O circuito do samba no Bixiga

Territorialidades materiais/digitais urbanas em torno da música[1]

El circuito del samba en Bixiga

Territorialidades materiales/digitales urbanas en torno a la música

The Samba Circuit in Bixiga

Urban Material and Digital Networks and Territorialities Around Music

DOI: https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4245

▶ SIMONE LUCI PEREIRA

simonelp@uol.com.br - São Paulo - Universidade Paulista, Brasil.

ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7412-2129

▶ ADRIANA DA ROSA AMARAL

adriana.amaral08@gmail.com - Niterói - Universidade Federal Fluminense, Brasil.

▶ RENATO TAGUCHI

renatotaguchi@gmail.com - Ribeirão Preto - Universidade Paulista, Brasil.

ORCID: https://orcid.org/0009-0001-0976-4643

COMO CITAR: Pereira, S. L., Amaral, A. da Rosa & Taguchi, R. (2026). O circuito do samba no Bixiga. Territorialidades materiais/digitais urbanas em torno da música. *InMediaciones de la Comunicación, 21*(1). https://doi.org/10.18861/ic.2026.21.1.4245

Data de recebimento: 18 de outubro de 2025
Data de aceitação: 1 de março de 2026

RESUMO

O artigo aborda o circuito do samba no Bixiga, focando-se na análise dos perfis do Instagram de três espaços dedicados ao gênero no bairro. Usando como base conceitual as noções de cena musical (online), circuito

1 A pesquisa da qual este artigo é um fragmento é financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Brasil.

e territorialidade sônico-musical, bem como a noção de *affordance*, busca-se compreender como se dão os trânsitos entre os espaços materiais estudados e suas apresentações online no Instagram, numa retroalimentação entre ruas e redes no fortalecimento e renovação destes circuitos ligados ao samba. Utiliza-se uma metodologia de observação exploratória e análise que contempla os territórios digitais e físicos a partir das materialidades digitais do Instagram enquanto uma plataforma cujas *affordances* visuais são centrais. Elegeu-se para a análise os conteúdos de 3 perfis - escolhidos pela diversidade em suas práticas digitais, com ênfase em suas *affordances* materiais.

PALAVRAS-CHAVE: *cena musical, samba, instagram, bixiga, território.*

RESUMEN

El artículo aborda el circuito del samba en Bixiga, centrándose en el análisis de los perfiles de Instagram de tres espacios dedicados al género en el barrio. Utilizando el marco conceptual de escena musical (en línea), circuito y territorialidad sonoro-musical, así como la noción de *affordance*, el artículo busca comprender cómo ocurren las transiciones entre los espacios materiales estudiados y sus presentaciones en línea en Instagram, en un ciclo de retroalimentación entre calles y redes que fortalece y renueva estos circuitos relacionados con la samba. Se utiliza una metodología de observación y análisis exploratorio que considera los territorios digitales y físicos, con base en las materialidades digitales de Instagram como una plataforma cuyas *affordances* visuales son centrales. El contenido de tres perfiles, elegidos por la diversidad de sus prácticas digitales, fue seleccionado para su análisis, con énfasis en sus *affordances* materiales.

PALABRAS CLAVE: *escena musical, samba, território, Instagram, Bixiga.*

ABSTRACT

This article examines the samba circuit in Bixiga by analyzing the Instagram profiles of three venues dedicated to the genre in the neighborhood. Grounded in the concepts of (online) musical scenes, circuits, sonic-musical territoriality, and affordance, the study explores the interplay between these physical spaces and their digital representations on Instagram. It highlights the feedback loop between streets and networks in strengthening and renewing samba-related circuits. Employing an exploratory methodology that integrates digital and physical territories, the research focuses on Instagram's digital materialities, particularly its visual affordances. The three profiles were selected for their diverse digital practices, with an emphasis on material affordances.

KEYWORDS: *musical scene, samba; territory, Instagram, Bixiga.*

1. INTRODUÇÃO

Este texto apresenta um recorte de uma pesquisa mais ampla que construiu uma cartografia musical do território do Bixiga, na região central de São Paulo (Brasil). Aqui, o objetivo central é analisar os circuitos contemporâneos do samba na região - com base em pesquisa de base etnográfica/cartográfica sobre os espaços/bares, eventos, rodas de samba presentes no território, focando especificamente nos perfis dos locais/bares/espaços na plataforma digital do Instagram. Os objetivos específicos são os seguintes: a.) compreender as relações entre territorialidades urbanas e digitais, investigando de que modo espaços dedicados ao gênero constroem, comunicam e fortalecem suas identidades culturais por meio do uso da plataforma Instagram; b.) examinar os trânsitos entre os espaços materiais do samba e suas apresentações online, compreendendo como as *affordances* da plataforma —tais como modelabilidade, efemeridade, estéticas, afetos e dinâmicas algorítmicas— são mobilizadas na divulgação, na autoapresentação e na construção de vínculos locais/comunitários; c.) comparar diferentes formas de atuação digital entre três espaços musicais do bairro, evidenciando como estratégias comunicacionais distintas coexistem e contribuem para a consolidação e renovação do circuito do samba no Bixiga; d.) refletir criticamente sobre as tensões entre as lógicas da plataformização e as práticas culturais situadas, ressaltando o papel das plataformas digitais na ampliação da visibilidade do samba sem substituir a centralidade das experiências presenciais no território.

Utiliza-se uma metodologia de análise e observação exploratória que contempla os territórios físicos e digitais a partir das materialidades digitais do Instagram enquanto uma plataforma cujas *affordances* visuais são centrais (Leaver, Highfield & Abidin, 2020). O encaminhamento teórico-metodológico da pesquisa está relacionado aos efeitos da plataformização como um processo socioeconômico e um modelo de negócios advindo da digitalização da produção cultural e sua comodificação (Poell, Nieborg & Duffy, 2021). Assim optamos por um foco nas materialidades do Instagram enquanto ambiente e objeto de pesquisa a partir de uma abordagem qualitativa (Fragoso, Recuero & Amaral, 2011) ancorada nos Estudos Culturais.

Além desta Introdução e de uma seção de contextualização sobre as origens do samba na cidade de São Paulo e sobre a região do Bixiga, o artigo aborda a noção de cena/circuito e territorialidade sônico-musical (Herschmann, 2019), articulada à experiência do samba em São Paulo e no Bixiga, mais especificamente. Em seguida, discute-se a presença e as formas de existência e atuação das cenas/circuitos musicais nas plataformas digitais, focalizando e analisando as materialidades da plataforma Instagram. Uma outra seção, traz a apresentação dos objetos de estudo bem como a análise dos conteúdos e discussão dos resultados, seguida das Considerações Finais.

InMediaciones de la Comunicación 2026 - VOL. 21 / Nº 1 - ISSN 1510-5091 - ISSN 1688-8626 (EN LÍNEA) - MONTEVIDEO (URUGUAY)

1.1. Contextualizações

O samba é um gênero musical bastante analisado na bibliografia brasileira nos campos das Ciências Sociais e Humanas. Já é consenso afirmar que se trata de uma prática musical com origem nos lundus e batuques de grupos negros escravizados no país e que constituiu suas roupagens modernas no contexto das sociabilidades urbanas em cidades como o Rio de Janeiro na virada do século XIX para o XX, guardando influências do lundu, maxixe, modinha, tango brasileiro, entre outros ritmos e gêneros em voga naquele momento (Sandroni, 2001; Trotta, 2004; Sodré, 1998, entre outros). Tendo algumas de suas matrizes na cultura popular rural, em determinado momento, estas práticas musicais misturaram-se às sonoridades populares urbanas, passando por transformações e sentidos ao longo do século XX e XXI.

O samba em São Paulo possui marcante origem rural (Moraes, 2000), advindo das práticas dos jogadores de tiririca e do bumbo surdo presentes em festas na cidade de Pirapora do Bom Jesus. Constituiu-se na capital paulista no começo do século XX, na prática de grupos negros da classe trabalhadora em torno das linhas férreas, bem como a partir dos anos 1920, em cordões carnavalescos e clubes e salões de dança ao longo do ano (Moraes, 2000). Locais como o Largo da Banana, na Barra Funda (Siqueira, 2020; Siqueira & Cesar, 2022; Azevedo, 2014, 2018; Pereira, 2018), são elencados como centrais na geografia do gênero na cidade. Com conexões com o Bixiga e Glicério/Liberdade (regiões com forte presença de grupos populares, negros, ambulantes e trabalhadores informais), estas várzeas de alagamentos dos rios (e por isso ocupadas principalmente pelas classes populares) se edificaram como espaços de sociabilidade, trabalho e moradia para estas populações, em que o futebol de várzea dividia espaço com a prática do samba (Pereira, 2018; Gonçalves, 2014). Este, ainda que guardasse tradições rítmicas, instrumentais e culturais ligadas ao rural, estabeleceu-se por volta dos anos 1920-1930 como gênero popular de música urbana em São Paulo. As primeiras agremiações (escolas) de samba da capital paulista como o Vai-Vai (no Bixiga), a Camisa Verde e Branco (na Barra Funda) e a Lavapés (no Glicério) (Moraes, 2000), não por acaso, se localizaram em regiões que aglutinavam pessoas negras e das classes populares, para trabalho e moradia.

