

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

JULIANA CÂNDIDA MOISÉS SOUZA LIMA

**A INFLUÊNCIA DO TIKTOK NA INDÚSTRIA MUSICAL
BRASILEIRA: ESTUDO DE CASO MARINA SENA**

**VOLTA REDONDA
2022**

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**A INFLUÊNCIA DO TIKTOK NA INDÚSTRIA MUSICAL BRASILEIRA:
ESTUDO DE CASO MARINA SENA**

Trabalho de conclusão apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda do UniFOA como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Publicidade e Propaganda.

Aluna:

Juliana Cândida Moisés Souza Lima

Orientador(a):

Prof.^a Leonardo Canavez

VOLTA REDONDA
2022



Fundação Oswaldo Aranha

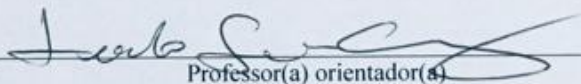


FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: **A INFLUÊNCIA DO TIKTOK NA INDÚSTRIA MUSICAL BRASILEIRA: ESTUDO DE CASO MARINA SENA** elaborado por **JULIANA CÂNDIDA MOISÉS SOUZA LIMA**, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Publicidade e Propaganda.

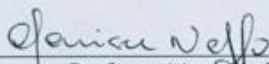
Aprovado em 10 de NOVEMBRO de 2022.

Banca Avaliadora:



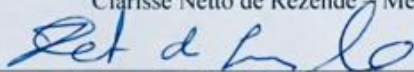
Professor(a) orientador(a)

Leonardo Simões Canavez – Mestre - UniFOA



Professor(a) avaliador(a)

Clarisse Netto de Rezende – Mestre - UniFOA



Professor(a) avaliador(a)

Heitor da Luz Silva – Doutor - UniFOA

Dedido este trabalho a minha família,
e principalmente minha e a minha avó
In memoria , que onde estiver, está
olhando por mim.

RESUMO

A influência do TikTok na indústria musical é exemplificada pelo sucesso da cantora Marina Sena, que mesmo tendo as redes sociais mais utilizadas até aquele momento não conseguia ter sucesso nacional, sua carreira era limitada a Minas Gerais.

A partir do momento em que a cantora passa utilizar sua música no aplicativo TikTok, sua música se torna uma trend e passa a ser compartilhada de forma orgânica diversas vezes o que trás para a cantora visibilidade, a cantora passou alguns meses com sua música por supuesto entre as músicas mais ouvidas do Brasil e chegou até a entrar nos charts mundiais.

Conseguimos avaliar isso a partir do estudo de como as pessoas consomem música e compartilham a mesma, e como a americanização musical influencia na forma como nós brasileiros consumimos música e como isso tudo afeta nosso gosto pela música, a forma como compartilhamos e até aquilo que para o brasileiro não é audível. Essa pesquisa é baseada em diversos autores, dados e busca compreender se apenas a entrada da cantora foi o suficiente para que ela se tornasse nacionalmente conhecida ou suas peculiaridades como cantora foram um fator inpresindível para que o sucesso acontecesse.

Palavras chaves: *TikTok*, *Trend*, Música, Viral.

ABSTRACT

TikTok's influence on the music industry is exemplified by the success of singer Marina Sena, who, despite having the most used social networks until that moment, could not have national success, her career was limited to Minas Gerais.

From the moment the singer starts using her music on the TikTok app, her music becomes a trend and is shared organically several times, which brings visibility to the singer, the singer spent a few months with her music by supuesto among the most listened to songs in Brazil and even entered the world charts.

We were able to assess this from the study of how people consume music and share it, and how musical Americanization influences the way we Brazilians consume music and how this all affects our taste for music, the way we share it and even what we stop. the basilier is not audible. This research is based on several authors, data and seeks to understand if just the singer's entry was enough for her to become nationally known or her peculiarities as a singer were an essential factor for her success to happen.

Keywords: *TikTok*, *Trend*; Music, Viral.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. O INÍCIO DA MÚSICA NO BRASIL.....	11
2.1 A unfluência do rádio na música.....	14
2.2 A TV e o canal MTV.....	16
2.3 A americanização da música.....	17
2.4 A influência das mídias sociais na globalização da música.....	19
2.5 Entrada do TikTok na música	22
3. Estudo de caso “Marina Sena”	24
4. Gravadoras, TikTok e criadores de conteúdo	32
4.1 TikTok como garantia de sucesso	33
4.2 Análise de resultados	35
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
6. REFERÊNCIAS.....	38

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1: Compositor Xisto Bahia	13
Imagem 2: Grupo Pholhas.....	16
Imagem 3: Marina Sena quando criança	25
Imagem 4: Marina Sena com a A outra banda da Lua.....	26
Imagem 5: Capa do Album De Primeira	29
Imagem 6 : Marina Sena se aprendando no Rock in Rio.....	31
Imagem 7: Cantor Zé Felipe.	34
Imagem 8: Números de usuários do TikTok no Brasil.....	36

1. INTRODUÇÃO

O cenário da música é repleto de novos artistas a todo tempo, se transformando em celebridades da noite para o dia. Mas no início do que se conhece como música atualmente a criação da mesma era feita de forma pragmática e para apenas um tipo de público, que era aquele que possuía maiores riquezas, a música não era considerada algo popular.

Para Theodor Adorno (1903 - 1969), integrante da Escola de Frankfurt, onde foi desenvolvida a Teoria Crítica, construiu um tipo de música calculada nos moldes das músicas clássicas e eruditas, mas com uma melodia aparentemente horripilante aos ouvidos acostumados aos acordes da música clássica tradicional (leia-se burguesa). Sua pretensão é justamente desacostumar a percepção daquela noção tradicional de ordem e harmonia (já que sua música só parece desarmônica, mas na verdade é totalmente ordenada e arranjada (dodecafônica) prevalecente na cultura burguesa vigente à época.

Buscando tal mudança se sobressai a cultura de massa, que é ligada na modernidade. A expressão cultura de massas também foi ligada a também ao consumo, tendo se consolidado apenas depois da Segunda Guerra Mundial. Este termo é utilizado agora na padronização de produtos, serviços, etc². Esta cultura modificou e de certa forma padronizou o consumo de coisas triviais, como ouvir música ou assistir televisão.

O consumo musical pode ser realizado de diversas formas, através de “shows ao vivo, vinil, CDs, TV, rádio e pelas plataformas digitais, como é o caso do formato de streaming” (ARAÚJO; OLIVEIRA, 2014, P.123). A indústria cultural é um conceito que foi criado em 1940, e é usado para designar a transformação de diferentes obras em produtos padronizados, utilizando a cultura para influenciar o que as pessoas escutam, definindo que tipo de música será transmitida nos meios de comunicação, lançando modas de roupas, comportamentos e até mesmo modificando a cultura, como a americanização da música, que tornou o pop, hip hop e o rock bastante populares no mundo inteiro.

Assim, ao longo dos anos as formas como as pessoas consomem música foi se alterando e se multiplicando, assim como outras formas de entretenimento. Em razão da pandemia COVID-19, no ano de 2020 a maioria dos eventos presenciais foram cancelados, inclusive shows ao vivo. Porém o consumo de música obteve um aumento significativo graças aos serviços de streaming e aplicativos, que possibilitam que as pessoas consumam músicas em alta qualidade em qualquer lugar através de conexão de internet.

O isolamento social acelerou uma mudança de consumo que já vinha acontecendo, os aplicativos modificaram a indústria musical, e para compreender a mudança considera-se aspectos mercadológicos interligados ao consumo e ao descobrimento de novas músicas. Segundo a Internacional Federation of the Phonographic Industry (IFPI), a receita de músicas gravadas chega a U\$\$ 21,6 bilhões, o que demonstra o aumento de 7,4% em 2020. Este crescimento ocorreu graças às plataformas de streaming que cresceu 18,5%, se tornando o formato dominante, enquanto o formato físico teve uma redução de 4,7%.

As mídias sociais também obtiveram crescimento. O TikTok se tornou uma das rede social que mais cresceu durante esse período, além de possuir uma plataforma atraente para o público jovem, junto ao Instagram se tornam os aplicativos baixados no ultimo ano³. Segundo Haenlein *et al*, (2020, p. 23, tradução nossa) ⁴ “o que o Instagram e o TikTok nos mostraram, no entanto, é que uma imagem realmente vale mais que mil palavras. E um vídeo provavelmente ainda mais do que isso.” A forma como o TikTok é disposta possibilita que o usuário crie vídeos personalizados através de diversos recursos, e um deles é a utilização de músicas dentro do aplicativo.

