Música para trabalhar/estudar: a estetização da produtividade na narrativa transmidiática do canal Lofi Girl[1]

Débora GAUZISKI[2]
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O presente trabalho analisa a narrativa transmidiática (Jenkins, 2006) do canal Lofi Girl, principal difusor e maior canal do subgênero musical *lofi hip hop* no YouTube. Popularizado durante a pandemia de Covid-19, o canal consolidou-se como um dos principais expoentes da "música para produtividade". A partir de sua presença em múltiplas plataformas, produtos e personagens, o Lofi Girl constrói um universo narrativo expandido. Embora proponha bem-estar e relaxamento, seu *storytelling* reforça uma lógica produtivista. A música e os recursos visuais do canal são recursos para a estetização/romantização do tempo de trabalho ou estudo e reforçam os ideais da cultura contemporânea da produtividade (Crary, 2014; Jorge; 2021).

Palavras-chave: Lofi Girl, Lofi hip hop, Música, Produtividade, YouTube

Corpo do trabalho

O presente trabalho explora a narrativa transmidiática (Jenkins, 2008; Massarolo, 2013) construída pelo canal Lofi Girl, o mais popular do subgênero musical *lofi hip hop* no YouTube (15,7 milhões de inscritos). Ativo desde 2015, esse canal se chamava Chilled Cow até 2021, quando passou por um processo de *rebranding*, adotando o título atual e uma nova identidade visual.

Durante a pandemia de Covid-19, o interesse pelo *lofi hip hop* na internet aumenta expressivamente, atingindo o seu pico histórico nas buscas entre 23 e 29 de fevereiro de

---

[1] Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Comunicação, Organizações e Consumo, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

[2] Professora adjunta da Faculdade de Comunicação Social da UERJ (Departamento de Relações Públicas), e-mail: deboragauziski@gmail.com

2020, de acordo com o Google Trends. Em um cenário de isolamento social e de medo diante de uma doença até então desconhecida, as *live streams* e *playlists* de *lofi hip hop*, com suas músicas tranquilas e minimalistas, pareciam oferecer conforto e tranquilidade e também um senso de comunidade aos indivíduos em quarentena. A personagem, sempre solitária nas animações, também gerava identificação naquele momento de isolamento social.

Podemos dizer que o principal responsável pela disseminação do subgênero *lofi hip hop* foi o canal Lofi Girl, com a transmissão "*lofi hip hop radio - beats to relax/study to*" (rádio *lofi hip hop* - batidas para relaxar/estudar)[3], que projetou o canal mundialmente. Na animação exibida nela, a personagem Lofi Girl usa fones de ouvido e faz anotações continuamente em um caderno apoiado em sua mesa de trabalho do quarto. Ao seu lado, encontra-se seu gato sentado na janela, que descortina um cenário externo que não faz referência a um local ou tempo específicos. Nessa paisagem, os dias amanhecem e anoitecem em tempo real, ao longo de 24 horas. Milhares de usuários escutam/assistem simultaneamente essa *live stream*, interagindo através do chat, no qual podemos ler comentários escritos em diversos idiomas. O *YouTube Culture & Trends* (2021), relatório oficial da plataforma de vídeos, destacou que a personagem Lofi Girl teria se tornado "um símbolo de experiência compartilhada e proximidade digital".

O canal foi amplamente adotado pela comunidade de estudos e de produtividade na internet. O *lofi hip hop* tornou-se um dos principais expoentes do nicho das músicas/paisagens sonoras voltadas ao tempo "produtivo", que engloba diversos gêneros e subgêneros como música clássica, ambiente, *jazz*, bossa nova, *vaporwave* e ambiências sônicas, como ruídos de chuva e de cafeterias (Gauziski, 2025). De modo geral, essas escutas são instrumentais e possuem uma sonoridade "suave" e constante, com repetição de estruturas melódicas.

Embora o Lofi Girl tenha a proposta de promover uma atmosfera agradável para a execução de tarefas e manutenção da concentração (Pereira et al., 2024; Kassabian, 2019), tanto através das músicas quanto das animações reproduzidas ao fundo – que remetem a um imaginário fantasioso e nostálgico (Gauziski, 2024) –, o seu *storytelling* é

[3] Há dois links disponíveis dessa transmissão: a mais antiga, iniciada em 2020, foi finalizada pelo YouTube por ultrapassar o tempo de duração permitido pela plataforma (estava há mais de 20 mil horas no ar e teve mais de 668 milhões de visualizações); e a atual, que vem sendo transmitida desde julho de 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/live/jfKfPfyJRdk>. Acesso em: 7 mar. 2026.

baseado em uma narrativa produtivista. Os momentos de descanso ou de ócio são representados de forma negativa ou irônica nos conteúdos do canal, o que também é reforçado pelos usuários no campo de comentários.

