

MANTAS, CORTINADOS, PUXADORES, MÚSICA

A VENDA DE COMPILAÇÕES MUSICAIS EM LOJAS DE ARTIGOS DE DECORAÇÃO PARA O LAR

João Francisco Porfírio

RESUMO A loja Zara Home – que se dedica à comercialização de artigos de decoração e fornece pistas sobre a forma como configuramos o espaço doméstico –, disponibiliza aos seus clientes compilações musicais, em formato CD, especificamente concebidas para serem utilizadas em casa, na construção do quotidiano doméstico e do espaço privado. Este artigo é o resultado de uma análise, ainda em fase inicial, destes produtos, identificando as estruturas musicais que são utilizadas e o modo como se articulam com os discursos presentes nos títulos e nas descrições destas compilações, para colaborarem na construção multissensorial do espaço doméstico.

AUTOR Investigador do CESEM no Grupo de Teoria Crítica e Comunicação, no Núcleo de Estudos Avançados em Sociologia da Música e no Núcleo de Estudos Avançados em Música e Cibercultura, onde desenvolve investigação em assuntos relacionados com música ambiente e paisagens sonoras do quotidiano doméstico. É licenciado em Educação Musical (IPS ESE), mestre em Artes Musicais (NOVA FCSH), doutorando em Ciências Musicais Históricas (NOVA FCSH) e bolsheiro FCT (SFRH/BD/136264/2018).

Música como ambiente^[1]

A loja Zara Home – que se dedica à comercialização de artigos de decoração e fornece pistas sobre a forma como configuramos o espaço doméstico – disponibiliza aos seus clientes compilações musicais em

1 Este artigo resulta de uma comunicação apresentada no ENIM 2018 – VIII Encontro Investigação em Música, de 8 a 10 de novembro, no Porto.

formato CD, especificamente concebidas para serem utilizadas em casa, na construção do cotidiano doméstico e do espaço privado. Este artigo é o resultado de uma análise, ainda em fase inicial, destes produtos, identificando as estruturas musicais que são utilizadas e o modo como se articulam com os discursos presentes nos títulos e nas descrições destas compilações, para colaborar na construção multissensorial do espaço doméstico.

O espaço doméstico, enquanto espaço privado, é considerado por Susie Scott como o sítio onde retiramos a máscara pública e nos comportamos de formas que não queremos que as outras pessoas vejam (Scott 2009, 49-50). No entanto, existem situações em que este espaço passa a fazer parte da esfera pública tornando-se palco de uma encenação mais cuidada havendo assim uma alternância entre identidades e formas de atuação, ora mais privadas ora mais públicas (Goffman 2002). Para que esta alternância seja possível e se crie o cenário e realidade pretendidos, utilizam-se materiais que nos indicam como agir.^[2]

A luz, a temperatura, o *design* dos objetos e a música são alguns dos materiais que colaboram na construção do ambiente de um espaço (idem, 131-133). Tendo em conta a capacidade da música moldar e reconfigurar o cenário dos espaços onde é difundida, ao longo da história têm sido concebidos alguns modelos de comunicação sonora pensados para a integrar no espaço.^[3] Erik Satie, no início do século xx, compõe um conjunto de obras musicais denominadas *Musique d'ameublement* (Potter 2013, 303). Estas peças musicais criadas com a intenção de serem utilitárias e discretas, de preencher o espaço enquanto outras tarefas eram realizadas, foram pensadas para ocasiões especiais, para mascarar os ruídos desagradáveis ou preencher silêncios desconfortáveis, devendo ser ignoradas e passar despercebidas (Potter 2013; Shaw-Miller 2009; Volta 2007). Em 1922, George Owen Squier, partindo da ideia de Satie, funda em Nova Iorque a companhia Wired Music, que mais tarde se viria a chamar Muzak, com a finalidade de produzir música para publicidade e anúncios de serviço

2 «[...] situations are defined, realities enacted, through the artful practices by which perception, action and interpretation are steered in certain ways, through control over the resources for making sense of things. These practices involve engaging with materials, controlling access to materials and instantiating general categories. Realities are crafted, not simply described or asserted, and that crafting takes shape in the spaces between individuals» (DeNora 2014, 103).