Para Faustino (2020, p. 8) “a música é uma parte importante do TikTok que tem licença para utilização nos seus vídeos de milhões de faixas diferentes” (Faustino,2020). Desta forma, o estudo propõe uma análise do desempenho de uma música com “*Por Supuesto*” da brasileira Marina Sena,

3 Os aplicativos de celular mais baixados na pandemia: Disponível em: < Os aplicativos de celular mais baixados na pandemia Leia mais em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/os-aplicativos-de-celular-mais-baixados-na-pandemia/>>. Acessado em: jun.2022

4 No original: What Instagram and TikTok have shown us, however, is that a Picture is indeed Worth a Thousand words. And a vídeo probably even more than that.

uma mineira de 25 anos que saiu do anonimato no interior de Minas para uma das músicas mais ouvidas do país.

Assim, o objetivo da pesquisa é analisar qual foi o nível de influência do TikTok na indústria musical brasileira e analisar a influência do Tiktok na carreira da cantora Marina Sena por meio do sucesso da música “*Por Supuesto*”, além de avaliar o TikTok como aplicativo compartilhador.

A pesquisa trata sobre uma mídia social e se justifica com a contribuição para a comunicação, que almeja o funcionamento da plataforma TikTok que vem modificando o consumo digital que tem caráter inovador e que influencia nosso dia a dia de diversas formas. É possível ainda, considerar a forma de distribuição e criação de publicidade, seguindo o contexto musical. O trabalho em questão é um estudo descritivo, de caráter exploratório a partir da análise estatística e qualitativa de dados, sendo desenvolvido inicialmente para compreender o objeto do estudo. Para Gil (2008, p. 47) as pesquisas descritivas “são aquelas que visam descobrir a existência de associações variáveis”, utilizadas para demonstrar características de uma população ou grande fenômeno, e com caráter exploratório para se descobrir informações, tendo uma análise qualitativa onde vários métodos podem ser utilizados.

Como forma de avaliação o sucesso da música foi realizado uma busca pela música “*Por Supuesto*” e pelo nome da cantora Marina Sena dentro do aplicativo TikTok, com as palavras chave: “*Por supuesto*” e Marina Sena, além de facilmente encontrarmos a cantora em questão ainda encontramos os diversos vídeos que utilizaram a música como trilha, desta forma podemos analisar diversos dados, através de curtidas, reprodução e comentários no aplicativo TikTok, além disso foram analisados diversos sites, podcasts e programas de TV para entender este fenômeno, pois segundo Martino (2018) o espaço de produção é um dos caminhos metodológicos utilizados para analisar a imagem, no caso do presente estudo: a carreira da cantora Marina Sena e a explosão da música “*Por supuesto*”.

Ele diz ainda que “diante de uma imagem midiática, importa saber em quais condições ela foi produzida. Isso demonstra a imagem dentro de vários contextos, como a época de criação ou as motivações de quem a produziu” (MARTINO, 2018, p. 172). Martino cita sobre a compartilhamento, outro ponto que será relevante nas próximas fases da metodologia:

Mapear a circulação das imagens, observar como e onde elas são divulgadas e, em linhas gerais, as condições de sua circulação ajuda a compreender a presença e as condições de vivência das imagens na sociedade contemporânea (MARTINO, 2018. p . 173).

Tendo organizado os números do TikTok, foi necessário avaliar as playlists do Spotify que são atualizadas semanalmente, a partir do aplicativo podemos ver quanto tempo a música passou entre as mais ouvidas, seu número de reprodução, além de poder entender e avaliar o processo de engajamento no TikTok, para isso utilizamos as palavras chave: TikTok, Hits, Virais.

Como as interações permanecem no espaço online, elas são mais facilmente replicadas, e a informação pode circular mais rapidamente e com maior fidedignidade. Esses dois elementos, persistência e replicabilidade, são chave para que as informações publicadas nessas redes também sejam facilmente escaláveis, ou seja, possam rapidamente percorrer toda a estrutura das redes, de modo “viral”. Como é fácil replicar as interações, e uma vez que estas estão permanentes no espaço online, é igualmente fácil escalar a transmissão de uma determinada informação que está contida nessas interações. Por fim, também graças à persistência, as interações podem ser buscadas, bem como as informações nelas contidas. Recuero (2017, p.14).

Para compreender o sucesso da música “*Por Supuesto*” será feito uma coleta de dados documentais qualitativos, visando descobrir o que está sendo falado sobre o assunto nos meios de comunicação.

2. O INÍCIO DA MÚSICA NO BRASIL

Sons e ruídos estão internalizados em nosso cotidiano, que muitas das vezes não o percebemos. Eles são a trilha sonora da nossa existencia, se manifestando em meio a experiências individuais ou coletivas. Isso ocorre porque a música é uma forma artística que trabalha com sons, ritmos e gêneros diversos e isso sem exigir a atenção completa do perceptor, estando em nosso

cotidiano as vezes até de forma imperceptível. Porém a música é importante para a existência de qualquer ser humano, despertando milhares de sensações.

A música, em seu conjunto, letra e ritmo, carrega em si um sentido que transcende o simples executar de uma canção em um determinado dispositivo eletrônico. Ela está inserida em um contexto sócio – político e nos diz muito acerca dele. Sobre isso, Fischer (1984) afirma que a experiência de um compositor nunca é puramente musical , mas pessoal e social, isto é, condicionada pelo período histórico em que ele vive e que o afeta de muitas maneiras. Sendo assim, o compositor pertence a um contexto histórico, ao modo de pensar de uma época e em sua obra está a representação desse mundo, as mentalidades, o imaginário, os dramas.

A música brasileira, em suas origens, nasceu sob a influência dos ritmos afros e europeus que primeiro chegaram aqui (Severiano, 2013). A partir deles, foram surgindo os gêneros musicais com o gosto e o tempero dessa mistura.

Para a maioria dos estudiosos da música brasileira, entre eles José Ramos Tinhorão, o primeiro gênero da canção popular brasileira a surgir foi a modinha, entre o fim do século XVIII e início do século XIX. Porém, há registros anteriores que citam a presença de manifestações populares , como a do cantor João Furtado, no início do século XVIII, na Bahia, citado por Nuno Marques Pereira em seu Compêndio narrativo do peregrino na América (Tinhorão, 1984).

No entanto, o primeiro compositor em nossa música foi Domingos Caldas Barbosa (1740 - 1800) já que ele apresentou uma produção mais sistemática capaz de identificar como uma obra consolidada. Filho de um português funcionário da fazenda lusa entre os anos de 1731 a 1734, depois comerciante do centro do Rio de Janeiro, e de uma escrava alforriada angolana, chamada Antônia de Jesus (Severiano, 2013, p. 13).

O primeiro gênero musical a surgir no Brasil foi a modinha. Para alguns estudiosos, esse gênero pioneiro da nossa música recebeu influência direta da moda portuguesa já presente aqui. O nome no diminutivo - modinha - era apenas para diferenciá-la do ritmo português.

Tinhorão , no entanto, destaca na modinha a malandragem, a manha dos africanos nas letras e no jeito espontâneo de cantar. O que pode se inferir então

que, mesmo sendo influenciada na forma pelo ritmo português, traz no conteúdo a influência da colônia e dos africanos aclimatados aqui. Já Severiano (2013), ao separar as etapas da música popular brasileira, destaca o lundu como sendo o primeiro gênero brasileiro fruto da fusão entre as culturas europeias e africanas. Assim, a modinha teria sua origem apenas no ritmo português.

Já no século XIX, foram surgindo outros gêneros como o choro, a marcha de carnaval e mais tarde o samba. Outros ritmos definidores do que seria a nossa música no futuro foram surgindo: o choro (1870) e a marcha mais no final do século. O choro fixou nomes e canções para sempre no cancioneiro brasileiro.

Entre os nomes de destaque estão Catulo da Paixão Cearense (nascido no Maranhão), Sátiro Bilhar, Quincas Laranjeira. Na virada do século, aparece a primeira compositora brasileira, Chiquinha Gonzaga. A autora começa a tocar modinhas em piano e em 1899 cria a primeira marcha de carnaval, Ô abre alas. Os movimentos populares nesse momento se caracterizam pela substituição do piano, instrumento considerado erudito, pelo violão até então ainda marginalizado. Das misturadas de instrumentos, ritmos e várias tendências vindas da influência africana, surgiu o ritmo que se tornou sinônimo de brasilidade, o samba. Data de 27 de novembro de 1916, o registro feito na BN do primeiro samba, Pelo telefone, composição de Donga. O novo ritmo passou a disputar com as marchas o lugar nos carnavais.

