

YOUTUBE

O mundo do YouTube para além do YouTube

VIBES

MÚSICA AO INFINITO



EDIÇÃO 8

Apresentação do artista Manoel Gomes Caneta Azul, Ceará, Brasil, 2023.

FORMAS
EXPONENCIAIS DE
CONSUMIR MÚSICA



QUAIS OS LIMITES DA MÚSICA?

Em um tempo de excesso de conteúdos, experiências musicais são jornadas de alívio, descompressão, descoberta e até de concentração. Desde que dê para ir muito além do áudio, claro. Afinal, tudo que queremos é prolongar essas sensações.

Videoclipes, shows, covers, resenhas, curiosidades, tutoriais, coreografias, paródias e remixes são formas de ampliar e transbordar os limites da música. Formatos esses que expandem também o protagonismo da obra, dando aos fãs a oportunidade de ser (quase) tão importante quanto o artista. No fim das contas, se uma das premissas da [cultura da convergência](#) é a autonomia do usuário, quem tem tempo para experiências de entretenimento passivo?



Vejo o YouTube não só como uma plataforma de streaming de música, mas como uma comunidade onde você pode trocar ideias, tirar dúvidas, interagir com os criadores de conteúdo e com toda a comunidade ali presente. Enquanto nos outros apps de música você só consegue consumir o fonograma postado por uma agregadora ou um selo, qualquer pessoa pode subir um conteúdo musical no YouTube, o que o torna muito mais diverso e ilimitado, com inimagináveis tipos de conteúdos.

 – Homem, 30 anos, PA.

No Brasil, 73% dos entrevistados acreditam que o YouTube permite explorar conteúdos relacionados à música que não teriam acesso de outra forma. O mesmo vale para 66% dos chilenos e 72% dos mexicanos.

Se aprendemos algo com a juventude atual é que experiências interativas e sociais com o conteúdo são muito mais engajadoras — algo que os serviços de streaming em geral não necessariamente oferecem ao usuário. Nesse contexto, é fundamental tratar a música não como um fim em si, mas um universo de criação e socialização; fomentar *creators* que ultrapassam as fronteiras da criação, análise, produção e distribuição da música. Pensando nesse empoderamento do usuário, em setembro de 2022, o YouTube fez uma contribuição de receita de US\$ 6 bilhões para a indústria da música, com **30% provenientes de conteúdo gerado pelo usuário**.

62% dos argentinos afirmam que o YouTube é a melhor plataforma para *creators* de música. 72% dos brasileiros e 65% dos peruanos têm a mesma opinião.



O YouTube é uma plataforma ampla, onde você pode ter acesso a inúmeros conteúdos. Você pode ter acesso gratuito a aulas, podcasts com entrevistas sobre mercado musical, aulas de instrumentos, dicas de softwares para produção musical. Ao estudar para carreira de DJ, por exemplo, encontrei vários conteúdos no YouTube, como o equipamento que devo comprar, marcas, vantagens x desvantagens, vídeo aulas super completas e etc. O YouTube é uma plataforma completa para a ampliação e a democratização musical.

 — Mulher, 32 anos, BA.



Foi-se o tempo em que o sucesso de uma canção era medido pelo número de cópias vendidas. Hoje, em vez de discos de ouro ou de platina, o êxito de uma produção pode ser calculado pelas visualizações. Lançada em janeiro de 2023, por exemplo, "[Bzrp Music Sessions vol. 53](#)", de Shakira e do DJ Bizarrap, alcançou mais de 450 milhões de views em pouco mais de dois meses. O hit gravado no pequeno quarto-estúdio do DJ argentino – que acumula mais de 6,9 bilhões de visualizações em seu canal – mostra que o consumo de música na plataforma está cada vez mais exponencial.

Mas o que explica um alcance tão grande? Um motivo é o cruzamento entre mídias sociais e plataformas de streaming, que alimenta diretamente a descoberta musical – e o crescimento do fandom. É uma via de mão-dupla, que empodera a comunidade de fãs enquanto valoriza ainda mais os artistas. O algoritmo potencializa esses fluxos, estendendo a longevidade de um hit. No YouTube, todos esses elementos e experiências se amplificam – como um multiverso musical.