3 Não necessariamente o espaço doméstico.

público.^[4] Durante a década de 1930 começa, a partir de uma central, a transmitir para hotéis, clubes, restaurantes e lojas música composta com um sistema de códigos de estímulo que surgem de estudos científicos que demonstravam ligações entre música, produtividade e segurança nas fábricas (Oxford Brian Eno s.d.). Hoje em dia o muzak continua a ser usado em vários espaços públicos como lojas, elevadores ou aeroportos com o intuito de manter o conforto auditivo, mas também de apelar ao consumo (DeNora 2004; Lanza 2007; Oxford Muzak s.d.; Sterne 1997). Em 1978, e como forma de criticar o omnipresente muzak, Brian Eno propõe a obra *Music for Airports*, considerada pelo próprio como a primeira obra de *ambient music* (Eno 2015, 94-97). Apesar disso, não será este o primeiro disco do compositor a poder inscrever-se neste conceito. Já antes, em 1975, Eno concebe o álbum *Discreet Music*, que, como o próprio nome indica, era composto por música que pretendia ser discreta e por isso mesmo propícia a funcionar como a *ambient music* (ibidem). Do álbum *Music for Airports* faz parte um manifesto onde o autor define este conceito.^[5]

A palavra ambiente surge como sinónimo de atmosfera, envolvência. Eno refere também que é música criada para circunstâncias temporais e espaciais específicas, havendo a possibilidade de ter um catálogo para uma variedade de situações. Não tem a pretensão de mascarar as características atmosférico-acústicas de um espaço, mas sim melhorá-las criando um ambiente calmo e propício ao pensamento e podendo ser alvo de vários níveis de atenção auditiva (idem, 96-97).

Independentemente do seu valor artístico, todos estes modelos de comunicação são concebidos para construir e controlar espaços públicos, alcançando um número significativo de pessoas (DeNora 2004; Lanza 2007; Oxford Muzak s.d.; Sterne 1997). Relativamente ao espaço privado doméstico, o controle e a construção sonora com a utilização de música faz-se a partir de escolhas individuais recorrendo a diversos

4 De referir que Muzak, com letra maiúscula e género feminino, refere-se à marca e à empresa; enquanto muzak, com letra minúscula, género masculino, refere-se ao género de música ambiente de uma forma geral e que é transmitida pelos altifalantes de lojas, elevadores e outros espaços públicos (Vanel 2013, 1-9).

5 «[...] over the past three years, I have become interested in the use of music as ambience, and have come to believe that is possible to produce material that can be used thus without being any way compromised. To create a distinction between my own experiments in this area and the products of the various purveyors of canned music, I have begun using the term Ambient Music» (Eno 2015, 96).

meios de difusão – rádio, televisão, leitores de CD, gira-discos ou plataformas digitais como o YouTube ou o Spotify (DeNora 2004; Oleksik et al. 2008; Porfírio 2017). Este uso da música no espaço doméstico tornou-se possível devido ao advento da gravação e consequente aparecimento de aparelhos difusores de som como o fonógrafo e o rádio. Estas tecnologias vêm construir novas sociabilidades e modificam o papel cultural da música, pela possibilidade de esta ser integrada no dia a dia, dando ao ouvinte mais poder de ação em relação à música que ouve (Attali 1985; Baade 2015; Chion 1994; Kittler 2012; Losa 2013; Picker 2003; Small 1998).