Outra data importante para a música brasileira, nos dias 2 a 5 de novembro de 1902, os principais jornais da capital estampam em suas capas a novidade: chegavam à capital as chapas para gramophones e zonophones, cantadas pelos popularíssimos Baiano e Cadete. Tratava-se da primeira gravação feita em nossa terra. A primeira música gravada chamava-se “Isso é bom”, um lundu composto por Xisto Bahia, no final do século XIX, e interpretado por Baiano, popular cantor do início do século XX.

Xisto de Paula Bahia que nasceu em Salvador, na Freguesia de Além do Carmo, em 06 de agosto de 1841. Era filho do major do Exército Francisco de Paula Bahia e de D. Tereza de Jesus Maria do Sacramento Bahia. Era o caçula dos irmãos Soter, Francisco Bento, Horácio e Eulália.

Imagem 1 : Compositor Xisto Bahia

Fonte: Relembrando o ator e compositor xisto bahia⁵

Como Xisto Bahia ele entraria para a história da MPB como o autor da primeira música lançada em disco no Brasil, o lundu *Isto é Bom*, também conhecida como *Yayá você quer morrer?* composta por volta de 1857 e que foi levada à cera em 1902 pelo cantor Baiano (Manuel Pedro dos Santos), que também era baiano.

Porém, o legado de Xisto Bahia foi bem maior. Além, de ator, compositor e cantor, ele também era violinista, violonista e dramaturgo.

2.1 A INFLUÊNCIA DO RÁDIO NA MÚSICA

A partir da segunda década do século XX, um fato contribuiu muito para a consolidação da nossa música: a inauguração, em abril de 1923, da primeira emissora de rádio brasileira: a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Grande parte da programação da rádio era dedicada à música. Em 1936, é inaugurada a Rádio Nacional. Muitas outras emissoras foram sendo inauguradas pelo país, e as ondas do rádio foram tomando conta do Brasil (Severiano, 2013). Com a expansão e o sucesso do rádio, as emissoras foram aprimorando suas formas

⁵ Disponível em: <https://www.marcelobonavides.com/2012/08/xisto-bahia-171-anos.html>

de transmissão. Com isso, vieram as primeiras mudanças.

Os locutores passaram a perder o lugar para os cantores, as rádios construía auditórios para transmissão de programas ao vivo aos domingos. Surgem também os festivais de calouros nos auditórios das principais emissoras do país, era então a Era dos Reis do rádio na nossa música. Cantores como Vicente Celestino, Sílvio Caldas, Francisco Petrônio, Ary Barroso, Carmem Miranda, Nelson Gonçalves, Francisco Alves, Orlando Silva, Núbia Lafayette, Ângela Maria, Dalva de Oliveira, Herivelton Martins, Emilinha Borba desfilaram pelas principais rádios do país e tinham lugar garantido. Vale destacar a cantora Ângela Maria, na época, dona do salário mais alto já pago a uma mulher artista no Brasil. Ganhou todos os prêmios possíveis e se tornou a eterna cantora do Brasil.

No fim da década de 50, os reis do rádio começaram a perder espaço para novos movimentos musicais. Antes das novidades por aqui, vale se destacar acontecimentos que se passam no resto do mundo. Em 1945 ocorre o fim da II Guerra Mundial. O mundo divide-se em dois blocos antagônicos: o bloco socialista, sob a dominação da URSS; e o bloco capitalista, liderado pelos EUA. Os países da América do Sul, na grande maioria, vão ficar sob o domínio político – cultural dos americanos.

2.2 A TV E O CANAL MTV

A evolução tecnológica e a expansão do capital desde o final do século XX fizeram da televisão o meio de comunicação mais popular ampla divulgação de bens e produtos. A história do televisor no Pau-Brasil foi impulsionada pelo crescimento econômico das décadas de 1960 e 1970, desenvolvimento tecnológico e expansão internacional consolidados na década de 1970, além da globalização, que atingiu um público diversificado e segmentado no final do século passado.

A música também encontra seu lugar nos programas de TV do país em programas de auditório com artistas ao vivo, em apresentações exclusivas de videoclipes ou na trilha sonora de novelas; Com a inauguração da MTV Brasil em 1990, a difusão da música pop-rock se consolida, o canal é o único canal aberto segmentado exclusivamente para apresentações musicais. A MTV fez parte do conglomerado de mídia norte-americano Viacom e, portanto, mantém

privilégios sobre outras indústrias de entretenimento, principalmente a indústria da música, por meio de alianças e fusões. partindo desse pressuposto, os programas musicais são voltados principalmente para negócios oligopolistas, sendo a MTV era um dos mais importantes canais de distribuição de música jovem do mundo. A influência não só do início das atividades da MTV Brasil, mas também da demanda por videoclipes de qualidade no mercado nacional, teve grande impacto não só na emissora, mas também no desenvolvimento do audiovisual no país. No entanto, é preciso contextualizar o momento político contemporâneo. A Embrafilme foi extinta pelo governo de Fernando Collor em março daquele ano, sem que fosse criada uma política para o setor audiovisual que a substituísse, levando à paralisação do mercado cinematográfico e ao desemprego de muitos técnicos de cinema. A televisão não tinha capacidade para absorver toda essa mão de obra porque já tinha estrutura própria e monopolizava, como ainda hoje, toda a sua produção. Assim, a procura por videoclipes rodados em filme vem em um momento oportuno e emprega esses profissionais. A MTV consolidou a música para o brasileiros não apenas como algo sonoro, mas também algo visual, o que nos aproxima muito do TikTok atualmente, que a música e a imagem se somam.

2.3 AMERICANIZAÇÃO DA MÚSICA

A a sociedade norte-americana sempre exerceu um fascínio sobre o Brasil, o que segundo o historiador Pedro Tota, é resultado de um certo jogo de sedução que envolveu os dois países a partir dos anos 1940. Cercado de polêmicas, o tema da “americanização” do Brasil é bastante controverso. Se por um lado ele é interpretado como elemento destruidor da nossa cultura, influenciando-a negativamente, por outro é visto como uma força paradigmática e mítica, capaz de tirar-nos de uma possível letargia cultural e econômica, trazendo um ar de modernidade para a sociedade brasileira, o que evidencia uma interpretação de caráter sempre maniqueísta acerca da questão (TOTA, 2000, p. 9-10).

Em função da necessária flexibilidade que o termo cultura possui para apreender suas múltiplas relações, cabe aqui destacar o que se entende por cultura.

Segundo Maria Clara Machado (2002, p. 335) a cultura é um campo de

expressão abrangente e difícil de ser conceituado, visto que ela não existe no singular, sendo constituída pelo poder e pela sua colonização. Para a autora, o termo é tão abrangente que remete a quase tudo que identifica uma sociedade, diferenciando-a de outras, seja na forma de se expressar, de viver, festejar, sofrer, trabalhar, etc. Dessa forma, pode-se entender que a cultura é formada pela expressão artística, política e espiritual de uma sociedade, e que a cultura de um povo é formada por aquilo que é produzido pelos seus membros: são os bens e valores que, por meio das coordenadas de tempo e espaço, caracterizam as identidades de seus membros (MACHADO, 2002, p. 336).

O autor José Ramos Tinhorão entende que em uma sociedade diversificada como o Brasil, a diversidade cultural, via de regra é simplificada com a divisão da cultura em apenas dois planos: a cultura do dominador, que é composta pelas elites detentoras do poder político e econômico, e a cultura do dominado, aqueles sem poder de decisão política que são as camadas mais baixas das áreas urbana e rural (TINHORÃO, 1998, p. 10).

Desse modo, a cultura das camadas pobres acaba por ser submetida a uma dupla dominação. De um lado porque se encontra em um lugar de desvantagem em relação às culturas da elite dirigente do país. De outro, porque esta cultura dominante sequer é nacional, mas importada, e por isso mesmo, dominada (TINHORÃO, 1998, p. 10).

Dessa forma, as possibilidades de representatividade da cultura popular brasileira (inclusive a música) dentro do próprio país se ligam diretamente à realidade de um estado de dominação resultante do colonialismo cultural, que se revela sob a forma de dominação econômica nos meios de comunicação e da indústria do lazer, que visam única e exclusivamente ao lucro (TINHORÃO, 1998, p. 11).

Como a divulgação das produções musicais dependem dos meios de comunicação, principalmente do rádio e da televisão, é a ocupação desses espaços que permite a universalização dos sons musicais por todo o país, e, em certa medida, por todas as classes sociais (TINHORÃO, 1998, p. 12).

