

Como as redes sociais influenciam no consumo de música das gerações atuais?

Júlia Tuma de Queiroz¹

Tania Maria de Oliveira Pinto Teixeira (orientadora)²

RESUMO

A música é uma das formas de expressão cultural mais antigas e importantes da humanidade. Ao longo dos séculos, a forma como a música é produzida, distribuída e consumida sofreu várias alterações importantes. Com o avanço da tecnologia e a popularidade da Internet, as plataformas digitais ou redes sociais tornaram-se uma das mais importantes formas de acesso à música. Diante desses antecedentes, surge a questão central deste estudo: “Como as redes sociais influenciam o consumo de música das gerações atuais?”. Compreender o impacto dessas plataformas no comportamento de consumo de música contemporânea é fundamental para analisar as mudanças na indústria da música e seu impacto social, cultural e econômico. Esta investigação incidirá sobre o impacto das redes sociais no consumo de música contemporânea. Desde o surgimento do Spotify, principal rede de consumo de música, até sua influência através do Instagram, Tik Tok e Youtube, redes sociais de consumo de música, eles definem o que pega, o que não pega e por quê.

PALAVRAS-CHAVE: Redes sociais, música, trend, consumo

INTRODUÇÃO

A música é uma das expressões culturais mais antigas e importantes da humanidade. Ao longo dos séculos, a forma como a música é produzida, distribuída e consumida passou por diversas transformações significativas. Com o avanço da tecnologia digital e a popularização da internet, as plataformas digitais ganharam espaço como uma das principais formas de acesso à música, deixando para trás antigos meios.

Neste contexto, surge a questão central desta pesquisa: "Como as redes sociais influenciam no consumo de música das gerações atuais?". Compreender o impacto dessas plataformas no comportamento de consumo musical das gerações contemporâneas é fundamental para analisar as mudanças na indústria da música e suas implicações sociais, culturais e econômicas.

¹ Júlia Tuma de Queiroz é estudante do curso de Jornalismo e pesquisadora do Centro Interdisciplinar de Pesquisa, CIP, da Faculdade Cásper Líbero. Email: juliatuma@gmail.com

² Tânia Maria de Oliveira Pinto Teixeira é professora nos cursos de Jornalismo e Relações Públicas na Faculdade Cásper Líbero e mestre em Epistemologia do Jornalismo (ECA/USP).

O rápido crescimento das plataformas digitais de streaming e download de música trouxe consigo uma série de mudanças significativas no consumo musical. Diante desse cenário, é importante investigar como as gerações atuais estão lidando com essa evolução tecnológica e como essas plataformas estão moldando suas preferências e comportamentos musicais, junto a indústria que a produz.

A pesquisa busca responder a várias questões-chave, como a identificação das principais plataformas digitais utilizadas pelas gerações atuais para o consumo de música e os padrões de consumo associados a essas plataformas. Além disso, explora os principais fatores que influenciam as escolhas musicais das gerações contemporâneas nas redes sociais, avalia o impacto das redes sociais na modificação dos hábitos de consumo musical dessas gerações, e analisa as repercussões dessas mudanças na indústria musical, bem como nas estratégias adotadas pelos artistas, no marketing e na distribuição de música

Em seguida, pretendemos aprofundar nossa pesquisa para investigar os hábitos e comportamentos de consumo musical específicos de diferentes gerações na era digital, observando as tendências e diferenças que surgem. Um foco crucial desta pesquisa é analisar o papel dos algoritmos e das recomendações personalizadas nas escolhas de consumo musical nas plataformas digitais, destacando seu impacto na experiência do usuário. Por fim, este estudo visa compreender de que maneira as plataformas digitais afetam o mercado da música e influenciam as estratégias de marketing e distribuição, examinando as mudanças nos modelos de negócios e nas estratégias de promoção. Esses objetivos específicos juntos formam a base da pesquisa que busca aprofundar nossa compreensão sobre como as redes digitais moldam o consumo musical nas gerações atuais.

Em termos de estrutura, este trabalho consiste em três capítulos que abordarão aspectos específicos relacionados ao tema da pesquisa, oferecendo análises, dados e discussões relevantes. O primeiro capítulo abordará a lógica da mídia convergente, os perfis das gerações atuais e como entender a sociedade do hiperespetáculo. O segundo capítulo abordará. O terceiro e último capítulo abordará a relação entre as redes sociais e o consumo de música. Cada capítulo abordará um aspecto específico relacionado ao tema da pesquisa, com análises, dados e discussões relevantes.