Azevedo (2018) afirma e problematiza o quanto a historiografia canônica do samba institui o Rio de Janeiro como berço e principal lócus do gênero musical no país, encobrindo e silenciando os sambistas paulistas e as práticas realizadas na metrópole que se edificava. O autor assevera que o samba possui um mapa "dilatado, fluido e multidirecional", estando muito presente "em torno dos bairros em que estabeleceu relações e contribuiu para consolidar cartografias e memórias de uma modalidade de samba com traços da diáspora africana em São Paulo" (2014, p. 1).

No Bixiga, território[2] aqui em foco, o samba marca presença fundante e central até os dias de hoje. Sem espaço para detalhar a história do samba na região ao longo do século XX, nos centramos aqui em analisar e cartografar a sua presença na atualidade. São inúmeras as rodas de samba e os espaços musicais dedicados a este gênero, num local que possui um histórico de trocas interculturais de disputas e negociações entre negros ali estabelecidos desde o século XIX em torno do quilombo da Saracura, os imigrantes italianos, migrantes nordestinos e os mais recém-chegados migrantes e refugiados da Palestina e de países do continente africano (Pereira et al, 2024).

A região do Bixiga, há décadas construída e vivida como territorialidade da cidade ligada à cultura e à boemia —seja com os teatros e a vida cultural e artística desde os anos 1940-50, seja com a cena do rock e do blues independentes na década de 1980— nos últimos 10 anos vem passando por modificações importantes no que diz respeito à vida urbana e às dinâmicas de gentrificação e de produção e consumo cultural mais alternativo que envolvem espaços culturais migrantes, bares secretos, galerias de arte e casas noturnas mais independentes envolvidas em maior ou menor escala aos ativismos locais, economias solidárias e formas e práticas de resistência mais amplas do bairro (Pereira, Bras & Rodrigues, 2023).

No que se refere ao samba, alguns espaços musicais hoje existentes, como o Sirigoela, a Casa Umbabarauma, a Toca da Capivara, o Bar do Jilson, o Botecão da 13, o Bar da Dalva, o bar Coisa Mais Linda, o Lucas Bar'n Drinks, o Bar do Gaúcho, o Havana Bixiga, o Bar Véio Cafuzo, o Sobrado Tucupi, a Casa Sincopada, entre outros, atestam a potência dos encontros, musicalidades, sociabilidades e sentidos comunicacionais na urbe -bem como os locais e as ruas que os circundam- que congregam grupos musicais e rodas de samba concorridas, tais como o Samba de 13 ou da Família Tamarineira, em maior ou menor vinculação com a Escola de Samba Vai-Vai, ainda com atuação potente na região na atualidade.

Nesse sentido, vai edificando-se o que autores no campo da comunicação, cultura e música têm chamado nas últimas décadas de cenas (Straw, 2006; Janotti Jr. & Sá, 2013) ou circuitos musicais (Herschmann, 2019; Pereira, 2015) que reúnem práticas musicais em determinados espaços urbanos envolvendo cantores, instrumentistas, produtores, espaços e público em dinâmica relação entre atores sociais e que se estabelecem em torno de determinados gêneros musicais, dinamizando os sentidos de cidade e as economias locais (Herschmann, 2007). Herschmann (2019) traz ainda a noção de "territorialidade sônico-musical" para compreender como alguns territórios da cidade se (re) elaboram e se (re)configuram tendo as práticas musicais como mediadoras e como vetor cultural e comunicacional urbano (Pereira, 2017).

2 Território é compreendido como espaço vivo, múltiplo, dinâmico e praticado que comporta tanto as dimensões estruturais do poder, como também as resistências e formas de apropriação do espaço pelos grupos (Haesbaert, 2014), sendo, assim, lócus de disputas, negociações e lutas materiais e simbólicas em que entram em jogo ocupações, símbolos, memórias, entre outros aspectos.

InMediaciones de la Comunicación 2026 - VOL. 21 / Nº 1 - ISSN 1510-5091 - ISSN 1688-8626 (EN LÍNEA) - MONTEVIDEO (URUGUAY)

Ainda que Trotta (2013) já tenha problematizado o uso da noção de cena para compreender o samba -por tratar-se de um gênero musical que não se mostra com características subculturais ou *underground* como o conceito original de cena supõe; e por articular-se com um mercado musical já estruturado e massivo- ainda assim, buscamos compreender o samba do Bixiga na atualidade como uma cena/circuito musical e como elemento que compõe certa "territorialidade sônico-musical" (Herschmann, 2019).

Não se trata de encarar esta cena/circuito como isolada do samba realizado industrialmente na cidade e no país. Mas, ainda que mantenha articulações e reverberações do samba *mainstream*, as práticas do samba percebidas no Bixiga e nos locais analisados não possuem, em sua maioria, gravações comerciais ou maior circulação e comercialização, se baseando nas apresentações em pequenos espaços da região e em alguns outros locais da cidade. Nota-se ainda a constituição de um circuito formado por novos grupos que convivem com rodas de samba mais tradicionais, apresentação de composições clássicas e conhecidas, como também de novas canções ou aquelas menos conhecidas, colaborando para a formação de novos públicos (jovens, de outras partes da cidade, grupos LGBTQIA+), na qual o próprio território do Bixiga vai se mostrando como um elemento ou ator aglutinador importante, dado seu histórico de resistência, ativismo e cultura boêmia na cidade, impulsionado ainda pelas recentes cenas/circuitos que vão se desenhando no local (latinas, migrantes, diaspóricas, alternativas, entre outras) (Pereira et al., 2024). O atual circuito do samba no Bixiga se esboça como territorialidade sônico-musical (Herschmann, 2019) ao articular marcantes características locais, bem como de outras territorialidades da cidade, constituindo sentidos de comunicação urbana (Reguillo, 1995; Rizo Garcia, 2013; Pereira, Rett & Bezerra, 2021).

2. PASSAGENS (IDAS E VINDAS) DO TERRITÓRIO PARA AS PLATAFORMAS DIGITAIS

E como pensar as territorialidades musicais e urbanas do samba e do Bixiga nas plataformas digitais? Como ruas e redes podem se vincular para a reflexão sobre o lugar da música nas cidades e seus sentidos comunicacionais? Sá (2013) aponta para o quanto a noção de cena musical pode ser útil para pensar nas musicalidades e redes online/virtuais, na articulação entre circuitos urbanos e digitais acionados. Quando essa pesquisa foi realizada (entre 2023 e 2024), a maioria dos locais, grupos musicais, bares e rodas de samba analisados faziam uso do Instagram como principal forma de presença nas mídias digitais, numa dinâmica em que estas últimas atuam no sentido de retroalimentação e fortalecimento da cena local/territorial.

O Instagram foi criado como um aplicativo de compartilhamento de fotos pelo americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger e lançado em outubro de 2010. Com a popularidade, em abril de 2012 a plataforma foi comprada

pelo Facebook (atual Meta Inc.) por aproximadamente 1 bilhão de dólares[3]. Nesses 16 anos de vida, a plataforma tem figurado como objeto de diversas pesquisas, sobretudo no que tange aos diversos fenômenos da cultura digital e à plataformização. A partir de sua relação com uma cultura da visualidade das redes, fenômenos como o dos influenciadores, a visibilidade de pessoas comuns, celebridades, artistas, negócios e empresas se utilizam dos recursos da plataforma na disputa pela atenção dos usuários.

> Argumentamos que o Instagram deve ser melhor compreendido como um canal de comunicação no vasto e crescente cenário das culturas visuais nas mídias sociais. Defendemos que a imagem visual, o vídeo e outras combinações desses elementos nos Stories são, antes de tudo, uma forma de comunicação entre as pessoas (...) o foco visual é particularmente importante para o sucesso e a relevância da plataforma. À medida que o Instagram cresceu de um aplicativo exclusivo para iPhone para uma vasta plataforma de propriedade do Facebook, também teve que lidar com o fato de ser um espaço onde a comunicação e o comércio se sobrepõem, desde o aparecimento de publicidade até o surgimento de influenciadores e uma nova classe de criadores de conteúdo que buscam autenticidade em uma plataforma mais conhecida por selfies e autorrepresentação. (Leaver, Highfield & Abidin, 2020, p. 23)

As pesquisas sobre as relações entre música e o ambiente plataformizado do Instagram tem discutido diversas possibilidades e facetas, tais como: as estéticas visuais de gêneros musicais aparentemente díspares como indie e sertanejo (Amaral & Kehl, 2013); as performances de identidade dos músicos como no caso do roqueiro brasileiro Edu K (Amaral & Govari, 2017); a performance de gênero de artistas como Pabllo Vittar (Costa, Bragança & Gouveia, 2017); as estratégias de apagamento das imagens de artistas da música pop internacional (Amaral & Larrubia, 2020); e os espaços das mulheres na música do Rio de Janeiro (no rock e na música eletrônica) e seus usos das plataformas (Polivanov & Medeiros, 2024). A partir de nosso levantamento inicial de pesquisa no contexto brasileiro, observamos que uma boa parte das pesquisas que articulam as temáticas da Comunicação, Música e a plataforma Instagram focam na análise de artistas e/ou de seu uso e contribuições para a marca e a performance deles.

