



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



A utilização das plataformas musicais digitais e seus gêneros pelas gerações Baby Bommers e Z em Picos e Teresina, Piauí.

The use of the digital musical platforms and their goods for the Baby Bommers and Z generations in Picos and Teresina, Piauí.

Patrícia Albuquerque de Araújo¹, Janayna Arruda Barroso²

Picos
2018

¹ Patrícia Albuquerque de Araújo - Graduanda em Administração pela UFPI;

² Janayna Arruda Barroso (Me.) – Orientadora.

FICHA CATALOGRÁFICA
Serviço de Processamento Técnico da Universidade Federal do Piauí
Biblioteca José Albano de Macêdo

A659u Araújo, Patrícia Albuquerque de.

A utilização das plataformas musicais digitais e seus gêneros pelas gerações Baby Bommers e Z em Picos e Teresina, Piauí. / Patrícia Albuquerque de Araújo– 2018.

CD-ROM : il.; 4 ¾ pol. (34 f.)

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí, Picos, 2018.

Orientador(A): Prof^a. Ma. Janayna Arruda Barros.

1. Plataformas Musicais. 2. Geração Baby Bommers. 3. Geração Z. 4. Era Digital.. I. Título.

CDD 658



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Rua Cicero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos – PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Patrícia Albuquerque de Araújo

Utilização das Plataformas Musicais Digitais e seus Gêneros pelas Gerações Baby Bombers e Z em Picos e Teresina, Piauí.

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

- Aprovado(a)**
 Aprovado(a) com restrições

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 30 de junho de 2018.

Janayna Arruda Barroso
Profª. Ma. Janayna Arruda Barroso

Renata Tomaz Cunha de Souza
Profª. Esp. Renata Tomaz Cunha de Souza

Carolina Maria Furtado Matos
Profª. Ma. Carolina Maria Furtado Matos

RESUMO

A indústria fonográfica tem investido cada vez mais em estratégias que venham facilitar a forma de se propagar música, através das plataformas musicais digitais. Nesse contexto de adaptação à era digital, foram realizados estudos que mostram a forma como as gerações de pessoas estão reagindo a todas essas mudanças. Objetivando descrever as plataformas musicais utilizadas no decorrer dos anos pelas gerações Baby Bommers e Z nas cidades de Picos (PI) e Teresina (PI). No estudo, optou-se em fazer uma pesquisa de campo exploratória e descritiva com uma abordagem quantitativa, a partir da qual foram coletados dados através de questionários estruturados aplicados em uma amostra de 238 pessoas que foram distribuídas de maneira proporcional entre as gerações Baby Bommers e Z de ambas as cidades. Foi constatado que a geração Baby Bommers apesar da dificuldade em se adaptar às mudanças, tem utilizado cada vez mais as plataformas musicais digitais, o que acaba por influenciar os seus gostos musicais; por outro lado, a geração Z que tem facilidade em se adaptar às mudanças, acredita que a tecnologia tem facilitado muito a forma de se ter acesso aos conteúdos musicais, despertando assim o interesse por diversos gêneros musicais. Com isso, fica claro nessa pesquisa que a indústria musical tem acertado na forma de propagar conteúdos musicais através de plataformas digitais.

Palavras-chaves: Plataformas Musicais, Geração Baby Bommers, Geração Z, Era Digital.

ABSTRACT

With the globalization and the progress of the technology, the Phonografic Industry has been investing, more and more, in strategies that come to facilitate the form of spreading the music through the musical platforms. In that adaptation context to the digital age, form accomplished studies that show the form as the people's generations are reacting the all those changes. This work aims to describe the musical platforms used in elapsing of the years for the Baby Bommers and Z generations in the cities of Picos and Teresina, Piauí. In the study, it was chose in doing an exploratory and descriptive field research with a quantitative approach, starting from which data was collected through questionnaires structured applied in a sample of 238 people that were distributed in a proportional way among the generations. It was verified that the Baby Bommers generation in spite of the difficulty in adapting to changes has been using digital platforms, more and more, what ends for affectting their musical tastes. On the other hand, the generation Z has easiness in adapting to the changes, they believe that the technology has been facilitating the form a lot of having access to the musical contents, waking up, like this, the interest for several musical goods. With that, it is clear in that research that the musical industry has been getting right in the form of spreading musical contents through digital platforms.

Key-words: Musical platforms, Baby Bommers generation, Z generation, Digital age.

INTRODUÇÃO

Os meios de divulgar música mudaram, assim como a concorrência entre artistas e gêneros musicais se tornaram maiores. Sendo assim, a indústria fonográfica vem tentando se adaptar ao máximo a seus consumidores, que por sinal, estão cada vez mais exigentes com relação à qualidade e à facilidade que as plataformas musicais fornecem seus serviços, e isso irá influenciar diretamente no modo como os artistas e gêneros musicais chegarão ao público, isto é, a forma na qual serão divulgados e acessados pelas pessoas.

Diversos autores como: Paiva (2011), Silva (2014) e Silva (2016) discutem sobre o avanço da globalização traz o acesso às mídias digitais a todas as pessoas em qualquer lugar do mundo a consumirem um produto ou serviço de maneira mais rápida e eficiente. Algumas estratégias vêm sendo utilizadas pelas indústrias fonográficas tanto para traçar quem é o público que se quer atingir, como a melhor forma de propagar o seu conteúdo e assim elevar o seu número de consumidores, levando assim, conseqüentemente, ao sucesso da empresa. Para isso, o presente artigo traz a importância de se fazer um estudo sobre as Gerações para que perfis possam ser traçados e assim, direcionar com mais eficácia a plataforma musical a ser utilizada para cada público desejado.

Alguns autores como: Jordão (2016) e Nascimento *et al.* (2016) abordam sobre as gerações Baby Bommers e Z, que são respectivamente as gerações pertencentes às pessoas com mais idade e com menor idade dentro dos grupos de gerações existentes, e a sua relação com as plataformas musicais existentes e os gêneros musicais alcançados pelas mesmas, nas cidade de Picos e Teresina, no estado Piauí, pertencente ao Nordeste brasileiro, sendo que, tais cidade foram escolhidas por ambas possuírem a maior economia dentro da região em que se encontram, isto é, no Centro-Sul e Centro-Norte Piauiense.

Sendo assim, o estudo em questão traz como **questionamento**: Quais as plataformas musicais utilizadas pelas gerações Baby Bommers e Z no decorrer dos anos? Para atender tal questionamento e obter respostas que estejam de acordo com o mesmo, foi definido o **objetivo geral**: Descrever as plataformas musicais utilizadas pelas gerações Bay Bommers e Z no decorrer dos anos. E com o intuito de alcançar o objetivo geral, foram traçados os seguintes **objetivos específicos**: 1 – Investigar a quantidade de pessoas existentes em Teresina e Picos nas gerações Baby Bommers e Z; 2 – Identificar as plataformas musicais utilizadas pelas gerações Baby Bommers e Z em Teresina e Picos; e 3 – Apresentar os gêneros musicais mais escutados pelas gerações Baby Bommers e Z em Teresina e Picos.

O estudo em questão torna-se relevante pelo fato de que, nos últimos anos, com o avanço da tecnologia, tem aumentado o acesso de diversos gêneros musicais, além de uma considerável gama de artistas. Porém, mesmo diante de tal facilidade, percebe-se uma segregação de alguns artistas de determinados gêneros musicais considerados mais populares se sobressaindo a outros. Apesar das formas de divulgação terem sido facilitadas através das plataformas musicais digitais, alguns artistas conseguem maior destaque na mídia e, conseqüentemente, atingem um número maior de pessoas.

Isso se deve em muito ao investimento da indústria fonográfica, que tem utilizado de métodos e estratégias cada vez mais avançados para lançarem artistas de determinados gêneros, mesmo diante de uma ampla concorrência como tem sido o mercado musical, e o que antes era divulgado pela plataforma rádio, por alcançar uma maior quantidade de pessoas, hoje distribuem esse conteúdo através de plataformas digitais de uma maneira rápida e até com menos custos do que antigamente. Sendo assim, notou-se a necessidade de um estudo mais apurado onde serão destacadas a evolução da indústria musical e o papel do consumidor para com o produto dessa indústria, e como essa relação acaba influenciando o contexto cultural e diversidade dos gêneros musicais em uma sociedade plural como um todo.

2 A EVOLUÇÃO DA INDÚSTRIA FONOGRAFICA

No decorrer dos anos, a indústria fonográfica, ou, conjunto de empresas especialistas em gravação e distribuição de mídia sonora como ressaltado por Oliveira (2011), passou por diversas transformações em suas nuances, em especial da década de 90 até os dias atuais, já que a era digital tem se mostrado cada vez mais presente em nossas vidas e está em constante mudança.