Música para o lar

Nos Estados Unidos, após a segunda Grande Guerra, os aparelhos de difusão de música para casa têm vários avanços.^{16]} Com o desenvolvimento destas tecnologias, surge um conjunto de discos, de várias editoras – ABKCO Records, RCA CAMDEM, DECCA Records, Capitol Records, RCA Victor, etc. –, especialmente concebidos para o espaço doméstico, não só como forma de comercializar os novos aparelhos de alta fidelidade, mas também com a finalidade de serem um guia e darem pistas sobre decoração, entretenimento em casa e viagens como forma de ser cosmopolita (Borgerson e Schroeder 2017, 1-16).^{17]} Estes discos enquadram-se em categorias como *mood music*, *instructional* ou *travel* e nunca alcançaram os *tops* de vendas. São hoje documentos importantes que nos fornecem informações sobre estilo de vida e hábitos de escuta dessa altura.^{18]}

O surgimento destes discos nesta época, defendem Borgerson e Schroeder, deve-se, por um lado, a razões económicas: especialistas em economia familiar encorajam as pessoas a ficar em casa em vez de gastarem dinheiro a viajar, incentivando a realização de mais atividades

6 Ver vídeo sobre aparelhos para difusão de música no espaço doméstico: «Living Stereo 1950's RCA Commercial», YouTube, 9 de maio, 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=f8y9INGh2bM>.

7 A função apontada a estes discos é conseguida a partir da relação entre a música, as imagens das capas e as notas dos álbuns. Esta relação é amplamente explorada pelos autores Borgerson e Schroeder (2017).

8 «[...] home-entertaining records and travel records often included content dedicated to achieving a “modern” lifestyle, developing good taste, and becoming familiar with new sights and sounds» (Borgerson e Schroeder 2017, 1).

caseiras (bricolagem, jardinagem, etc.) e convidando os amigos para jogos de cartas ou jantares, abrindo assim o espaço privado ao público; e, por outro lado, a facto de nesta época a casa e os bens de consumo adquirem um papel importante, como forma de distinção entre o consumidor dos Estados Unidos da América e o do resto do mundo e como símbolo do capitalismo democrático por oposição ao comunismo da União Soviética (cf. *idem*, 17-20).^{19]}

Assim, de uma forma geral, a maioria destes discos dedica-se aos vários tipos de entretenimento caseiro: jantar, dançar, ver filmes, jogar cartas, etc.^[10] Estes discos conjugam a produção de um ambiente familiar com estilos musicais que evocam a vida noturna da cidade, porém sem sair do conforto do lar, proporcionando uma ligação entre a casa e o mundo exterior. Por conseguinte, os espaços e cenários evocados e imaginados são transferidos para casa com a ajuda da música transmitida pelo sistema de hi-fi em colaboração com vinho branco francês ou Martini, como referem os autores, mencionando ainda que *cocktails*, *barbecues*, jazz e eletrodomésticos a condizer são símbolos dos serões americanos de meados do século xx (Borgerson e Schroeder 2017).

Música como decoração

Hoje em dia e de forma global, existem muitas lojas dedicadas à estética do espaço doméstico. Lojas de decoração que tentam de forma abrangente dar dicas e vender produtos que colaborem na construção multissensorial do lar. A dimensão sonora do espaço doméstico não é ainda tida em conta pela maioria destas lojas, mas existe, no entanto, a exceção da loja Zara Home. A Zara Home pertence ao grupo espanhol

9 «[...] the US home became an entertainment zone – a place to play music, prepare dinner, and show off one’s taste for guests. In a time when stakes were high for building, selling, and embodying the modern American lifestyle, “home” records presented visions of idealized domestic settings for US consumer-citizens to bring life in the participatory rendering of capitalist democracy» (Borgerson e Schroeder 2017, 14).

10 Alguns exemplos são: «Morton Gould And His Orchestra – Coffee Time – 1958 – full album», YouTube, 4 de novembro, 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=h-IGfw0CPUc>. «Peter Barclay – Barbecue music for gracious living (1955) Full vinyl LP», YouTube, 18 de julho, 2015, https://www.youtube.com/watch?v=eBesY_o7Yp8. «The Metro Strings – The Perfect Background Music for Your Home Movies», YouTube, 29 de maio, 2017, https://www.youtube.com/watch?v=jjosXMe_SWg.