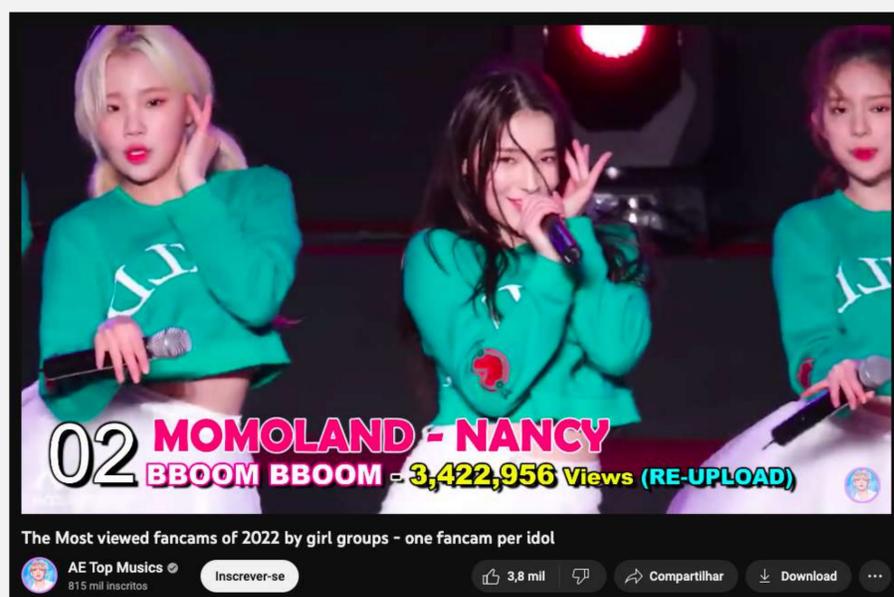
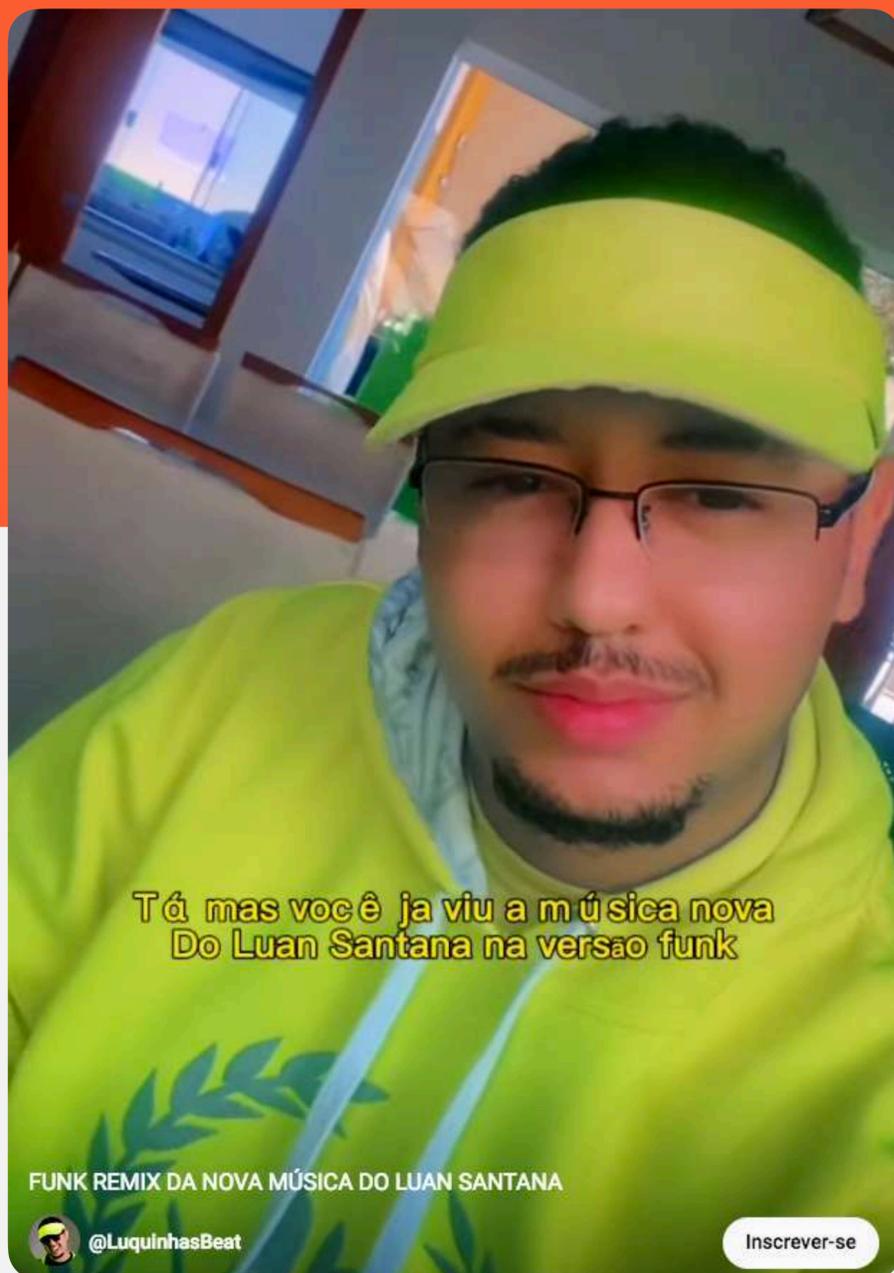
Música ao Infinito é sobre fomentar as possibilidades da música através da livre circulação de conteúdos gerados pelo usuário (UGC). E, quando criadores e comunidades de fãs se apropriam da música, indo além dos artistas e gravadoras, todo o ecossistema cresce.

1 DESCENTRALIZAÇÃO MUSICAL

A POTÊNCIA DA MÚSICA RESIDE EM SUA COMUNIDADE

Na era da música social, os fãs passam de espectadores a *creators*. Dessa forma, vão influenciando uma verdadeira transformação da música, das composições aos videoclipes. Enquanto na década de 1980 víamos o talento emergir da própria indústria, num clássico top-down que ia dos executivos das gravadoras aos ouvintes; a década de 2020 virou essa lógica de ponta-cabeça, com os fãs conduzindo a tomada de decisões.