Como chegamos até aqui? A lógica da mídia convergente

O advento da mídia junto a cultura digital tem desencadeado uma série de transformações profundas na sociedade contemporânea, afetando diretamente como as informações e o entretenimento são consumidos, produzidos e compartilhados. A obra "Cultura da Conexão: Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável" (2015) de Henry Jenkins, Joshua Green e Sam Ford, fornece uma base sólida para compreender essas mudanças e sua influência nas gerações atuais.

A mídia convergente, como delineada por Jenkins, transcende as fronteiras tradicionais que antes separavam os diferentes meios de comunicação. Não estamos mais limitados à separação rígida entre impresso, televisão, rádio e online. A convergência midiática permite que esses diferentes meios se integrem e interajam de maneira dinâmica, criando uma teia complexa de informações e conteúdo que está prontamente disponível para o público, é uma mudança fundamental na lógica cultural da mídia.

Jenkins enfatiza que a convergência midiática não apenas transforma a maneira como o conteúdo é consumido, mas também impacta profundamente o modo como o produzimos e compartilhamos. Assim, a expansão do conteúdo transmidiático hoje, revela-se também no âmbito mercadológico. É comum observar a criação de conteúdos que incitam proposições e a participação do público com o intuito de gerar laços. (SOUZA, 2022, p.26).

Essa revolução midiática implica que os consumidores já não ocupam um papel passivo, meramente absorvendo informações, e sim agentes ativos na criação, disseminação de conteúdo e armazenamento de dados do usuário. Como mencionado por Jenkins, a cultura participativa é o cerne dessa transformação. Ela descreve como as comunidades de fãs se envolvem na produção e distribuição de mídia, tornando-se parte integrante do processo criativo. Essa cultura participativa muda fundamentalmente a maneira como as gerações contemporâneas interagem com a mídia e uns com os outros.

Um aspecto crucial a ser considerado na análise da mídia convergente é a capacidade de alcançar uma audiência mais ampla e diversificada do que nunca. A propagação de conteúdo em plataformas digitais, redes sociais e dispositivos móveis cria uma rede global de compartilhamento, onde ideias e informações circulam rapidamente. Isso é particularmente relevante para as gerações atuais, que estão profundamente imersas nesse ecossistema digital e que utilizam as redes sociais como veículo principal de comunicação e expressão.

Nesse contexto, as redes sociais desempenham um papel central na maneira como as gerações atuais interagem com a música. O compartilhamento de faixas, *playlists* e descobertas

musicais se tornou uma parte fundamental da experiência musical contemporânea. A lógica da mídia convergente e a cultura participativa facilitaram esse processo, permitindo que os jovens se tornem curadores de seu próprio conteúdo musical e compartilhem suas preferências com um público global.

Além disso, destaca a complexidade de fazer com que o conteúdo seja propagado com sucesso, nem todo conteúdo terá a mesma capacidade de propagação. A disponibilidade, a participação, a diversidade e a constância são fatores essenciais para o sucesso na disseminação do conteúdo. Assim, a lógica da mídia convergente não apenas fornece um quadro abrangente para compreender as mudanças na produção e consumo de mídia, mas também oferece uma base sólida para a pesquisa sobre como as redes sociais moldam o consumo de música e outros tipos de conteúdo pelas gerações contemporâneas.

Perfis das Gerações Atuais - A Geração Z

Para compreender a fundo o impacto das redes sociais no consumo de música pela Geração Z, é essencial traçar um perfil detalhado dessa demografia que cresceu em um ambiente digital em constante evolução. Nascida a partir do final da década de 1990 até os dias atuais, a Geração Z é frequentemente apelidada de "nativos digitais" devido à sua proficiência tecnológica. Don Tapscott (2009), especialista em gerações, observa que os nativos digitais são nativos de uma nova cultura digital, caracterizada por serem autores, editores e criadores de conteúdo.

A Geração Z é caracterizada por sua aptidão natural para as tecnologias digitais, o que reforça a ideia de que suas vidas foram moldadas por uma realidade onde a internet, dispositivos móveis e as redes sociais são onipresentes. Essa geração exhibe uma preferência marcante por conteúdo visual, o que reflete o mundo da cultura das redes sociais no qual estão imersos. Essa preferência também se manifesta em sua relação com a música, que é um componente central na vida dessa geração.

Plataformas como TikTok, Instagram e YouTube são centrais para a cultura da Geração Z, uma vez que possibilitam a criação e compartilhamento de vídeos e imagens. A música se tornou uma parte integrante dessa experiência, seja como trilha sonora de vídeos curtos, performances de dança ou versões de músicas populares. Assim, a Geração Z adota a música não apenas como uma experiência auditiva, mas como algo visual e altamente interativo.