Dias (2010) mostra que as indústrias fonográficas passaram por crises em um determinado momento da história no qual as relações de produção musical não se davam mais apenas entre grandes e pequenas gravadoras, pois com o avanço da globalização e consequentemente do capitalismo e das novas tecnologias, a produção cultural industrializada passou a ser pensada como uma nova forma produtiva, levando as empresas que produziam música a se readaptarem caso quisessem continuar sobrevivendo nesse mercado.

Para compreender melhor como se deu esse processo de readaptação, é necessário conhecer cada plataforma musical existente na história da indústria fonográfica até os dias atuais. Como Oliveira (2011), tudo começa com a junção das empresas que inventaram o fonógrafo, a Edison Speaking Phonograph Company, e paralelamente, a Volta Gramophone, que inventou o gramophone, em 1880, formando uma única rede original patenteada como Edson. Ambas possuíam os mesmos interesses comerciais e passaram a produzir em grande escala até o final do século XIX os cilindros gravados, porém, essa produção tinha um alto custo, pesando no bolso dos consumidores.

De acordo com Silva (2014), nesse cenário surgem as primeiras transmissões de rádio, que de início, nada mais eram do que empresas querendo lucrar através de anúncios, e na qual, o ouvinte poderia encontrar entretenimento, deixando de lado os cilindros gravados, e com isso, passando a ser a primeira forte concorrente da indústria fonográfica, e não à toa, acarretando em uma crise no setor fonográfico que só foi restabelecido após a crise de 29, quando os donos das rádios passaram a investir no setor fonográfico musical, se tornando produtoras musicais.

Apenas em 1930 surge o Long Playing ou apenas, LP, que trazia uma longa duração sonora, como o próprio nome sugere, comparado ao seu antecessor. Silva (2014), expõe que o LP tinha em sua composição o vinylite, ou vinil como material, sendo feito por meios analógicos, devido ao alto custo de produzir algo com uma melhor sonoridade. Em 1956, o Long Playing passou a ser produzido e comercializado com efeitos estereofônicos, isto é, com solidez e boa qualidade sonora, as gravações passaram a ser feitas de mecânica para elétrica, trazendo assim uma melhor comodidade aos artistas, onde os mesmos podiam fazer o uso de microfones, amplificadores e autofalantes, podendo gerar novos ritmos e frequências sonoras não alcançadas da outra forma.

O processo produtivo fonográfico passou a ser padronizado desde então, o que para Silva (2014), acarretou na internacionalização e circulação desse material produzido, levando as empresas fonográficas a investirem cada vez mais na infraestrutura e nos processos produtivos e de distribuição. De acordo com Paiva (2011), como consequência desses investimentos, em 1973 surge o Compact-disc, isto é, o disco compacto que ficou conhecido como CD, a primeira mídia física, inventada pelas empresas Sony e Philips, no qual, poderiam ser armazenadas mais músicas por possuir um maior nível de armazenamento, assim como um maior tempo de durabilidade musical, tendo a capacidade de oitenta minutos de gravação digital, dez a mais do que os LPs, além disso, essa nova mídia permitiria que os próprios consumidores selecionassem e gravassem músicas em formato .wav ou em mp3.

Segundo Oliveira (2011), no Brasil, o CD começa a ser comercializado apenas em 1988, ultrapassando as vendas de LPs em 1993, passando a ser um marco na indústria cultural e fonográfica brasileira. Devido ao seu potencial como plataforma musical, antes disso, eram utilizados as fitas cassetes, também produzida pela Philips desde 1963, sendo essa

uma mídia magnética de fácil reprodução por qualquer pessoa, o que gerou um agravamento na pirataria, levando prejuízos às indústrias fonográficas. Oliveira (2011) ressalta que, mais tarde, o mesmo problema de pirataria aconteceria com os CDs.

De acordo com Paiva (2011), as indústrias fonográficas passaram praticamente um século sem fazer grandes inovações, onde o crescimento da pirataria e o avanço da tecnologia fez com que essas indústrias entrassem em uma das maiores crises passadas pelo setor, levando assim a uma queda drástica na vendagem de discos. O formato de música MP3, que por sinal foi a primeira plataforma musical totalmente digital, apesar de possuir uma maior qualidade musical devido o avanço da tecnologia empregada, ao mesmo tempo fez com que essa crise se agravasse, já que era possível fazer o seu download sem pagar qualquer direito autoral a quem estava produzindo os discos (PAIVA, 2011). Segundo Silva (2014), mais do que nunca, a indústria fonográfica precisaria mudar caso quisesse continuar sobrevivendo no mercado musical atual.

Assim, apesar de uma nova queda na distribuição de música, como colocado por Silva (2016), as empresas fonográficas passaram a perceber e a reconhecer a importância do investimento no novo mercado de negócios virtuais, levando-as a elaborar estratégias que permitissem a obtenção do sucesso das mesmas. Nesse sentido, surge uma nova revolução digital musical através de intermediações das operadoras de telefonia móvel com fabricantes de celulares, através de mídias sociais radiofônicas com varejistas online e com portais de ideias inovadoras em comércio eletrônico, o que gerou um conteúdo digital que poderia ser acessado através de celulares, chamados smartphones. Essa nova forma de acessar conteúdos musicais por plataformas digitais através dos smartphones foi uma das maiores responsáveis pelo aumento do lucro das empresas fonográficas através de downloads e ringtones, o que representava 26% do mercado digital utilizado em 1996 (SILVA, 2016).

Com o avanço da tecnologia e com a recém chegada WEB 2.0 que acelera a velocidade da internet, em meados do ano 2000, as plataformas digitais musicais ganham destaque ainda maior, e como Paiva (2011) ressalta, dentro dessa onda do acesso à conteúdos musicais através de smartphones, Steve Jobs (Co-produtor, presidente e diretor executivo da Apple Inc.) cria em 2003 uma nova plataforma musical chamada iTunes, conhecida atualmente por Apple Music, onde os downloads poderiam ser feitos através dos smartphones de maneira online a um baixo custo e ao mesmo tempo, ninguém correria o risco de ser acusado como pirateador ou por usar ilegalmente os direitos autorais dos artistas.

De acordo com Silva (2016), o uso de plataformas de streamings como o Spotify, o Deezer e o Apple Music, que nada mais são do que plataformas musicais digitais para o consumo de música através de aplicativos de smartphones, além de rádios online, faz com que a cadeia musical se torne bem mais diversificada através da facilitação da comunicação das indústrias fonográficas para com o consumidor. Sendo assim, como Silva (2016) destaca, o streaming hoje é uma das plataformas musicais mais utilizada pelas indústrias fonográficas, pois a mesma acaba gerando uma maior rotatividade econômica e de pessoas que têm acesso às músicas produzidas.

Além disso, como novidade da era digital no cenário do mercado musical, conforme Silva (2014) apresenta, o leva e traz de informações entre consumidores do mundo todo através da rede pela WEB 2.0, tornava-os cada vez mais participativos no processo produtivo digital, o que foi acentuado com a criação do Youtube em 2005, que possibilitaria aos usuários divulgar conteúdos, acessá-los e compartilhá-los, divulgando-os assim e permitindo o acesso de outras pessoas, o que levou à popularização do site até os dias atuais, sendo essa uma das plataformas musicais mais utilizadas nessa nova era digital em que vivemos.

3 AS INDIVIDUALIDADES E PECULIARIDADES DAS GERAÇÕES BAY BOMMERS E Z

Geração pode ser classificada como um grupo de pessoas com comportamentos e ideias em comum pertencentes a uma determinada faixa-etária, isto é, a uma época específica da história, onde os indivíduos serão estimulados com ensinamentos culturais e sociais similares com base no contexto ambiental e social inseridos da época (JORDÃO, 2016). Dentro disso, diversos autores trazem a cerne a discussão sobre as gerações existentes e como elas se comportam, sendo que, ainda há controvérsias quanto a época específica a ser considerada de cada geração. Porém, antes de tudo, é necessário apresentar as gerações mais conhecidas e pesquisadas pelos estudiosos, como por exemplo, Nascimento *et al.* (2016) e Jordão (2016), que trazem em seus estudos pesquisas sobre as gerações Baby Bombers, X, Y e Z.

Segundo Azevedo (2012), Baby Bombers é a geração de pessoas nascidas entre 1946 a 1964, ou como Jordão (2016) traz, entre 1940 a 1960, e ainda Nascimento *et al.* (2016), que fala sobre a geração Baby Bombers compreender pessoas nascidas entre 1941 a 1965. Portanto, pode-se dizer que a Geração Baby Bombers é aquela em que os cidadãos nasceram em meados da década de 40 e meados da década de 60. Já a geração X é àquela em que os indivíduos nasceram entre 1965 a 1980 como colocado por Nascimento *et al.* (2016), ou entre 1965 a 1977 tal qual Azevedo (2012) destaca. Sendo assim a Geração X compreendida por pessoas que nasceram em meados dos anos 60 e 70.