Imagem 2: Grupo Pholhas

Fonte: Sintonia da Terra⁶

2.4 A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NA GLOBALIZAÇÃO DA MÚSICA

Para Bordenave (1982, p. 19) a comunicação “é uma necessidade básica da pessoa humana, do homem social” a comunicação transforma o ser humano em uma sociedade que os une em forma de cultura, sendo o pensar e agir.

A comunicação passou por diversas mudanças e segundo Santaella (2005) os meios de massa foram um dos principais responsáveis por isso. Para a autora, “a comunicação massiva deu início a um processo que estava destinado a se tornar cada vez mais absorvente: a hibridização das formas de comunicação e de cultura” (SANTAELLA, 2005, p. 11) sendo assim os meios se integram para facilitar a comunicação e a percepção do receptor, um exemplo é uma propaganda de TV, onde várias linguagens se juntam com o propósito de anunciar algo.

A evolução dos meios de comunicação e distribuição deu início a cultura das mídias, que segundo a autora “trata-se de dispositivos tecnológicos que, em posição aos meios de massa, - estes só aberto para o consumo – propiciam uma apropriação produtiva dos indivíduos” (SANTAELLA, 2005, p.

⁶ Disponível em: <https://www.radiouniversitariafm.com.br/noticias/a-americanizacao-da-musica-brasileira-nos-anos-1970/#:~:text=A%20d%C3%A9cada%20de%201970%20trouxe,days%20e%20tempo%20da%20brilhantina.>

13), o usuário passou a ter mais controle sobre as novas tecnologias, e iniciaram as criações dos próprios conteúdos.

Com a popularização da internet, surge a cultura digital, transformando a comunicação e possibilitando a abertura de diversos sites e sistemas através de uma tela de computador, Santaella (2005, p. 63) fica entendido que “em certo sentido, tudo que se vê no computador é parte de um universo virtual.

Com a chegada das mídias sociais, aconteceu um impacto em nível mundial. Segundo Maslow (1954), humanos possuem a necessidade de se relacionar, tanto que o termo redes social existe desde sempre, contudo o âmbito.

O conceito de mídias sociais significa a produção de conteúdos de forma descentralizada e sem o controle editorial de grandes grupos. A expressão “mídias sociais” refere-se aos meios de interação entre pessoas pelos quais elas criam, compartilham, trocam e comentam conteúdos em comunidades e redes virtuais. Por meio delas, os indivíduos e comunidades compartilham, criam juntos, discutem e modificam conteúdos gerados e postados por usuários. As mídias sociais geram mudanças na forma como organizações, comunidades e indivíduos se comunicam.

As redes de amplo alcance oferecem, além da interconexão imediata e interfaces multimídia, a possibilidade de pessoas interagirem em tempo real. Essa condição amplia as alternativas de comunicação e alteram o papel do receptor/emissor, que na sua maioria tinha uma ação passiva. As novas possibilidades de comunicação apresentam um cardápio variado em que o processo de comunicação ganha traços diversos. O emissor pode enviar e receber textos, imagens, sons e vídeos simultaneamente com uma ou mais pessoas independentemente do lugar e do tempo. 87 Essa autonomia propicia um solo fértil para a criação de redes sociais (AMORIM; CASTRO, 2010, p.2).

“Nas redes sociais, cada indivíduo tem sua função e identidade cultural. Sua relação com outros indivíduos vai formando um todo coeso que representa a rede” (TOMAÉL et al., 2005, p. 93). Ainda segundo os autores, conforme a temática da organização da rede, podem ser formadas diversas e mutáveis configurações: “A rede, que é uma estrutura não-linear, descentralizada, flexível, dinâmica, sem limites definidos e autoorganizável, estabelece-se por relações

horizontais de cooperação” (TOMAÉL et al., 2005, p. 93). Nos espaços das redes, compartilham-se conhecimento e informação:

A formação de redes nas organizações ocorre por meios e formas variados, desde uma conversa informal com um colega de trabalho na hora do café, em encontro com os amigos após o expediente, em reuniões, congressos, listas de discussões, portais corporativos, até situações formalmente criadas com a finalidade de alcançar resultados específicos (TOMAÉL et al., 2005, p. 94).

Jenkins (2009) fala do conhecimento gerado pelas interações promovidas pelas mídias. Ele se refere às “novas culturas do conhecimento” (JENKINS, 2009, p. 257), quando cita os conhecimentos compartilhados por pessoas nas redes sociais, e diz que “estamos ainda aprendendo como se opera numa cultura do conhecimento. Estamos ainda debatendo e determinando os princípios fundamentais que irão definir nossas interações com os outros” (JENKINS, 2009, p. 320). Ele comenta que essa nova cultura surge exatamente num momento em que estamos mudando paradigmas de sociedade em relação ao arraigamento à geografia física, e a laços de relacionamentos voluntários e intelectuais. Para Jenkins, a cultura do conhecimento está ligada à influência da cultura de massa, e serve para circular seus produtos.

O ambiente digital depende totalmente dessa interação, dentro das redes e suas conexões, sendo o ciberespaço. Para Martino (2014, p.55) as redes sociais “podem ser entendidas como um tipo de relação entre humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes”. O compartilhamento de interesses é primordial para essa troca de informações, o autor diz que “cada rede social tem sua própria dinâmica, e isso está ligado de alguma maneira à própria arquitetura de tecnologia sobre a qual é construída a interação social” (MARTINO, 2014, p.56). Para Recuero (2008, p. 22) Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais).

Entendendo a abrangência das mídias sociais para a globalização não

apenas da música mas de diversos interesses, compreendemos que com a onda americanizadora hoje consegue não apenas influenciar no consumo de música, mas também como consumimos nossa própria cultura.

2.5 ENTRADA DO TIKTOK NA MÚSICA

A história do TikTok se iniciou em setembro de 2014, quando a empresa chinesa ByteDance decidiu iniciar o desenvolvimento de um aplicativo de vídeos. No momento de sua criação o TikTok não se chamava TikTok. O nome original do aplicativo de vídeos era Douyin e foi desenvolvido em tempo recorde: 200 dias. Em menos de 1 ano após o seu lançamento, o Douyin tinha mais de 100 milhões de utilizadores e mais de 1 bilhão de visualizações de vídeos por dia.

O TikTok surge como o nome para a expansão internacional da empresa, que acontece em setembro de 2017. Em 9 de novembro de 2017 a ByteDance decide comprar o aplicativo Musical.ly por \$1 bilhão de dólares, depois de 3 anos no mercado e cerca de 100 milhões de jovens utilizadores. Em 2 de agosto de 2018, o TikTok funde-se com o Musical.ly, fazendo desaparecer este segundo e concentrando todas as atenções no novo aplicativo de vídeos.

Em 2018 o TikTok foi o aplicativo com mais downloads acumulados neste ano na App Store da Apple e o quarto na Play Store da Google, superando os concorrentes Facebook, Instagram e WhatsApp, algo que nunca tinha acontecido na história. Embora na China ainda o TikTok continue a chamar-se Douyin e seja um aplicativo à parte, a realidade é que a estratégia de expansão internacional do TikTok tem funcionado muito bem e os resultados podem ser avaliados pelos números recentes.⁷

O TikTok é hoje uma rede social disponível em mais de 150 países e mais de 75 idiomas diferentes, utilizado diariamente por mais de 600 milhões de usuários e com uma base de dados de 2.000 milhões de usuários registrados a nível global. O TikTok torna-se uma importante ferramenta de marketing não só pela

⁷ Influencer Marketing Hub: Disponível em: As 50 estatísticas do TikTok que irão te impressionar Disponível em: < <https://influencermarketinghub.com/br/estatisticas-do-tiktok/>>. Acessado em: jun.2022

sua quantidade de utilizadores, mas principalmente pela quantidade de tempo que cada um deles passa no aplicativo todos os dias.

O Brasil é o segundo país que mais usa o TikTok no mundo, ficando atrás apenas da China. Além disso, os brasileiros passam um tempo considerável no aplicativo: cerca de 5,4 horas por dia. Esses dados indicam que a presença brasileira no TikTok é maciça, e que há muito espaço para divulgar seu produto/serviço e expandir uma marca.

Para melhorar o alcance os usuários utilizam as hashtags quando postam um vídeo na plataforma, hashtag é um símbolo #, seguido por palavras, siglas, expressões, figuras ou, ocasionalmente, emoji.

(Suponha #academia ou #emagrecimento ou #dicasdeviagens). As hashtags são uma maneira de classificar o conteúdo para facilitar a localização de outras pessoas e para os algoritmos de mídia social entenderem em que seu vídeo se classifica.