A individualidade e a auto expressão são valores fundamentais para essa geração. Utilizam a música como uma ferramenta para se destacar e comunicar ao mundo quem são a partir da identificação. Plataformas de streaming de música, como Spotify, Deezer e Apple Music, possibilitam que criem *playlists* personalizadas, que refletem suas preferências e estados de espírito, elas são verdadeiras narrativas musicais da vida, como um diário sonoro. Compartilhar essas *playlists* não é apenas uma forma de compartilhar músicas, mas também uma maneira poderosa de comunicar suas identidades e conectar-se.

Os jovens desta geração frequentemente postam fotos e vídeos de concertos, festivais e encontros com seus artistas favoritos. O acompanhamento de músicos e bandas nas redes sociais mantém os jovens atualizados sobre novos lançamentos e eventos, estabelecendo uma conexão direta entre artistas e fãs. As redes sociais são o epicentro da cultura musical da Geração Z, onde eles exploram, interagem e constroem comunidades musicais.

A Geração Z é caracterizada por sua ânsia de estar constantemente conectada. Com a ajuda de dispositivos móveis, eles têm acesso instantâneo à música a qualquer momento e lugar. Isso revolucionou a forma como a música é consumida. As plataformas de streaming de música oferecem vastos catálogos, enquanto os algoritmos de aprendizado de máquina fornecem recomendações de músicas personalizadas, tornando a descoberta musical uma experiência contínua. Como resultado, a música se tornou uma trilha sonora da vida, acompanhando desde a prática esportiva até momentos de relaxamento.

Compreender a Sociedade do Hiperespetáculo: Explorando o Capítulo 4 de "A Estetização do Mundo"

O livro "A Estetização do Mundo: Viver na Época do Capitalismo Artista" de Gilles Lipovetsky oferece uma análise profunda e provocativa das mudanças culturais e sociais que ocorreram na era contemporânea. No capítulo 4, intitulado "O Império do Espetáculo e do Divertimento," o autor mergulha nas complexas dinâmicas da sociedade contemporânea, destacando como o capitalismo artista moldou uma nova ordem cultural, onde o espetáculo e o entretenimento desempenham papéis centrais.

Na sociedade contemporânea, a interconexão entre a cultura como indústria global e a ascensão do hiperespetáculo é inegável e profundamente intrincada. Esses dois fenômenos não podem ser considerados separadamente, uma vez que juntos moldam a paisagem cultural e social de nosso tempo. A cultura como indústria global, ao se transformar em um mercado

globalizado, foi impulsionada pela necessidade de atender às demandas da sociedade do hiperespetáculo, que anseia por experiências e sensações intensas, marcadas pelo exagero, pela diversidade e pela busca incessante por novidades.

Produtos culturais não são mais criados apenas com base em critérios artísticos, mas também em sua capacidade de proporcionar um espetáculo emocionalmente cativante. Isso é evidente em filmes, programas de televisão e eventos esportivos que buscam constantemente superar os limites em termos de efeitos visuais, dramatização e impacto emocional. A indústria do entretenimento é moldada por uma lógica que prioriza a intensidade da experiência, pois sabe que é a chave para atrair e reter a atenção do público.

A busca por experiências intensas e a necessidade de criar sensações memoráveis alimentam a esterilização generalizada, à medida que figuras públicas se tornam ícones culturais em seu próprio direito. Gilles Lipovetsky destaca que "a sociedade do hiperespetáculo vê uma enxurrada de filmes pornôns, de programas *people*, de *faits divers*³ comoventes ou medonhos, de *talk shows* mais ou menos picantes e 'transgressivos'" (Lipovetsky, 2015, cap.4, p.162). Isso não apenas fortalece a interligação entre cultura e economia, uma vez que a fama é frequentemente usada para promover produtos e marcas, mas também contribui para a intensificação do hiperespetáculo, à medida que a atenção pública se volta para os detalhes emocionais e dramáticos das vidas das celebridades. Isso significa que não apenas as celebridades tradicionais, como atores e músicos, são estrelas culturais, mas também políticos, empresários, chefs de cozinha e até mesmo indivíduos comuns que buscam a fama nas redes sociais. Esses elementos se alimentam mutuamente, criando um ciclo cultural e social que influencia profundamente como percebemos e participamos da cultura e do entretenimento.