Inditex que existe um pouco por todo o mundo. É a versão *home* de uma das mais conhecidas lojas de roupa à escala global, existe desde 2003 e a partir de 2007 conta também com uma loja *online* (Inditex s.d.). Em Portugal existem vinte e cinco lojas, a maioria em grandes centros comerciais, mas também existem algumas lojas de rua. Além de um sem-fim de objetos de decoração e utilidades para o lar, como candeeiros, jarras, espelhos, cestos, molduras, roupa desenhada especificamente para usar em casa, velas, aromas, mantas, cortinados e puxadores, na categoria de decoração encontramos também música.^[11] A música aparece no formato CD e tanto na loja física como na loja *online* contamos com uma coleção de cinco CDs: *Contemporary Beat*; *Ecletic Vibes*; *Feeling Good*; *Chill and Sound*; *In Love*.^[12] Através da leitura das notas de cada CD, podemos verificar que são utilizadas «fantásticas versões de canções pop famosas contemporâneas» (Zarahome 2016a), «com um espírito acústico» (Zarahome 2016b), que nos levam «a um estado de ânimo descontraído e positivo» (Zarahome 2016c), não havendo nada «mais reconfortante do que ouvir as canções que conhece e adora» (Zarahome 2016d).^[13] Pode verificar-se que os discursos utilizados nes-

11 «Música», Zara Home, consultado em 30 de abril, 2018, <https://www.zarahome.com/pt/decora%C3%A7%C3%A3o/m%C3%BAAsica-c1089027.html> (produto descontinuado).

12 «Contemporary Beat», Zara Home, consultado em 30 de abril, 2018, <https://www.zarahome.com/pt/decora%C3%A7%C3%A3o/m%C3%BAAsica/contemporary-beat-c1089027p300718584.html?ct=true> (produto descontinuado). «Ecletic Vibes», Zara Home, consultado em 30 de abril, 2018, <https://www.zarahome.com/pt/decora%C3%A7%C3%A3o/m%C3%BAAsica/eclectic-vibes-c1089027p300718583.html?ct=true> (produto descontinuado). «Feeling Good», Zara Home, consultado em 30 de abril, 2018, <https://www.zarahome.com/pt/decora%C3%A7%C3%A3o/m%C3%BAAsica/feeling-good-c1089027p300718582.html?ct=true> (produto descontinuado). «Chill and Sound», Zara Home, consultado em 30 de abril, 2018, <https://www.zarahome.com/pt/decora%C3%A7%C3%A3o/m%C3%BAAsica/chill-%E8-sound-c1089027p300718581.html?ct=true> (produto descontinuado). «In Love», Zara Home, consultado em 30 de abril, 2018, <https://www.zarahome.com/pt/decora%C3%A7%C3%A3o/m%C3%BAAsica/in-love-c1089027p300718580.html?ct=true> (produto descontinuado).

13 São usadas nestas compilações, canções pop, porém são selecionadas versões com instrumentações diferentes, conforme os seguintes exemplos: «Ed Sheeran – Shape of You», YouTube, 30 de janeiro, 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=JGwWNGJdvx8>. «Shape of You – Ed Sheeran (Ukulele Cover by Adam Christopher)», YouTube, 8 de janeiro, 2017, versão no CD *Contemporary Beat*, https://www.youtube.com/watch?v=rt0ufA0_KWw. «Carly Rae Jepsen», YouTube, 1 de março, 2012, <https://www.youtube.com/watch?v=fWNnR-rxAic>. «Carly Rae Jepsen – Call Me Maybe (Jess Moskaluke Acoustic Cover ft. Corey Gray) on iTunes», YouTube, 23 de março, 2012, versão no CD *Ecletic Vibes*, <https://www.youtube.com/watch?v=qtX-rAfjNDA>. «WALK THEMOON – Shut Up and Dance», YouTube, 23 de outubro, 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=6JCLY0Rlx6Q>. «Shut Up and Dance – Walk the Moon (Tyler Ward

tas notas incentivam e tentam convencer o consumidor que só estes discos poderão proporcionar o conforto e a descontração próprios do espaço doméstico. Para isso é promovida a familiaridade das canções utilizadas – conhecidas do público por passarem nas estações de rádio de domínio nacional – e sublinhadas as transformações que estas sofreram para se puderem associar à construção do ambiente do lar.