Os usuários do TikTok adicionam hashtags às legendas das fitas de vídeo para ajudar a rotular seu conteúdo. É importante ressaltar que esses marcadores são clicáveis se você tocar em uma hashtag, você será levado a uma área onde todos os vídeos que utilizam aquela hashtag estarão visíveis .

As hashtags podem ajudar o algoritmo do TikTok a decidir quem estaria mais interessado em ver seu conteúdo no corredor For You (FYP). Eles também podem fazer com que seu conteúdo seja descoberto por pessoas interessadas em um conteúdo específico, que podem estar pesquisando uma expressão ou rótulo específico. Os usuários do TikTok podem seguir hashtags específicas, para que você possa acabar no feed deles se eles não estiverem seguindo sua conta diretamente. Atualmente as hashtags mais utilizadas no Brasil são #tiktok, #love, #foryou e #memes.

Segundo a Pesquisa conduzida pela Nielsen para o TikTok foi revelado que TikTok é o único app (entre os principais aplicativos de vídeo/social) em que as pessoas declaram “para levantar meu ânimo” como uma das principais razões para usar. Segundo o estudo, 88% dos usuários acham que o TikTok é um lugar onde as pessoas podem se expressar abertamente; 81% dos usuários sentem que podem ser eles mesmo quando usam o app e 60% dizem que a descoberta de novos conteúdos é uma razão para usar o aplicativo, sendo que 92% afirmam descobrir conteúdos novos e que gostam. De acordo

com a pesquisa, 75% dos usuários têm um senso de comunidade quando usam o app e 80% se identificam com o conteúdo que veem no TikTok.

A presença do TikTok nas articulações da música no meio digital se reflete muito no momento da plataformização apresentado em Mintz (2019) como um processo de emergência e consolidação das plataformas no âmbito da internet. Estas plataformas tornam-se atores fundamentais na cadeia produtiva de música, e muitas vezes parecem superar o protagonismo das grandes gravadoras. Araújo (2018, p.157) explica que grandes corporações como Google, Apple e Facebook são senhoras absolutas no contexto das transformações tecnoculturais da Web 2.0, calcadas no princípio da interface entre plataformas permanentemente abertas à atualização, exatamente a partir da intensa produção de dados e conteúdos por parte dos usuários.

É neste cenário que o TikTok vem se destacando como mediador musical entre diversos lados: os usuários, as gravadoras de música e a publicidade de outras empresas. Essa característica permite a facilitação do acesso entre diferentes agentes posicionados em distintos lados, conectando usuários, vendedores, anunciantes e trabalhadores, entre outros, em diversos arranjos econômicos e institucionais (VALENTE, 2020, p.80).

A influência da música dentro da plataforma se dá claramente pela popularidade e simbologia criada pela indústria cultural. De acordo com Soares (2018, p.28) as performances ao vivo, os videoclipes, os shows musicais, as performances íntimas dos fãs nos quartos, nos vídeos de celulares que dispõem na internet seriam um ponto de partida para o que podemos chamar de estilo de vida vinculado a uma lógica musical. Ou seja, as músicas servem como parte do conteúdo a ser compartilhado na plataforma, criando assim uma experiência mais interessante e, posteriormente, replicada por outros usuários. Nos desafios, os conteúdos criados geralmente também são feitos pelos usuários da plataforma, mas os artistas também o fazem por observarem a tendência como algo importante para suas carreiras.

O caso mais recente dessa influência foi o da cantora Doja Cat e a música Streets que viralizou na forma de desafio no TikTok de maneira orgânica (ou seja, foi algo criado espontaneamente por um usuário sem apelo publicitário). O desafio consta em uma gravação com uma transição sensual

usando uma luz vermelha e pela hashtag #streets já conta com aproximadamente 770 milhões de visualizações⁹. Com todo esse sucesso a cantora lançou¹⁰ no início de março de 2021 o clipe oficial da música com o começo inspirado no desafio da plataforma.

No Brasil o caso mais notório foi o da cantora Marina Sena que tinha uma carreira regional até o ano de 2021, com uma banda chamada a outra banda da lua, porém mesmo tendo diversas mídias não conseguia nacionalizar sua carreira, e a partir do momento em que a sua música “*Por Supuesto*” se tornou uma trend no TikTok, sua carreira solo se tornou reconhecida em todo o país. A cantora mineira que é o objeto deste estudo hoje é um fenômeno nacional.

Marina nasceu no dia 26 de setembro de 1996 na pequena cidade de Taiobeiras, no norte de Minas Gerais. A cantora que sempre foi apaixonada por música, e que sempre teve um interesse acima do comum pelo mundo artístico.

Três anos depois, em uma viagem para Milho Verde para se apresentar com A Outra Banda da Lua, Marina Sena conheceu Marcelo Tofani, Luiz Gabriel Lopes e Mariana Cavanellas, com quem formou a banda Rosa Neon. No entanto, o objetivo de Marina sempre foi a carreira solo a cantora afirma que sabia que só assim poderia expressar sua personalidade por inteiro e construir trabalhos com os quais realmente se identificasse.

3. ESTUDO DE CASO “MARINA SENA”

Marina nasceu no dia 26 de setembro de 1996 na pequena cidade de Taiobeiras, no norte de Minas Gerais. A cantora que sempre foi apaixonada por música, e que sempre teve um interesse acima do comum pelo mundo artístico. Marina Sena começou a investir na carreira musical logo que completou 18 anos. O início foi um processo natural, já que cantar e compor eram coisas que ela fazia desde sempre.

9 Dados pesquisados na própria plataforma no dia 10 de maio de 2021. 10 MÚSICA. Doja Cat lança clipe de 'Streets', música que viralizou no TikTok. Portal R7. Disponível em: <https://entretenimento.r7.com/musica/doja-cat-lanca-clipe-de-streets-musica-que-viralizou-no-tiktok09032021>. Acessado em: 12 de abr. de 2021

Imagem 3: Marina Sena quando criança



Fonte: G1¹⁰

Marina Sena começou a investir na carreira musical logo que completou 18 anos. O início foi um processo natural, já que cantar e compor eram coisas que ela fazia desde sempre.

Em 2015 se mudou para Montes Claros, também no norte de Minas Gerais, passando a integrar A Outra Banda da Lua, grupo musical com influências da MPB, do tropicalismo e da música psicodélica. Marina trabalhou com o grupo por 5 anos, e conta em entrevista que foi um período excelente para experimentar, se descobrir como artista e aprender a produzir e se expressar de forma livre.

¹⁰ Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/09/13/marina-sena-desponta-como-revelacao-do-pop-de-2021-com-musicas-sobre-amor-e-voz-agreste.ghtml>

Imagem 4: Marina Sena com a A outra banda da Lua.



Fonte: AUDIOGRAMA¹¹

Em 2021, Marina Sena anunciou sua saída d'A Outra Banda da Lua, que continua na ativa com os músicos Edson Lima ("Edssada"), Mateus Sizílio, Matheus Bragança e André Oliva. Já o Rosa Neon foi oficialmente desfeito. Em janeiro de 2021, o projeto solo tão desejado por Marina Sena finalmente nasceu: o primeiro single lançado pela cantora foi Me Toca, que já mostrou bem a identidade artística assumida por ela.

Nas palavras da própria Marina, sua música é um pop alternativo que tem muito espaço pra crescer no Brasil e no mundo. Em agosto de 2021 veio o primeiro álbum de estúdio de Marina Sena, De Primeira, que mistura várias referências e ritmos musicais.

O Album conta com dez faixas e cada um mostra um pouco das referências que a cantora trás em sua carreira, ele conta com as faixas e o que a cantora sente em relação a elas:

"Me oca"

"Foi a penúltima música que a gente fez e a primeira que fizemos é uma música que significa muito, porque ela sintetiza e simplifica a sonoridade do álbum".

"Pelejei"

¹¹ Disponível em: <https://www.audiograma.com.br/2021/02/a-outra-banda-da-lua-marca-inicio-de-nova-fase-com-ep-o-catapoeira/>

"Eu compus em 15 minutos no telefone, mandei para o luri (produtor) na mesma hora e ele me mandou a música pronta, produzida no outro dia. É uma música que gosto muito, até porque foi uma música que eu fiz para ele, quando comecei a ficar apaixonada".

"Por Supuesto"

"É a música mais antiga de todas, deve ter uns quatro ou cinco anos. Eu achava que ela não era boa. Até falei para luri antes de ele começar a produzir: 'Ó tem uma aí que chama '*Por Supuesto*', pode tirar, a gente não vai pôr ela mais não'. E, agora, ela é simplesmente uma das músicas que eu mais gosto do disco, porque depois que ele produziu, eu falei 'Olha aí a música apareceu, chegou, temos"

"Cabelo"

"É uma das que eu mais gosto, porque ela me representa muito assim, meu espírito. Ela veio em um momento muito bom para mim, assim como "Voltei Pra Mim", um momento de liberdade, de amor próprio muito grande. É isso que ela significa para mim".