Um bom exemplo da **descentralização musical** é como o K-pop vem incorporando a linguagem das fancams – vídeos filmados e editados por fãs com foco em membros individuais do grupo. Com potencial de bilhões de visualizações, muitas gravadoras e artistas incorporam esses registros amadores tão entusiasmados como parte do seu conteúdo oficial.



VIBE #1: DESCENTRALIZAÇÃO MUSICAL

A possibilidade do fã deixar de ser apenas fã e ter uma participação ativa é algo que gera muito engajamento. Pô, fãs e artistas são seres humanos iguais, ambos querem aparecer e ter seu sucesso. Essa prática pode quebrar também essa verticalidade artista/fã e mover muito mais!

— Homem, 33 anos, SP.



Se todo fã passa a ser um *creator* potencial, é natural que também queiram um pouco do brilho. Nessa dinâmica, sempre que uma música se torna um grande sucesso, uma onda de covers segue quase imediatamente. Mas não se trata mais de apenas *repetir* a obra original, mas também *responder* à música — um formato que tem gerado hits-resposta, como se o Pedrinho respondesse ao som “**Acorda Pedrinho**”, do **Jovem Dionísio**, e o personagem Bruno Madrigal se defendesse da música “**Não falamos do Bruno**”, do filme **Encanto**. Esse movimento faz com que o cover não seja “apenas” uma homenagem, mas sim um convite ao diálogo, mudando o ponto de vista da narrativa e provocando novas interpretações para uma música.

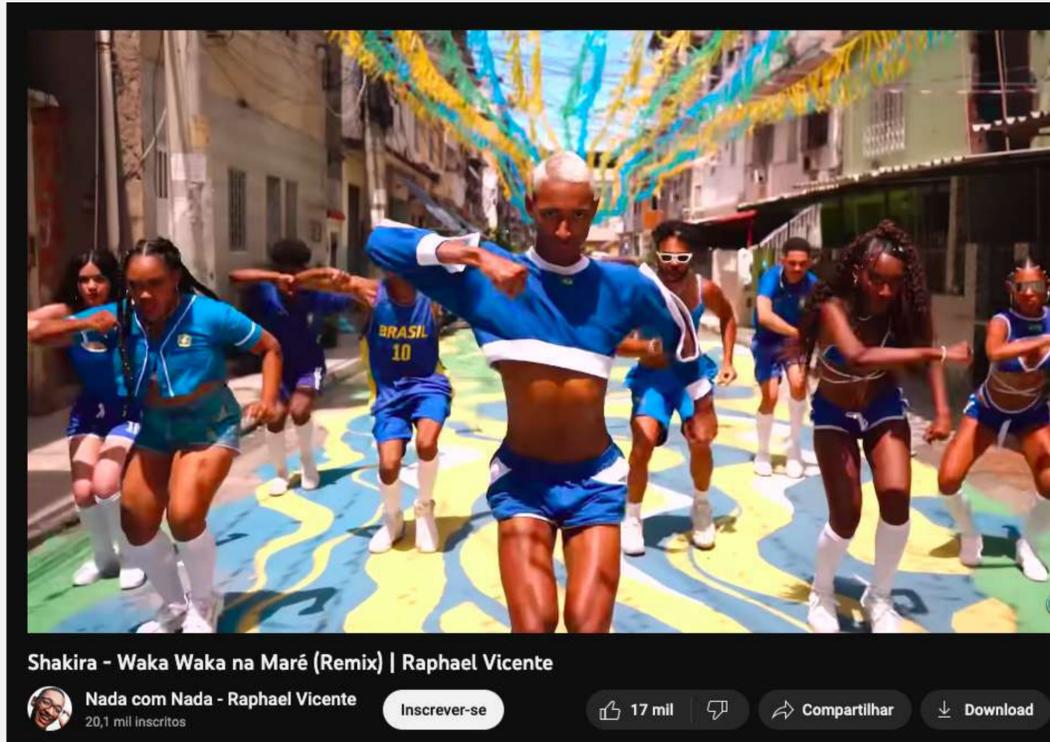
Para **74%** dos peruanos, o YouTube é a melhor plataforma para explorar diferentes versões de suas músicas favoritas feitas por fãs e entusiastas. O mesmo vale para **75%** dos brasileiros e **71%** dos mexicanos.



VIBE #1: DESCENTRALIZAÇÃO MUSICAL

Acho extremamente válido as paródias, mashups e as versões. É uma forma do público se expressar em relação a um desenho, filme ou música. Há a oportunidade ali de colocar a sua criatividade pra jogo, de se lançar. Por ser uma artista independente, eu particularmente utilizo bastante as versões. Isso porque a possibilidade de ganhar público cantando minhas músicas é muito menor do que quando eu canto músicas já consagradas do meu jeito, com a minha vibe. É uma forma de chamar atenção de um público diferente.

 – Mulher, 30 anos, PE.



Quando a criatividade dos fãs mais engajados passa a ser finalmente reconhecida, a indústria da música se aproxima, cada vez mais, da dinâmica criada pela indústria dos games — a comunidade no centro. No lugar do clássico lugar de tratar fãs como audiência, ou seja, consumidores passivos e meros amplificadores que devem temer ameaças de copyright, cria-se um novo lugar. Os fãs *creators* e fanbases passam a ser tratados como potencializadores de uma obra, verdadeiras incubadoras de inovação. Em tempos de **Descentralização Musical**, nunca subestime o poder criativo de uma fanbase engajada.