No sentido de perceber melhor estes produtos, contactei a Zara Home para tentar ter acesso a estes discos e saber o impacto que estes têm nas vendas.^[14]

Além de curtos excertos musicais no *site* da loja *online*, é possível encontrar várias *playlists* em plataformas digitais, nomeadamente no YouTube e no Spotify.^[15] Estas *playlists* usam não só as músicas constantes dos CDs, mas também outras canções com características consideradas semelhantes e, portanto, adequadas a inscreverem-se numa *playlist* com este nome. Apesar da Zara Home ter um canal de YouTube, este não tem como propósito disponibilizar as faixas musicais dos CDs que comercializa, mas sim partilhar vídeos, que são também disponibilizados no *site* da loja e que estão relacionados com editoriais promocionais de outros produtos de decoração, que não a música. Nesses vídeos são usadas outras faixas musicais ou sons emitidos por objetos do dia a dia que fazem parte dos cenários representados nesses vídeos.^[16]

Os CDs são produzidos por uma empresa alemã chamada Wavemusic – que segue os mesmos princípios da empresa Muzak – e que é especialista em produzir compilações musicais que se encontram agrupadas por dois tipos de categorias: géneros musicais, entre eles,

Acoustic Cover) Music Vídeo With Me», YouTube, 27 de abril, 2015, versão no CD *Feeling Good*, <https://www.youtube.com/watch?v=NSzDWthQrdk>. «Daft Punk – Get Lucky (Official Audio) ft. Pharrell Williams, Nile Rodgers», YouTube, 19 de abril, 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=5NV6Rdv1a3I>. «Get Lucky – Karen Souza», YouTube, 19 de junho, 2013, versão no CD *Chill and Sound*, <https://www.youtube.com/watch?v=GEzBuvHZAKM>. O CD *In Love* (Zarahome 2016e) é concebido para uma situação especial, neste caso um encontro amoroso, algo que influenciou a seleção de músicas pois estas deveriam evocar um cenário adequado. Foram selecionadas canções com uma temática amorosa, às quais não foram feitas mudanças significativas, relativamente às versões originais.

- 14 Para efetivar esse contacto utilizei os formulários próprios, disponibilizados pela loja *online*.
- 15 «Playlists Zara Home», Spotify, consultado em 3 de setembro, 2018, <https://open.spotify.com/search/playlists/zara%20home>. «Canal Zara Home», YouTube, última modificação em 12 de novembro, 2020, <https://www.youtube.com/c/ZaraHomeVideos/featured>.
- 16 Exemplo de um vídeo no canal de YouTube da Zara Home: «INSIDE VILLA BORSANI – FW18 COLLECTION», YouTube, 1 de outubro, 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=S3G8jdU6Trs>.

wavemusic classics, easy beats, en route ou latinova; e situações específicas, como praia, jantar, festa ou Natal (Wave Music s.d.).¹⁷

De uma forma geral, e da abordagem feita a estes discos, constata-se que são selecionadas para estas compilações, especificamente pensadas para usar em casa e para fazerem sentido com os outros objetos de decoração vendidos pela Zara Home, canções pop maioritariamente de origem anglo-saxónica, principalmente da indústria musical norte-americana, que são frequentemente transmitidas nas rádios públicas e comerciais um pouco por todo o mundo. No entanto, são selecionadas versões, adaptadas principalmente a nível da instrumentação e de andamento, conferindo-lhes um carácter mais «suave», nomeadamente através de instrumentos acústicos, como a guitarra e o piano e usando andamentos mais lentos em oposição a uma pulsação bastante marcada e acentuada, através do uso de instrumentos eletrónicos, presentes na maioria das versões originais das canções utilizadas. Assim, ainda que os ouvintes mantenham alguma familiaridade com estas canções, elas estão adaptadas para se adequarem ao espaço doméstico e aos tons suaves da maioria dos objetos vendidos pela Zara Home e representados nas capas dos discos. Esta suavidade das cores, dos objetos e da música confere ao espaço doméstico a leveza enquanto ideal da cultura ocidental contemporânea (Lipovetsky 2015).