Para Pena e Martins (2015), a geração Y pertencente às pessoas nascidas entre 1980 a 2000, ora para Nascimento *et al.* (2016), essa geração compreende indivíduos nascidos de 1979 a 1989. Sobre essa geração em questão, Azevedo (2012) destaca que a data específica ainda gera discussões, sendo que, alguns autores dizem que pessoas nascidas em meados dos anos 70 a meados dos anos 90 são os pertencentes à geração Y, outros falam sobre serem os nascidos em meados dos anos 80 ou anos 90. Dessa forma, podem ser considerados como pertencentes a geração Y os indivíduos nascidos entre os anos 70 e meados dos anos 90. Por fim, existe ainda a geração Z, que de acordo com Jordão (2016), é àquela em que as pessoas nasceram a partir do ano 2000, ou tal qual Nascimento *et al.* destaca, pertence às pessoas nascidas por volta dos anos 90. Logo, podem ser considerados como geração Z àqueles que nasceram entre os anos 90 e a partir do ano 2000.

Para uma melhor compreensão e embasamento, serão utilizados dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) de 2010 que classificam indivíduos a partir de faixa-etárias onde a geração Baby Bombers irá envolver pessoas nascidas entre 1945 a 1964, a geração X trará pessoas que nasceram entre 1965 e 1979, a Y contempla indivíduos nascidos de 1980 a 1993 e por fim, a geração Z, que é aquela de pessoas nascidas a partir de 1994. Diante disso, cabe destacar de antemão que o presente trabalho irá discutir sobre as indústrias fonográficas e as suas plataformas digitais como influenciadoras no despertar das pluralidades de gêneros musicais nas gerações Baby Bombers e Z no cenário piauiense. Então, é necessário abordar em específico sobre as duas gerações a serem trabalhadas, sendo que uma traz pessoas pertencentes a uma faixa-etária de pessoas mais velhas e outra de mais novas dentre todas as gerações citadas.

Dando início a descrição de como agem pessoas pertencentes a essas gerações a serem estudadas, de acordo com Azevedo (2012), na geração Baby Bombers enquadra-se um grupo de pessoas nascidas após o término da Segunda Guerra Mundial e que cresceram em frente à televisão, tendo como base o cotidiano rotineiro e a disciplina às regras impostas. Como atuação no Brasil, Nascimento *et al.* (2016) comenta um pouco sobre a influência da Ditadura Militar e do Movimento Hippie em pessoas nascidas nessa geração, o que gerou valores trabalhistas como lealdade, sucesso, realização, ambição e oposição ao autoritarismo. De

acordo com Jordão (2016), essas pessoas por terem vivenciado um pós guerra e um período de repressão, acabaram por valorizar a cultura e a arte, tendo um maior desprendimento de coisas materiais.

Já Pena e Martins (2015) ressaltam que, os indivíduos pertencentes à geração Baby Bommers tendem a ser pessoas disciplinadas e com dificuldade para compreensão do novo, para acompanhar as mudanças (sejam elas sociais, tecnológicas e/ou comportamentais). Porém, devido a tal disciplina, tendem a ser mais focadas quando fazem algo, mesmo que isso não lhes desperte o interesse, simplesmente porque aquilo tem que ser feito, ou falado, ou lembrado. Sendo assim, a geração Baby Bommers pode ser resumida como uma geração que vai quebrar barreiras por não tolerar mais repressões e vão ser adeptas ao novo, se esforçando para isso, ou pelo contrário, justamente pela educação repressiva, serão pessoas que não se adaptarão facilmente ao novo e terão mais dificuldades em acompanhar novas tendências.

A geração Z segue sendo uma geração pertencente a era digital, onde as informações chegam de maneira rápida através de um simples clique na web, e a partir disso, o indivíduo está conectado com o mundo todo. Segundo Nascimento *et al.* (2016), pessoas que nasceram nessa geração tendem a ser abertas ao diálogo, assim como mais velozes e globais, isto é, mais informados sobre os ambientes que lhe cercam, seja pessoalmente, ou através da rede, o que as torna mais comunicativas e diversificadas socialmente falando. Jordão (2016) destaca ainda que relativo aos sujeitos nascidos na geração Z, que esses são pessoas que têm facilidade em realizar multitarefas, isto é, diversas atividades diferentes e ao mesmo tempo e isso acontece devido a quantidade de informações recebidas de todos os lados o tempo todo.

Ainda de acordo com Jordão (2016), a geração Z, justamente por contemplar pessoas que recebem muitas informações e realizam muitas tarefas ao mesmo tempo, estando sempre atentos e estimulados ao que acontece ao redor deles, acabam por perder o foco sobre coisas que não lhes desperta interesse, fazendo com que os mesmos acabem tendo uma noção sobre a durabilidade das coisas como algo bem menor, isto é, as coisas ficam velhas rapidamente e logo, precisam de novos estímulos e novidades para continuarem interagindo com o mundo de maneira rápida e eficaz. Sendo assim, a Geração Z traz indivíduos que gostam de novidades e se adaptam facilmente à mudanças, fazendo com que renovem sempre os seus interesses e busquem novidades que contemplem o seu ego.

Para Pena e Martins (2015), o estudo das gerações é de fundamental importância para compreender como as pessoas se relacionam com o ambiente em que vivem, onde a experiência vivida e compartilhada de uns para com os outros acabara influenciando no modo de pensar e agir de cada indivíduo, assim como suas preferências e como quer ser visto e representado no mundo. Além disso, vale ressaltar a relevância do estudo comparando gerações diferentes, como no caso do estudo em questão que destaca as duas gerações mais distintas, dos Baby Bommers, sendo as pessoas mais velhas, e a Z, sendo as pessoas mais novas. Segundo os autores Penas e Martins (2015), o estudo e integração de gerações diferentes em um mesmo ambiente, leva a necessidade de compreensão de cada uma delas para assim atender as necessidades e expectativas de ambas.

4 A PLURALIDADE DOS GÊNEROS MUSICAIS

Antes de tudo, é necessário destacar a importância dos gêneros musicais, pois esses, antes mesmo de serem efeitos sonoros que chegam aos nossos ouvidos, são expressões sociais de representação popular. Segundo Vladi (2010), os gêneros musicais representam grupos, a forma como um indivíduo se identifica e se enxerga no mundo, funcionam como uma identidade por assim dizer. Para isso, é necessário que existam os mais variados gêneros musicais, que por sua vez, devem atender o maior número de especificidade das pessoas para que ninguém fique sem se identificar e não seja atendido pelos padrões musicais. Para Vladi

(2010), através da música é possível expressar sentimentos, valores, experiências, e com isso, comunicar ao mundo e comunicar-se com o mesmo.

De acordo com Fernandes (2011), o rádio sempre foi uma forma fácil das pessoas terem acesso a música, sendo popular devido ao seu baixo custo de acesso. Como forte influenciadora da cultura popular brasileira, o rádio acabou por massificar gêneros musicais, o que acarretava em uma baixa pluralidade de gêneros a serem consumidos com maior ascensão. Sendo assim, para Vladi (2010), é essencial fazer um minucioso estudo sobre a audiência a quem a indústria fonográfica está direcionando seus esforços, isto é, conhecer quem é o público por trás da plataforma musical que está sendo utilizada para divulgar os seus produtos, ou seja, os artistas produzidos pela mesma.

No caso do rádio, como reafirma Fernandes (2011), por ser um tipo de mídia mais popular, já que a mesma é gratuita e facilmente acessada de qualquer lugar, tem por objetivo transmitir músicas mais populares, com letras não muito elaboradas, já que muitas pessoas podem não compreender e a audiência acabar abaixando. Dentro disso, os gêneros musicais que podem ser considerados mais populares e ouvidos no Brasil foram o samba e a jovem guarda a algum tempo atrás, e o pagode, o funk, o axé e o sertanejo atualmente, claro, isso de uma forma generalizada.

Segundo Silva (2016), as plataformas streaming permitem que uma gama maior de ritmos e artistas possam ser acessados e explorados de maneira mais rápida e mais barata, quando não gratuita, por todo e qualquer tipo de consumidor. Como já retratado aqui, com a globalização e o avanço da tecnologia a forma de propagar músicas mudou, sendo que, apesar do rádio e de outras plataformas musicais continuarem sendo utilizadas, as plataformas digitais tem ganhado destaque por facilitar o acesso a mais artistas e gêneros musicais por parte de seus consumidores, de uma maneira mais rápida e eficaz, o que tem levado as indústrias fonográficas investirem fortemente para que isso possa ocorrer (SILVA, 2016).