VIBE #1: DESCENTRALIZAÇÃO MUSICAL

EXEMPLOS NO YOUTUBE:



ARIAH: é uma cantora brasileira criativa que embarcou no hype da música-diálogo, criando respostas para sucessos como “**O Sol e a Lua**”, do grupo Pequeno Cidadão e “**Cachorrinhas**”, de Luísa Sonza. A artista também se inspira em grandes hits internacionais para fazer **sua própria versão em português** e cria músicas inspirada em seus artistas favoritos, como **Pablo Vittar** e **Ariana Grande**.



LOS TRES TRISTES TIGRES: O trio de comédia musical mexicano utiliza a base de canções populares para fazer críticas sociais e/ou políticas. Um exemplo é a clássica música “**Jefe de Jefe**”, da dupla Los Tigres del Norte, em que usam a base para falar sobre o processo de envelhecimento de um Millennial. Eles também fizeram uma paródia da **53ª sessão do BZRP com a Shakira**, claro.



HITOMI FLOR: A criadora de conteúdo argentina compõe músicas-resposta para séries e filmes infantis. Em algumas ocasiões, ela traduz ou inverte melodias já existentes, como as músicas do grupo coreano **BLACKPINK**. Em outras ocasiões, compõe do zero letras de canções dedicadas a personagens secundários de desenhos animados, como a “**Lo quiero, lo Tengo**”, canção dedicada a Chlœe, a incompreendida vilã do filme Miraculous: As Aventuras de Ladybug, utilizando como base melódica a canção “**7 Rings**” de Ariana Grande.



7 MINUTOZ: é o primeiro canal de rap nerd do Brasil, que já acumula bilhões de visualizações em vídeos de músicas que rimam sobre anime e HQs. As canções têm muito sucesso em seu nicho pelo fato das letras proporem uma imersão na história de cada trama e personagens. O “**Rap da Akatsuki**”, por exemplo, fala sobre os vilões de Naruto. Já o “**Rap dos Homens-Aranha**” é, bom, auto-explicativo.

Na era da **Descentralização Musical**, o potencial ilimitado da música é resultado de uma comunidade criativa cada vez mais reconhecida, encorajada e capacitada de forma oficial pela própria indústria e seus artistas.

2 TRANSES SONOROS

NOSTALGIA MUSICAL, EFEITOS ENTORPECENTES

Em um tempo não tão distante, gêneros musicais eram equivalentes a marcadores de personalidade e estilo. Esse tempo passou. Hoje, nossas escolhas sonoras são orientadas por uma combinação de sentimentos, contextos e configurações sociais. Vivemos em um tempo em que o nosso gosto musical é menos uma questão objetiva e mais um efeito ambiental, uma vibe. Consumir música nos anos 2020 é mais sobre como cada som ressoa — em nós e nos outros.



89% dos mexicanos e colombianos acreditam que a música tem o poder de transformar emoções. Essa afirmação é também feita por 91% dos brasileiros.

Nesse sentido, a música passou a ser ainda mais valorizada pelo seu poder de ressonância, ou seja, pela capacidade de criar um estado que vibra em uma frequência própria. Em tese, a abundância de artistas e músicas da era do streaming ampliou também nosso vocabulário de sons, permitindo que encontremos o som perfeito para cada estado mental que desejamos viver e alcançar.



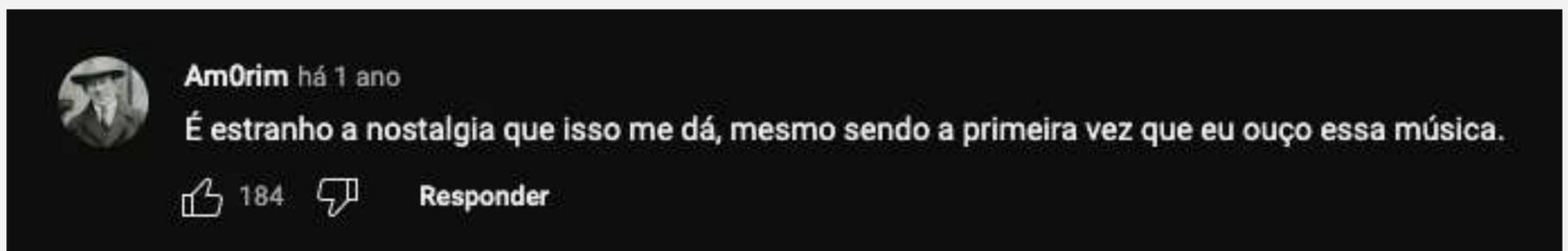
VIBE #2: TRANSES SONOROS

Eu acho que estamos vivendo, cada vez mais, a sociedade do cansaço, do esgotamento mental, social, crises de ansiedade e isso tem afetado muitos jovens dessa geração. Portanto, eles têm buscado mecanismos terapêuticos, como músicas relaxantes, que ativam sentimentos de tranquilidade e etc. Música é, realmente, uma ferramenta artística que reverbera sentimentos, aguça sentidos e sensações diversas, nos transporta e até nos transcende para outras dimensões.