Nesse sentido, uma lacuna que o trabalho pretende suprir é a da importância de discutir como os circuitos e espaços da música nas cidades constroem seus perfis nessa plataforma em busca de divulgação de seus trabalhos artísticos e na construção de suas autoapresentações online (Polivanov, 2012). Dessa forma, também avançamos o debate sobre as materialidades digitais no campo da música e comunicação a partir de uma ampliação da discussão sobre a ideia de trabalho, conforme debatidas por Amaral e Grohmann (2022).

Neste artigo, três espaços de samba serão analisados, no que diz respeito aos seus perfis no Instagram, complementados com elementos da pesquisa de

3 Ver: https://exame.com/tecnologia/mark-zuckerbert-anuncia-a-compra-do-instagram-pelo-facebook/

campo presencial que vem sendo realizada ao longo de 2023/2024. Utilizamos uma metodologia que busca construir uma análise dos conteúdos presentes nas páginas, suas estéticas e materialidades, estratégias de visibilização utilizadas, comentários de posts, conteúdos audiovisuais, entre outros, na busca por compreender como estas sociabilidades, formas de ativismo (cultural, territorial, entre outros) e sentidos de comunicação urbana (Pereira; Rett & Bezerra, 2021) se estabelecem na cena/circuito que envolve esta territorialidade.

Entendemos assim, a importância do debate sobre como os espaços culturais ligados ao samba no Bixiga constituem suas identidades a partir de suas *affordances* materiais como indicam Leaver, Highfield e Abidin (2020): modelabilidade (*templatability*), efemeridade, algoritmos; estéticas e afetos; atenção e audiências; agência e ativismos.

Tais materialidades digitais específicas que caracterizam o Instagram como plataforma podem também ser pensadas como elementos do que Manovich (2016) chama de "estilo visual" (p. 71) próprio do Instagram: o "*Instagramismo*".

> A forma de mídia que combina captura de imagem por lente e técnicas de design acompanha um determinado conteúdo. Juntos, esses elementos criam uma sensibilidade, atitude ou "tonalidade" particular. (...) Vou me referir a essa combinação de uma forma de mídia e um conteúdo específico como *Instagramismo*. (Embora eu pudesse continuar usando o termo "fotos projetadas", quis outro termo que situasse tais fotos não dentro de histórias, mas sim dentro das histórias de ideologias sociais, econômicas e culturais e das correspondentes formas de conduzir a vida. Algo com -ismo. (Manovich, 2016, p. 73)

Apesar do enfoque de Manovich (2016) ser bastante direcionado para a questão das estéticas audiovisuais a partir do uso do método quanti-qualitativo "*visual analytics*" dos estudos de *software*, ela complementa as categorias materiais e culturais de Leaver, Highfield e Abidin (2020), uma vez que ambas as abordagens constituem elementos teóricos pertinentes aos estudos de plataformas, como indicam Poell et al. (2020). Assim entendemos que a ideia de estilo se relaciona às formações identitárias e sociais imbuídas em gêneros e cenas musicais nas culturas urbanas.

A modelabilidade ajuda os perfis do Instagram a construírem uma identidade nas redes; é constituída pelos elementos visuais importantes para construir um vínculo emocional, colaborando ainda na criação de um senso de pertencimento e de comunidade a partir de um modelo pré-pronto, ou o que chamamos de *template* (Leaver, Highfield e Abidin, 2020), ou modelo.

A efemeridade diz respeito à adoção de características que vão sendo incorporadas pela plataforma a partir de outras mídias ou de uma solicitação dos usuários. É o caso dos stories, da possibilidade de se criar *links* e *gifs* nos mesmos, entre outros. A questão dos algoritmos tem a ver com o sistema de recomendação da plataforma da qual faz parte das dinâmicas de produção

de conteúdo. Já as estéticas e afetos também estão relacionadas à forma de expressão visual, bem como aos sentimentos despertados no público. Por fim, a questão da atenção e das audiências é central para o entendimento de diferentes usos e agenciamentos

Para fins de análise dos perfis selecionados, focamos nas categorias de modelabilidade (*templatability*), efemeridade —tomando os stories como parte do corpus—, estéticas e ativismos. Essa escolha se dá por serem categorias que as plataformas digitais como Instagram tratam dentro da ideia da opacidade, pouco discutindo a respeito e divulgando quase nada -além de normas- sobre suas construções específicas. A categoria algoritmo, apesar de importante, demandaria entrevistas com quem produz o conteúdo da casa, além de uma análise mais discursiva sobre a relação entre criadores de conteúdo e as normatizações do mesmo a partir de análise documental dos materiais publicados pela Meta, o que desviaria de nosso foco aqui. Já as categorias atenção e audiência tenderiam a requerer um estudo de recepção, o que pode ser feito em estudos futuros.

3. MATERIALIDADES DO INSTAGRAM

3.1. Apresentação dos objetos

Selecionamos para a análise três espaços de samba no Bixiga que apresentam perfis distintos, tanto em sua atuação territorial, quanto no uso do Instagram: Casa Umbabarauma, Bar do Jilson e a Toca da Capivara. A escolha se justifica pelas diferentes atuações e estéticas adotadas em sua presença digital.

A Casa Umbabarauma se destaca com um espaço recente na cena/circuito do samba no Bixiga, sendo um ponto de encontro para diferentes públicos. Seu perfil no Instagram é voltado principalmente para a divulgação de sua programação musical, com postagens fixas mínimas e com elementos ativistas discretos, se autodeclarando uma casa para comunidade LGBTQIA+. O Bar do Jilson, por outro lado, mantém um uso mais espontâneo da plataforma, com postagens menos planejadas, refletindo sua identidade de ponto de encontro informal ou espontâneo para musicistas e frequentadores de rodas de samba. Já a Toca da Capivara funciona como uma casa de música consolidada, com uma estética mais organizada no Instagram e foco na divulgação de sua programação, sem necessariamente assumir um posicionamento ativista.

A Toca da Capivara, localizada na rua Major Diogo próximo à Avenida Brigadeiro Luís Antônio —num local menos central da região, como a Rua 13 de Maio— é um estabelecimento que se destaca pela sua expressiva confluência de influências culturais e sociais, tornando-se um ponto de encontro para a comunidade local e da cidade. Foi fundada em 2014 por Victor Balint, ex-professor de sociologia que decidiu mudar de carreira para se tornar barista,

e projetou seu espaço para satisfazer esse desejo de interação social criando um "ambiente comunitário acolhedor" (Dinalli, 2019, s/p).

Inicialmente, ocupava um espaço pequeno que havia sido a garagem do avô do fundador. Desde a inauguração, a Toca da Capivara expandiu-se para acomodar o crescente número de clientes, adaptando-se às normas urbanas e modificando sua estrutura física para atender às exigências legais e de conforto dos frequentadores. Uma mudança significativa foi a implementação de uma porta acústica para reduzir o impacto do ruído na vizinhança, demonstrando um esforço consciente para harmonizar as necessidades do negócio com as da comunidade local.

A Toca da Capivara é conhecida pela interação pessoal entre os frequentadores, onde as relações estabelecidas vão além do aspecto comercial. Um dos sócios do bar enfatiza a importância das amizades no contexto do empreendimento, e a lotação do espaço é frequentemente mencionada pelos clientes como um atrativo singular, facilitando interações espontâneas entre os presentes (Moraes et al., 2023). A Toca se distingue pela sua programação focada em vários estilos de samba, com eventos regulares que atraem tanto músicos quanto admiradores do gênero, servindo como ponto de encontro de pessoas de idades variadas. Do ponto de vista de negócio, o local é considerado uma casa noturna, com cobrança de entrada e portas fechadas para a rua.

A Toca da Capivara ocupa um espaço físico modesto, com capacidade aproximada de 100 pessoas em pé. O local é dividido em áreas internas e externas, sendo a área principal destinada às apresentações musicais e a interação entre os frequentadores. A decoração é rica em elementos culturais, como fotografias históricas, instrumentos musicais típicos do samba e referências à história do Bixiga. As mesas e cadeiras são dispostas de forma a promover a convivência e o compartilhamento de experiências, enquanto a iluminação e a ambientação mais próximas dos músicos.

O seu perfil no Instagram reflete a identidade cultural e musical do espaço. O perfil utiliza cores variadas e elementos gráficos associados ao samba. As postagens incluem fotografias de eventos, músicos e frequentadores. Os *stories* e *reels* são usados regularmente para divulgar apresentações ao vivo e eventos especiais, enquanto o feed mantém um padrão organizado que mistura conteúdo promocional. Além disso, o uso estratégico de *hashtags* amplia o alcance das postagens, conectando o espaço e ampliando sua audiência.

