
A Aceleração das Músicas Pop na Era dos *Streamings*: uma análise de *charts* musicais de 1990 a 2022¹

Raissa Silva de OLIVEIRA²
Riverson RIOS³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Entre o fonógrafo, os discos, fitas cassetes, CDs, MP3 player e finalmente o *streaming*, cada atualização nos formatos de como ouvir música trouxe consigo uma revolução para a indústria musical. A forte presença dos *streamings* atualmente vem ligada ao avanço da internet e à plataformização da vida. Para a pesquisa, tomamos esse meio para entender a aceleração, especialmente dentro do pop. Foi realizada uma análise comparativa, para comprovar a hipótese proposta sobre a diminuição da duração das músicas pop, a partir de dados de uma das principais paradas musicais no mundo, a Billboard, com um escopo dos anos 1990 a 2022. Tendo sido identificado um padrão de mudança no consumo e na produção dos *hits* musicais, apontando para uma diminuição acentuada da duração das canções, ainda que não de maneira generalizada, acompanhando o ritmo acelerado das novas mídias sociais online.

PALAVRAS-CHAVE: música pop; Cibercultura; *streaming*;

1. INTRODUÇÃO

A música se relaciona diretamente com identidade (HALL, 1976; MONTEIRO, 2018; HESMONDHALGH, 2023). De acordo com David Hesmondhalgh *at al*:

A implicação da música para identidade cultural vai além dos versos ou declarações públicas dos artistas. Igualmente importante para questões de identidade e reconhecimento, se não importante, são as maneiras musicais distintas com as quais as experiências e valores de diferentes grupos são articulados em ritmos, texturas, harmonias e melodias (Gilroy 1993: 72-110; Frith 2007). A música tem sido, e continua a ser, uma forma vitalmente importante de expressão e identidade para quase todos os grupos sociais (2023, p. 5).⁴

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduada do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: raissa.rso34@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFC, e-mail: riverson@ufc.br

⁴ Tradução nossa: "The implications of music for cultural identity go far beyond lyrics or the public statements of artists. Just as important for questions of identity and recognition, if not more so, are the distinctive musical ways in which the experiences and values of different groups are articulated in rhythms, textures, harmonies and melodies (Gilroy 1993: 72-110; Frith 2007). Music has been, and remains, a vitally important form of expression and identity for nearly all social groups (Manuel 1988)." (HESMONDHALGH, 2023; p. 5)."

O processo identificatório é ainda mais forte em gêneros musicais ligados às subculturas, como o *punk*, o *emo* e mesmo o pop – aqui sendo entendido como um conceito amplo, que se relaciona a cultura pop e não somente à música pop, se fazendo essencial essa distinção.

O pop merece menção porque, apesar de ter se tornado uma ferramenta da indústria de massas (MONTEIRO, 2018; SOARES, 2015), seu surgimento foi em meio à quebra de regras, no período pós Segunda Guerra Mundial, em um contexto de rebeldia, junto aos movimentos *hippie* e *punk*. Ele é o início de uma expressão artística da esquerda autoritária da época (VELASCO, 2010), que, justamente pelo tamanho que alcançou, acabou sendo acoplado à indústria cultural de massas.

Tomamos o pop como peça central da pesquisa porque, segundo o pesquisador pernambucano Thiago Soares:

Pensar a música pop significa, antes de tudo, debater: indústrias, mercados e estéticas de produtos da música pop; matrizes históricas da música pop e da cultura do entretenimento; corpo, performance e sexualidade em espaços musicais; sociabilidade, lazer e entretenimento no tecido urbano; jornalismo cultural, crítica e valor; itinerários midiáticos e circulação de produtos culturais e as implicações da tecnologia na cultura do entretenimento. Situa-se, portanto, a música pop como foco possível para debater a comunicação e a cultura contemporâneas em dinâmicas globalizantes (2015, p.30).

Dentro do enorme campo de debates que o pop engloba, queremos entender sobre uma dinâmica mais recente, a da aceleração, analisando a diminuição no tempo de duração das músicas de sucesso atual.

Entendemos que as músicas podem ter comprimentos variados, os gêneros muitas vezes demarcam a duração média das músicas. Nas melodias clássicas é comum ver músicas que chegam a horas, seguindo a demanda das orquestras e concertos; e no rock clássico, bandas famosas como Pink Floyd têm canções de mais de dez minutos. Então por que o fenômeno das músicas pop curtas ocorre e chama tanta atenção?

Uma análise superficial aponta para a distinção de música erudita e popular. A primeira é feita para ser apreciada, deleitada por minutos a fio, enquanto a segunda é vista apenas como um produto de massas, produzido para ser rapidamente consumido e descartado (ADORNO, 1996).