 – Mulher, 32 anos, BA.



Na batida do lo-fi, surgem cada vez mais remixes e playlists audiovisuais cheios de texturas sonoras e visuais, infundados por distorções, efeitos abafados e ruídos analógicos, acompanhados de imagens melancólicas ou nostálgicas.



No México e Colômbia, 73% gostam de quando uma seleção musical apresenta efeitos sonoros calmantes, como o som de chuva ou o ruído de uma vitrola. 71% os chilenos têm a mesma opinião. No Brasil, 70%.

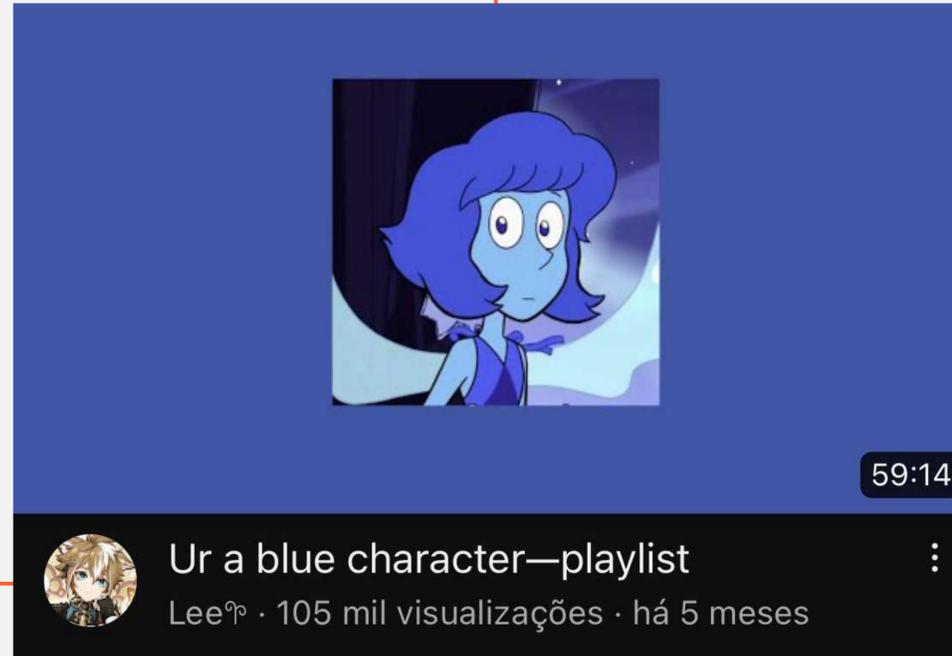
Tem uma questão psicoacústica e de memória afetiva quando uma pessoa ouve músicas suaves com efeito sonoro de chuva, por exemplo. Por isso, acho que é um movimento natural esse dos sons que passam sensação específica, ainda mais dentro desse universo da memetização da internet. Imagina ouvir “Então é Natal”, da Simone, mas com o som editado pra dar aquela sensação de POV (Point-Of-View) em que você está bêbado enquanto sua família discute na sala ao lado?!

 – Homem, 38 anos, RS.



VIBE #2: TRANSES SONOROS

Nesse cenário, ganham destaque sonoridades cuidadosamente elaboradas, capazes de inspirar diferentes estados psíquicos e apropriadas para situações, lugares ou sentimentos específicos. E, assim, vamos experimentando vibes sonoras cada vez mais relacionáveis, ainda que muito subjetivas. É uma forma de explorar possibilidades ainda mais ousadas e abstratas — como nos disse um dos entrevistados, “qual seria a sonoridade da cor verde?”.



Acho interessante como os artistas conseguem associar através da música sensações reais, levando o ouvinte direto pro mundo da imaginação com aquela trilha sonora. Uma mixtape que tem essa vibe é a “[Músicas para Drift](#)”, do artista Yung Buda, que te leva para dentro de um carro só pela vibe das músicas.

— Homem, 21 anos, SP.



Relaxar, sobreviver a uma segunda-feira, dissociar da realidade, sentir tudo mais à flor da pele. Em TRANSES SONOROS, a juventude desenvolve combinações sonoras cada vez mais refinadas e complexas, para que possamos viver cada batida dos nossos mais variados estados psicoemocionais.



VIBE #2: TRANSES SONOROS

EXEMPLOS NO YOUTUBE:



NO BANHEIRO DA FESTA: No Banheiro da Festa é um canal que traz diversas versões de músicas com o som editado para transmitir a sensação de que você está num rolê - mais especificamente, no banheiro da festa. Os títulos dos vídeos podem ser bem específicos e sugestivos sobre o mood - por exemplo, "imagina vc no banheiro de um Lounge em uma Tabacaria".



BAD BUNNY: Muitos artistas estão expandindo o mood de suas músicas em potentes e criativos visualizers, com o intuito de transportar seus fãs para uma viagem audiovisual interativa curiosa e relaxante. Por exemplo, o porto-riquenho Bad Bunny lançou seu álbum "Un Verano Sin Ti" com uma série de vídeos 360º que permitiam ao usuário acompanhar um dia de praia com o artista.