O Bar do Jilson, localizado na rua 13 de Maio, coração do bairro, destaca-se como um espaço de encontro cultural e social enraizado na comunidade local. O proprietário Jilson Clemente Batista, baiano de Itabuna, chegou em São Paulo em 1989 e, depois de várias profissões, comprou o bar em 2003, mantendo sua estrutura original e estilo quase inalterados ao longo dos anos. Em 2011 o local começou a abrigar eventos com samba. O proprietário afirma ter sido um dos responsáveis por impulsionar musicalidades no entorno do bairro e alega ter investido recursos próprios para viabilizar essa iniciativa.

A dinâmica dos eventos no Bar do Jilson é caracterizada por uma atmosfera de abertura e inclusão, onde o samba é feito na calçada e as pessoas vão se aglomerando em volta da roda. Além dos eventos regulares, como as sessões semanais de samba aos sábados, que contam com a participação da Velha Guarda da Vai-Vai, muitas performances são espontâneas, seguindo o princípio de que "quem chegou, tocou", como afirma. Jilson não paga cachê aos músicos; eles se apresentam pelo prazer de tocar e de participar dessa comunidade. O bar também desempenha um papel fundamental na vida comunitária do Bixiga, oferecendo um espaço onde todos são bem-vindos e valorizados, independentemente de sua origem ou condição social.

A atuação nas redes sociais do Bar do Jilson é feita de maneira mais espontânea, sem planejamento. Sem uma agenda fixa de publicações, as rodas de samba são divulgadas dias antes da data prevista. Quem colabora com o gerenciamento do seu Instagram é sua filha e seu genro; juntos, escolhem as melhores imagens e postam no *feed* para criar memórias e atrair mais público, sem a pretensão de ser um perfil mais ativista em qualquer aspecto.

A Casa Umbabarauma, fundada por Daniel Carvalho e mais dois sócios, é um espaço de entretenimento dedicado ao samba, com foco na promoção da diversidade. Foi inaugurado em abril de 2024 em um casarão histórico na rua 13 de maio. O negócio já havia funcionado entre 2013 e 2016 na Vila Madalena, mas foi fechado por problemas com a vizinhança. A nova Casa Umbabarauma não só manteve a tradição do samba, mas também integrou uma curadoria artística que inclui bandas LGBTQIA+ e de mulheres, transformando-se em um reduto de diversidade e de ativismo em torno desta pauta e público. Sua atuação nas redes sociais é utilizada para fortalecer sua identidade e construir relacionamentos, ao mesmo tempo em que se promove como um ponto de encontro inclusivo e diverso. O *feed* do Instagram funciona como uma vitrine, destacando eventos, artistas e a atmosfera do local, enquanto os *stories* fornecem atualizações dinâmicas e interativas. A gestão das redes sociais é realizada por Daniel Carvalho em colaboração com um gestor de redes sociais. O local não cobra entrada e nem *couvert* artístico, permitindo que pessoas entrem e saiam, cheguem de outros lugares em um constante fluxo de pessoas.

3.2. Análise dos Conteúdos e Discussão

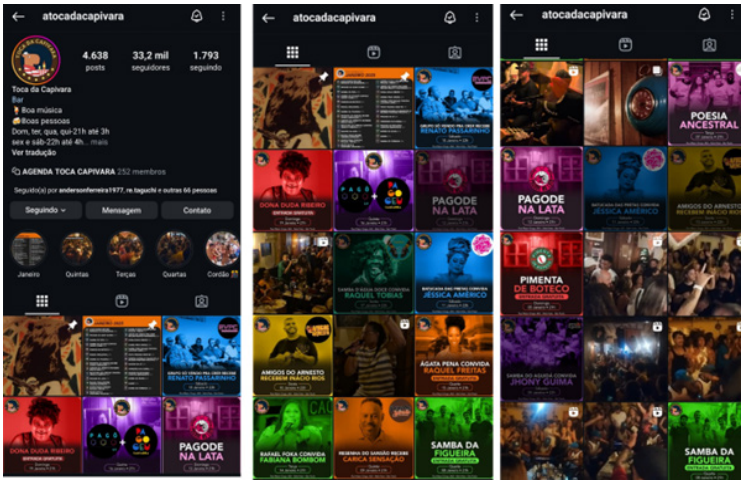
Analisar uma *affordance* de forma isolada é uma tarefa impossível, pois todas estão interligadas e se influenciam mutuamente, criando um sistema mais complexo e dinâmico de interações no Instagram. Cada *affordance* — seja a *modelabilidade*, efemeridade, algoritmos, estética e afetos, ou atenção e audiências— funciona em relação às demais, ampliando ou limitando suas possibilidades de uso e impacto. Essa interdependência dificulta uma análise compartimentalizada, pois as ações dos usuários e os efeitos gerados por elas frequentemente atravessam categorias.

Ainda assim, neste estudo, buscamos destacar os aspectos mais relevantes de cada *affordance* dentro das práticas observadas, reconhecendo que elas operam como partes integradas de um ecossistema digital mais amplo. Além disso, é essencial compreender que o conjunto desses mecanismos favorece a lógica de mercado dos algoritmos, que operam para maximizar o tempo de permanência dos usuários na plataforma e, consequentemente, ampliar as oportunidades de monetização por meio da publicidade e do consumo de conteúdo patrocinado.

Importante ressaltar que as análises sobre a atuação dos três perfis e suas *affordances* não acontecem de maneira isolada e linear; pelo contrário, percebe-se que as publicações ocorrem de maneira dinâmica, à medida que os acontecimentos como festas, shows etc. vão ocorrendo. Apesar de ser uma forma entendida como orgânica e autêntica, pode demonstrar uma falta de planejamento e profissionalismo. Ao mesmo tempo, esse tipo de produção pode capturar momentos espontâneos à medida que os frequentadores da cena se enxergam nessas situações e as compartilham. Se observamos de maneira isolada, poderíamos incorrer em uma falta de compreensão do conjunto dessas dinâmicas que visam favorecer a lógica de mercado dos algoritmos e, de certa forma, orientam o comportamento dos usuários para maximizar a atenção e o engajamento.

Segundo Leaver, Highfield e Abidin (2020), a *templatabilidade* permite que conteúdos ganhem valor ao serem continuamente replicados, ajudando a estabelecer uma coesão visual que facilita a criação e manutenção de comunidades, ao promover uma estética padronizada. No perfil do Instagram da Toca da Capivara, uma característica muito marcante é a utilização de elementos visuais e publicações regulares, que ajudam a construir uma identidade reconhecível na plataforma. Os *flyers* para divulgação de eventos são produzidos com cores diferentes, e com uso de *templates* da própria plataforma, facilitando a padronização e construção da identidade visual do perfil. Somam-se, ainda, fotos do local durante shows e interações com seguidores que postam e repostam *stories* durante os shows (Imagem 1).

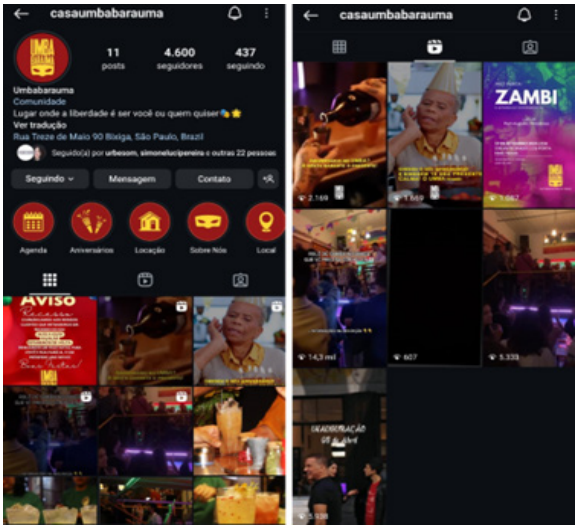
Imagem 1. Perfil Instagram A Toca da Capivara



Fonte: Instagram @atocadacapivara.

No perfil da Casa Umbabarauma (Imagem 2), com bem menos rigor, porém com publicações organizadas, replica-se a estética do local para a página, apresentando somente fotos e vídeos curtos dos shows e do público, sem alteração e nenhum filtro, levando para a plataforma uma ideia de que se trata de uma extensão da casa.

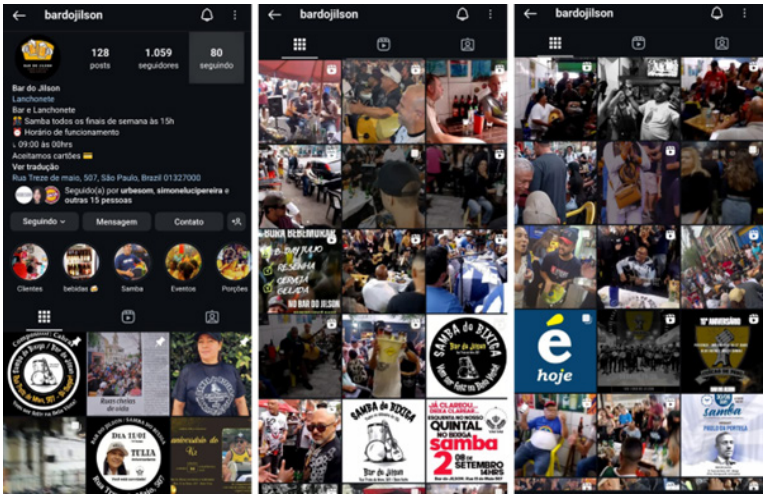
Imagem 2. Perfil Instagram Casa Umbabarauma



Fonte: Instagram @casaumbabarauma.