Entendemos aqui os processos criativos e igualmente as imposições da indústria sobre seus produtos. No momento, as imposições, especialmente de aceleração, revelam

um processo típico da sociedade de atenção, ligado diretamente à digitalização da vida (SEGATA, 2022).

Na pesquisa aqui em questão, vamos tomar a análise comparativa que foi desenvolvida pela autora na sua monografia, fruto do trabalho de conclusão do curso de Jornalismo, para entender, por meio da comparação de dados, sobre a diminuição no tempo médio das músicas pop, em um escopo que vai de 1990 até 2022.

A partir dos dados dos *charts* ou paradas musicais, tomamos a Billboard, como principal representante da indústria. Foram selecionadas as dez músicas de maior sucesso do topo da parada anual da revista, a fim de comparar o tempo de duração de cada uma e entender se existe ou não uma aceleração na indústria, levada pelo avanço da vida online e dos *streamings*.

Nisso, a aceleração provou-se concreta, mesmo que não seja de forma generalizada. Existe um processo de diminuição do tempo médio das canções em curso, que reflete o domínio das redes sociais e da plataformização.

2. INDÚSTRIA MUSICAL E STREAMINGS

Dentro da Comunicação existe a tendência de sempre se questionar os novos meios midiáticos. Quando surge um novo meio, o antigo torna-se quase obsoleto e sua relevância começa a ser contestada. Foi o caso do filósofo grego Sócrates, que enxergava perigos na materialização do pensamento por meio da escrita⁵. O mesmo ocorreu com o surgimento da prensa de Gutenberg, que gerou desconfiança, já que trouxe a possibilidade de reproduzir em massa os escritos, antes feitos exclusivamente à mão, levando o custo dos livros a despencar.

A internet, como um dos mais recentes passos da evolução midiática, trouxe junto de si um nível de mudanças ao qual não estávamos acostumados como sociedade. Agora, com internet das coisas, *big data* e o modelo 24/7⁶ (CRARY, 2016), podemos ter acesso a uma produção infinita de conteúdo. É uma era de transformações massivas (SRNICEK, 2017), em que cada passo individual é transformado em informação, que logo vira mercadoria.

⁵ Disponível em <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/26436/34219-65105-1-PB.pdf>> Acesso em 20 de junho de 2023

⁶ Refere-se ao modelo maquínico de funcionamento interrompido e hiperconectado, que busca os limites da produtividade humana ligada às tecnologias digitais

Nesta sociedade do *big data*, encontramos “o agigantamento e desmesura crescente dos dados gerados, armazenados e disponibilizados pelos meios digitais no mundo contemporâneo” (SANTAELLA; KAUFMAN; 2021, p. 216). Um tsunami de informações que afeta o cotidiano de quem está inserido ou não no meio digital.

Ligado a isso, no estudo *Dinâmicas Aceleradas da Atenção Coletiva*⁷ (LORENZ-SPREEN, 2019), foi percebida uma diminuição na atenção dos indivíduos ao longo do tempo, demonstrado, entre outros fatores, pela redução do período em que um assunto se mantém em relevância, “por exemplo, pesquisadores da Universidade Técnica da Dinamarca apontaram que uma *hashtag* de 2013 se mantinha no topo por, em média, 17,5 horas, mas em 2016, uma *hashtag* só se mantinha no topo por cerca de 11,9 horas⁸”(DAVIS, 2021⁹).

A velocidade se alastra por diferentes eixos, como comprovados pelos estudos em questão. Mas no caso da pesquisa aqui desenvolvida, tomamos especificamente o pop para discutir a efemeridade e, conseqüentemente, a comunicação, como ponto de partida de tantos estudos e pesquisas possíveis, Focamos no seu encontro com essa mais recente ameaça sobre a música: os *streamings*.

Para conceituar esse processo, as plataformas de *streaming* são infraestruturas digitais que facilitam a interação online (SRNICEK, 2017), auxiliando na transmissão de dados em tempo real, especialmente usado no audiovisual atualmente. Compreendendo o que são os *streamings*, iremos também nos aprofundar nos meios ligados diretamente à música, para chegar conseguir contextualizar a aceleração dentro da indústria musical.

2.1 Formatos musicais

Previamente à era do *streaming*, o consumo de música individual era feito por mídias físicas, passando pelos LPs, fitas cassetes e CDs. É importante mencionar também a importância da rádio e TV para a circulação de músicas até hoje.