"Voltei Pra Mim"

"'Voltei Pra Mim' é uma coisa que eu sempre pensei de todos os tipos de relação, às vezes, você precisa sair para você conseguir enxergar o mundo de novo. Você está muito fechado em uma vibe e você está precisando sair para se enxergar e se conectar com você mesmo. É uma música é real, são coisas que eu vivi não foi uma, nem duas vezes. Foram várias, então me representa muito. É uma das que eu penso 'Nú, falei mesmo o que tudo o que eu queria".

"Temporal"

"Eu fiz essa música em uma época em que eu estava escutando muito Djavan, estava completamente fissurada em Djavan e em toda obra dele. Tem uma pegada de reggae em algumas músicas, que eu gosto muito, muito, então eu queria trazer isso para o meu trabalho.

Além de tudo, eu estava super apaixonada, fiz essa música porque estava emocionada, mas depois de uma semana, eu não queria nem saber mais".

"Tamborim"

"Tamborim é a música mais malandrinha que tenho. Eu fiz também porque eu queria incorporar a coisa do samba e do pagode na minha música, são coisas

que eu escuto muito, amo mesmo. Sou muito consumidora da música que a gente faz no nosso país.

Queria incorporar também no meu role, mas sem ser uma coisa forçada. Acho que eu estava escutando tanto que calhou de ser um pagode, porque não teve jeito, estava no subconsciente".

"Amiúde"

"Foi a primeira que eu compus depois que conheci Iuri e Jean Tassy (compositor e cantor de Brasília). Eu queria fazer uma coisa mais moderninha, mais baladinha e saiu 'Amiúde'".

"Seu Olhar"

"É uma música bem antiga também, escrevi há muito tempo, ainda morava em Montes Claros. Gosto muito, porque ela mostra minha voz e a potência vocal que consigo chegar. É mais experimental e ao mesmo tempo chiclete, eu vim da música experimental então é uma faixa muito especial para mim".

"Santo"

"Eu fiz no meu aniversário de 22 anos exatamente na hora que nasci, 4h20 da madrugada. Foi uma música que significou muito para mim, porque eu disse exatamente o que estava sentindo sobre fazer aniversário"

Imagem 5: Capa do Album De Primeira



Fonte: G1¹²

12 Disponível em: < <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/09/13/marina-sena->

Dentre as 10 faixas do disco, podemos destacar músicas como Voltei Pra Mim e Cabelo, que estão fazendo sucesso entre os fãs. Mas a música que mais chamou atenção com certeza foi “*Por Supuesto*”, que viralizou no TikTok. “*Por Supuesto*”, que chegou à quinta posição no top 5 do “Viral Global” no Spotify. Marina em 2021 atingiu metas que até sua entrada para o aplicativo TikTok, a cantora atualmente tem 698 mil seguidores no Instagram, 97.7 mil no Twitter e 299.2 mil seguidores no TikTok e isso influencia diretamente em toda sua carreira, garantindo que um grande público a acompanhe. A música “*Por Supuesto*” passou 195 dias entre as 50 músicas mais ouvidas no Spotify Brasil, O Spotify entram em cena como um termômetro de sucesso, contando com os *charts* que são um *rankings* de músicas mais ouvidas no momento.

Marina Sena diferente de alguns outros cantores consegue se manter em evidência mesmo sua música já não fazendo parte das mais ouvidas da plataforma musical Spotify, a cantora tem uma tendência ao diferente do que se consome nas grandes cidades, e isso faz com que ela tenha destaque em meio a tantos artistas que hoje se baseiam em tendências americanas.

Marina Sena teve sua carreira alavancada sem qualquer interferência publicitária ou financeira, já que a cantora nunca possuiu uma gravadora, seu sucesso se deve a viralização orgânica.

Viralização é um termo que surgiu com o crescimento do número de usuários das redes sociais e blogs. A palavra é utilizada para designar os conteúdos que acabam ganhando repercussão (muitas vezes inesperada) na web.¹³ O termo é relacionado a doença, já que as pessoas chegam a compartilhar o conteúdo quase que inconscientemente, criando uma “epidemia” de internautas falando sobre o mesmo assunto. Como já mencionamos, quando você abrir o TikTok, verá que existe uma seção chamada “Para você” (ou “For You”, caso o seu aplicativo esteja em inglês). A parte For you é a parte em que a plataforma organiza conteúdos de acordo com as suas preferências, levando até você aquilo que provavelmente vai te

[desponta-como-revelacao-do-pop-de-2021-com-musicas-sobre-amor-e-voz-agreste.ghtml](#)>

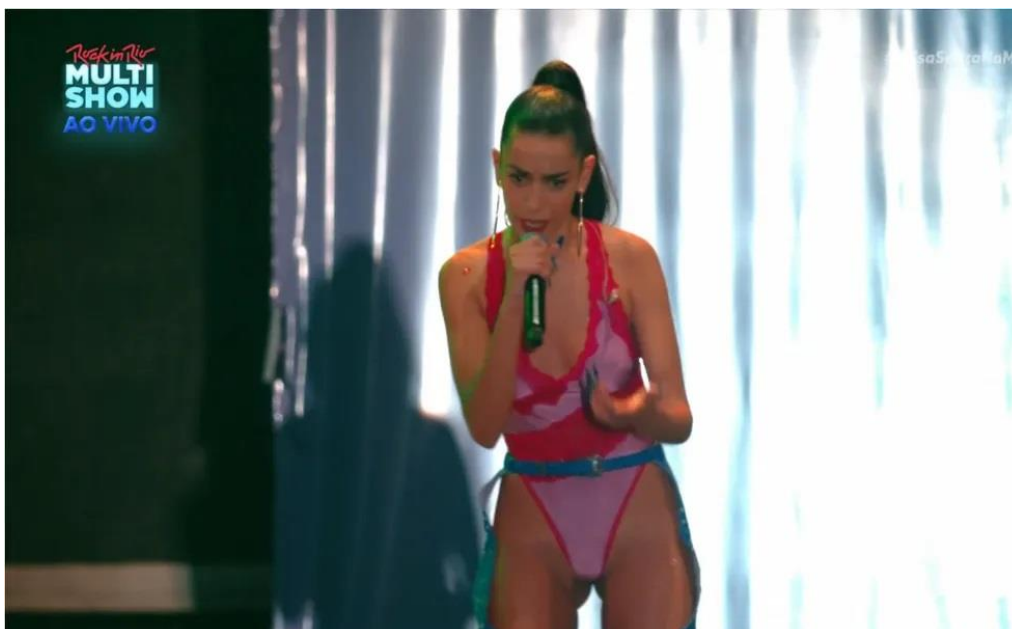
¹³ EBC: Disponível em: O que significa viral na internet: Disponível em: <encurtador.com.br/uHLP3> Acessado em: jun.2022

agradar mais.

O TikTok consegue fazer isso por meio de um algoritmo que, segundo o próprio aplicativo, é baseado em três questões: As interações do usuário, páginas que você curte, comenta ou compartilha e quem segue; O que posta, hashtags que usa; Informações de vídeos: como legenda, áudio, sons e hashtags e configurações do seu dispositivo, como idioma, país e tipo de dispositivo. E isso é possível a partir do machine learning ou aprendizado de máquina que é um campo de estudo que ensina computadores a analisar e classificar padrões de dados para fazer previsões. O conceito faz parte da área de Ciência da Computação e combina aplicações de reconhecimento de modelos e Inteligência Artificial.

Não se pode afirmar que se não fosse a existência do aplicativo TikTok a carreira da cantora Marina Sena seria apenas regional como antes de sua entrada no aplicativo, porém é evidente que a viralização foi o impacto que sua carreira precisava, graças a sua viralização Marina é convidada para diversos programas de TV, entrevistas, e shows por diversos lugares no Brasil, inclusive para o maior festival de música do país, o Rock in Rio.

Imagem 6: Marina Sena se apresentando no Rock in Rio.



Fonte:

Globo.com¹⁴

14 Disponível em: <https://gshow.globo.com/tudo-mais/rock-in-rio/noticia/marina-sena-impresiona-com-maio-ultracavado-em-show-no-rock-in-rio.ghtml>

4. Gravadoras, TikTok e criadores de conteúdo

As gravadoras junto com o público eram o alvo de conquista para os artistas, já que as gravadoras simbolizavam o início do sucesso e do reconhecimento, porém com as novas mídias sociais, qualquer pessoa pode postar um vídeo e isso colabora para que outras pessoas vejam seu trabalho.