Nesta mesma perspectiva, no perfil do Bar do Jilson (Imagem 3) o que se percebe é que não há nenhum planejamento do *feed* e nem de postagens, sendo uma *modelabilidade* que dá a identidade a este perfil na rede. Suas postagens são somente fotos -não tratadas por filtros- e rodas de samba, criando uma ambiência de música na rua ou calçada, descompromissada com algumas regras e estéticas comuns na plataforma. Há muito pouca publicação de *cards* de eventos.

Imagem 3. Perfil Instagram Bar do Jilson



Fonte: Instagram @bardojilson.

A *affordance* de estética e afeto desempenha um papel central no engajamento dos usuários, especialmente por sua capacidade de provocar emoções como nostalgia, humor, identificação ou inspiração. Essas características são amplamente exploradas pelos perfis analisados, usando ou não paletas de cores, narrativas visuais com ou sem filtro, dependendo do objetivo do perfil. Além disso, segundo Leaver, Highfield e Abidin (2020), tais estéticas impactam sobre os *affordances* engajamento e audiência, pois destacam o papel central da visualidade na construção de significados.

Ainda sobre a modelabilidade, o perfil da Toca da Capivara (Imagem 1) e do Bar do Jilson (Imagem 3) utilizam o recurso de fixar uma publicação no topo do perfil. Essa *affordance* permite moldar a organização dos conteúdos dentro da estrutura visual da plataforma, garantindo que determinadas informações permaneçam em evidência.

As três casas estudadas utilizam os stories para divulgar suas agendas. Durante o funcionamento dos locais, fazem uso frequente desse recurso para compartilhar a ambientação do momento, destacando inicialmente as apresentações musicais e, em seguida, o público e suas interações. A efemeridade

dessas postagens funciona como uma estratégia de atração imediata para o local, pois a regularidade das publicações em horários específicos favorece o engajamento por meio dos algoritmos da plataforma. De acordo com Leaver, Highfield e Abidin (2020), o caráter temporário das postagens, que desaparecem em 24 horas, contribui para a sensação de espontaneidade e dinamismo, aproximando os usuários da experiência vivida no espaço físico. Essas postagens auxiliam ainda na construção da sua identidade, pois quase não passam por ferramenta de filtro para alterar a estética, sendo outra affordance em uso conjunto com outros recursos.

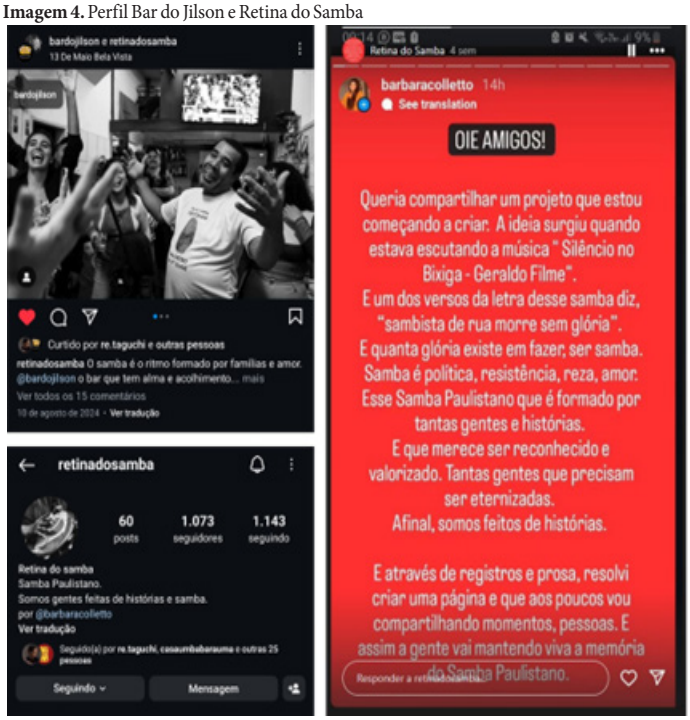
O uso das menções[4] pelos perfis analisados pode ser compreendido a partir de diferentes *affordances*, variando conforme a finalidade da interação. No contexto da modelabilidade, as menções funcionam como um mecanismo padronizado que permite estruturar redes de interação e fortalecer a identidade digital, especialmente ao marcar artistas, frequentadores e eventos recorrentes. Além deste recurso, há a utilização de "colaboração", quando um perfil convida o outro para divulgar algo de interesse comum, aparecendo para a audiência dois autores da publicação. Sob a perspectiva dos algoritmos e do engajamento, as menções e colaborações ampliam o alcance do conteúdo, uma vez que o Instagram prioriza interações entre perfis, permitindo que as postagens sejam redistribuídas e alcancem audiências mais amplas. Por fim, no que se refere à efemeridade, o uso de menções nos *stories* reforça o caráter momentâneo da experiência ao incentivar a participação do público, criando uma dinâmica interativa que estimula a sensação de pertencimento e o compartilhamento instantâneo de conteúdos pelos usuários mencionados.

Toca da Capivara e Casa Umbabarauma costumam fazer menções de outros perfis como músicos e outros coletivos de samba, juntamente com as *hashtags*, aumentando sua visibilidade de maneira colaborativa. Por outro lado, o Bar do Jilson não utiliza esse recurso, nos fazendo questionar se não seria o intuito deste local que seja divulgado, valorizando a territorialidade, juntamente com os frequentadores fiéis; ou, ainda, se há falta de familiaridade com tais práticas digitais.

Ainda que o próprio Jilson afirme que não faz "ativismo" em suas redes sociais, encontramos, em algumas de suas postagens, aspectos de ativismo territorial e cultural. Encontramos em uma das postagens em colaboração com o perfil Retina do Samba (dedicado à memória do samba paulistano, com registros pessoais), *stories* dedicados ao porquê da existência do perfil, alegando que o "samba é política, resistência, reza e amor", formado por tantas pessoas e histórias, merecendo ser reconhecido e valorizado (Imagem 4).

4 Ao produzir uma publicação, é possível "mencionar" outro perfil ao digitar o "@" no corpo do texto e automaticamente o Instagram sugere uma lista de perfis relacionados que pode ser escolhido. Assim que a postagem é publicada, o perfil mencionado é notificado simultaneamente, e caso ele queira, poderá compartilhar em sua rede também.

Imagem 4. Perfil Bar do Jilson e Retina do Samba



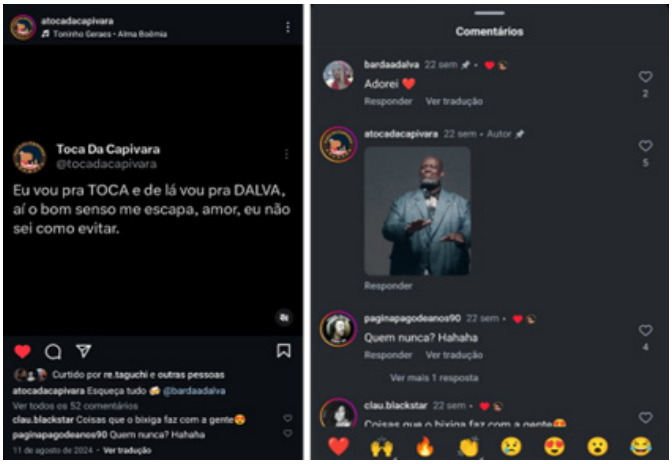
Fonte: Instagram @barsdojilsom e @retinadosamba.

De uma maneira não programada ou planejada o @bardojilson, faz conexões e amplia seu ativismo pelo samba e pelas territorialidades sônico-musicais, ao serem mencionados e marcados, por exemplo, eventos de determinadas alas da Escola de Samba do Vai-Vai, Malokeiros da 3ª Idade do Vai-Vai e o Consulado da Portela SP, uma extensão da Escola de Samba Portela do Rio de Janeiro, criando conexões e promovendo eventos no Bixiga. Essas menções e colaborações vistas em seus posts vão além das visibilidades mútuas e ativação dos algoritmos, parecendo nos mostrar uma rede de afiliações.

Em uma publicação da Toca da Capivara, onde consta a seguinte frase: "Eu vou pra Toca e de lá vou pra Dalva[5], aí o bom senso me escapa, amor, eu não sei como evitar", há uma formação de redes de afiliação, onde diferentes espaços colaboram entre si para promover uma identidade coletiva, como também os sentidos de territorialidade e de circuito sônico-musical do samba no Bixiga. Os comentários desta postagem, como por exemplo, "Quem nunca?", "Coisas que o Bixiga faz com a gente!" (Imagem 5), sugerem um fluxo de seguidores e participantes entre os dois espaços, além da resposta fixada da própria Dalva.