A menina (Lofi Girl) que é a personagem principal do canal, embora também seja representada em algumas das animações descansando, dormindo e relaxando, geralmente é lembrada pelos vídeos e *live streams* nos quais estuda continuamente. Um exemplo interessante é o vídeo "*lofi beats to do absolutely nothing to*" (*lofi beats* para fazer absolutamente nada)[4], publicado em 5 de agosto de 2025, que parecia anunciar que a personagem teria finalmente se formado. No entanto, como percebemos ao assistir à animação, a personagem não concluiu seus estudos: no início do vídeo, ela estava apenas sonhando. Essa ideia articula-se à percepção de que o tempo de trabalho nunca termina na atual era da conectividade contínua.

Lofi Girl está presente em outras plataformas além do YouTube, como Spotify, Instagram, X, Reddit, Discord e TikTok. Os conteúdos publicados nesses perfis e comunidades oficiais são divulgações e anúncios produzidos pelo perfil oficial e pela própria comunidade de fãs, como *fanarts* e *cosplays* (fotografias e vídeos em que as pessoas imitam a personagem icônica). Através dessas diferentes plataformas, o canal constrói uma narrativa transmidiática, deixando pistas e adicionando elementos que estendem o seu universo (o *lore* de Lofi Girl). Em 2023, um novo personagem (o Lofi Boy) foi lançado.

A marca também comercializa produtos em sua loja online, como roupas, acessórios, itens de escritório e brinquedos. É possível criar um avatar personalizado da Lofi Girl, que pode ser estampado nos itens à venda. Há ainda o selo Lofi Records, fundado em 2019, que atua na divulgação dos lançamentos de *lofi hip hop*. Com um canal próprio no YouTube, ele possui mais de 300 músicos e ilustradores em sua comunidade de artistas e mais de 2.500 faixas em seu catálogo, disponíveis para uso pessoal e comercial. Além de poderem ser escutadas em formato digital na internet, as *playlists* (compilações de vários artistas) e álbuns são comercializados nos formatos de vinil e fita cassete, que possuem tiragem limitada.

[4] Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=M8J9zHyyUYc>. Acesso em: 7 mar. 2026.

As músicas e animações do canal Lofi Girl se propõem a constituir uma atmosfera estimulante e propícia para o bem-estar, preenchendo o ambiente e abafando ruídos externos disruptivos – um "asilo musical" (DeNora, 2013). No entanto, o consumo desse subgênero também revela um desejo por uma música alinhada à cultura da performance na contemporaneidade: que não seja distrativa e, ao mesmo tempo, não passe totalmente despercebida. Ele é um recurso para a "estetização" ou "romantização" do tempo de trabalho.

Um dos comentários que chama a atenção no vídeo "*lofi beats to do absolutely nothing to"* afirma justamente que o usuário "ainda está usando a música para estudar" – ou seja, os mesmos vídeos funcionam tanto para o tempo de descanso quanto para o tempo "produtivo". Apesar de também existirem no canal vídeos dedicados ao sono, à meditação e a outras atividades, o fio condutor da narrativa baseia-se na ideia da música como um "biocapital" para a alta performance (Jorge, 2021; Crary, 2014). A Lofi Girl é uma persona de nós mesmos enquanto sujeitos contemporâneos, sonhando com a conclusão de nossas tarefas intermináveis e desejando um tempo de descanso verdadeiramente regenerador.

Referências

CRARY, Jonathan. **24/7 – Capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

DeNORA, Tia. **Music asylums**: wellbeing through music in everyday life. Surrey (England): Ashgate, 2013.

GAUZISKI, Débora. "Memórias que eu não sabia que tinha": a estetização da nostalgia em vídeos de lofi hip hop no YouTube. **Revista Fronteiras–estudos midiáticos**, v. 26, n. 2, 2024.

GAUZISKI, Débora. Paisagens sonoras da produtividade: músicas e sonoridades para foco e concentração no YouTube. In: Castanheira, José Cláudio; CONTER, Marcelo; MARRA, Pedro (Orgs.). **Sons do fim do mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2025.

GAUZISKI, Débora; PEREIRA DE SÁ, Simone. Lofi Girl: lofi hip hop como trilha sonora da cultura da produtividade no YouTube. **E-Compós**, v. 29, 2025.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2006.

JORGE, Mariana. **Desempenho tarja preta**: a medicalização da vida e espírito empresarial na sociedade contemporânea. Niterói: Eduff, 2021.

KASSABIAN, Anahid. Escuta Ubíqua. **Ecus Cadernos de Pesquisa**, n. 2, 2019.

MASSAROLO, João Carlos. Storytelling transmídia: narrativa para múltiplas plataformas. **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**, v. 1, n. 2, 2013.

PEREIRA, Vinicius; BORBA, Cássio; CONTER, Marcelo; GAUZISKI, Débora. Ambiente, Atmosfera e Audibilidade L.O.F.I. – Lábil e Oscilatória quanto ao Foco de Investimento. In: **Anais do 33° Encontro Anual da Compós, 2024**, Niterói. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2024.