



Universo musical

Dave, Jooj, Oli e Raquel, respectivamente, vivem, hoje, de seus trabalhos no TikTok

O TikTok, para além de tudo que tem causado, revolucionou o consumo de música e entretenimento ao transformar músicas e vídeos curtos em ferramentas de viralização instantânea. De acordo com Paulo Almeida, doutor em comunicação pela UnB, com mestrado e pós-graduação em mídias digitais, a plataforma se conecta diretamente ao estilo de vida de seus usuários, principalmente da geração Z, que busca conteúdos rápidos e impactantes.

“Por exemplo, músicas que acompanham tendências de dança, como *Flowers*, de Miley Cyrus, tornam-se fenômenos em questão de horas, motivando milhões de recriações. Esse impacto é ainda maior porque o TikTok não só promove, mas também integra música e entretenimento, criando uma experiência imersiva. Vale lembrar que tudo pode ser editado diretamente na plataforma, incentivando a criação de produções transmídia e promovendo a convergência cultural”, afirma.

Mas, um ponto é primordial nesse debate: a minutagem dos áudios é muito curta. Em comparação aos singles tradicionais disponibilizados em um passado não tão distante, tais músicas car-

regam esta prerrogativa: é necessário ser pouco para se tornar muito. Na avaliação de Paulo, as faixas que vêm do TikTok refletem o comportamento multitarefa e a busca por gratificação instantânea do público, especialmente a geração Z.

Do TikTok para o Spotify

Esses jovens, como descreve o especialista, preferem conteúdos rápidos que possam ser consumidos sem comprometer longos períodos de atenção. “Além disso, músicas com refrões cativantes e de fácil memorização são ideais para vídeos de 15 a 60 segundos, o formato predominante do TikTok. Eles usam trechos pequenos, com muitas repetições e ajudam a fixar na memória do público. Essa conexão emocional e instantânea com as músicas faz com que elas se tornem trilhas sonoras de momentos cotidianos, reforçando seu apelo”, explica.

Muito além do sucesso no app vizinho, as músicas, muitas delas, furam a bolha. Acredite, elas podem chegar até mesmo ao Top 50 das mais ouvidas no Spotify. Com a ajuda de grandes

influenciadores das redes sociais, criando conteúdo e danças para vídeos, os áudios ganham proporções nacionais. Um desses tantos casos é o da influenciadora Virginia Fonseca. Com mais de 50 milhões de seguidores no Instagram, ela sempre ajuda a emplacar os singles do marido, Zé Felipe.

A última e mais famosa, que tem bombado Brasil a fora, é a faixa *Oh garota, eu quero você só pra mim*, que conta com quase 49 milhões de streams no Spotify. “O TikTok impulsiona músicas ao oferecer um ciclo de visibilidade integrado: primeiro, uma música se torna trilha sonora de um desafio ou coreografia na plataforma. A partir daí, o algoritmo expõe esse conteúdo a milhões de usuários, que replicam o padrão. Esse engajamento no TikTok gera curiosidade e promove buscas em plataformas, como Spotify ou YouTube.

Recentemente, a música *DTMF*, do cantor Bad Bunny, tornou-se a mais ouvida do mundo no Spotify após ser viral no TikTok. Segundo Paulo, a influência da rede é tão significativa que muitas gravadoras agora priorizam o TikTok em suas estratégias de lançamento. A plataforma não apenas segue tendências musicais, mas também