O que é leve dinamiza cada vez mais o nosso mundo material e cultural, invadiu as nossas práticas comuns e remodelou o nosso imaginário. Era admirado apenas no domínio da arte e tornou-se um valor, um ideal, um imperativo em inúmeras esferas: objetos, corpos, desporto, alimentação, arquitetura, *design*. No centro da era hipermoderna, afirma-se em toda a parte o culto polimorfo da leveza. O seu campo era circunscrito e periférico: já não se conseguem ver os seus limites por tanto se imiscuir em todos os aspetos da nossa vida social e individual, nas «coisas» e nos seres, nos sonhos e nos corpos (Lipovetsky 2015, 11).

Christina Baade aponta três pontos-chaves para a configuração da vertente musical de uma estação de rádio: música que soe a «familiar», que possa ser ouvida «distradamente» e que possa ser entendida de acordo com a sua tipificação (Baade 2015, 313). Apesar destes

17 «Página inicial», Wave Music, consultado em 10 de outubro 2018, <https://www.wavemusic-shop.de/>.

elementos dizerem respeito à rádio, na minha opinião eles também se aplicam no caso destes discos compactos, uma vez que de certa forma eles pretendem ter o mesmo propósito que as transmissões radiofônicas tiveram, e têm ainda, na construção do ambiente sonoro do espaço doméstico. Tal como acontecia com os discos de vinil analisados por Borgerson e Schroeder (2017), e que apresentei anteriormente, são escolhidas versões das canções que foram adaptadas para estarem de acordo com as capas dos CDs onde são mostrados objetos de decoração e mobiliário vendidos pela Zara Home. Essa adequação é identificada nas notas de cada um dos discos onde são dadas pistas de como a música deve ser usada em casa sendo que o cenário ideal será aquele representado na capa do respectivo CD.^[18]^[19] Apesar da música ser aqui vendida como uma mercadoria que chega de igual forma a todos os consumidores, o uso que é feito da mesma será sempre individual e de acordo com as dinâmicas sociais, privadas e públicas, do espaço doméstico de cada um. A Zara Home é assim um exemplo de como no mesmo espaço é possível ter acesso à manta, ao candeeiro, ao ambientador *jasmín chic* e à música que está a passar na loja e que fica «muito bem» com estes objetos, permitindo assim transferir para o espaço doméstico todas as dimensões sensoriais do cenário que imaginámos enquanto fazíamos compra.

Referências

- Attali, Jacques. 1985. *Noise: The Political Economy of Music*. Minneapolis e Londres: University of Minnesota Press.
- Baade, Christina. 2015. «Radio». In *The Routledge Reader on the Sociology of Music*, editado por John Shepherd e Kyle Devine, 309-318. Nova Iorque: Routledge.
- Borgerson, Janet, e Jonathan E. Schroeder. 2017. *Designed for Hi-Fi Living: The Vinyl LP in Midcentury America*. Massachusetts: MIT Press.
- DeNora, Tia. 2004. *Music in Everyday Life*. Cambridge: Cambridge University Press.

18 As notas dos discos estão apenas acessíveis no *site* da loja *online*.

19 Nota dos coordenadores: à data de publicação deste livro os CDs já não se encontravam à venda no *site* da Zara Home. O leitor pode, não obstante, ouvir três dos álbuns através dos seguintes links: «Eclectic Vibes», Spotify, consultado em 15 de dezembro, 2020, <https://open.spotify.com/playlist/1rxnHzTZi3Rq1TtKtmHOqa>. «Feeling Good», Spotify, consultado em 15 de dezembro, 2020, <https://open.spotify.com/playlist/38pgTJKkZ0LscVEjLvr8G>. «Chill and Sound», Spotify, consultado em 15 de dezembro, 2020, <https://open.spotify.com/playlist/2J3RcG8VMFPEsRqr9LX0E6>.