Porém, como Vladi (2010) destacou, investir em tecnologia e no seu alcance não é suficiente. É necessário inovar constantemente, pois além do mercado ser dinâmico, ele está ativo e cada vez mais atento nas necessidades do público, em especial, da geração Z, pois como Jordão (2016) ressalta, essa é aquela geração tecnológica e que está sempre em busca de algo novo. Logo, investir em diversidade musical, de músicas lançadas e novas bandas, até mesmo em gêneros musicais que detenham a difícil e exigente atenção dos jovens, que como já foi colocado, enjoam rapidamente do que está ou não no auge no mercado musical se faz cada vez mais necessário.

4.1 As pluralidades dos gêneros musicais no nordeste brasileiro

O Nordeste brasileiro, que possui em sua totalidade nove estados a serem: Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe, segundo Gomes (2015), até um certo momento histórico, não havia alcançado essa pluralidade de artistas e gêneros musicais disponíveis em todo mercado fonográfico global. Sendo que essa baixa pluralidade de gêneros musicais até certo momento na história se deu em grande parte devido o aspecto cultural do ser nordestino como um sujeito apegado à sua terra e suas origens, valorizando sempre a pluralidade que a própria cultura local nordestina trazia consigo tão enriquecedoramente.

Gomes (2015) destaca ainda que essa foi uma herança deixada pelos africanos, indígenas e europeus durante o período colonial, além disso, essa era uma necessidade do nordestino se colocar como um ser autônomo, que possui uma cultura rica, mas tão desvalorizada frente a hegemonia sulista que se sobressai economicamente aos estados situados ao norte do país. Para o grupo Estudos Avançados (1997), a pluralidade musical

nordestina em suas raízes é imensa e foi uma forte influenciadora para a formação de diversos outros ritmos musicais brasileiros que conhecemos hoje em dia.

Segundo o grupo Estudos Avançados (1997), o Frevo é um dos gêneros musicais originados no Nordeste brasileiro e que merece destaque, sendo esse o gerador de uma dança típica pernambucana que animava e anima os carnavais da região, estando presente desde então em dobrados militares, na quadrilha junina, na polca, no maxixe e até mesmo no axé music. A Banda de pífanos originária do Ceará ou como é mais popularmente conhecida, a zabumba, nada mais era que um instrumento indígena presente em orquestras rurais e que fora utilizado para arrecadar dinheiro para as festas religiosas locais em que todos podiam dançar animadamente, estando fortemente presente em gêneros musicais bastante presentes na cultura nordestina atual como o forró, o baião, o xote e o xaxado, sendo que, Luiz Gonzaga, o rei do baião, foi um dos maiores influenciadores e divulgadores do instrumento, trazendo assim um orgulho de ser nordestino (ESTUDOS AVANÇADOS, 1997).

Ainda de acordo com o grupo Estudos Avançados (1997), as Emboladas, eram ritmos bastante difundidos em feiras pernambucanas que traziam instrumentos como o emboladores, o pandeiro e o ganzá sendo bastante difundido em radiofônicos, o que levou a influência presente em cantorias, como são conhecidas atualmente. O Côco é uma dança originária africana presente em quase todo território nordestino sendo considerado um gênero musical de raiz nordestina, mas que logo propagou-se pelo Brasil, possuindo instrumentos como a percussão, os íngonos, pandeiros, cuícas e ganzás, e da qual, ficou popularmente conhecida como samba, pagode, zambê ou bambelô (ESTUDOS AVANÇADOS, 1997).

Com o avanço da globalização e o crescimento das áreas urbanas do Nordeste brasileiro, novos gêneros musicais foram surgindo nesse cenário contemporâneo, e um dos mais conhecidos foi o mangubeat, surgido na década de 90 em Recife, Pernambuco, onde o tradicional e o moderno se cruzam gerando uma hibridação cultural. Para Costa (2013), a ideia do mangubeat, fundado por Chico Science, fundador da banda Nação Zumbi, na qual, é a maior representante do gênero musical, foi justamente essa mistura de gêneros musicais presentes tanto na cultura nordestina como o maracatu, o côco, a embolada, assim como aqueles presentes na cultura dos grandes centros urbanos brasileiros e até mundiais, como o rap, o soul, o pop global, o hip hop, o rock alternativo e a nova música eletrônica, trazendo assim uma nova postura do nordestino com relação a aceitação de novos gêneros musicais presentes em diversas culturas.

5 A RELAÇÃO DAS INDÚSTRIAS FONOGRAFICAS COM O MERCADO MUSICAL NORDESTINO

As indústrias fonográficas têm utilizado de diversas estratégias para atingir um número maior de consumidores e com isso, continuarem bem estabelecidas nesse mercado altamente lucrativo que é o da música. Benazzi e Donner (2012) relatam que as indústrias fonográficas devem estar sempre se adaptando às demandas de mercado e às diversas formas de concorrência. Gomes (2015), ainda traz que a plataforma digital vem sendo uma das formas mais utilizadas de se propagar música atualmente, seja através de aplicativos (rádios online e Whatsapp), streamings (Spotify, Deezer e Apple Music), de redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter) e plataformas digitais de distribuição de vídeos (Youtube).

Segundo Gomes (2015), as plataformas digitais musicais como o streaming e as de distribuição de vídeos têm mudado o cenário musical mundial, onde os diversos artistas sejam independentes ou advindos de indústrias musicais podem ser divulgados de maneira mais rápida, o que gera uma maior diversidade de gêneros musicais a serem propagados em todos os lugares e de forma mais rápida. Para o autor, independente do lugar em que se vive, a Internet tem alcançado proporções imagináveis até certo tempo atrás, o que leva a uma maior

divulgação artístico-cultural em todos os setores que se possa residir, desde o interior aos grandes centros urbanos.

Segundo Gomes (2015), antes disso, a padronização musical era muito mais constante, onde no Brasil, por exemplo, determinados gêneros musicais prevaleciam conforme a região do país em que se morava, havendo pouca aceitação de outros gêneros musicais que não fosse da lá. Isso se dava em muito devido ao uso do rádio como um dos principais meios de consumir conteúdo musical como bem descreveu Fernandes (2011), que tinha conteúdo musical de letra fácil e ritmo pegajoso, sendo mais populares pela simples compreensão do mesmo dentre um maior número de pessoas. Porém, com o avanço das novas tecnologias e das plataformas musicais utilizadas nesse novo cenário musical, de acordo com Gomes (2015), os consumidores passaram a ter acesso a diversos outros gêneros musicais, assim como um acesso maior a uma gama de artistas variados de determinados ritmos conforme sua preferência e que até então eram desconhecidos.

Como já citado aqui por Costa (2013), o Nação Zumbi é um exemplo de como essas indústrias musicais têm chegado ao Nordeste, onde com o auxílio da globalização e do avanço de novas tecnologias esse acesso da música contemporânea global e nacional com as músicas nordestinas de raiz se faz presente. Segundo Murari (2016), outros exemplos disso são artistas nordestinos consagrados nacionalmente como Alceu Valença, Caetano Veloso, Gal Costa, Maria Bethânia, Gilberto Gil, Dominginhos, Alcione, Djavan, Belchior, Chico César, Zeca Baleiro, Raul Seixas, Lenine, Zé Ramalho, Geraldo Azevedo, Elba Ramalho, Ivete Sangalo, Fagner e até mesmo, Luiz Gonzaga sendo associados a nomes de indústrias fonográficas bastante renomadas no cenário musical brasileiro.

À contraponto, como colocado por Periles (2016), o mesmo acontece com artistas de outras regiões como o samba, e o mais novo sucesso, sertanejo universitário atingindo o nordeste como mercado consumidor. O fenômeno nordestino Wesley Safadão, é um exemplo claro de que a indústria fonográfica brasileira tem atingido cada vez mais diversos lugares, inclusive, o Nordeste brasileiro, que até tempos atrás possuíam um pouco de rigidez para aceitar novos gêneros musicais que não fossem da cultura nordestina, sendo que, hoje, Wesley Safadão até então conhecido apenas no Nordeste, aos poucos foi ganhando espaço no cenário musical nacional. Essa troca musical realizada pelas indústrias fonográficas de artistas do Nordeste e de outras regiões, leva os produtores musicais a divulgá-los cada vez mais massivamente através de plataformas musicais aquilo que querem que seja vendido em todas as regiões brasileiras (GOMES, 2015).

