementar para compreender esse rastro do usuário. No *chat* do vídeo “lofi hip hop radio – beats to relax/ study to”, observa-se três tipos recorrentes de comentários:

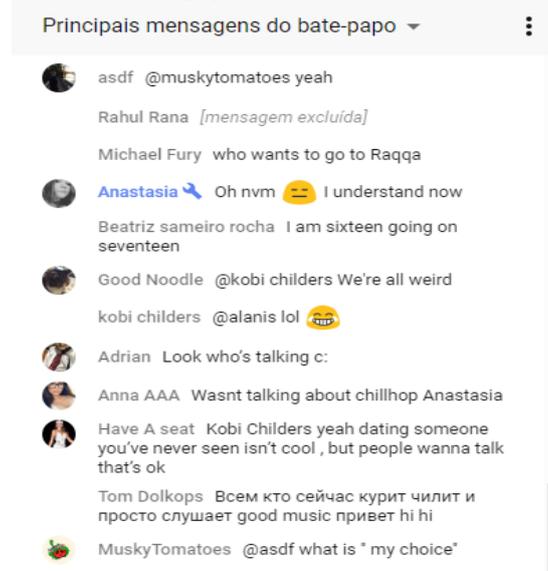
- 1) Comentários sobre as músicas; nessa categoria estão comentários como: “Qual música acabou de tocar?” ou “Música legal, amo esse *beat*”.
- 2) Comentários sobre estado emocional ou ocupação no momento; nessa categoria estão comentários como: “Não consigo terminar meu dever de casa”, “Estou sozinho” ou “Estou tranquilo”.

---

<sup>9</sup> Música lançada de forma “avulsa”, fora de uma coletânea, álbum ou EP.

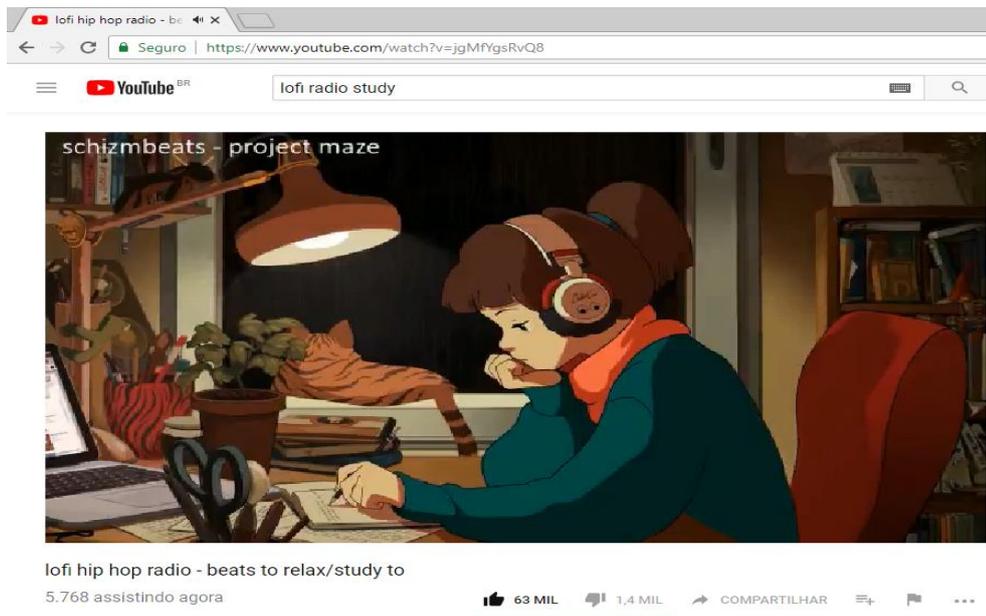
- 3) Comentários para conhecer outras pessoas do chat/comunidade ou conversar casualmente; nessa categoria estão comentários como: “Alguém da Argentina aqui?”, “Qual o @ do instagram de vocês?” ou “O que vocês leem?”.

Imagem 1 - Chat do “lofi hip hop radio – beats to relax/ study to”.  
Fonte: *Screenshot* do bate-papo no Youtube (2018), disponível no canal.