O Panorama da Indústria Musical - Impacto das Plataformas Digitais no Consumo de Música

A transição para a era digital revolucionou o modo como a música é consumida, redesenhando as relações entre artistas, gravadoras e ouvintes. As plataformas de streaming, como *Spotify*, *Apple Music*, *Deezer* e outras, desempenharam um papel crucial na mudança do paradigma do consumo de música. Neste segmento, exploraremos a profunda transformação

³*Faits divers* é uma expressão jornalística e um conceito de teoria do jornalismo que designa os assuntos não categorizados nas editoriais tradicionais dos veículos. Tais excertos tornam-se noticiosos por apresentarem casos inexplicáveis e excepcionais.

dessas plataformas no cenário musical contemporâneo, recorrendo às reflexões de autores renomados, como David Hesmondhalgh em "*Why Music Matters*".

David Hesmondhalgh observa que as plataformas de streaming possibilitaram um acesso quase ilimitado a um catálogo massivo de música. Essa ampla acessibilidade tem transformado a experiência de audição, permitindo aos ouvintes explorar músicas de maneiras que anteriormente seriam impensáveis. Oferecem acesso incomparável a músicas de todos os gêneros e épocas. Com apenas alguns toques na tela de seus dispositivos, os ouvintes podem explorar milhões de faixas e criar *playlists* personalizadas que atendem a seus gostos individuais. Isso revolucionou a maneira como descobrimos, experimentamos e compartilhamos música.

Hesmondhalgh (2013) também destaca a importância da personalização nas plataformas de streaming, com algoritmos de recomendação que aprendem os hábitos de audição de cada usuário e sugerem novas músicas com base em suas preferências. Essa abordagem altamente personalizada permite aos ouvintes explorar novos artistas e gêneros musicais, ampliando significativamente a diversidade musical em suas vidas. A inteligência artificial por trás desses algoritmos desempenha um papel crucial na criação de uma experiência musical individualizada.

Além disso, as plataformas digitais também revolucionaram a maneira como os artistas lançam e distribuem música. A independência ganhou destaque, permitindo que artistas independentes alcancem seu público diretamente, contornando as estruturas tradicionais da indústria musical. Isso resultou em um cenário musical mais diversificado, com uma ampla variedade de sons e estilos disponíveis para o público.

A música deixou de ser apenas um produto; agora é uma experiência interativa e social. As plataformas digitais são projetadas para encorajar o compartilhamento de músicas e *playlists*. Ouvintes podem criar, compartilhar e seguir *playlists* de amigos, influenciadores e celebridades, tornando o consumo de música uma atividade social que transcende fronteiras geográficas.

Contudo, esse novo cenário não está isento de desafios. A questão da remuneração justa para os artistas ainda é um ponto de contenda. Com as taxas de pagamento das plataformas de streaming, muitos músicos lutam para ganhar a vida com sua arte. Além disso, a abundância de escolhas pode ser avassaladora, e os algoritmos podem criar bolhas musicais, limitando a exposição a novos sons.

Este cenário de abundância e diversidade musical, impulsionado pelas plataformas digitais, é o contexto no qual as gerações contemporâneas estão imersas. A influência das redes sociais neste cenário será explorada em detalhes no decorrer deste estudo. No entanto, para entender completamente esse impacto, é fundamental compreender que a transformação do cenário musical pela digitalização é um marco histórico que moldou as experiências musicais das gerações atuais, como destacado por Hesmondhalgh (2013) e outros pesquisadores.

Democratização e Diversidade na Produção Musical:

A democratização e a diversidade na produção musical representam temas cruciais e intrinsecamente ligados à revolução digital na indústria musical. Esta transformação significativa está fortemente enraizada no advento das tecnologias digitais e da internet, que abriram novas portas para artistas e criadores de conteúdo musical de todas as origens. Ao analisar essa mudança paradigmática, torna-se evidente que a digitalização democratizou a produção musical e ampliou o acesso à criação, permitindo que uma variedade de artistas compartilhasse seu trabalho em escala global. Neste contexto, destacamos como a digitalização, conforme evidenciada na entrevista de Thomas Roth, para a Meio e Mensagem, contribuiu para essa democratização e diversificação da produção musical.

Um exemplo notável da democratização da produção musical é a forma como a pirataria digital, embora vista como um desafio pela indústria da música, também proporcionou a oportunidade para que artistas independentes compartilhassem suas músicas com um público mais amplo. Antes da digitalização, a distribuição musical estava fortemente concentrada nas mãos das grandes gravadoras, e os artistas muitas vezes dependiam dessas empresas para lançar suas obras. No entanto, a pirataria digital permitiu que músicas fossem compartilhadas e baixadas por qualquer pessoa, contornando os tradicionais intermediários da indústria. Isso abriu caminho para músicos independentes e menos conhecidos alcançarem públicos globais sem a necessidade de contratos com grandes gravadoras.