⁷ Tradução nossa: "*Accelerating Dynamics of Collective Attention*"

⁸ Tradução nossa: “For instance, researchers from the Technical University of Denmark pointed out that a 2013 hashtag on average stayed on top for 17.5 hours, but in 2016, a top hashtag only stayed for an average of 11.9 hours”.

⁹ Disponível em <<https://www.sciencetimes.com/articles/34138/20211025/tiktok-bad-brain-constant-social-media-streaming-narrows-collective-attention.htm>> Acesso em 22 de junho de 2023.

A migração dessas mídias físicas para o meio digital, especialmente com o surgimento do novo formato de compressão de áudio, o MP3, marcou a nova gama de possibilidades que ouvir músicas online permitiria. Segundo Tadeo Masís González, em *Capitalismo de plataformas, producción y consumo de música: el caso de Spotify*:

É importante destacar o caráter político do formato MP3. Winner (2008) pontua que a tecnologia pode ter propriedades políticas de duas formas. A primeira é em termos do que a disposição dos desenhos da tecnologia traz consigo. A segunda ocorre quando uma determinada tecnologia está intimamente relacionada a um modo de organização política em particular (por exemplo, uma tecnologia que só é viável na medida que seja gerida de forma restrita e hierárquica). Deste modo, poderia colocar que o mp3 corresponde a primeira forma: é uma tecnologia que em seu desenho facilita o intercambio e o armazenamento de informações, o que permite catalogá-la como uma tecnologia de disposições democráticas (2022).

A partir da passagem para o digital, surgiu a oportunidade para, em 2006, na Suécia, Daniel Ek e Martin Lorentzon fundarem o Spotify, a fim de distribuir um serviço gratuito de música. O seu lucro viria através de publicidade e da venda do domínio da obra pelos artistas (GONZÁLEZ, 2022). O lançamento oficial veio em 2008 e não foi marcado por muito ganho financeiro. “Apesar dos contratemplos, surge o consenso de que o Spotify foi a solução da indústria de música frente a crise originada pelo compartilhamento *peer to peer*¹⁰ entre usuários da internet¹¹.” (2022; p. 50)

As plataformas, como o Spotify, assim, funcionam não como um novo elemento, mas como um acréscimo para o processo de distribuição no meio online, entrando como um intermediário entre os produtores e consumidores, em uma época onde a pirataria e o uso livre estavam cada vez mais ganhando espaço. Assim, elas servem como novo modo de acesso para consumir música, marcando uma nova gama de possibilidades que estão mais próximas do controle do mercado fonográfico.

2.2 A cultura pop e o *streaming*

Segundo dados do IFPI, a Federação Internacional da Indústria Fonográfica¹², os dez países com maior mercado musical atualmente são, em ordem: Estados Unidos, Japão, Reino Unido, Alemanha, China, França, Coreia do Sul, Canadá, Brasil e

¹⁰ Modelo de compartilhamento de serviços ou dados entre usuários, sem necessidade de uma plataforma ou empresa que tenha domínio do bem. É amplamente usado para pirataria online de filmes, músicas, livros e etc.

¹¹ Tradução nossa: “A pesar de estos contratiempos, surge el consenso que Spotify fue la solución de la industria de la música frente a la crisis originada por los intercambios *peer to peer* entre usuarios de Internet.” (GONZÁLEZ, 2022)

¹² Tradução nossa: International Federation of the Phonographic Industry

Austrália. Os montantes de cada país cresceu entre 2021 e 2022, especialmente puxados pelo aumento no *streaming*.

Apesar das vendas físicas e direitos autorais ainda representarem valores relevantes, somando juntos de 29% dos ganhos totais dentro da indústria, os ganhos do *streaming* sozinho representam 67% da receita total, crescimento que vem disparando desde 2011, sem parar.

Não é diferente entre as músicas pop, que fazem sucesso dentro das novas imposições do mercado. De acordo com Monteiro sobre a música pop:

Sua elaboração baseia-se em padrões pensados previamente de acordo com dados sobre a experiência de percepção do público, ou seja, obtidos por produtores, artistas e gravadoras da forma com a qual o público melhor interaja (na visão da indústria). Isso se reflete na estrutura das canções: o tempo de duração, a composição que se baseia principalmente em estrofes, versos e pontes, o número de acordes, os gêneros abordados (a música pop bebe de diversas fontes musicais, visto que procura se adaptar à recepção do público nos mais distintos contextos socioculturais) e a própria estrutura de divulgação (lançamentos de singles, ensaios fotográficos, videoclipes, performances ao vivo etc). (2018, p.79)

Isto é, a indústria musical puxa o pop – em especial devido ao seu caráter altamente mercadológico – a encaixar-se em padrões impostos pelas grandes gravadoras que dominam o mercado fonográfico. Tem sido comum um processo de algoritmização do processo musical, que gera uma constante necessidade de inovação.