5 Referência ao Bar da Dalva, outro reduto de samba no Bixiga, na rua 13 de Maio.

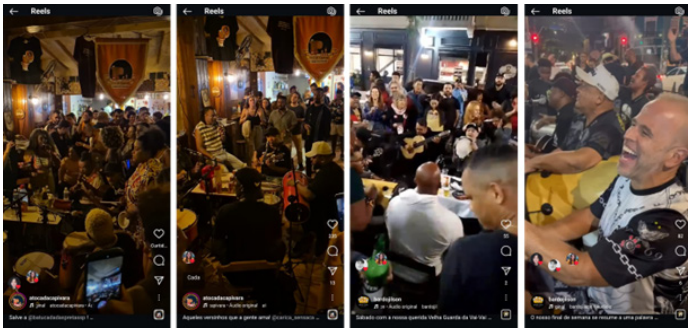
Imagem 5. Associações Toca da Capivara/ Bar da Dalva



Fonte: Instagram @atocadacapivara.

No perfil da Toca da Capivara essa estética reforça a ideia de que o bar é um lugar intimista, ao mostrar vídeos e fotos onde o público está conectado entre si, cantando e dançando em volta da roda de samba, onde, estar no local é também participar ativamente do evento e fazer parte de uma comunidade. Já com uma estética mais "crua" ou menos trabalhada, mas destacando as relações e afeto entre os frequentadores no Bar do Jilson, suas postagens sugerem que o foco está em transmitir uma certa "essência" do bar como um ponto de encontro. Suas postagens mostram a roda de samba, participantes e frequentadores vestindo e usando instrumentos com elementos visuais da Escola de Samba Vai-Vai, dando um significado de território, de pertencimento, ligados e entrelaçados por afetos (Imagem 6).

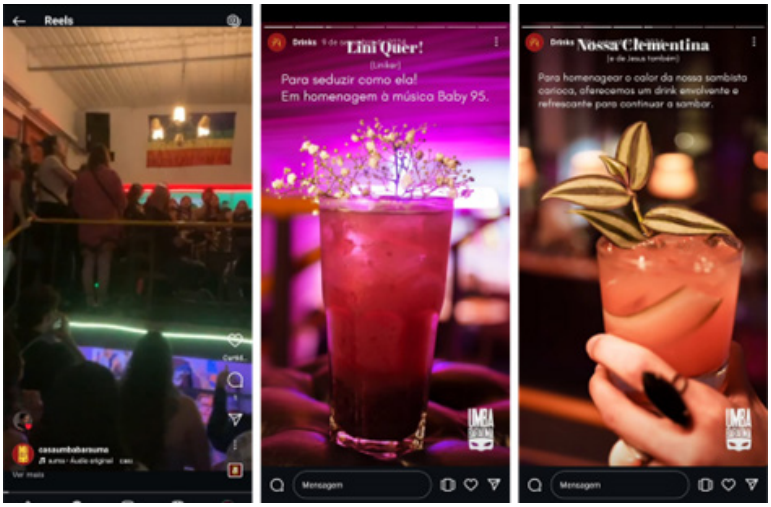
Imagem 6. Estéticas, afetos em posts dos frequentadores conectados em torno da roda de samba na A Toca da Capivara e Bar do Jilson



Fonte: Instagram @atocadacapivara, @bardojilson.

Já a Casa Umbabarauma usa a bandeira LGBTQIA+, e muitas das *affordances* em conjunto, para se conectar com seu público, criar sua identidade e, ao mesmo tempo capturar um nicho potencial de clientes ao se declarar "um lugar onde a liberdade é ser você ou quem quiser". Suas postagens homenageiam e se posicionam sobre mulheres entendidas como "empoderadas". Os drinks da casa foram batizados com nomes de mulheres importantes da música brasileira, tais como Lini Quer (Liniker), Ritalícia (Rita Lee), Marta (jogadora de futebol) e Gal Costa (cantora) (Imagem 7). Juntamente com suas postagens, há muitas hashtags como #mulheresempoderadas, #mulherespoderosas, #diversidadesexual, #diversidadecultural, #diversidades, #diversidade, #movimentolgbt, #lgbtqia, #lgbtq, #lgbt, #bixigasp, #bixiga, #BelaVista, #brasilidades, #brasilidade, #sambaderaiz, #sambaraiz, #samba, #bar, demonstrando também uma forma de ativismo em prol do feminismo e comunidade LGBTQIA+.

Imagem 7. Postagem com Bandeira Arco Íris e Drinks temáticos na Casa Umbararauma



Fonte: Instagram @casaumbabarauma.

A relação entre as territorialidades urbanas do samba no Bixiga e as plataformas digitais, como o Instagram, exemplifica a dinâmica de retroalimentação entre espaços físicos e digitais. Conforme apontado por Sá (2013), a noção de cena musical ajuda a compreender como as práticas culturais se articulam entre circuitos urbanos e digitais, criando redes que fortalecem tanto a presença territorial quanto a comunicação online. A Imagem 8 exemplifica como a Toca da Capivara utiliza o Instagram para articular territorialidades culturais e digitais, conforme discutido por Sá (2013). A postagem reforça a relação entre público e comunidade local, para promover interações e fortalecer sua presença territorial e digital.

Imagem 8. Publicação no Instagram da Toca da Capivara reforçando boas práticas de convivência com a vizinhança



Fonte: Instagram @atocadacapivara

A Toca da Capivara, mesmo possuindo um perfil com um estilo mais comercial, deixa exposto em seu *feed* a agenda de shows mensais, não tendo repetições demasiadas de grupos de samba. Ao ser questionado sobre a curadoria dos grupos, o sócio proprietário Cavalcanti (em entrevista concedida aos autores), alega que gosta de chamar músicos locais, porém precisa encher a casa; assim, em muitas datas, privilegia chamar artistas mais conhecidos. Ainda assim, abre espaços para grupos com menos projeção, sendo um importante espaço para divulgação de novos grupos, colaborando no incremento, ampliação e consolidação da cena/circuito musical da região.

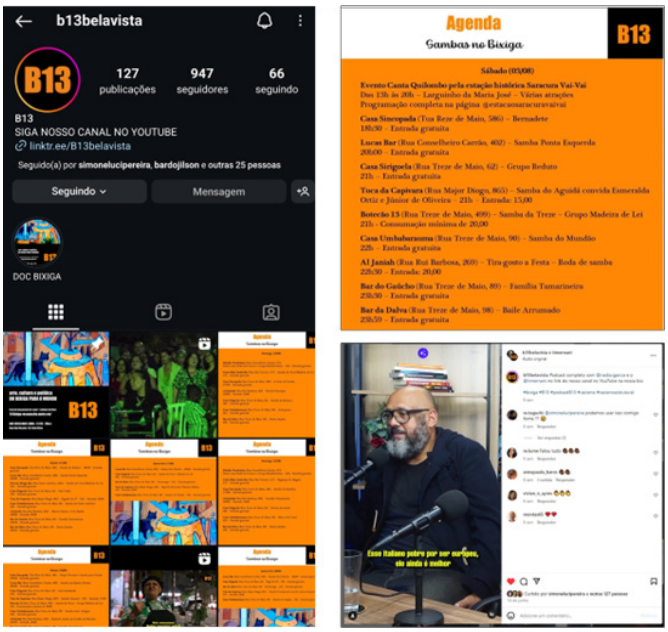
Os perfis estudados utilizam o Instagram como a principal plataforma de presença digital. Esse uso não se limita apenas a promover eventos, mas desempenha um papel na construção e no fortalecimento da cena cultural local. A dinâmica criada pela interação nas redes sociais gera um processo contínuo de retroalimentação, onde a visibilidade digital não apenas amplia o alcance dos eventos, mas também reforça a identidade e o engajamento comunitário. Dessa forma, o uso do Instagram contribui para consolidar e renovar o samba no Bixiga, criando um ciclo de apoio mútuo entre a presença online e a vivência cultural presencial, essencial para manter a vitalidade e a coesão do circuito cultural/musical do bairro.

Na pesquisa de campo, à medida que visitávamos os locais de samba do Bixiga, fomos encontrando pequenos bares que também promovem rodas de samba e de choro. Esses bares e restaurantes, embora não tenham protagonismo na cena/circuito do samba no Bixiga, contribuem para sua expansão e diversificação, consolidação e continuidade do gênero como uma manifestação cultural coletiva, outorgando uma identidade ao bairro como um reduto

de samba. Ao mesmo tempo, esses pequenos bares desempenham um papel fundamental na dinamização do circuito cultural local, promovendo a ativação de espaços, o fortalecimento da economia local, a criação de redes comunitárias e a preservação da identidade cultural do bairro, sendo partes vitais da cena/circuito do samba.