A ascensão das plataformas de streaming, conforme mencionado por Roth, desempenhou um papel crucial na democratização da produção musical. Serviços como o *Spotify* e o *SoundCloud* proporcionaram aos músicos independentes a oportunidade de disponibilizar sua música a um público global. Essas plataformas oferecem um ambiente inclusivo, onde artistas de diferentes origens podem carregar suas músicas e alcançar ouvintes em todo o mundo.

Permitindo que talentos emergentes fossem descobertos com base em seu mérito artístico, em vez de dependerem de recursos financeiros ou conexões da indústria. Essa transformação, evidenciada pelos insights de Thomas Roth, ilustra a transição de uma indústria dominada por grandes gravadoras para um ambiente onde a criatividade, autenticidade e diversidade musical são celebradas e valorizadas.

Outro ponto importante a ser considerado é o papel das redes sociais, que têm se mostrado fundamentais para a promoção e divulgação de novos artistas. As redes sociais possibilitaram que músicos e criadores de conteúdo musical se conectassem diretamente com seus públicos, criando comunidades de fãs leais. Artistas desconhecidos podem viralizar suas músicas por meio de compartilhamentos e interações nas redes sociais, construindo seguidores e estabelecendo carreiras sólidas com base em seu talento e criatividade. Esse fenômeno reflete a democratização do acesso à audiência global por meio das redes sociais, proporcionando uma plataforma para uma diversidade de vozes na indústria musical.

Em entrevista para Carolina Huertas, da revista Meio & Mensagem, concedida em 13 de setembro de 2022, Thomas Roth diz:

Nós estamos no meio de uma revolução que, obviamente, não atingiu apenas o campo das artes ou da música, mas também as relações humanas, negociais, as formas de criar, produzir e distribuir. O mundo digital propiciou mudanças inimagináveis: facilitou e democratizou por um lado e, por outro, deu voz há muita gente que na verdade não tem talento, mas muitas vezes tem esperteza ou fala até bobagem, vendendo besteiro, coisas inimagináveis em outros tempos. Mas isso é um fenômeno mundial. Com a internet e as redes você tem um universo gigantesco de gente criando e produzindo conteúdo musical. (HUERTAS, 2022).

A afirmação de Thomas Roth sobre a revolução em curso na indústria musical e sua influência em diversos aspectos da sociedade não pode ser subestimada. Essa revolução, impulsionada pelo mundo digital, transcende os limites do campo artístico e musical, afetando profundamente as relações humanas, negociais e as próprias formas de criação, produção e distribuição de conteúdo.

No contexto das relações humanas, a digitalização e a proliferação das redes sociais transformaram a maneira como as pessoas se conectam e se comunicam. A música, sendo uma forma universal de expressão, desempenha um papel crucial nessa transformação. Ela serve como uma linguagem comum que une pessoas de diferentes culturas e origens, permitindo que compartilhem emoções e experiências. No entanto, a facilidade de acesso à música e a possibilidade de compartilhamento instantâneo também deram voz a uma ampla gama de indivíduos, muitos dos quais podem carecer de talento artístico genuíno.

Essa democratização da criação musical, enquanto proporciona oportunidades a artistas independentes talentosos, também resultou na proliferação de conteúdo de qualidade variável. Isso cria um desafio na diferenciação entre trabalhos artísticos legítimos e "besteirol" que, em outros tempos, teriam dificuldade em encontrar um público.

Em termos de negócios, a digitalização da música revolucionou a indústria, reformulando modelos de negócios tradicionais e criando novas oportunidades. As gravadoras e selos, que antes detinham o controle quase absoluto sobre o sucesso de um artista, agora têm que competir com a capacidade dos músicos de promoverem-se independentemente nas redes sociais e nas plataformas de streaming. Isso oferece mais autonomia aos artistas, mas também os desafia a se destacarem em um mercado saturado.

Além disso, a produção e distribuição de música tornaram-se muito mais acessíveis graças às tecnologias digitais. Hoje, qualquer pessoa com um laptop e software de produção pode criar música e compartilhá-la instantaneamente com um público global.