- . 2014. *Making Sense of Reality Culture and Perception in Everyday Life*. London: Sage Publications Ltd.
- Eno, Brian. 2015. «Ambient Music». In *Audio Culture: Readings in Modern Music*, editado por Christoph Cox e Daniel Warner, 94-97. New York: Continuum.
- Goffman, Erving. 2002. *A representação do eu na vida cotidiana*. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis: Editora Vozes.
- Inditex. s.d. «Our Story». Última modificação em 2020. Consultado em 3 de março, 2018. <https://www.inditex.com/en/about-us/our-story>.
- Kittler, Friedrich. 2012. «Gramophone». In *The Sound Studies Reader*, editado por Jonathan Sterne, 234-247. New York: Routledge.
- Lanza, Joseph. 2007. *Elevator Music: A Surreal History of Muzak, Easy-listening and Other Moodsong*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Lipovetsky, Gilles. 2016. *Da leveza: para uma civilização do ligeiro*. Traduzido por Pedro Elói Duarte. Lisboa: Edições 70.
- Losa, Leonor. 2013. *Machinas fallantes: a música gravada em Portugal no início do século xx*. Lisboa: Tinta-da-China.
- Oleksik, Gerard, David Mark Frohlich, Lorna M. Brown, e Abigail Sellen. 2008. «Sonic Interventions: Understanding and Extending the Domestic Soundscape». In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems*, 1419-1428. ACM.
- Oxford Brian Eno. s.d. «Brian Eno». In *Oxford Music Online*. Última modificação em 2020. <http://www.oxfordmusiconline.com:80/subscriber/article/grove/music/45938>.
- Oxford Environmental Music. s.d. «Environmental Music». In *Oxford Music Online*. Última modificação em 2020. <http://www.oxfordmusiconline.com:80/subscriber/article/grove/music/43820>.
- Oxford Muzak. s.d. «Muzak». In *Oxford Music Online*. Última modificação em 2020. <http://www.oxfordmusiconline.com:80/subscriber/article/opr/t114/e4647>.
- Picker, John M. 2003. *Victorian Soundscapes*. Oxford: Oxford University Press.
- Porfírio, João Francisco. 2017. «“Sounds like home” – as paisagens sonoras domésticas na construção do quotidiano e como objeto de composição». Dissertação de mestrado em Artes Musicais, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa.
- Potter, Caroline, ed. 2013. *Erik Satie: Music, Art and Literature*. Surrey e Burlington: Ashgate.
- Scott, Susie. 2009. *Making Sense of Everyday Life*. Cambridge: Polity Press.
- Shaw-Miller, Simon. 2009. «“The Only Musician with Eyes”: Erik Satie and Visual Art». In *Erik Satie: Music, Art and Literature*, editado por Caroline Potter, 85-113. Surrey: Ashgate Publishing Limited.

- Small, Christopher. 1998. *Musicking: The Meanings of Performing and Listening*. Middletown, CT: Wesleyan University Press.
- Sterne, Jonathan. 1997. «Sounds Like the Mall of America: Programmed Music and the Architectonics of Commercial Space». *Ethnomusicology* 41, no. 1: 22-50.
- Volta, Ornella. 2007. «Cronologia de Erik Satie». In *Memórias de um amnésico y otros escritos*, editado por Llorenç Barber e Ornella Volta. Traduzido por Loreto Casado. Madrid: Ediciones Ardora.
- Wave Music. s.d. «Página inicial». Última modificação em 2020. Consultado em 15 de dezembro, 2020. <https://www.wavemusic-shop.de>.
- Zarahome. s.d. «Página inicial». Última modificação em 2020. Consultado em 3 de março, 2018. <https://www.zarahome.com/pt/>.
- . 2016a. «Contemporary Beat». Consultado em 30 de março, 2018. <https://www.zarahome.com/pt/decora%C3%A7%C3%A3o/m%C3%BAsica/contemporary-beat-c1089027p300718584.html?ct=true>. (*website* descontinuado)
- . 2016b. «Eclectic Vibes». Consultado em 3 de abril, 2018. <https://www.zarahome.com/pt/decora%C3%A7%C3%A3o/m%C3%BAsica/eclectic-vibes-c1089027p300718583.html?ct=true>. (*website* descontinuado)
- . 2016c. «Feeling Good». Consultado em 3 de abril, 2018. <https://www.zarahome.com/pt/decora%C3%A7%C3%A3o/m%C3%BAsica/feeling-good-c1089027p300718582.html?ct=true>. (*website* descontinuado)
- . 2016d. «Chill and Sound». Consultado em 3 de abril, 2018. <https://www.zarahome.com/pt/decora%C3%A7%C3%A3o/m%C3%BAsica/chill-&-sound-c1089027p300718581.html?ct=true>. (*website* descontinuado)
- . 2016e. «In Love». Consultado em 3 de abril, 2018. <https://www.zarahome.com/pt/decora%C3%A7%C3%A3o/m%C3%BAsica/in-love-c1089027p300718580.html?ct=true>. (*website* descontinuado)