Para Periles (2016), o Nordeste sendo uma região com alto índice populacional acaba por ser visada como um alto nível consumidor, sendo assim, uma forte potencialidade a ser atingida por qualquer indústria, inclusive a fonográfica. Uma prova que de fato a indústria fonográfica tem se relacionado com o mercado musical situado no Nordeste de maneira produtiva, é a propagação de festivais como o Villa Mix de música sertaneja; o Samba Recife, Samba Fortaleza e Samba Teresina na área do samba, e até mesmo, o Festival de Verão na Bahia, onde há uma mistura de artistas de diversos gêneros musicais que acontece anualmente, além da presença de shows internacionais.

Portanto, a era digital tem sido eficaz na forma de propagar música no Brasil, tendo em vista que está mais do que provado que mesmo em regiões que até certo tempo atrás eram mais fechadas apenas para músicas regionais, como o Nordeste brasileiro, com o avanço da globalização e das plataformas musicais advindas da tecnologia e da WEB 2.0, têm sido atingida com uma maior eficácia, aumentando assim a pluralidade de gêneros a serem consumidos e passando assim a grandes receptores de artistas de diversos lugares, onde tudo acaba por proporcionar uma maior rentabilidade às indústrias fonográficas brasileiras (GOMES, 2015).

Logo, pode-se dizer que a evolução do cenário musical e da indústria fonográfica se deu de maneira gradativa, acompanhando as tendências e atendendo o que o público exigia. De acordo com Benazzi e Donner (2012), se manter no mercado musical cada vez mais competitivo é uma tarefa difícil, mas que precisa ser estudada e acompanhada pelas indústrias musicais, sendo que, as plataformas musicais estão sempre em transformação para que atenda cada vez mais a necessidade dos consumidores de maneira rápida e eficaz. Portanto, pode-se dizer que a indústria fonográfica deve estar sempre em adaptação e evolução para que possa continuar forte e lucrativa, já que a música é algo cada vez mais presente e de maneira diversificada na vida de toda e qualquer pessoa.

Por meio desse breve histórico sobre os gêneros musicais presentes na cultura nordestina como bem exposto pelos Estudo Avançados (1997), pode-se perceber que a mesma, apesar de ainda manter suas raízes seja através de ritmos musicais locais ou através da influência musical em ritmos de cunho nacional, o avanço da globalização e das novas plataformas musicais desenvolvidas pela indústria fonográfica não passam despercebidas, onde com o desenvolvimento dos centros urbanos novos ritmos foram surgindo, misturando tudo que existia no Brasil e no mundo, e abrindo as portas assim a diversos gêneros musicais como o rock, o pop, hip hop, samba, etc., além dos já presentes forró, xaxado, axé music e MPB.

6 METODOLOGIA

Essa pesquisa tem como objetivo descrever as plataformas musicais utilizadas no decorrer dos anos pelas gerações Baby Bommers e Z nas cidades de Picos e Teresina, no estado do Piauí, situadas no Nordeste brasileiro. Tais cidades foram escolhidas para fazer parte da pesquisa porque ambas possuem a maior economia dentro da região em que se encontram, isto é, centro-norte e centro-sul piauiense. A pesquisa foi realizada nos meses de maio e junho de 2018.

Portanto, este estudo se caracteriza como pesquisa de campo, exploratória e descritiva, em que Manzato e Santos (2012) afirmam ser de campo por essa utilizar a observação, a coleta e análise de dados, além de ser descritiva, já que a mesma tem como propósito compreender a opinião pública acerca de um determinado assunto, e exploratória, no sentido de explorar um contexto ainda pouco discutido.

O estudo adotou uma abordagem quantitativa que segundo Malhotra (2011), nesse método de pesquisa, é determinada a composição e o tamanho da amostra, e no processo a estatística torna-se a ferramenta principal, pois as respostas de alguns problemas podem ser inferidas para o todo, exigindo assim que a amostra seja muito bem definida, caso contrário, podem gerar problemas ao se analisar a solução para o todo.

A coleta de dados teve como instrumento a aplicação de um questionário estruturado. Para Marconi e Lakatos (2003), esta ferramenta consiste em um todo organizado de perguntas que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do pesquisador. Além disso, coleta uma grande quantidade de dados e abrange um número maior de pessoas e de área geográfica. Sua modalidade é definida em razão da natureza de suas perguntas, no caso, o estruturado conta apenas com perguntas fechadas (objetivas).

Os objetivos nortearam a elaboração do questionário que contém 10 perguntas, sendo que, para as 5 primeiras questões foi utilizada como técnica de análise de dados a porcentagem, e nas 5 últimas, a média e desvio padrão por se tratar de uma escala de Likert. Os sujeitos desta pesquisa consistem nas gerações Baby Bommers e Z, nos municípios de Picos e Teresina, no estado do Piauí. Seu universo é de 344.087 pessoas segundo dados do IBGE (2010), desta forma, foi necessário calcular uma amostra, na qual foi distribuída de maneira proporcional para cada cidade e geração, e então, estratificada, estipulando-se assim

um total de 238 participantes, sendo que, 20 respondentes pertencem à Picos (5 para a Baby Bommers e 15 para a Z), e 218 à Teresina (56 para a Baby Bommers e 162 para a Z). Para garantir a veracidade e confiabilidade dos resultados, dedicou-se bastante a busca pela exatidão, tentando sanar possíveis distorções na análise de dados, dessa forma foi estabelecida uma margem de erro tolerável de 5%, em um nível de confiança de 95%. A pesquisa foi realizada nos meses de maio e junho de 2018.

7 ANÁLISE E RESULTADOS

7.1 Análise dos dados a partir da técnica de porcentagem

7.1.1 Plataformas musicais conhecidas pelas gerações Baby Bommers e Z em Picos.

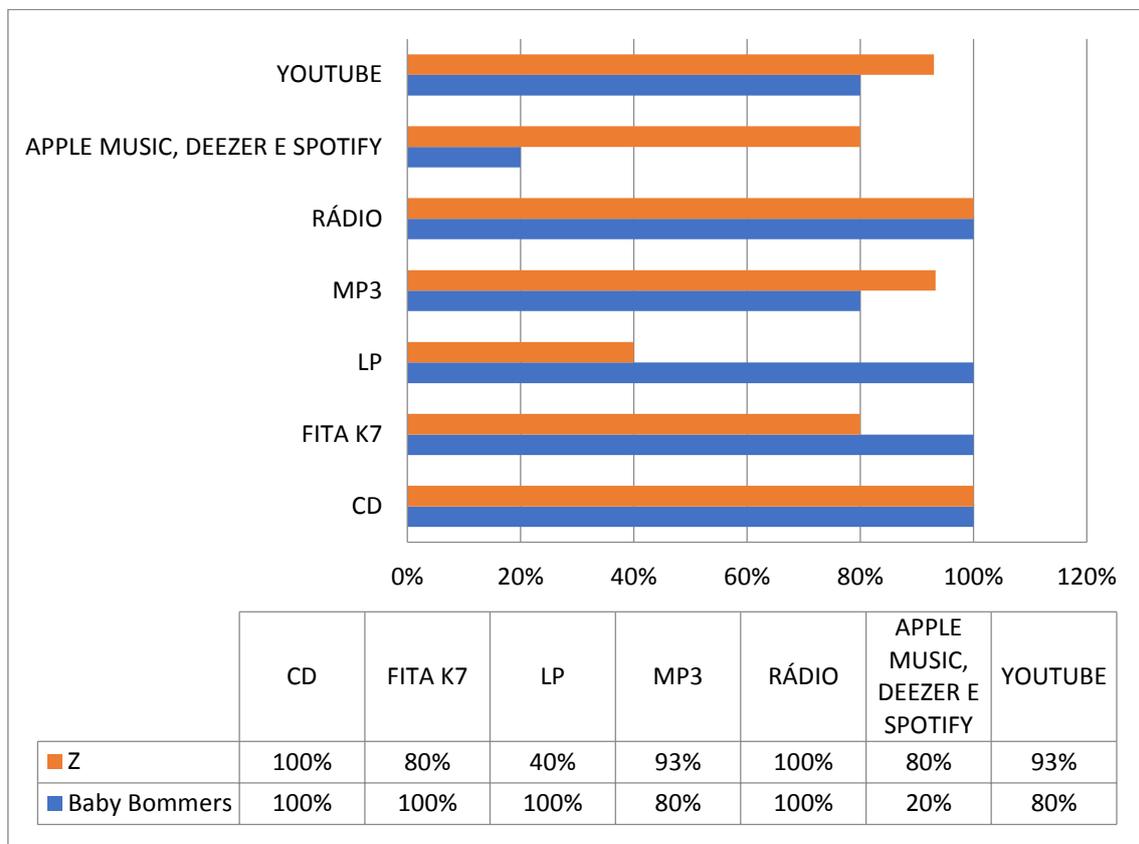


Gráfico 1: Identificação das plataformas musicais conhecidas em Picos.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Pode-se notar através do gráfico, que a geração Baby Bommers em Picos conhece todas as plataformas musicais mais antigas (cd, fita k7, LP e rádio) em sua totalidade, isto é, 100% das pessoas pesquisadas. Sobre as mídias musicais digitais que desde 2005 estão no ar (mp3 e Youtube) e que já houve um período de adaptação, também teve um número considerável de pessoas que as conhecem, totalizando 80% dos pesquisados em ambas as plataformas. Por fim, a plataforma musical digital mais atual que é através do streaming (Apple Music, Deezer e Spotify), um número baixo de pessoas pertencentes a essa geração tem conhecimento sobre o que seja, totalizando 20%, sendo que, concordando com o que Azevedo (2012) e Nascimento *et al.* (2016) colocam, o mesmo se deve pela dificuldade em acompanhar as novidades e aceitar mudanças devido a uma educação mais repressiva, consequente de um contexto histórico de pós-guerra e ditadura militar.