No momento, a nova pedida é o TikTok (GENUINO, 2022), assim como já foram as especificidades dos discos, dos CDs e tantas outras possibilidades que ainda podem vir a surgir.

É possível até ir além, e classificar que até mesmo o público, tem tido de se adaptar às novas demandas, que, no contexto da internet, surgem e são aplicadas sem nenhum tempo para adaptação.

Se já existe uma dificuldade de concentração generalizada¹³ e não nos apegamos ao sucesso dos artistas tanto quanto antes, cabe a quem produz tentar se encaixar nessa lógica e produzir músicas que caibam nesse novo ritmo. Logo, que sejam curtas, viciantes e agitadas.

A seguir, entenderemos os pormenores desse processo de aceleração, confirmando se realmente existe essa aplicação na música, entre as décadas de 1990 e 2020.

¹³Disponível em <<https://www.sciencetimes.com/articles/34138/20211025/tiktok-bad-brain-constant-social-media-streaming-narrows-collective-attention.htm>> Acesso em 15 de junho de 2023.

3. ANÁLISE DE DADOS

No Brasil, a tradução do consumo musical em *charts* ainda é bem limitada, se comparada ao cenário dos Estados Unidos e Europa, por exemplo. A indústria no país começou a ser analisada oficialmente apenas em 2009, com a Crowley Broadcast Analysis¹⁴, seguindo o lançamento da revista Billboard Brasil. A empresa por trás do *chart* faz o monitoramento de rádios, desde 1997, com um raio de 800 rádios analisadas, em 14 cidades brasileiras.

A principal e mais importante parada musical para a pesquisa é o Billboard Charts¹⁵, uma das paradas musicais mais conhecidas e relevantes para o público mundial. Originado da revista semanal que existe desde o final do século XIX, ela inicialmente era voltada para anúncios e publicidade, tendo se especializado no mercado fonográfico apenas em torno de 1940¹⁶.

Na música, a parada reúne dados da década de 1950 para frente, com informações sobre canções, álbuns e artistas mais ouvidos no mercado estadunidense. Somente a partir do final de 2020, foram introduzidas as paradas Global 200 e Global Excl. US, na qual a primeira mede as reproduções e as vendas por *downloads* por todo o mundo e a segunda mede os dados do mercado mundial, retirando os Estados Unidos. Ainda sobre a revista, a publicitária Lianna Genuino especifica:

Para compor o ranking *Hot 100* e *Year-End*, a revista leva em consideração atividades de *streaming*, *airplay* (rádio) e vendas. No *Year-End*, a Billboard rememora, dentro de um período de um ano, de novembro a novembro, e incorpora as cem músicas com mais longevidade na *Hot 100*, dentro do intervalo de tempo estabelecido. (2022, p.59)

Para conseguir ter um cenário geral, foi escolhido justamente o *Billboard Year-End Hot 100 songs*, entre os anos de 1990 a 2020. Os dados reúnem informações até o ano de 2022, com a última lista disponibilizada pela companhia. Porém, para a análise, vamos valer das décadas já fechadas de 1990, 2000 e 2010, para manter uma quantidade justa de dados disponíveis para comparação. Os anos de 2020, 2021 e 2022 entrarão como referência para as mudanças mais recentes, a título de comparação.

¹⁴Disponível em <<https://charts.crowley.com.br/>>. Acesso em 5 de junho de 2023.

¹⁵Disponível em <<https://www.billboard.com/charts/>> Acesso em 9 de junho de 2023.

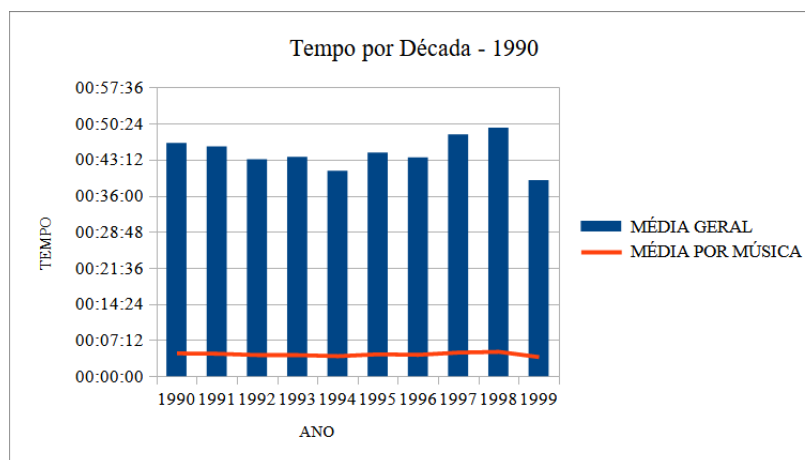
¹⁶Disponível em <<https://www.canallifetime.com.br/saude/historia-da-billboard>> Acesso em 20 de junho de 2023.