Thomas Roth levanta outro ponto, agora sobre a prevalência das músicas voltadas para as "dancinhas" e tendências nas redes sociais:

Existe um mundo de gente que está compondo e produzido para o TikTok, para a rede XYZ, como se estivessem fazendo jingle. Estão fabricando músicas para fazer dancinhas. Estamos na era da dancinha. De cada 10 comerciais que fazemos na Lua Nova hoje, 7 tem que ter a dancinha. Particularmente sempre acho isso muito pobre: alguém inventa um filão, todo mundo vai e corre atrás desse filão. Lamento muito, acho que os caminhos são tantos, mas, ok é o que está na moda, é o que todo mundo quer. Como as ferramentas de criação, produção e divulgação estão aí a disposição de todo mundo, isso é um caminho que acontece muito. [...] Não faz muito tempo, fui curador do festival de música sertaneja. Eram 275 músicas que foram selecionadas e eu tinha que ouvir porque já tinha vindo uma primeira seleção. Todas pareciam filhotes da mesma mãe, com o mesmo approach e letra, mesma estética sobre cerveja, caçamba, mulher e balada, numa pobreza impressionante. Isso porque o universo sertanejo é riquíssimo. A música brasileira é muito rica, mas, de repente, tem essa coisa de todo mundo ir pelo mesmo caminho. [...] porque a verdade é essa: essas coisas todas vão ser analisadas daqui a 50, 100 anos exatamente sobre esse olhar – e que bom, isso era a cultura da época, isso é um retrato do que as pessoas gostavam e consumiam. Essas massificações interessam exatamente para essas grandes redes que faturam futuras em cima disso. (HUERTAS, 2022)

O ponto levantado por Thomas Roth sobre a prevalência das músicas voltadas para as "dancinhas" e tendências nas redes sociais, em particular no contexto do TikTok e outras plataformas, é um reflexo da dinâmica em rápida evolução da indústria da música na era digital. Essa tendência de criar músicas específicas para se encaixarem em desafios de dança e modismos online é um fenômeno que merece uma análise mais aprofundada, especialmente em um contexto acadêmico.

Essa abordagem, em que músicas são concebidas e produzidas para se alinharem a tendências virais e desafios de dança, reflete a adaptação da indústria musical às mudanças nos padrões de consumo. As redes sociais se tornaram espaços cruciais para a descoberta e compartilhamento de música, e a criação de músicas "*viralizáveis*" se tornou uma estratégia importante para alcançar um público amplo. Esse fenômeno ilustra como as plataformas digitais estão moldando a criação musical, muitas vezes priorizando a brevidade, o imediatismo e o apelo visual sobre a complexidade artística.

No entanto, a crítica de Roth sobre essa tendência também aponta para questões significativas relacionadas à homogeneização da produção musical. Quando a maioria dos artistas segue a mesma fórmula para se encaixar em tendências específicas, pode ocorrer uma perda de diversidade musical e criativa. O exemplo dado de músicas sertanejas com temas recorrentes de cerveja, caçamba, mulher e balada, todas seguindo um "approach" semelhante, destaca como a busca por fórmulas de sucesso pode resultar em uma falta de originalidade e diversidade na música popular.

Isso levanta questões sobre a autenticidade e a originalidade na música contemporânea, bem como sobre a sustentabilidade dessas tendências de curto prazo. O desejo de seguir o que está na moda pode levar os artistas a comprometerem sua própria expressão criativa em busca do sucesso instantâneo nas redes sociais. A persistência dessa abordagem e sua influência nas escolhas criativas de artistas podem impactar a riqueza e a variedade da paisagem musical a longo prazo.

Portanto, ao analisar essa dinâmica em um contexto acadêmico, é importante considerar não apenas os aspectos comerciais e de popularidade, mas também os impactos culturais e artísticos dessas tendências. A música, como forma de expressão cultural, desempenha um papel fundamental na construção da identidade de uma sociedade e na reflexão de suas preocupações e valores.

Redes Sociais vs. Consumo de Música

As redes sociais, no contexto atual, representam um fenômeno global de extrema relevância, cujas implicações se estendem para diversas esferas da sociedade. No âmbito da pesquisa em questão, a influência das redes sociais no consumo de música pelas gerações atuais é um tema de grande interesse e complexidade.

Derek Thompson, em seu livro "Hit Makers: A Ciência da Popularidade em uma Era de Distração", fornece insights valiosos sobre como o compartilhamento e a disseminação de

conteúdo ocorrem nas redes sociais e como isso afeta a popularidade da música. Thompson argumenta que o compartilhamento nas redes sociais segue princípios de psicologia e sociologia que explicam por que algumas músicas se tornam virais, enquanto outras permanecem desconhecidas. Através de exemplos do mundo da música e da cultura pop, ele explora como as redes sociais criam tendências e o que torna algo digno de ser compartilhado em um mundo cheio de distrações digitais. Esse entendimento é fundamental para analisar por que certas músicas se tornam populares e como as redes sociais desempenham um papel crucial nesse processo.