Sobrepondo a geração citada anteriormente, a geração Z, compreende pessoas abaixo de 24 anos, muitas delas não conhecem ou apenas ouviram falar de plataformas musicais mais antigas. No caso do LP (plataforma musical mais antiga das listadas no questionário onde o seu auge se deu na década de 80 e início da década de 90), apenas 40% conhecem ou já ouviram falar. Sobre a fita K7 (mais atual do que o LP), 80% conhecem ou já ouviram falar. O rádio e o CD (plataformas musicais mais ultrapassadas, porém, ainda existentes no mercado), por serem plataformas consideradas populares, atingem um número maior de pessoas mesmo na geração Z que tem essa necessidade de estar à procura de novas tendências, totalizando 100% de conhecimento sobre a existência das mesmas.

Por fim, as plataformas musicais digitais, como o MP3 e o Youtube em que 93% das pessoas pertencentes à geração Z têm conhecimento sobre as mesmas, e com a mídia mais atual, o streaming (Apple Music, Deezer e Spotify), onde 80% das pessoas pesquisadas conhecem ou já ouviram falar. Corroborando com isso, Jordão (2016) afirma que a geração Z tem facilidade em se adaptar facilmente às mudanças e às tendências, onde estão sempre querendo conhecer todas as novidades que lhes cercam, e sabendo-se que essa geração já nasceu conectada, por assim dizer, fazem parte da era digital desde que se entendem por gente. Complementando essa afirmação, Costa (2013) ainda comenta que, uma das explicações para provavelmente não se ter um número de jovens em maior totalidade que conheçam as plataformas musicais digitais é pelo fato de se encontrarem no interior do estado e ainda encontrar dificuldade quanto ao acesso às mesmas.

7.1.2 Plataformas musicais conhecidas pelas gerações Baby Bommers e Z em Teresina.

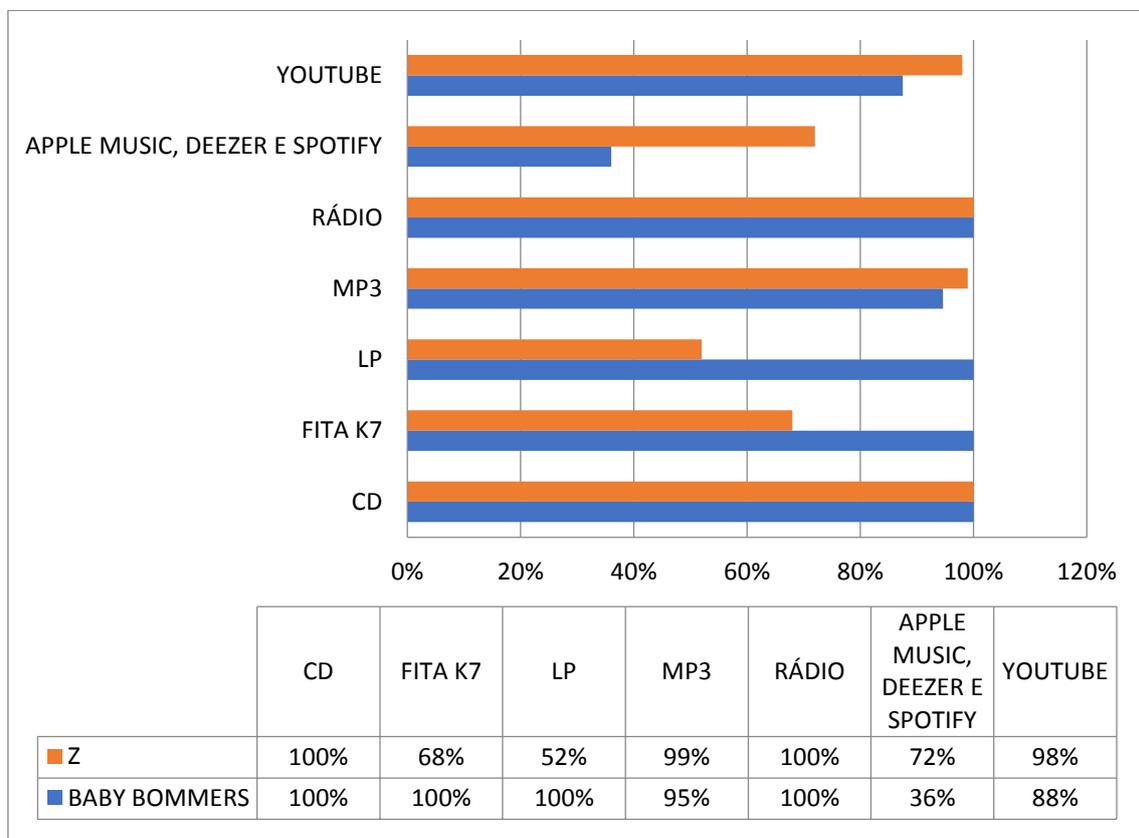


Gráfico 2: Identificação das plataformas musicais conhecidas em Teresina.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Comparando com a cidade de Picos, o mesmo percentual de pessoas pertencentes a geração Baby Bombers, mas agora em Teresina, conhecem as plataformas musicais analógicas (cd, fita k7, LP e rádio), isto é, 100% das pessoas pesquisadas. Porém, um número maior de pessoas conhece as plataformas musicais digitais comparando a cidade anterior, sendo que 88% conhecem o Youtube, 95% o MP3 e 36% o Streaming. De encontro a isso, Costa (2013) afirma que, uma população mais urbanizada, acaba por ter mais facilidade de acesso às novidades, e além disso, como Pena e Martins (2015) ainda ressaltam, existe o fator de que algumas pessoas pertencentes a essa geração, justamente por terem vivido um período de pós-guerra e ditadura militar, tendo tido uma educação mais repressiva, preferem ir de contrário às regras e àquilo que lhes impõem, sendo que, estão sempre em busca de se atualizarem.

Assim como na cidade de Picos, a geração Z em 100% conhece o CD e a rádio. Porém, apesar de um pouco mais de pessoas conhecerem o LP, sendo 50%, por outro lado, menos pessoas tem conhecimento sobre a fita k7, totalizando 68% dos pesquisados. As plataformas musicais digitais mais antigas como o MP3 e o Youtube, teve um aumento presente na pesquisa da geração Z em Teresina em relação ao interior, sendo 99% e 98% respectivamente. Por fim, a plataforma Streaming, que curiosamente, tem um número menor sobre o nível de conhecimento da mesma pelos pesquisados, sendo de 72% das pessoas.