Entre as 100 músicas disponibilizadas no *chart Year-End*, escolhemos as dez primeiras. Os dados foram obtidos manualmente, consultando a revista ano a ano, a partir de um banco de dados online¹⁷, já que o site deles apresentou instabilidade ao se fazer a consulta retrocedendo para antes de 2010. Também porque a revista traz informações mais completas sobre o nome da canção, artista e gravadora especificados, com base nas classificações do período de lançamento.

O tempo de cada canção foi consultado separadamente por meio do Spotify, onde todas as canções estão disponibilizadas atualmente. Assim como o gênero foi consultado manualmente, mas não entrou na análise principal, tanto por entender que gênero musical é um conceito muito amplo e uma mesma música pode se encaixar em diferentes classificações, como porque a pesquisa busca focar no pop, para entender a aceleração das músicas, em uma abrangência maior para o termo tanto como gênero, quanto como fenômeno cultural.

3.1 Anos 1990

Gráfico 1 – Variação do tempo médio das músicas dos anos 1990



Fonte: Elaboração pela autora

O tempo médio das músicas analisadas da década de 1990 se manteve relativamente estável, sem apresentar um crescimento ou decréscimo alarmante (Gráfico 1). Mas o que pode ser percebido, é que o tempo diminuiu mais de 30 segundos ao longo da primeira metade da década, para depois voltar a subir por três anos diferentes e decair em mais de um minuto no último ano.

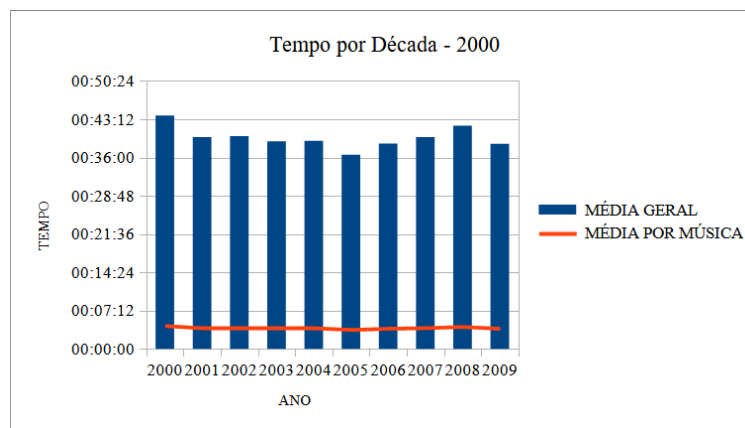
¹⁷ Disponível em <<https://worldradiohistory.com/Archive-All-Music/Billboard-Magazine.htm>>. Acesso em de 2 junho de 2023.

Os anos de menores médias, inclusive, são os quais é mais perceptível a presença do pop. É o caso de 1994, com três músicas do grupo sueco de pop, Ace of Base, entre as dez analisadas, e a recorrência de artistas clássicas do meio, ao longo de 1999, com de canções de Cher, Whitney Houston, Britney Spears e Christina Aguilera, o que resultou na única média de menos de quatro minutos, com 00:03:55.

No geral, houve um declínio da duração entre o início e final do decênio, mas não de forma contínua. Soma-se uma diminuição de 00:01:16 no tempo médio entre 1990 e 1999. Mas a falta de constância corrobora para não representar, ainda, uma mudança efetiva.

3.2 Anos 2000

Gráfico 2 – Variação do tempo médio das músicas dos anos 2000



Fonte: Elaboração pela autora

Os Y2K¹⁸ foram marcados pelo início da influência da internet na indústria musical, em um processo multimídia, em que o modelo *peer to peer* (P2P) e o *streaming* começaram a influenciar no consumo da música. Talvez por isso é possível perceber uma alteração na média de duração das canções ao longos dos anos 2000, mas ainda sem apresentar uma queda contínua (Gráfico 2).

A década abriu com uma média de quase quatro minutos e meio e fechou com pouco menos de quatro minutos, obtendo o menor tempo em 2005. O pop cresceu gradativamente sua presença com o passar do tempo, aparecendo em todos os anos analisados. Em 2005, por exemplo, aparece cinco vezes, mesmo que coexistindo com

¹⁸Maneira informal de se referenciar à década de 2000 (Year 2000 ou Ano 2000 em tradução).