Já Daniel J. Levitin, autor de "A Música no Seu Cérebro: A Ciência de Uma Obsessão Humana", oferece uma perspectiva neurocientífica sobre como a música afeta o cérebro humano. Seu livro explora como a música é percebida, processada e experimentada a nível cerebral. Ao considerar a influência das redes sociais no consumo de música, é importante compreender como a música impacta as emoções e as relações sociais. Levitin destaca como a música tem o poder de criar conexões emocionais e sociais entre as pessoas, e como as redes sociais amplificam essa capacidade, permitindo que os ouvintes compartilhem músicas que evocam sentimentos e criem vínculos com outros amantes da música.

Jenkins destaca a relevância da mídia convergente e das redes sociais na criação de comunidades virtuais de fãs e na promoção da música. Segundo Jenkins, a mídia convergente não apenas altera a forma como consumimos conteúdo, mas também como o produzimos e compartilhamos.

Isso é evidente nas redes sociais, que se tornaram um espaço onde as pessoas compartilham suas preferências musicais, exploram novas faixas e interagem com outros entusiastas da música. Essas plataformas se transformaram em fóruns contínuos de discussão musical, onde as músicas são recomendadas, debatidas e celebradas. Essa constante interação com a música tem um impacto profundo na formação da identidade musical das gerações atuais, permitindo que elas explorem uma ampla gama de gêneros e artistas, expandindo seus horizontes musicais.

Sidnei Oliveira complementa essa visão ao destacar como a Geração Y utiliza ativamente as redes sociais como uma plataforma para expressar sua identidade e interesses, incluindo suas preferências musicais. De acordo com Oliveira (2010), há mais informação publicada na internet em uma semana do que todo o conteúdo gerado até o século 19. O que reforça a ideia de que temos infinitas possibilidades de conteúdo disponíveis na palma da mão,

em principal músicas e novas descobertas junto aos facilitadores, *streaming*. A capacidade de seguir artistas, participar de grupos de discussão e criar playlists personalizadas tornou-se fundamental na experiência musical desta geração, permitindo-lhes um papel ativo na construção de sua jornada musical.

Além disso, as redes sociais desempenham um papel crucial na promoção de artistas emergentes e independentes. Muitos músicos em busca de visibilidade têm utilizado plataformas como Instagram, YouTube e TikTok para compartilhar seu trabalho e construir uma base de fãs. Isso ressalta o potencial das redes sociais como um trampolim para artistas que almejam reconhecimento, mesmo fora dos circuitos tradicionais da indústria musical. As redes sociais, com seu alcance global, permitem que esses músicos alcancem audiências mais amplas e diversificadas, sem depender exclusivamente das estruturas tradicionais de promoção.

No entanto, é crucial considerar também os desafios que as redes sociais podem apresentar no âmbito do consumo de música. A personalização algorítmica e a filtragem seletiva de conteúdo podem restringir a diversidade musical, mantendo os ouvintes dentro de bolhas de gênero ou estilo, limitando assim suas experiências musicais. Além disso, as redes sociais frequentemente confrontam questões relacionadas à propagação de músicas pirateadas ou não autorizadas, levantando preocupações sobre direitos autorais e a necessidade de garantir uma remuneração justa para os artistas.

As redes sociais, no contexto atual, representam um fenômeno global de extrema relevância, cujas implicações se estendem para diversas esferas da sociedade. No âmbito da pesquisa em questão, a influência das redes sociais no consumo de música pelas gerações atuais é um tema de grande interesse e complexidade. Neste capítulo, nos debruçaremos sobre as maneiras pelas quais as redes sociais moldaram e continuam a moldar a relação entre as pessoas e a música, valendo-nos das perspectivas apresentadas por Henry Jenkins em "Cultura da Conexão: Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável" e Sidnei Oliveira em "Geração Y: o nascimento de uma nova versão de líderes".