O TikTok tem grande potencial de lançamento e engajamento de músicas, já que sua plataforma vem desse nicho, as trends são altamente compartilháveis e isso leva para o maior número de pessoas possível, porém alguns artistas lutam para não se renderem a essa nova mecanização musical, onde gravadoras colocam como primordial a viralização para lançamento de algumas músicas, fazendo com que o artista seja obrigado mesmo já consolidado a produzir conteúdo para a plataforma.

Por mais que o TikTok seja um grande lançador de tendência, muitos artistas se sentem violados, já que obtiveram sucesso de outras formas antes do lançamento da plataforma, as gravadoras se colocam em uma posição de compreensão que as coisas estão mudando, e para atingir um sucesso mais rápido e até com um investimento menor. O TikTok vem demonstrando a sua capacidade de aumentar o alcance das músicas dentro do aplicativo e isso tem modificado não apenas as estratégias de marketing de artistas e gravadoras, como também influencia a forma como o público consome essas músicas.

O aplicativo musical Spotify possui playlists que classificam as músicas mais ouvidas naquele momento, essa playlist se atualiza diariamente, conforme a música é ouvida ela vai subindo de posição, com um ranking, esses dados são gerados a partir de uma fórmula que protege a integridade da lista de reproduções.

Segundo o Spotify, quando cada usuário toca uma música no player do serviço, o algoritmo computa uma reprodução. Não é divulgado como funciona essa contagem, porém existe um método para prevenir robôs, e qualquer outro tipo de manipulação.

A possibilidade de divulgação em massa que o TikTok proporciona faz com que as gravadoras e os escritórios se planejem para utilizar a plataforma, esse planejamento inclui uma análise para identificar em qual gênero dentro

do TikTok a música se encaixa melhor para ser trabalhada, se será com um challenge de dança, ou com um vídeo de frases. Essa parte é crucial, já que a música precisa ter relação com a trend que almeja, com isso ela tem muito mais chance de viralizar. Desta forma a procura por tiktokers surge, conforme a necessidade da música. Existem alguns que lançam as dancinhas e outros que interpretam, gravam vídeos específicos com a música de fundo e isso vai levando a música para mais pessoas.

Os valores investidos são variados, e também existem permutas, que são um tipo de contrato em que uma das partes é obrigada a dar algo em troca de alguma coisa, que não seja dinheiro, uma espécie de um divulga o trabalho do outro. Quem geralmente fecha esse trabalho são as gravadoras ou os escritórios. Se tratando de pagamento em dinheiro os valores giram em torno de R\$ 5 mil ¹ para influenciadores menores, que possuem de 50 a 500 mil seguidores, mas também existem investimentos maiores, tudo depende do número de seguidores e do seu alcance.

Desta forma um artista que deseja se destacar na plataforma pode contar com essa divulgação, buscando influenciadores que já possuem muitos seguidores, dentro do nicho da música que será trabalhada, só irá agregar e fazer com que a viralização aconteça mais rápido, porém não é uma matemática exata, a viralização por mais que tenha uma questão de algoritmização, pode não acontecer, não existe uma forma de prever esse resultado. No caso de Marina Sena, a música Por Supuesto nunca teve impulsionamento de nenhum grande influencer para sua divulgação ela aconteceu de forma totalmente orgânica.

O engajamento orgânico é aquele que acontece naturalmente, voluntariamente por parte dos seguidores, o dono da música não investiu, apenas postou a música na plataforma e as pessoas foram compartilhando de forma natural.

4.1 TikTok como garantia de sucesso

A viralização não é sinônimo de sucesso absoluto, atualmente já existem exemplos claros de cantores que possuem milhões de visualizações no TikTok e plays no Spotify que não conseguem fazer shows, mesmo estando nas

paradas de sucesso, não conseguem obter uma venda considerável de ingressos, para lotar um show.

O exemplo mais divulgado até o momento é o do cantor Zé Felipe, que em suas principais plataformas possui :

- TikTok: 11.9 milhões de seguidores e 90.5 Curtidas
- Instagram: 25.1 milhões de seguidores
- Youtube: 7.83 milhões de inscritos

Recentemente o cantor comemorou 60 milhões de seguidores somando todas as redes sociais que ele utiliza, possui 6 milhões de ouvintes mensais só no Spotify, seus hits mais recentes acumularam 2 bilhões visualizações, avaliando esses números se espera um grande fenômeno de vendas, suas músicas sempre estão entre as mais ouvidas nas playlists do Spotify, sempre se tornam trends no TikTok, mas o cantor não consegue vender ingressos, e já conta com vários shows cancelados pela falta de público.

Imagem 7: Cantor Zé Felipe

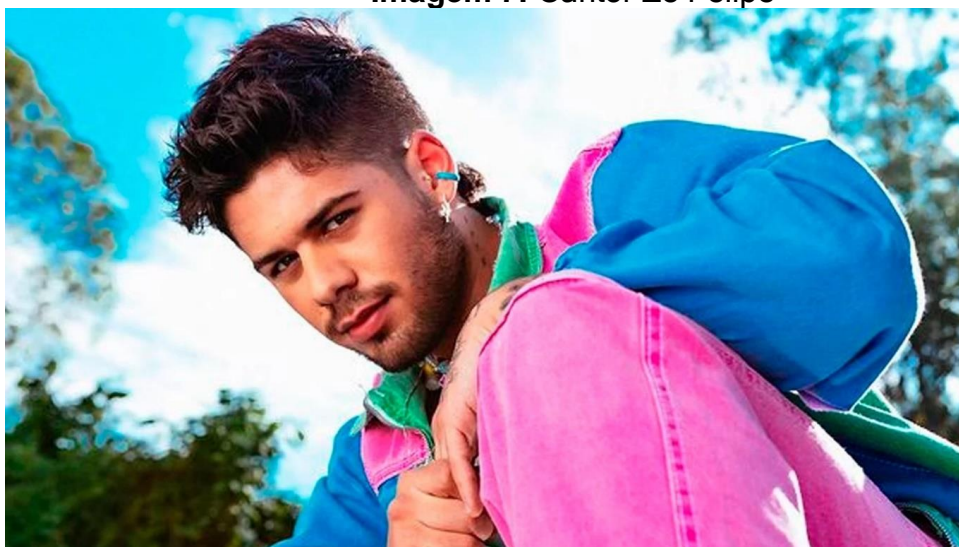


Foto: HashtagPop¹⁷

O aplicativo TikTok é utilizado por diversas faixas etárias, porém sem maior público é formado por jovens de 9 a 17 anos, esse levantamento foi feito pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), que faz pesquisas a respeito do uso de internet no Brasil.

Essa faixa etária de público ainda não podem por lei pelo Art. 149 do

¹⁷ Disponível em: <https://hashtagpop.com.br/noticias/empresario-de-ze-felipe-desabafa-apos-baixa-venda-de-ingressos-nao-enche-um-show/>

ECA (Estatuto da criança e do adolescente – Lei 8069/90) frequentarem ambientes após certo horário e que tenham venda de bebidas alcoólicas.

Desta forma o maior público do cantor ainda não frequenta os seus shows, o cantor é um fenômeno incontestável da internet porém fora dela ainda é uma possibilidade, que ainda não emplacou.

4.2 Análise dos Resultados

Analisando a carreira da cantora Marina Sena e a entrada do seu hit por supuesto no TikTok é possível compreender que o sucesso da cantora não foi obra de um acaso, a cantora se tornou um viral mas seu estilo único e voz peculiar fez com que tivesse destaque dos outros virais nacionais.

Marina além de todo o bônus que uma carreira de destaque pode trazer também foi duramente criticada pela sua técnica vocal, avaliando aquilo momentaneamente a possibilidade de ter sido terrível para a cantora é grande, porém avaliando a história da música é possível identificar que ser diferente no meio musical pode colocar o artista em evidência.

A cantora não é uma mulher padrão, não possui um corpo que comumente vemos em capas de revista, mas se destaca na sensualidade em seus shows, onde dança e mostra que se sente linda do jeito que é.

O TikTok é uma grande máquina de compartilhamento, seu alcance é monumental, levando em consideração que no ano de 2022 o TikTok ultrapassou o Facebook e se tornou o aplicativo mais baixado do mundo¹⁸.