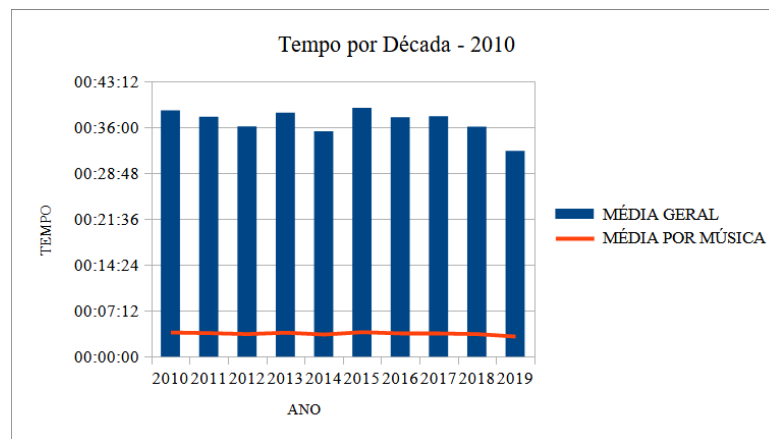
outros gêneros comuns da época, como o *R&B* de Ciara, o *rap* de Kanye West (ou Ye) e 50 Cent e até o *emo* de Green Day.

Quanto as durações, fica mais escassa a presença de canções com mais de cinco minutos. Nesse período só aparece duas vezes essa característica, ao passo que 1990 trouxe vinte músicas com mais de cinco minutos e, ainda, uma com mais de seis – (*Everything I Do*) *I Do It For You*, de Bryan Adams.

É forte a presença de músicas entre três e quatro minutos, reforçando uma mudança no tempo das canções presentes, apesar de a média não refletir grandes alterações. As mudanças do tempo dessa vez aparecem na média geral, como visto no gráfico da década, que traz uma inconsistência bem maior na duração das músicas. Contudo, o maior destaque está analisando música a música, onde é perceptível uma modificação do tempo de cada – que não se traduz na média geral de igual maneira, pois coexistem durações extensas com duração mais curtas, o que equilibra a média.

3.3 Anos 2010

Gráfico 3 – Variação do tempo médio das músicas dos anos 2010



Fonte: Elaboração pela autora

As plataformas definiram a música dos anos de 2010. O *streaming* do Spotify, iTunes e Youtube Music, consolidaram a internet como principal meio de consumir música. O número de usuários no Spotify passa dos 200 milhões pelo final do decênio¹⁹, frente ao menos de 1 milhão presentes no começo do período. A globalização também foi um fator presente na indústria, mesmo que a passos lentos.

¹⁹Disponível em <<https://tecnoblog.net/noticias/2022/10/25/spotify-aumenta-numero-de-assinantes-mas-registra-prejuizo-milionario/>> Acesso em 18 de junho de 2023.

Quanto ao tempo das canções, mesmo que mais artistas apareçam em uma só música, com a tendência dos *featuring* ou *feat*, – as parcerias entre artistas para criação musical – o tempo diminuiu. Especialmente, na segunda metade da década, quando começou a haver uma queda quase constante no tempo médio das músicas (Gráfico 3).

Os anos de 2010 abrem com exatamente a mesma média do ano anterior, em 00:03:52, mas fecha com 38 segundos a menos, atingindo 00:03:14 em 2019, o menor tempo registrado.

Para além das médias gerais, o tempo de cada canção passou por alterações. Ao longo de 2010, começaram a aparecer com maior recorrência músicas entre dois e três minutos, apesar da maior média estar nos três minutos, que ocorre 63 vezes. Já as opções com mais de cinco minutos aparecem apenas duas vezes, mantendo a mesma média do decênio passado.

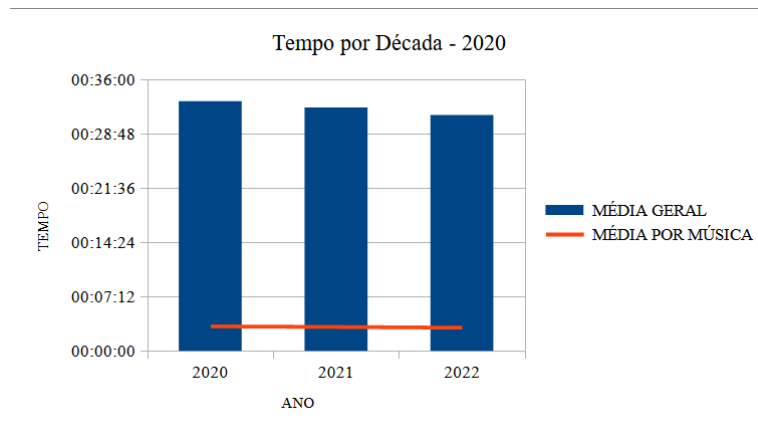
O ano final da década apresenta a menor média de tempo e alta recorrência do pop, com seis aparições, mas dessa vez, contudo, a classificação é mais complexa. Os pop agora se mistura a outros ritmos, como com o *country*, *EDM*, *indie* e *dance*, além de ainda coexistir com o *hip hop*, *rap* e *R&B*, mesma recorrência de gêneros comuns às décadas anteriores.