Henry Jenkins destaca a relevância da mídia convergente e das redes sociais na criação de comunidades virtuais de fãs e na promoção da música, segundo Jenkins (2015), a mídia convergente não apenas altera a forma como consumimos conteúdo, mas também como o produzimos e compartilhamos. As redes sociais se transformaram em um espaço onde as pessoas compartilham suas preferências musicais, exploram novas faixas e interagem com outros entusiastas da música. Esse ambiente virtual se converteu em um fórum contínuo de

discussão musical, onde as músicas são recomendadas, debatidas e celebradas. Segundo Jenkins (2015), essa constante interação com a música tem um impacto profundo na formação da identidade musical das gerações atuais, permitindo-lhes explorar uma ampla gama de gêneros e artistas, expandindo seus horizontes musicais.

Nesse sentido, a partir das perspectivas apresentadas por Jenkins e Oliveira, estabelecemos uma análise sobre como as redes sociais influenciam as escolhas musicais, os padrões de descoberta de música e a criação de comunidades musicais nas gerações contemporâneas, fornecendo assim insights valiosos para nossa pesquisa.

Conclusão

Concluindo esta pesquisa, é essencial refletir sobre o poder transformador da música e sobre o papel cada vez mais central das redes sociais e da tecnologia em nossas vidas. A música, em sua capacidade de tocar as fibras mais profundas de nossas emoções, permanece um elemento unificador em uma sociedade cada vez mais diversificada e fragmentada. Ela é o fio que conecta pessoas de diferentes origens e culturas, que proporciona consolo em tempos difíceis e celebração em momentos de alegria. A música é uma linguagem universal que transcende barreiras e nos conecta em um nível humano fundamental.

No entanto, a influência das redes sociais e da tecnologia na música não pode ser subestimada. Elas moldam as maneiras como descobrimos, compartilhamos e interagimos com a música. O algoritmo que escolhe as próximas faixas em nossas *playlists* pode limitar nossa exposição a novos sons, criando bolhas musicais. Por outro lado, as redes sociais nos permitem explorar gêneros globais diversos e conectar-se com entusiastas da música de todo o mundo.

Nesse contexto, é fundamental encontrar o equilíbrio entre a personalização e a diversidade musical. A música é rica e diversificada, e nossas escolhas não devem ser limitadas a um estreito conjunto de recomendações algorítmicas. Devemos continuar a explorar, experimentar e celebrar a música em todas as suas formas, buscando a ampla gama de sons e estilos que o mundo tem a oferecer.

Além disso, à medida que a música é consumida em escala global, a questão dos direitos autorais e da remuneração justa para artistas se torna cada vez mais premente. As redes sociais desempenham um papel importante na promoção de novos talentos, mas também levantam desafios relacionados à propagação de músicas pirateadas. Encontrar soluções equitativas para garantir que os artistas sejam devidamente recompensados por seu trabalho é essencial para o futuro da indústria musical.

Em última análise, a música e as redes sociais são duas forças culturais poderosas que continuam a evoluir e a se entrelaçar. A música oferece uma trilha sonora para nossas vidas, enquanto as redes sociais criam comunidades e conexões em torno dela. É uma simbiose complexa que molda nossa identidade musical e cultural.

À medida que exploramos essas dinâmicas em constante mudança, é importante lembrar que a música e a cultura são um reflexo de quem somos como sociedade. Ao continuarmos a pesquisar e analisar o impacto das redes sociais no consumo de música, estamos, de certa forma, olhando no espelho da nossa própria evolução cultural. Portanto, que essa pesquisa possa servir como um lembrete constante da importância da música, da tecnologia e da comunidade na sociedade atual, e como podemos moldá-las para um futuro mais inclusivo, diversificado e harmonioso.

Referências

JENKINS, Henry. **Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture**. New York: New York University Press, 2006, 279 p.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável**. 1ª edição. São Paulo: Editora Aleph, 2015.

LEVITIN, Daniel J. **A Música no Seu Cérebro** (Nova Edição): A Ciência de uma Obsessão Humana. Traduzido por Clovis Marques. Capa de Thiago Lacaz. 1ª edição. Editora Objetiva, 2021.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo: Viver na Era do Capitalismo Artista**. 1ª edição. Traduzido por Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de Pesquisa em Comunicação: Projetos, Ideias, Práticas**. 1ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2018.

HUERTAS, Carolina. **Thomas Roth: Música, redes sociais. Meio & Mensagem**. 13.9.2022. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/thomas-roth-musica-redes-sociais>. Acesso em: 17 de setembro de 2023.

SOUZA, João Lucas de. **A publicidade integrada: uma análise no âmbito das mídias on-line e off-line e seus desdobramentos na estratégia omnicanal da Samsung**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/directbitstream/1cd3aced-d987-47b3-8d76-d7c16ab18cc7/tc4827-Joao-Souza-Publicidade.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2023. , 2022