Durante a pesquisa, encontramos no Instagram o perfil B13 Bela Vista, o qual se autodenomina um coletivo audiovisual que discute cultura, arte e política do Bixiga, e divulga as íntegras de entrevistas (podcasts) com ativistas e personagens importantes do bairro em seu canal do Youtube. Entre postagens com trechos das entrevistas, divulgam em seu perfil a programação de samba no bairro, funcionando como *hub* onde, a cada semana, a B13 disponibiliza uma agenda atualizada dos bares onde terá samba no bairro, entre quinta-feira e domingo. Ao concentrar as informações em seu perfil, a B13 Bela Vista contribui para a dinamização da cena/circuito do samba no bairro, garantindo que o público esteja sempre informado e incentivando a participação ativa nos eventos. Deste modo, o perfil além de facilitar uma rede em torno do samba, ajuda a promover o samba não apenas como um gênero musical, mas também a região do Bixiga como um importante polo cultural/musical de São Paulo (Imagem 9).

Imagem 9. Perfil Instagram B13 Bela Vista e um corte de seu Podcast



Fonte: Instagram @b13belavista

Ao analisar essas três casas que compõem a cena/circuito do samba no Bixiga na atualidade, percebemos diferenças entre elas. Elas mantêm sua peculiaridade, em termos de atuação, objetivos, estéticas e afetos; mas todas parecem atuar em torno do samba e suas externalidades. A Toca da Capivara, por exemplo, tem um posicionamento mais comercial, que visa atender a interesses mais profissionais; ao mesmo tempo, contribui para a expansão inclusiva e diversificada do samba, conectando diferentes públicos na cena/circuito. O Bar do Jilson, mantém a tradição do samba de raiz, de calçada, democrático, reforçando a autenticidade e a proximidade do samba como parte integrante do cotidiano local, principalmente pela presença dos integrantes da Velha Guarda da Vai-Vai. Já a Casa Umbabarauma se estabelece como um ponto de resistência e ativismo, oferecendo um espaço seguro e inclusivo para grupos LGBTQIA+, onde essa comunidade se encontra, atua e se diverte em torno do samba. Essa diversidade fortalece a cena/circuito do samba do Bixiga, não se limitando a uma única definição de identidade cultural; ele é o resultado da convivência de espaços com abordagens distintas, cada um desempenhando um papel específico no circuito mais amplo.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dinâmica da cena/circuito de samba no Bixiga, observada a partir das atividades nos perfis do Instagram da Toca da Capivara, Casa Umbabarauma e Bar do Jilson, ilustra não apenas uma diversidade de práticas culturais, mas também os desafios e as possibilidades do uso de plataformas digitais para ampliar a presença cultural e fortalecer as identidades locais.

O uso das plataformas digitais, especialmente o Instagram, desempenha um papel importante na dinamização e visibilidade da cena/circuito de samba do Bixiga, divulgando os eventos regularmente, conectando músicos, frequentadores, produtores, moradores, apoiadores de modo geral. Para a Toca da Capivara, a Casa Umbabarauma e Bar do Jilson, o Instagram não é apenas um meio de promover eventos, mas também uma ferramenta para construir identidades visuais e afetivas, fomentando o engajamento e a proximidade com a audiência. Isso é particularmente evidente na maneira como essas casas utilizam *affordances* como efemeridade dos stories e *modelabilidade* nas postagens, criando uma narrativa consistente que amplia a identificação do público com o local. A Casa Umbabarauma, especificamente, vai além ao usar a plataforma como meio de resistência, diversidade e inclusão, destacando artistas de grupos sub-representados e fortalecendo a percepção de diversidade.

Por outro lado, o Bar do Jilson faz uso mais discreto do Instagram, focando em uma presença digital que seja mais compatível com sua abordagem tradicional centrada na comunidade local. Ao não explorar intensivamente as estratégias que favorecem o algoritmo, o bar mantém uma presença digital que

reflete certa ideia de essência das práticas do samba, sem priorizar o alcance massivo, mas reforçando os laços próximos e autênticos com seu público.

As *affordances* do Instagram, como a efemeridade dos stories e a *modelabilidade* visual, não atuam isoladamente, mas se combinam para criar uma experiência que contribui para a visibilidade e engajamento da cena/circuito do samba. Isso ficou evidente nas estratégias de promoção dos locais, onde o uso das plataformas não só amplificou a visibilidade, mas também ajudou a construir narrativas afetivas e de pertencimento. No entanto, há desafios nesse processo. O algoritmo do Instagram, opaco por natureza, direciona o engajamento de acordo com seus próprios interesses comerciais e, embora o digital amplifique a cena, também a deixa sujeita às suas próprias lógicas e restrições comerciais.

Além disso, percebemos que apesar da prática de locais *instagramáveis* (estabelecimentos que montam um ambiente específico para que os frequentadores tirem fotos para o Instagram) que aparece em muitos cafés e bares em outras localidades de São Paulo -como nos Jardins, Liberdade entre outros bairros- não se faz presente nas casas de samba do Bixiga. A ideia de ambientes *instagramáveis* é um neologismo que sai da rede para a rua e remete a um imaginário estético dos filtros do Instagram e de algo "mais limpo". Dessa forma, as três casas analisadas mantêm aspectos que, se à primeira vista parecem exclusivamente tradicionais ou conservadores, tomam uma dimensão de resistência ao mostrar os espaços do samba na calçada, a diversão dos frequentadores e a comunidade. Já a ideia de "*instagramismo*" proposto por Manovich (2016) aparece na forma visual e comunicacional das postagens, no compartilhamento e nas escolhas estéticas das publicações.

O uso do Instagram nos espaços analisados no Bixiga revela as diferentes formas de uso do digital. Essas práticas mostram que, apesar das imposições dos algoritmos e das tendências de engajamento digital, há espaço para a convivência de diferentes abordagens, cada uma refletindo características do espaço e a relação que deseja estabelecer com a comunidade.

Uma das limitações deste estudo é a ausência de uma análise quantitativa que permita medir o impacto real das estratégias digitais em termos de engajamento do público. Além disso, ao focar exclusivamente nas *affordances* do Instagram, deixamos de explorar outras possibilidades que poderiam ampliar nossa visão sobre as práticas e outros ativismos de resistência no Bixiga, como por exemplo, outras redes sociais. Essas limitações indicam que há aspectos desta cena/circuito do samba no Bixiga que não foram esgotados e que ainda merecem uma investigação mais detalhada e integrada. No entanto, na pesquisa de campo pelo bairro, é possível compreender sobre as dinâmicas de participação e os afetos gerados no espaço físico, a compreensão sobre as dinâmicas de participação e socialidades na cidade.

Embora a articulação nos meios digitais seja uma ferramenta importante para ampliar o espaço físico da cena/circuito do samba no Bixiga, ela não

substitui, mas desdobra as experiências presenciais no território. As rodas de samba, as trocas afetivas e o pertencimento ao espaço físico do Bixiga mantêm o samba vivo como uma manifestação de resistência e identidade do bairro. Os territórios digitais criam conexões e amplificam as vozes desses locais, enquanto a comunidade e as experiências nos próprios locais sustentam e renovam a cena/circuito cultural e musical, garantindo que o samba continue relevante, pulsante e dinâmico.

A discussão sobre *a modelabilidade* e o uso de templates nas redes sociais permite observar uma tensão entre as formas narrativas e visuais favorecidas pelas plataformas e a construção de identidades culturais situadas. As *affordances* do Instagram —como a modelabilidade visual, a efemeridade dos stories e as dinâmicas de circulação mediadas por algoritmos— tendem a incentivar a adoção de formatos replicáveis, estéticas reconhecíveis e estratégias de engajamento amplamente difundidas e que possuem uma certa "limpeza" em relação às práticas do samba mais tradicional vistas no campo presencial.

Nesse sentido, torna-se relevante refletir em futuros estudos sobre como as dinâmicas das redes sociais participam da produção de imaginários e afetos comunitários que incidem na criação e na definição desses espaços e, simultaneamente, como a singularidade dos locais, de suas propostas culturais e das práticas que abrigam encontra nas plataformas digitais —especialmente no Instagram— um ambiente para se tornar visível e comunicar pertencimento. Ainda que seja possível reconhecer a presença de estéticas e práticas consideradas *instagramáveis* em outros estabelecimentos, os espaços analisados parecem mobilizar essas mesmas lógicas de maneira situada, articulando-as às especificidades da cena do samba no Bixiga. Nesse processo, mais do que rupturas estruturais em relação às tendências predominantes nas redes, observam-se continuidades estratégicas que são apropriadas e ressignificadas de acordo com os objetivos de cada local. As lógicas da plataformização, nas quais selecionamos aqui a ideia de *modelabilidade* e sua replicação estão presentes nos espaços, mas ao mesmo tempo são questionadas e criticadas nos modos como esses espaços se colocam no presencial.

REFERÊNCIAS

Amaral, A. & Govari, C. (2017). Performances identitárias no Instagram: uma análise do per il de Edu K após o reality show A Fazenda. *Rizoma*, 5(2), 96-111.

Amaral, A. & Grohmann, R. (2022). You Better Work: Work in Studies on Communication and Music in Brazil. *IASPM Journal*, *12*(1). https://doi.org/10.5429/2079-3871(2022)v12i1.6en

Amaral, A. & Kehl, C. (2013). Indie ou Sertanejo? Apropriações de dois gêneros musicais através do elemento xadrez no aplicativo Instagram. *Temática*, *IX*(5), 1-18.