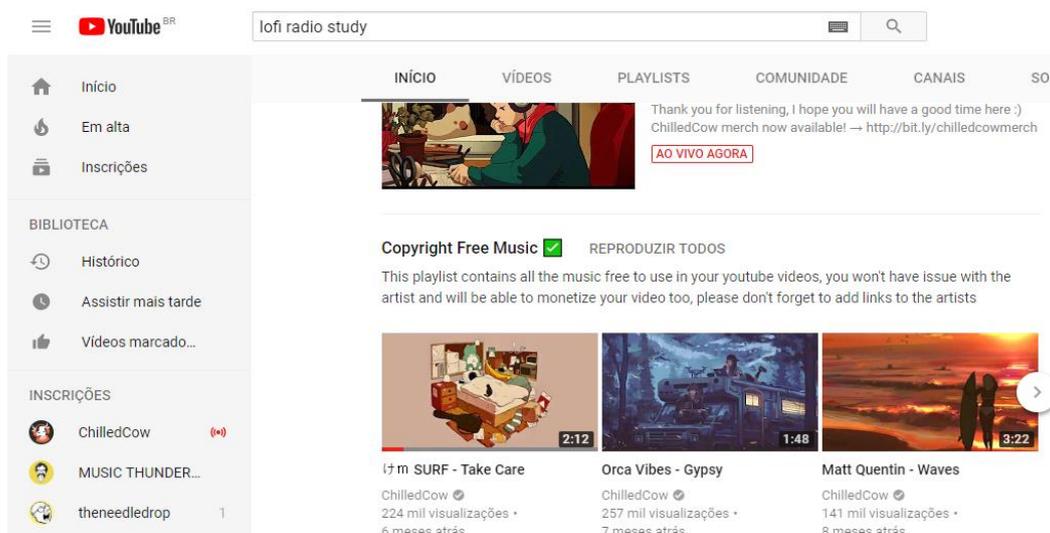
Outra questão, também importante para essas estações, é sua relação conturbada com o *Copyright*. Para acompanhar as músicas, a “lofi hip hop radio” e maioria das outras rádios lo-fi utilizam GIFs de artpop japonesa (anime, mangá, videogames 8 e 16 bits...) que passam horas e horas em *loop*, de certa forma, já incorporam parte da estética do gênero e do gosto de seus usuários. Esses GIFs geralmente retirados de filmes japoneses são utilizados sem permissão, o que pode fazer com a rádios sejam tiradas do ar a qualquer momento – o que já aconteceu algumas vezes – muito ao estilo das rádios piratas do século XX (BROMWICH, 2018).

Imagem 2 - GIF utilizado pelo canal ChilledCow, do filme *Whisper of the Heart* dos Studios Ghibli.  
Fonte: *Screenshot* do GIF no Youtube (2018), disponível no canal.



Ao entrar no canal ChilledCow o usuário se depara com uma sessão intitulada pela página como *Copyright Free Music*: “Essa playlist contém toda música gratuita que você possa usar nos seus vídeos, você não terá problema com o artista e poderá monetizar seu vídeo também, por favor lembre-se de dar os créditos da música aos seus criadores”.

Imagem 3 - Sessão de Copyright Free Music do canal  
 Fonte: Screenshot da interface do Youtube (2018), disponível no canal.



---

Essas estações conseguem chegar aos seus próprios termos com os artistas, de forma que não têm problemas com os direitos autorais das músicas, em certos momentos fazendo a mediação de um selo: além da rádio, os canais lançam *singles* dos artistas que facilmente chegam a 200 mil visualizações. É uma amostra das novas relações entre artista, selo e usuário, que têm seus limites cada vez mais incertos.

Ainda vale ressaltar que, apesar das rádios lo-fi serem uma febre no Youtube e terem uma grande comunidade de ouvintes, se apresentam como gêneros especializados e, assim, fazem parte da mídia de nicho. Para Thornton (1996 *apud* PEREIRA DE SÁ, 2006, p. 9) podemos dividir as mídias ou culturas em três chaves referentes ao seu alcance: a primeira seriam as micro-mídias (tais como filipetas, fanzines, informações passadas um a um através de celulares, etc); a segunda, onde se encaixam as rádios, as mídias de nicho – ou especializadas (mídias segmentadas, voltadas para uma fatia específica de público); e por fim, a grande mídia (que é a mídia massiva, mainstream).