Audiovisuais

- ara1917. 2015. «Morton Gould And His Orchestra – Coffee Time – 1958 – full album». YouTube, 4 de novembro, 2015. Vídeo, 41:35. <https://www.youtube.com/watch?v=h-IGfw0CPUc>.
- CarlyRaeMusic. 2012. «Carly Rae Jepsen – Call Me Maybe». YouTube, 1 de março, 2012. Vídeo, 03:19. <https://www.youtube.com/watch?v=fWNar-rxAic>.
- Christopher, Adam. 2017. «Shape Of You – Ed Sheeran (Ukulele Cover by Adam Christopher)». YouTube, 8 de janeiro, 2017. Vídeo, 03:03. https://www.youtube.com/watch?v=rt0ufA0_KWw.

- Krisocki, Joe. 2016. «Living Stereo 1950's RCA Commercial». YouTube, 9 de maio, 2016. Vídeo, 07:44. <https://www.youtube.com/watch?v=f8y9lNGh2bM>.
- Moon, Walk the. 2014. «WALK THE MOON – Shut Up and Dance». YouTube, 23 de outubro, 2014. Vídeo, 04:06. <https://www.youtube.com/watch?v=6JCLY0Rlx6Q>.
- Moskaluke, Jess. 2012. «Carly Rae Jepsen – Call Me Maybe (Jess Moskaluke Acoustic Cover ft. Corey Gray) on iTunes». YouTube, 23 de março, 2012. Vídeo, 03:19. <https://www.youtube.com/watch?v=qtX-rAfJNDA>.
- Music, Tyler Ward. 2015. «Shut Up and Dance – Walk The Moon (Tyler Ward Acoustic Cover) Music Video with Me». YouTube, 27 de abril, 2015. Vídeo, 02:41. <https://www.youtube.com/watch?v=NSzDWthQrdk>.
- Party!, Dr. Hofmann's Electric Kool-Aid. 2017. «Peter Barclay – Barbecue music for gracious living (1955) Full vinyl LP». YouTube, 18 de julho, 2017. Vídeo, 32:10. https://www.youtube.com/watch?v=ebesY_o7Yp8.
- Punk, Daft. 2013. «Daft Punk – Get Lucky (Official Audio) ft. Pharrell Williams, Nile Rodgers». YouTube, 18 de abril, 2013. Vídeo, 04:08. <https://www.youtube.com/watch?v=5NV6Rdv1a3l&feature=youtu.be>.
- Sheeran, Ed. 2017. «Ed Sheeran – Shape of You [Official Video]». YouTube, 2 de janeiro, 2017. Vídeo, 04:23. <https://www.youtube.com/watch?v=JGwWNGJdvx8>.
- Souza, Karen. 2013. «Get Lucky – Karen Souza». YouTube, 19 de junho, 2013. Vídeo, 03:20. <https://www.youtube.com/watch?v=GEzBuvHZAKM>.
- Vinyl, You Can't Download. 2017. «The Metro Strings – The Perfect Background Music for Your Home Movies». YouTube, 29 de maio, 2017. Vídeo, 36:26. https://www.youtube.com/watch?v=JjosXMe_SWg.
- Zarahome. «INSIDE VILLA BORSANI – FW18 COLLECTION». YouTube, 1 de outubro, 2018. Vídeo, 00:43. <https://www.youtube.com/watch?v=S3G8jdU6Trs>.