7.1.3 Plataformas musicais utilizadas a 5 anos atrás pelas gerações Baby Bombers e Z em Picos.

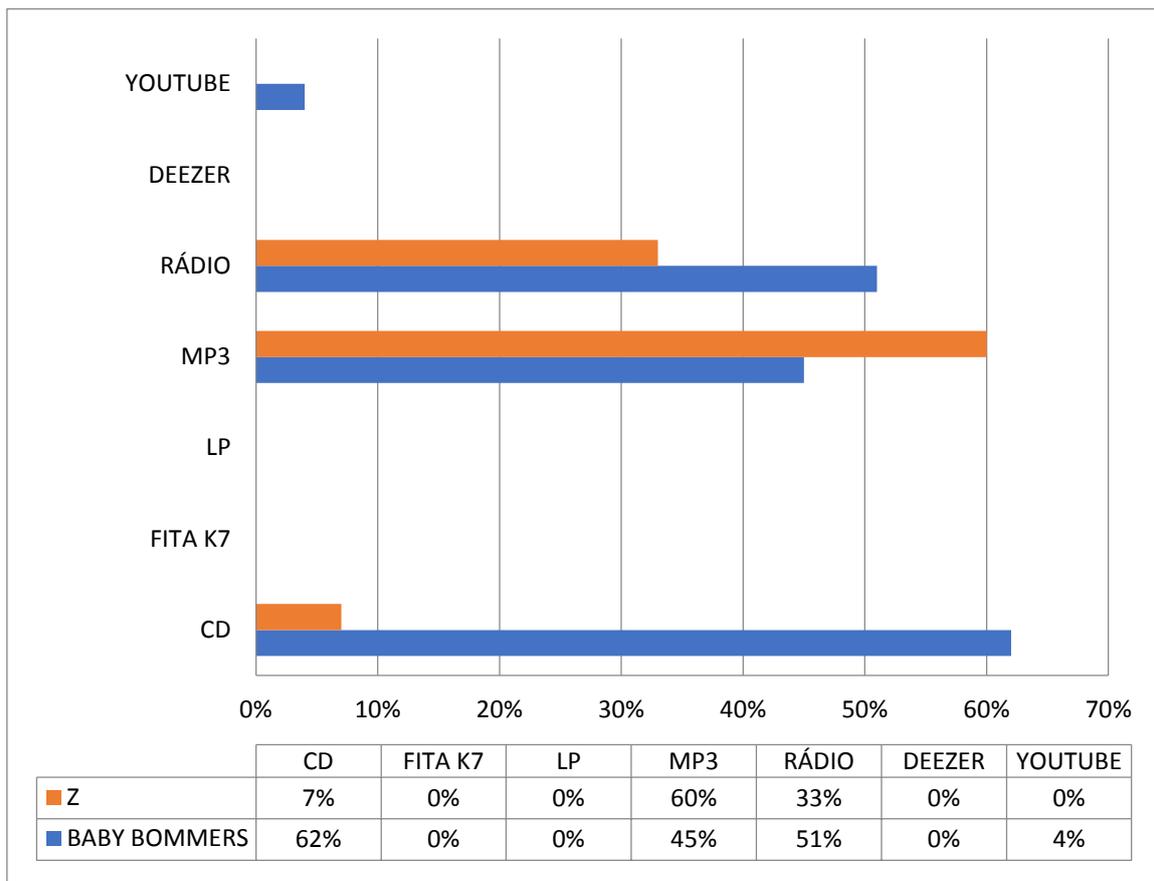


Gráfico 3: Identificação das plataformas musicais utilizadas a 5 anos atrás em Picos.
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Em Picos, há 5 anos atrás, as plataformas musicais mais ouvidas pela geração Baby Bommers foram respectivamente: CD (62%), rádio (51%), MP3 (45%) e Youtube (4%). Já as plataformas mais escutadas pela geração Z na mesma cidade foram respectivamente: Mp3 (60%), rádio (33%) e CD (7%). Sendo assim, pode-se notar que a geração Baby Bommers ainda possuía preferência pela plataforma musical analógica, já a geração Z, já possuía preferência pela plataforma musical digital MP3. Concordando com isso, Jordão (2016) afirma que a geração além de ter facilidade em se adaptar às mudanças, ainda possuem uma necessidade de estarem sempre buscando novidades, principalmente na área tecnológica já que os mesmos nasceram durante a evolução da era digital. Por outro lado, corroborando ainda com os dados expostos no gráfico, Pena e Martins (2015) comentam que a geração Baby Bommers, diferentemente da Z, possui uma maior dificuldade em se adaptar às mudanças, sendo, portanto, mais resistentes a acompanhar as novidades que lhes cercam.

7.1.4 Plataformas musicais utilizadas a 5 anos atrás pelas gerações Baby Bommers e Z em Teresina.

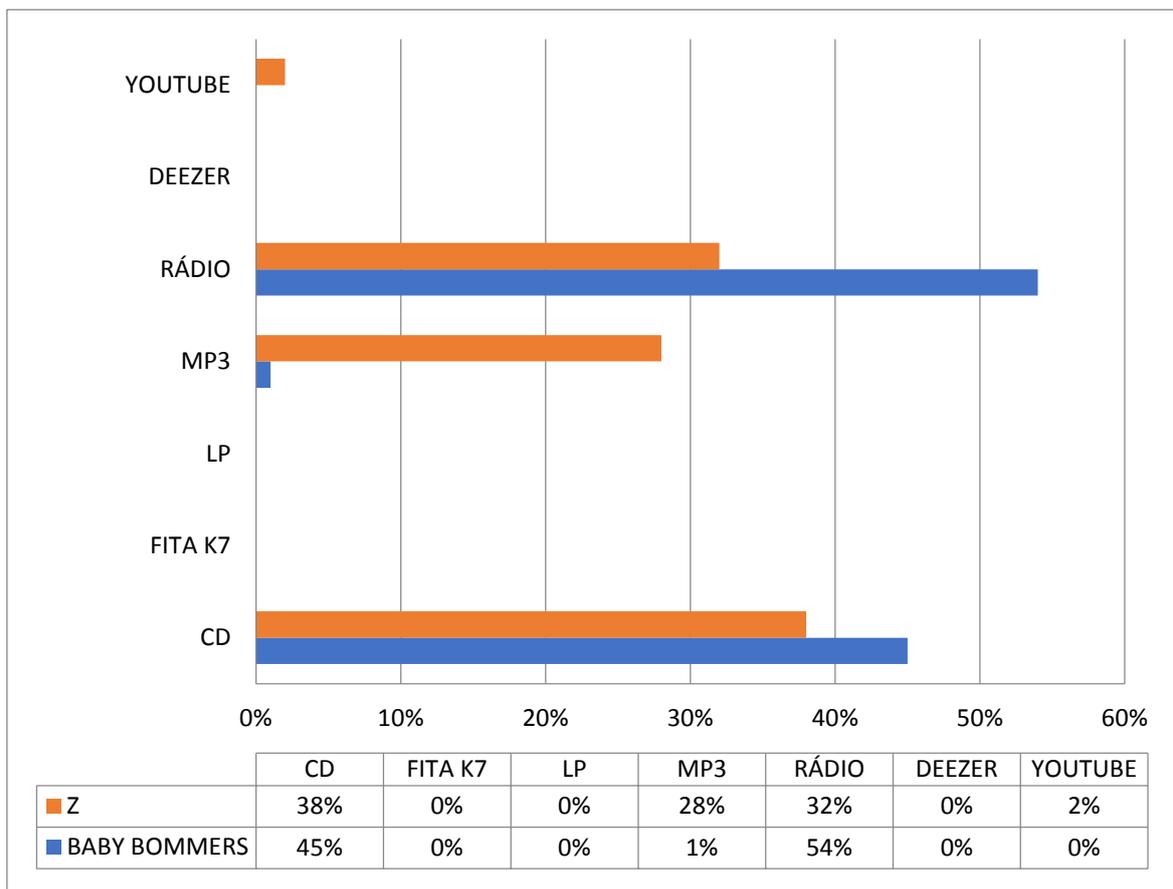


Gráfico 4: Identificação das plataformas musicais utilizadas a 5 anos atrás em Teresina.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Em Teresina, com relação às plataformas musicais mais utilizadas a 5 anos atrás pela geração Baby Bommers, pode-se notar que 54% dos pesquisados ouviam rádio para ter acesso à música, o cd aparece com 45% e o mp3 1%. Já em relação a geração Z, as plataformas musicais mais escutadas pela mesma a 5 anos atrás eram: CD (38%), rádio (32%), MP3 (28%) e Youtube (2%). A partir disso, pode-se dizer que tanto a geração Z como a geração Baby Bommers a 5 anos atrás tinham preferências por plataformas musicais analógicas como o CD e a rádio, respectivamente. Sendo assim, mesmo com menor acesso a plataformas musicais

digitais, as pessoas pertencentes a geração Z de Picos já tinham predileção por a mesma a 5 anos atrás, diferentemente da capital Teresina.