Isso demonstra as mudanças que ocorreram ao longo das décadas analisadas. Definitivamente existiu uma diminuição do tempo das músicas do escopo. Não é uma queda constante, mas que está presente, especialmente se olharmos entre o ano de 1990 e de 2019, quando a média passa de 00:04:39 para 00:03:14, uma diminuição de 00:01:25 ao longo de 29 anos.

3.4 Análise dos Resultados

Todo o analisado culmina no cenário de hoje, que cabe ser mencionado. A década atual ainda não chegou ao fim, logo não pode ser colocada no mesmo pé de comparação, mas é inevitável falar das mudanças presentes na música nos últimos três anos.

Gráfico 4 – Variação do tempo médio das músicas dos anos 2020



Fonte: Elaboração pela autora

Apesar de que no ano de 2020 tenha ocorrido um curto crescimento na média das canções, o ano seguinte já trouxe uma decaída, reforçada pelo último ano do qual temos dados a respeito, 2022 (Gráfico 4).

Nesses três anos não existe nenhuma música com mais de cinco minutos, apenas duas com mais de quatro, frente a vinte canções com mais de três minutos e oito com apenas dois – valor já quase igual ao encontrado em toda a década de 2010.

Esses dados apontam para uma diminuição contínua ao longo do período atual, de forma mais perceptível do que nos anos anteriores analisados. Essa queda é levada pela rápida plataformização da vida, que só se agravou em meio à pandemia, com fortalecimento de redes sociais, como o TikTok e da vida constante online.

TABELA 1 – Relação da média das músicas por década

MÉDIA POR DÉCADA		
ANO	MÉDIA GERAL	MÉDIA POR MÚSICA
1990	00:44:33	00:04:28
2000	00:39:44	00:03:59
2010	00:36:56	00:03:42
2020	00:32:15	00:03:14

Fonte: Elaboração pela autora

A diminuição de mais de um minuto no tempo médio entre o início e o fim dos dados analisados (Tabela 1) corrobora com a hipótese aqui presente. Existe um processo de diminuição do tempo médio das canções em curso, que reflete o domínio das redes sociais e da plataformização.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A duração média das músicas diminuiu com o passar das décadas. Isso reflete diretamente a ideia da sociedade da atenção colocada por Hubert Gauvin (2017), que justifica a aceleração do consumo de música, uma vez que se tem tanto para focar, que uma só canção precisa lutar para se destacar entre o mar de milhões presentes em uma só plataforma.

Para ganhar essa batalha, elas diminuem de tamanho para se encaixar na rotina acelerada do novo consumidor e mudam seu formato para captar a atenção o mais cedo possível (2017) – e também para caber nos novos moldes da internet e das redes sociais, que pedem cada vez mais por durações instantâneas, como é no TikTok, com vídeos limitados inicialmente à 15 segundos.

De acordo com as pesquisas do autor, os resultados apontaram para mudanças que não se refletem apenas no consumo, mas também no modo de produzir músicas. O mesmo se comprovou nas pesquisas de Lianna Genuino (2022), que demonstraram a força do TikTok na indústria musical, tal como se reflete nos anos 2020, período da pandemia. Ela diz:

Ao tornar-se a plataforma mais baixada de 2021 e aliado à sua composição – software cultural – (MANOVICH, 2013 apud FISCHER; PALMA, 2022), de acordo com Silva Júnior (2021), o TikTok passou a funcionar como uma biblioteca para a descoberta de novas músicas, sejam elas lançadas no tempo presente ou resgatadas através do tempo e da plataformização. Localiza-se, assim, o TikTok como mais um intermediário entre usuários, artistas e suas gravadoras (SILVA JÚNIOR, 2021, p. 6). [...] o trajeto viral de uma música, nova ou antiga, perpassa o seguinte caminho: lançamento de uma *trend*; outros usuários a reproduzem; como TikTok limita o tempo dos vídeos, as músicas não são reproduzidas integralmente, então, ela é buscada nas plataformas de *streaming* e começa a despontar; por fim, atinge os *charts* musicais (2022, p. 49).