Amaral, A. & Larrubia, T. (2020). Apagamento digital como dinâmica de personas de artistas da música pop. Em Pereira de Sá, S. Amaral, A. & Janotti Jr., J. (orgs.), *Territórios afetivos da imagem e do som.* (pp. 41-64). UFMG.

Azevedo, A. (2014). São Paulo negra: Geraldo Filme e a geografia do Samba Paulista. *Revista da ABPN*, *6*(13), 313-328.

Azevedo, A. (2018). Samba: um ritmo negro de resistência. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros.* 70, 44-58.

Dinalli, Y. de L. (2019). Bares da Cidade #2: A Toca da Capivara. SOUL ART. https://soulart.org/eventos/bares-da-cidade-2-a-toca-da-capivara

Fragoso, S., Recuero, R. & Amaral, A. (2011). *Métodos de Pesquisa para Internet*. Editora Sulina.

Gonçalves, T. (2014). *O lugar-samba no Bixiga: memória e identidade.* Dissertação, Mestrado em Geografia, Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Brasil.

Haesbaert, R. (2014). *Viver no Limite: território e multi/transterritorialidade em tempos de insegurança e contenção.* Bertrand Brasil.

Herschmann, M. (2019). Das Cenas e Circuitos às Territorialidades (Sônico-Musicais). *Logos, 25*(1), 124-137.

Herschmann, Micael.(2007). *Lapa, Cidade da Música.* Mauad.

Janotti Jr, J. & Sá, S. P. de (orgs.). (2013). *Cenas Musicais.* Anadarco.

Leaver, T., Highfield, T. & Abidin, C. (2020*). Instagram: Visual social media cultures.* Polity Press.

Manovich, L. (2016). *Instagram and Contemporary Image.* Book Online under Creative Commons. https://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image

Moraes, J. G. (2000). Polifonia na metrópole: história e música popular em São Paulo. *Tempo*, 10, 39-62.

Moraes, L., Miniguini, M., Mazo, M. L. & e Gorski, V. (2023). Conheça a Toca da Capivara, samba tradicional do Bixiga: "Tem que gostar de gente!". *Esquinas. Revista Digital Laboratório da Faculdade Cásper Líbero.* https://revistaesquinas.casperlibero.edu.br/arte-e-cultura/musica/conheca-a-toca-da-capivara-samba-tradicional-do-bixiga-tem-que-gostar-de-gente/

Nascimento, L. (2016). No Bixiga nem tudo é italiano: relatos de vivência sobre um bairro da região central de São Paulo. *Pensando Áfricas e suas diásporas.* 1(1), 104-118.

Pereira, B. (2018). *Cartografias Cruzadas: os caminhos do samba e os traçados do Plano de Avenidas em São Paulo (1938-1945).* Dissertação, Mestrado em Antropologia,

Universidade de São Paulo (Brasil).

Pereira, S. L. (2015). Consumo e escuta musical, identidades, alteridades - reflexões em torno do circuito musical "latino" em São Paulo/Brasil. *Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación*, *128*(0), 237-251.

Pereira, S. L. (2017). Circuito de festas de música "alternativa" na área central de São Paulo: cidade, corporalidades, juventude. *FAMECOS – mídia, cultura, tecnologia*, *24*(2), 1-12.

Pereira, S. L., Barroso, F., Santiago, S. & El Hage, A. (2024). Uma cena latina no Bixiga? Aspectos de um circuito musical emergente. Em Herschmann, M., Sanmartin Fernandes, C., Janotti Jr, J., Cardoso Filho, J. & Pereira, S. L. (orgs.), *Cidades musicais (in)visíveis. Vol. 2* (pp. 29-64). Sulina.

Pereira, S. L., Bras, J. M. & Rodrigues, J. C. (2023). Usos da cultura, dinâmicas de produção/consumo solidário e ativismos: tensões e diálogos no Bixiga/São Paulo. *E-Compós*, *26*(1), 1-21.

Pereira, S. L., Rett, L. & Bezerra, P. (2021). Músicas e sons que ecoam pelas ruas da cidade: o evento Paulista Aberta. *E-Compós, 24*(1), 1-22.

Poell, T., Nieborg, D. & Duffy, E. (2021). *Platforms and Cultural Production*. Polity Press.

Poell, T., Nieborg, D. & van Dijck, J. (2020). Plataformização**.** *Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos, 22*(1). https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01

Polivanov, B. & Medeiros, B. (2024). Elas na escuta: cartografia digital de mulheres em espaços incomuns na música. Em Em Herschmann, M., Sanmartin Fernandes, C., Janotti Jr, J., Cardoso Filho, J. & Pereira, S. L. (orgs.), *Cidades musicais (in)visíveis. Vol. 2* (pp. 199-224). Sulina.

Polivanov, B. (2012). *Dinâmicas de autoapresentação em sites de redes sociais: performance, autorreflexividade e sociabilidade em cenas de música eletrônica.* Tese, Doutorado em Comunicação, Universidade Federal Fluminense (Brasil).

Reguillo, R. (1995). Pensar la ciudad desde la comunicación. En Galindo, J. & Luna, C. (coords.), *Campo Académico de la Comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva* (pp. 109-132). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Rizo Garcia, M. (2013). Mirar la ciudad. Espacio, comunicación y cultura urbana. *Caleidoscopio.* 28, 31-50.

Sá, S. P. de. (2013). As cenas, as redes e o ciberespaço: sobre a (in)validade da utilização da noção de cena musical virtual. Em Janotti Jr., J. & Sá, S. P. de (orgs.), *Cenas Musicais.* (pp. 29-40). Anadarco.

Sandroni, C. (2001). *Feitiço decente: transformações do samba no Rio de Janeiro (1917-1933).* Zahar.

Siqueira, R. & Cesar, R. (2022). Entre a Praça e o Largo: artistas e intelectuais na formação de dois "berços" do samba. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros,* 83, 146-164.

Siqueira, R. (2020). O Largo da Banana e a presença negra em São Paulo. *Anais do Museu Paulista,* 28, 1-33.

Sodré, M. (1998). *Samba, o dono do corpo.* Mauad.

Straw, W. (2006). Scenes and Sensibilities. *E-Compós,* 6, 1-16.

Trotta, F. (2010). *O samba e suas fronteiras: "pagode romântico" e "samba de raiz" nos anos 1990.* UFRJ.

Trotta, F. (2013). Cenas Musicais e Anglofonia: sobre os limites da noção de cena no contexto brasileiro. Em Janotti Jr., J. & Sá, S. P. de (orgs.), *Cenas Musicais.* (pp. 63-70). Anadarco.

*Contribuição dos autores: A concepção do trabalho científico foi realizada por Simone Luci Pereira, Adriana da Rosa Amaral e Renato Taguchi. O desenho da pesquisa foi realizado por Simone Luci Pereira e Adriana da Rosa Amaral. A coleta de dados ficou a cargo de Renato Taguchi. A interpretação e análise dos dados ficaram a cargo de Simone Luci Pereira, Adriana da Rosa Amaral e Renato Taguchi. A redação do manuscrito foi realizada por Simone Luci Pereira, Adriana da Rosa Amaral e Renato Taguchi. Todos os autores revisaram e aprovaram o conteúdo final do manuscrito.
* Nota: O Comitê Acadêmico da revista aprovou a publicação do artigo.

*O conjunto de dados que apoia os resultados deste estudo não está disponível para uso público. Os dados da pesquisa serão disponibilizados aos revisores, se necessário.

Artigo publicado em acesso aberto sob a Licença Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICAÇÃO DOS AUTORES

Simone Luci Pereira. Doutora em Ciências Sociais pela Pontificia Universidade Católica de São Paulo (Brasil). Pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Brasil). Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista (Brasil). Profesora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Brasil). Líder do Grupo de Pesquisa URBESOM – Culturas Urbanas, Música e Comunicação. Pesquisa e atua na interface das áreas de comunicação, música e antropologia, abordando temas como música popular, culturas urbanas, comunicação urbana, juventudes e culturas diaspóricas.

Adriana da Rosa Amaral. Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Brasil). Professora dos cursos de graduação em Estudos de Mídia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação no Departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense (Brasil). Pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Brasil). Líder do Laboratório de Pesquisa CULTPOP – Cultura Pop, Comunicação e Tecnologias. Foi professora e pesquisadora visitante em universidades como University of Surrey e University of Salford (Reino Unido), Universität Dusiburg-Essen e Universität Potsdam (Alemanha). Pesquisa e atua na interface das áreas de cultura digital, cultura pop, estudos de fãs e música pop.

Renato Taguchi. Doutor -candidato- em Comunicação na Universidade Paulista (Brasil). Mestre em Administração de Organizações pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (Brasil). Bolsista do Programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições de Ensino Particulares, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Brasil). Professor do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza (Brasil) e do Centro Universitário Unifafibe (Brasil). Membro do GP URBESOM – Culturas Urbanas, Música e Comunicação. Desenvolve pesquisas e atua nas áreas de comunicação urbana, marketing, empreendedorismo e inovação.