SATIÉRF: Felipe Satierf revisita clássicos da música brasileira, criando remixes em versões Lo-Fi, com efeitos sonoros que deixam o som cheio de textura, tudo isso embalado pela clássica estética de animes dos anos 90 e imagens dramáticas e *dreamy* num estilo Tumblr dos anos 2010.



LAURA BUITRAGO: A cantora colombiana já participou de reality shows e hoje em seu canal faz covers de músicas do inglês para espanhol. Entre eles, tem se destacado por ter vídeos em ASMR, como aquele em que canta 10 músicas da Disney usando texturas e sussurros. É uma ótima maneira de embalar os ouvintes para dormir.

Em um contexto de TRANSES SONOROS, há uma expectativa por composições, trilhas e outras interações musicais mais refinadas. Como usar a música como linguagem para criar experiências, interações e novas emoções com consumidores? Entrar num **Transe Sonoro** nada mais é que canalizar sentimentos e intenções.

3 BATIDA DAS RUAS

VIBRANDO A CULTURA DA ESPONTANEIDADE RÍTMICA

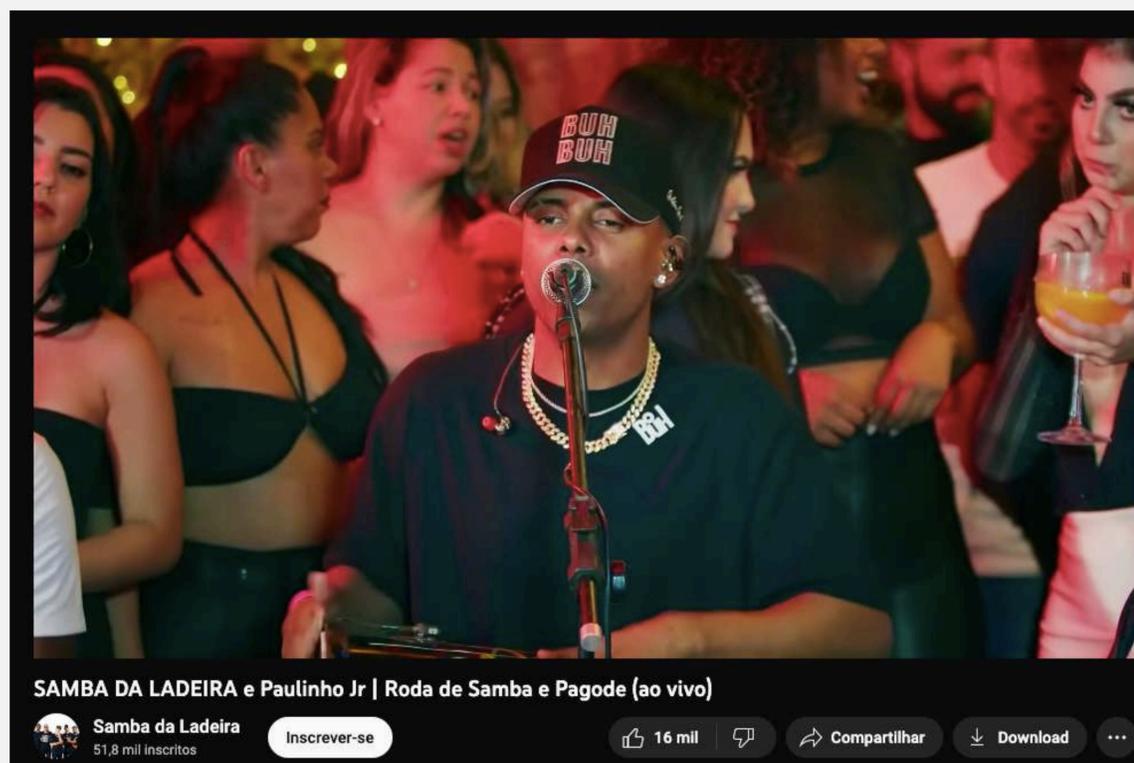
Paredões automotivos. Rodas de samba. Batalhas de rima. Bailes de voguing. Serestas. Olodum. São muitos os ritmos musicais que trazem uma conexão sanguínea com a cultura local, popular, bairrista, periférica, representativa e ancestral. Depois de anos de isolamento, parece que o interesse nestes sons está vibrando com mais força — sons que ressoam orgulho identitário, laços sociais históricos e visões menos caricatas da cultura.



@Batalhadasantacruz

Eu me aproximei de batalhas de rima através do YouTube. A sensação era como se eu estivesse presente no evento. O mais legal é ver o processo da criação, como o artista chegou naquela qualidade e porque tomou certas decisões. E tudo fica mais orgânico e animador; você sente todas as emoções vivas do momento. Ver uma batalha de rap criada na sua região é algo que fomenta a cultura. A criação de mídia para cultura de rua é algo que salva vidas.

— Homem, 21 anos, SP.



VIBE #3: BATIDA DAS RUAS

No Perú, **71%** gostam de acessar registros de um evento musical (show, baile, batalhas) que puderam (ou não) comparecer. No Brasil, **73%** tem a mesma opinião. **68%** dos argentinos concordam.