18 Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/tiktok-app-mais-baixado-do-mundo/>

Imagem: Números de usuários do TikTok no Brasil



Fonte: Shopify¹⁹

Marina Sena teve uma série de fatores que colaboraram para seu sucesso e inegavelmente sua entrada no TikTok foi uma delas, ter se tornado uma trend e ter sua música compartilhada por muitos usuários de forma orgânica levou a artista ao reconhecimento que ela sempre sonhou, a artista conta com mais de 437 mil streams somente no Spotify²⁰ um número que antes da sua entrada no universo do TikTok era inimaginável.

Atualmente Marina vive o que sempre sonhou, vive da música e compartilha seu estrelato de forma única, sendo quem ela é, a cantora busca não reproduzir as receitas de sucesso, ela mantém suas raízes interioranas e carrega consigo o mesmo jeito da pessoa que saiu do interior de Minas para tentar a carreira na música.

Com isso, o questionamento feito no início deste estudo é retomado, podendo se afirmar que o aplicativo TikTok tem uma grande influência na música brasileira e no momento é o maior divulgador musical que temos, e que Marina Sena é um dos maiores exemplos dessa nova métrica de compartilhamento musical e comunicação em massa.

¹⁹ Disponível em: <https://www.shopify.com/br/blog/tiktok-brasil>

²⁰ Disponível em: <https://www.maisgoias.com.br/por-supuesto-de-marina-sena-e-uma-das-musicas-mais-ouvidas-no-brasil/>

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa se propôs, analisar a mudança como as pessoas consomem música e compartilham com as pessoas em sua volta, o TikTok é uma ferramenta poderosa e está em destaque não apenas musicalmente como destacado nesta pesquisa, mas também como uma plataforma de propaganda de vendas e isso coloca o aplicativo em um patamar que até o momento era de outras plataformas, que estão vendo seus anunciantes começarem a investir no novo aplicativo.

A cantora Marina Sena é um fenômeno musical, soube aproveitar a oportunidade que já buscava a anos e estava preparada para o momento, quando se tornou a artista mais ouvida do Brasil, a cantora não se colocou em uma posição de estrelato, se colocou em uma posição de que aquele era o início da sua carreira nacional e com muito trabalho, vem se tornando cada dia mais reconhecida nacionalmente.

6. REFERÊNCIAS

WALLITER, Carolina. **Estatísticas TikTok: quantos usuários usam a rede social no mundo?**. 14 dez. 2021. Disponível em: <https://www.shopify.com.br/blog/tiktok-brasil#:~:text=1.,de%2014%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o%20mundial>.

Acesso em: 24 maio 2022.

WE Are Social e HootSuite - **Digital 2021** [Resumo e Relatório Completo]. 3 maio 2021. Disponível em: <https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relat%C3%B3rio-completo>. Acesso em: 24 maio 2022.

ROSA, Gabriele. **A influência do TikTok nos Charts: Uma análise do desempenho da canção drivers license**. 10 dez. 2021. Disponível em: <http://repositorio.upf.br/handle/riupf/2129>. Acesso em: 24 maio 2022.

GEYSER, Werner. **The State of Influencer Marketing 2022: Benchmark Report**. 2 mar. 2022. Disponível em: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>. Acesso em: 24 maio 2022.

MÚSICA em fluxo: experiências de consumo musical em serviços de streaming. 19

out. 2014. Disponível em:

<https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/21202>. Acesso em: 24 maio 2022.

GUEDES, Thiago. **Hashtag para TikTok, melhores estratégias para o sucesso**. 29 jan. 2022. Disponível em: https://focalizando.com.br/hashtag-para-tik-tok?_wrapper_format=html. Acesso em: 24 maio 2022.

ESTUDO mostra que **TikTok é a plataforma que as pessoas buscam para “levantar o ânimo”** e um espaço de descoberta para novos produtos e

marcas. 5 ago. 2021. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/estudo-mostra-que-tiktok-e-a-plataforma-que-as-pessoas-buscam-para-levantar-o-animo>. Acesso em: 24 maio 2022.

HAENLEIN, Michael. Et al. ***Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & CO.*** California Management Review, 2020, v.3 (1), 5-25. Disponível em: <https://www.escp.eu/haenlein-michael> Acesso em 24 maio 2022.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** 2009.

Disponível em:

https://www.researchgate.net/profile/Raquel-Recuero/publication/259328435_Redес_Sociais_na_Internet/links/0c96052b036ed28f4d000000/Redes-Sociais-na-Internet.pdf. Acesso em: 24 maio 2022.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de Pesquisa em Comunicação:** projetos, ideias, práticas. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2018.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais:** projetos, ideias, práticas. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

CANALTECH. **Tudo sobre Spotify.** 2022. Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/spotify-ltd/>. Acesso em: 24 maio 2022.

TECMUNDO. **A história do Spotify e a revolução do streaming na música.** 2018. Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/spotify-ltd/>. Acesso em: 24 maio 2022.

MOSCHETTA, Pedro; VEIRA, Jorge. Música na era do streaming: curadoria e descoberta musical no Spotify. **A história do Spotify e a revolução do streaming na música.** p. 258-292, 20 set. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/ij/soc/a/5XZxPbPwL7VhPdhdLgbmzF/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 24 maio 2022.

MÚSICA na era do streaming: curadoria e descoberta musical no Spotify. *In:*

Entenda melhor o termo viralização: por que um conteúdo se torna viral?.

19 mar. 2014. Disponível em: [https://blog.penseavanti.com.br/entenda-melhor-o-termo-viralizacao-por-que-um-conteudo-se-torna-viral/#:~:text=Viraliza%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20um%20termo%20que,muitas%20vezes%20inesperada\)%20na%20web](https://blog.penseavanti.com.br/entenda-melhor-o-termo-viralizacao-por-que-um-conteudo-se-torna-viral/#:~:text=Viraliza%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20um%20termo%20que,muitas%20vezes%20inesperada)%20na%20web). Acesso em: 24 maio 2022.

COMO FUNCIONA o TikTok? Aprenda as principais funções do app. *In*: NUVEMSHOP. **Entenda melhor o termo viralização: por que um conteúdo se torna viral?.** 2022. Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/como-funciona-o-tiktok/>. Acesso em: 24 maio 2022.

O QUE é Machine Learning? Tecnologia permite 'adivinhar' o que você quer. *In*: TECHTUDO. **Entenda melhor o termo viralização: por que um conteúdo se torna viral?.** 2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/05/o-que-e-machine-learning-tecnologia-permite-adivinhar-o-que-voce-quer.ghtml>. Acesso em: 24 maio 2022.

SIMONETI, Julio. **Inteligência artificial para música e aprendizado.** 2020. Monografia (Graduação) - Mackenzie, [S. l.], 2021.

Disponível em:

<https://dspace.mackenzie.br/bitstream/handle/10899/27574/GABRIEL%20FERRAR%20O%20pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 24 maio 2022.

SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulus, 2005.

COMO FUNCIONA o algoritmo do TikTok? **Entenda como vídeos aparecem na FYP.** 12 abr. 2021. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2021/04/como-funciona-o-algoritmo-do-tiktok-entenda-como-videos-aparecem-na-fyp.ghtml>.

Acesso em: 25 maio 2022.

FERNANDES, Camila. **Quem é Marina Sena? Saiba tudo sobre a cantora mineira.** 20 nov. 2021. Disponível em: <https://www.lettras.mus.br/blog/quem-e-marina-sena/>. Acesso em: 25 maio 2022.

TIKTOK: A CAMINHO DE SER A MAIOR PLATAFORMA DE MÚSICA DO MUNDO?. [S. l.], 13 ago. 2021. Disponível em: <https://www.ubc.org.br/publicacoes/noticia/18743/tiktok-a-caminho-de-ser-a-maior-plataforma-de-musica-do-mundo>. Acesso em: 25 out. 2022.

RELEMBRANDO O ATOR E COMPOSITOR XISTO BAHIA. [S. l.], 6 ago. 2022. Disponível em: <https://www.marcelobonavides.com/2012/08/xisto-bahia-171-anos.html>. Acesso em: 25 out. 2022.

UMA BREVE história da música popular brasileira e sua relação com a Ditadura Militar. **Uma breve história da música popular brasileira e sua relação com a Ditadura Militar**, [S. l.], p. 1-16, 5 out. 2021.

AS MÚSICAS VEICULADAS PELAS MÍDIAS ENTRE JOVENS: Consumo, Tendências e Comportamentos. **Linha de pesquisa: Educação e Linguagem**, [S. l.], p. 1-272, 16 maio 2015.

MARINA Sena desponta como revelação do pop de 2021 com músicas sobre amor e 'voz agreste'. [S. l.], 13 set. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/09/13/marina-sena-desponta-como-revelacao-do-pop-de-2021-com-musicas-sobre-amor-e-voz-agreste.ghtml>. Acesso em: 25 out. 2022.