A força do TikTok logo abriu margens para um novo processo de produção musical, que refletem na aceleração das músicas, pelo curto tempo permitido pela plataforma. Essa aceleração não é gerada exclusivamente pela rede social, mas aumentou o processo que já vinha ocorrendo junto a consolidação da internet nos últimos anos.

As mudanças no modo de produzir refletem-se, ainda, nos gêneros musicais, cujas fronteiras ficaram cada vez mais embaçadas. O pop é recorrente nos anos de

menor média, mas da mesma maneira, o *rap*, *hip hop* e *R&B* estão igualmente presentes por todo o escopo, sendo os gêneros que mais se destacam.

O pop se molda na demanda do mercado por instantaneidade e adaptação, tornando-se cada mais sinônimo de uma música veloz e efêmera.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição**. In: Os Pensadores – Theodor W. Adorno. Textos Escolhidos. Tradução de Luiz João Baraúna, revista por João Marcos Coelho. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

CRARY, Jonathan. **24/7 Capitalismo Tardio e o fim do sono**. Tradução Joaquim Toledo Jr. São Paulo: Ubu Editora, 2016.

DAVIS, Margaret. **TikTok is Bad for Your Brain: constant social media streaming narrows collective attention span, adversely affects mental health**. The Science Times, 2021. Disponível em <<https://www.sciencetimes.com/articles/34138/20211025/tiktok-bad-brain-constant-social-media-streaming-narrows-collective-attention.htm>> Acesso em 22 de junho de 2023.

GAUVIN, Hubert Léveillé. **Drawing listener attention in popular music: Testing five musical features arising from the theory of attention economy**. Musicae Scientiae. 1–14. USA: Ohio State University 2017. DOI: <https://doi.org/10.1177/1029864917698010> Acesso em: 11 abr. 2023.

GENUINO, Lianna Karla de Oliveira. **Efeito TikTok: o impacto da plataforma na indústria musical**. Trabalho de Conclusão de Curso (Publicidade e Propaganda) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2022. URI: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/48119>

GONZÁLEZ, Tadeo Masís. **Capitalismo de plataformas, producción y consumo de música: el caso de Spotify**. Universidad de Costa Rica: Escenas, Volumen 81, Número 2; 2022. DOI: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/escena/article/view/49478>

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: D P&A, 1999.

HALL, Stuart. JEFFERSON, Tony (eds.). **Resistance through rituals. Youth subcultures in post-war-Britain**. London: Hutchinson; Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies, 1976.

HESMONDHALGH, David. VALVERDE, Raquel Campos. KAYE, Bondy Valdovinos. LI, Zhongwei. **The Impact of Algorithmically Drive Recommendation Systems on Music Consumption and Production: a literature review**. All of the School of Media and Communication. UK: University of Leeds, 2023.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e pós-moderno**. Tradução: Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001.

LORENZ-SPREEN, P., MØNSTED, B.M., HOVEL, P. *et al.* **Accelerating dynamics of collective attention.** *Nat Commun* 10, 1759, 2019. <https://doi.org/10.1038/s41467-019-09311-w>

MONTEIRO, Gabriel Holanda. **Born to Vogue: uma análise sobre a identidade gay e a música pop em Madonna e Lady Gaga.** UFC: Fortaleza, 2018.

SANTAELLA, Lúcia; KAUFMAN, Dora. **Os dados estão nos engolindo?** *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, v. 21, n. 2, p. 214-223, 24 ago. 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.15448/1984-7289.2021.2.39640>>. Acessado em 28 de abril de 2022.

SEGATA, Jean; RIFIOTIS, T. **Digitalização e dataficação da vida.** *Civitas: Revista De Ciências Sociais*, v. 21, n. 2, 186-192, 2021. Disponível em: < <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2021.2.40987>>. Acessado em 27 de setembro de 2022.

SIMMEL, Georg. **‘On the Concept of the Tragedy of Culture’, in *The Conflict in Modern Culture and Other Essays*.** Nova York, Teachers College Press, 1968.

SRNICEK, Nick. **Platform Capitalism.** Londres: Polity Press, 2017.

SOARES, Thiago. **Percursos para estudos sobre música pop.** In: Simone Pereira de Sá, Rodrigo Carreiro, Rogerio Ferraz (Org) *Cultura pop*. 1. Ed. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. pp. 19-33.

VELASCO, Tiago. **Pop: em busca de um conceito.** Santa Maria: UFSM - Animus, 2010.