Enquanto espera-se que tudo possa ser encontrado na internet, não é comum termos acesso às músicas de improviso na maioria das plataformas de streaming de música. Também pudera: a energia dos artistas e do público presente nesses eventos vem exatamente de rimas e beats que são feitos ao vivo. No entanto, lives e registros ao vivo têm amplificado essa mistura de tensão e encantamento, espontaneidade e possibilidades criativas que, geralmente, só se presenciava pessoalmente.



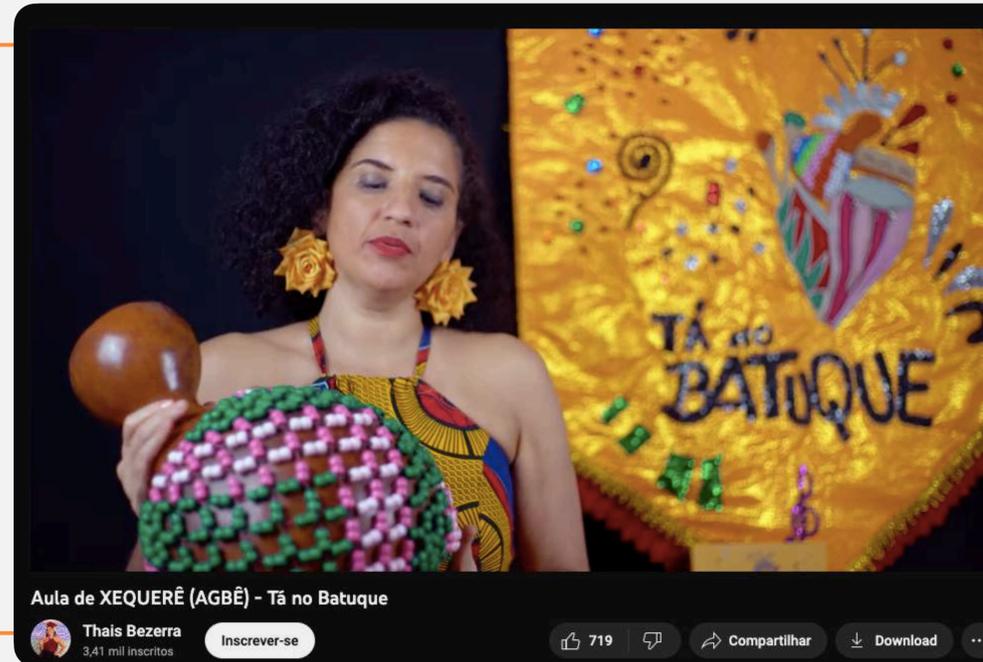
As músicas de tradição oral, as músicas consideradas do gueto, como o funk ou o pagodão da Bahia, por exemplo, são difíceis de encontrar nas plataformas (de música). Anda mais de modo que você realmente consiga compreender o caminho que aquilo tomou até chegar ali. Como você vai explicar para uma pessoa o que é uma ciranda, qual é a formação do maculelê, qual é a formação do maracatu? Ah, tem um xequerê ali tocando, mas o xequerê fica aonde? Por isso que tem coisa que só o vídeo mesmo.

 – Mulher, 31 anos, BA.



VIBE #3: BATIDA DAS RUAS

Na BATIDA DAS RUAS, não há passividade auditiva. O apelo cultural é forte demais, como se não desse para ficar parado. Para os entrevistados, não dá para ouvir Maracatu sem mergulhar também no contexto, na dança, nos rituais, na estética, no universo do Maracatu. Nesse sentido, os múltiplos ângulos registrados no YouTube dão a textura necessária para a vasta cultura de um som.

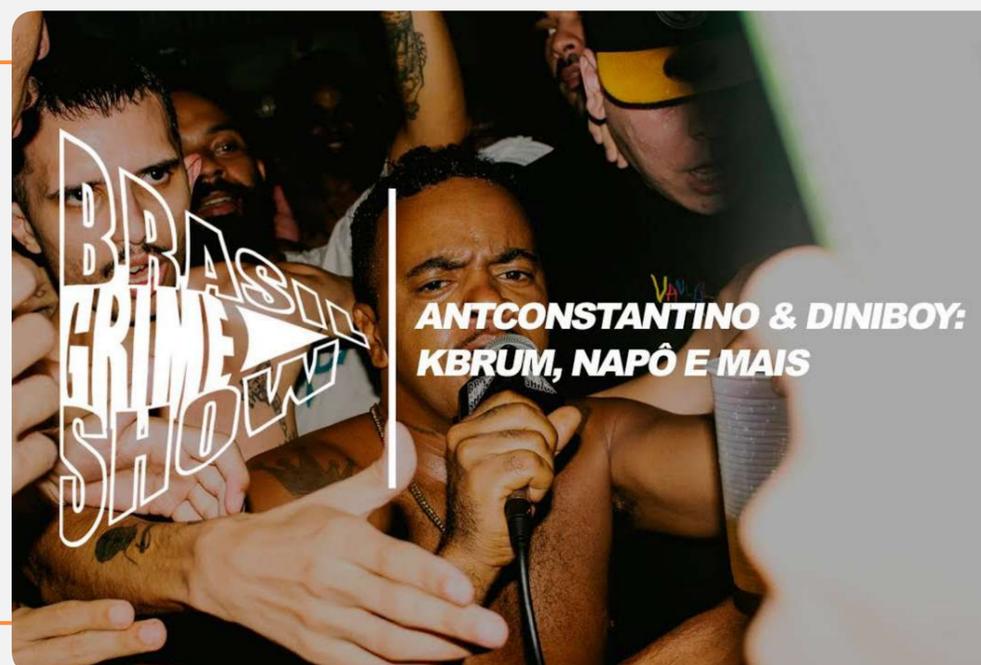


No Brasil, 74% já usou o YouTube para procurar sonoridades específicas de uma cultura regional e/ou ancestral. O mesmo para 68% dos colombianos e para 66% dos mexicanos.