São construídas noções de identidade a partir dessas classificações também: o que eu ouço está mais ao centro ou mais à margem da grande mídia? Muita gente ouve o que eu ouço? Essas questões podem até levantar debates sobre a Internet e sobre as estações como forma de resistências às mídias *mainstream*, como as rádios comerciais e grandes selos da indústria fonográfica. Porém esses meios independentes não estão fora da Indústria Cultural, e seguem, portanto, demandas das grandes mídias e integram o circuito de produção, circulação e consumo (PEREIRA DE SÁ, 2006). As estações independentes do Youtube podem não representar o fim das antigas relações na Indústria Cultural, mas certamente possibilitam novas relações, novos sons e ares para a juventude online.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na discussão apontada pelo artigo podemos marcar alguns pontos atingidos:

- a) Pontuar uma breve história do Youtube, demarcando o seu potencial de uso entre os jovens;
- b) A história da *lo-fi radio*, levando em consideração a plataforma que está inserida e seus gêneros musicais e “misturas”;
- c) Os caminhos, as possibilidades e hábitos do usuário/consumidor/colaborador dessas rádios;
- d) As ideias de lo-fi e

---

retromania como agenciamentos das rádios; e) Olhar as rádios por um viés da comunidade de gosto e cultura de nicho

Neste trabalho é apresentado algo como um flerte do que seriam as complexidades de uma ciberetnografia pensada por Reguillo, buscando começar a pensar nessa metodologia como um norte para mapear os usuários e situar os seus rastros. Faz parte do plano futuro dos autores continuar a pesquisa sobre as rádios lo-fi, usando de maior número de rádios, dados e com uma observação de maior duração sobre o objeto.

Por fim, todo mundo é consumidor e membro dessa rede macro que alia tecnologia, usuário e o dinamismo compreendido pela internet, ainda que não saibam ao certo onde estão inseridos, e muitas vezes façam parte de grupos e práticas das quais não se tem ideia das dimensões. As novas plataformas têm mudado as forma de ouvir e pensar a música, esse afeto de tantas pessoas.

## REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ARAÚJO, A; TELLES, M; CONTER, M. **O Revirtual: A Memória da Memória da Cultura Pop**. Salvador: Ed. EDUFBA, 2015.

BROMWICH, Jonah Engel. Pirate Radio Stations Explode on YouTube. **The New York Times**, Nova York, 8/05/2018. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2018/05/03/arts/music/youtube-streaming-radio.html>>. Acessado em: 03/07/2018.

CONTER, M. **A vaporização da música**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Curitiba, 4 à 9 ago. 2017. Disponível em: [portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2335-1.pdf](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2335-1.pdf)

CONTER, M. **LO-FI: Música Pop em Baixa Definição**. Porto Alegre: Ed. Appris, 2016

CORTEZ, Kevin. A scene without major stars or publicity has become a quiet force in music streaming. **Genius**, 24/04/2018. Disponível em: <<https://genius.com/a/youtube-chill-a-glimpse-into-the-world-of-lo-fi-hip-hop>> . Acessado em: 03/07/2018

LOFI HIP HOP RADIO - BEATS TO RELAX/STUDY TO. **Youtube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=c6VNRK3cXKM>> . Acessado em: 03/07/2018

---

MANOVICH, L. *A Prática da Vida (Midiática) Cotidiana*. Lugar Comum n. 28, pp. 283-296. Disponível em: <[http://uninomade.net/wp-content/files\\_mf/110810121241A%20Pratica%20da%20Vida%20Midiatica%20Cotidiana%20-%20Lev%20Manovich.pdf](http://uninomade.net/wp-content/files_mf/110810121241A%20Pratica%20da%20Vida%20Midiatica%20Cotidiana%20-%20Lev%20Manovich.pdf)>. Acessado em: 03/07/2018

MONTAÑO, S. **A Construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube**. Porto Alegre: Revista Famecos, v. 24, n.2, 2017.

PEREIRA DE SÁ, S. **Quem media a cultura do shuffle?** Cibercultura, mídias e cenas musicais. Porto Alegre: Sessões do Imaginários, n. 15, 2006.

PRATA, N. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. Belo Horizonte: Ed. Insular, 2012.

REGUILLO, R. **Errant Surfing**: Music, YouTube, and the Role of the Web in Youth. Nova York: Ed. Oxford University Press, 2014

REYNOLDS, R. **Retromania**: Pop Culture's Addiction to it's Own Past. Londres: Ed. Faber and Faber, 2011.