Tem um grupo de amigos meus em João Pessoa que tem uma banda chamada Seu Zé, que é de coco, maracatu, e musicalidades da espiritualidade da Jurema, do Candomblé, da Umbanda e tudo mais. Eles estão agora utilizando o Youtube e as plataformas digitais para ultrapassar essa barreira do que ficaria só naquele lugar da espiritualidade ou só no lugar de quem vai num terreiro vai ver. Então, utilizar as plataformas também acaba fazendo [a música] alcançar outras pessoas, não só no sentido delas chegarem a identificar-se com aquela cultura, mas também saberem que aquela cultura existe, né?

 – Trans não-binária, 27 anos, SP.

Para um tempo em que a Inteligência Artificial parece cada vez mais hábil em reproduzir criações humanas, a juventude tem usado a multiplicidade dos vídeos para ampliar a relação com a música. No meio de tanta mesmice e pasteurização musical, a criatividade do improvisado se estabelece como forma de resistência e celebração.



VIBE #3: BATIDA DAS RUAS

EXEMPLOS NO YOUTUBE:



BDA - Batalha da Aldeia: Uma das batalhas de rap mais famosas do Brasil, a Batalha Da Aldeia acontece semanalmente nas noites de segunda-feira, na Praça dos Estudantes no centro de Barueri, Grande São Paulo. Em apoio à cultura do freestyle, a organização convida a todos para assistirem o evento pessoalmente, onde todos são bem-vindos.



DEXTERTV: O canal que reúne vídeos de festas e danças de “sonideros”, um clássico da cultura urbana no México. São danças de rua de vários gêneros onde o DJ “interrompe” a música **para ler mensagens que o público pede**, animando a festa. Além da música dançante, vemos o ambiente, as luzes e a interação do público com o DJ. Muitos dos vídeos que registram esses rolês atingem milhões de visualizações.



TURREO SESSIONS: Inspirado no formato Carpool Karaoke, mas sem nenhuma entrevista, DJ Tao leva músicos para passear em seu carro por diferentes bairros da Argentina enquanto cantam seus sucessos. Os artistas convidados são representantes do novo som argentino, conhecido como cumbia 420. Todos os vídeos da primeira temporada contam com milhões de visualizações.



RAFFAEL RIBEIRO: O canal traz registros amadores do Maracatu Cambinda Brasileira, agremiação tradicional de Nazaré da Mata, Pernambuco. Com 104 anos de tradição, virou patrimônio vivo do estado em 2019. Os vídeos são uma forma de manter viva essa cultura e transmiti-la para além da região.

Entre a cultura popular e a contra-cultura, a **Batida das Ruas** se apresenta como um convite para o ouvinte sair de casa através do YouTube. Uma forma de descobrir, celebrar e convidar as pessoas a experimentarem o melhor da música que vibra para além das redes.

MÚSICA AO INFINITO

FORMAS EXPONENCIAIS DE CONSUMIR MÚSICA

Música ao Infinito apresenta o potencial exponencial da música no YouTube, explicado em três vibes:

Descentralização Musical reconhece o engajamento e criatividade dos fãs na propulsão de hits; **Trases Sonoros** apresenta o poder da música em acessar múltiplos estados psíquicos e; por fim, **Batida das Ruas** apresenta o renascimento da cultura musical popular das ruas em uma internet que, por vezes, parece tão homogeneizante.

Essas vibes apontam para o que há de mais emergente na música hoje no Brasil e América Latina. Como epicentro dessas transformações, no YouTube dá para assistir – ou até mesmo liderar – esses movimentos.



O **YouTube Vibes** é um estudo trimestral para aprofundar essas e outras questões. Uma investigação qualitativa e quantitativa do time do YouTube Brasil junto com a **float**.

Nesta edição, o **YouTube Vibes** também traz a visão da América Latina sobre as vibes apresentadas, a partir de pesquisas quantitativas feitas na Argentina, Chile, Colômbia, México e Peru.

AMOSTRA

A coleta de dados desse estudo foi realizada em Dezembro de 2022 e Janeiro de 2023, a partir da análise das seguintes metodologias:

- Dados quantitativos através de survey online, realizada com 1000 (mil) consumidores de vídeo com idade entre 18 e 64 anos por país: México, Brasil, Argentina, Peru, Colômbia e Chile.
- Grupo focal on-line com 8 brasileiros entre 20-40 anos, de classes ABC, residentes dos estados de São Paulo, Pernambuco, Bahia, Pará e Rio Grande do Sul.