7.1.5 Plataformas musicais utilizadas atualmente pelas gerações Baby Bommers e Z em Picos.

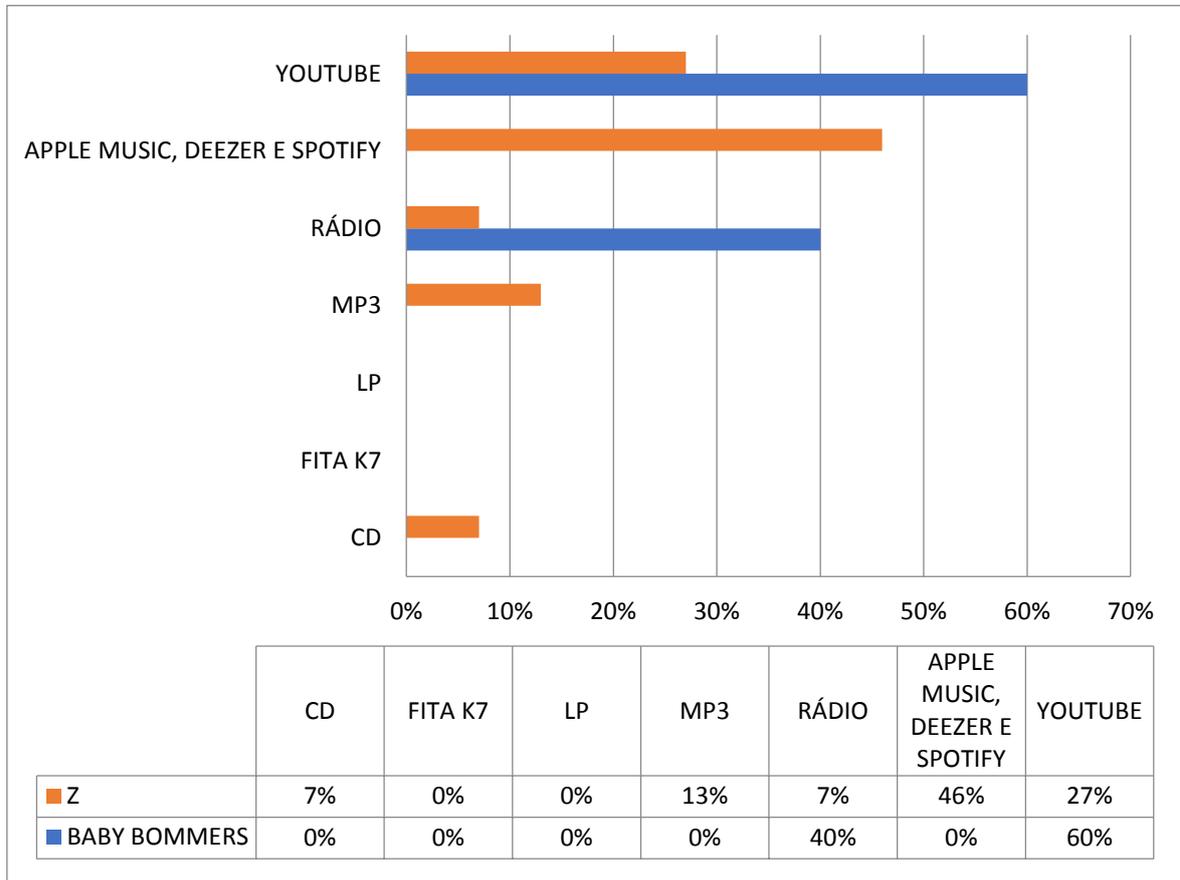


Gráfico 5: Identificação das plataformas musicais utilizadas atualmente em Picos.
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Atualmente, as plataformas musicais mais utilizadas pela geração Baby Bommers na cidade de Picos são: Youtube (60%) e rádio (40%). Já as plataformas musicais mais escutadas pela geração Z na atualidade são respectivamente: Streaming (46%), M3 (13%), Youtube (27%), e rádio e CD (ambas com 7%). Com isso, pode-se notar que em ambas as gerações, a preferência por plataformas musicais digitais se faz presente, sendo que, uma sendo mídia musical digital visual e a outra, pelo Streaming, plataforma musical mais recente até o momento. Concordando com isso, Paiva (2011) atesta que, com a facilidade de acesso através do smartphone, que por sinal, tem sido cada vez mais utilizado por pessoas de diversas gerações e em qualquer lugar que as pessoas se encontrem, o uso de plataformas musicais digitais tem sido facilitado, e conseqüentemente, cada vez mais utilizado, até mesmo pela geração Baby Bommers que aos poucos vem tentando se adaptar às tendências.

7.1.6 Plataformas musicais utilizadas atualmente pelas gerações Baby Bommers e Z em Teresina.

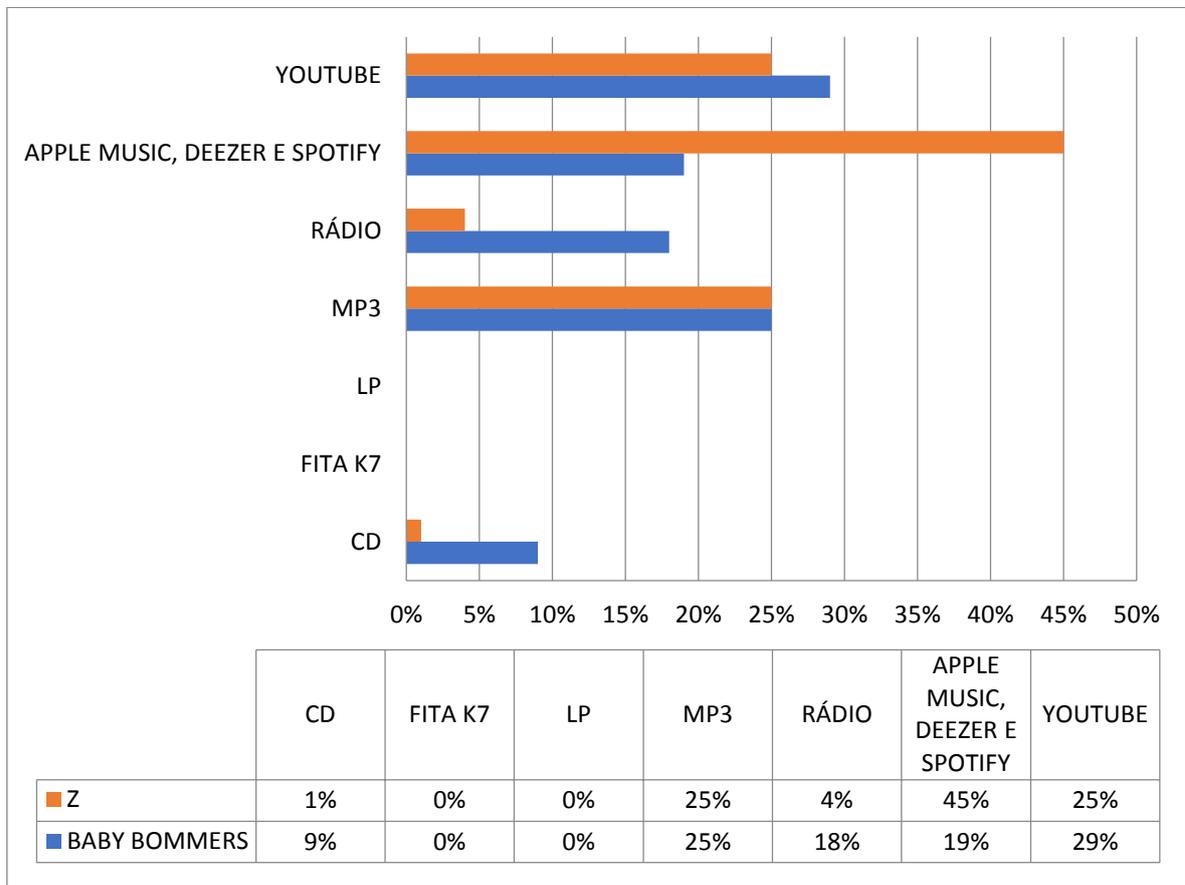


Gráfico 6: Identificação das plataformas musicais utilizadas atualmente em Teresina.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Na capital Teresina, as plataformas musicais mais escutadas atualmente pela geração Baby Bommers são: Youtube (29%), M3 (25%), Streaming (19%), rádio (18%) e CD (9%). Por outro lado, a geração Z escuta mais as seguintes plataformas musicais: Streaming (45%), MP3 e Youtube (25% ambas), rádio (4%) e CD (1%). Logo, mesmo que tanto as gerações Baby Bommers como a Z a 5 anos atrás tivessem preferência por plataformas musicais analógicas, atualmente, ambas preferem plataformas musicais digitais, dessa forma, principalmente por parte da geração Z, foi dado um salto quanto a plataforma que utilizam para ter acesso a conteúdo musical, sendo do CD para o Streaming, o que concorda com o que Nascimento *et al.* (2016) cita sobre a fácil habituação ao que é novo e a forma como estão sempre em constante mudança que atendam suas expectativas, sendo que essas são formadas pelo mundo global que estão inseridas.

7.1.7 Gêneros musicais escutados a 5 anos atrás pelas gerações Baby Bombers e Z em Picos.

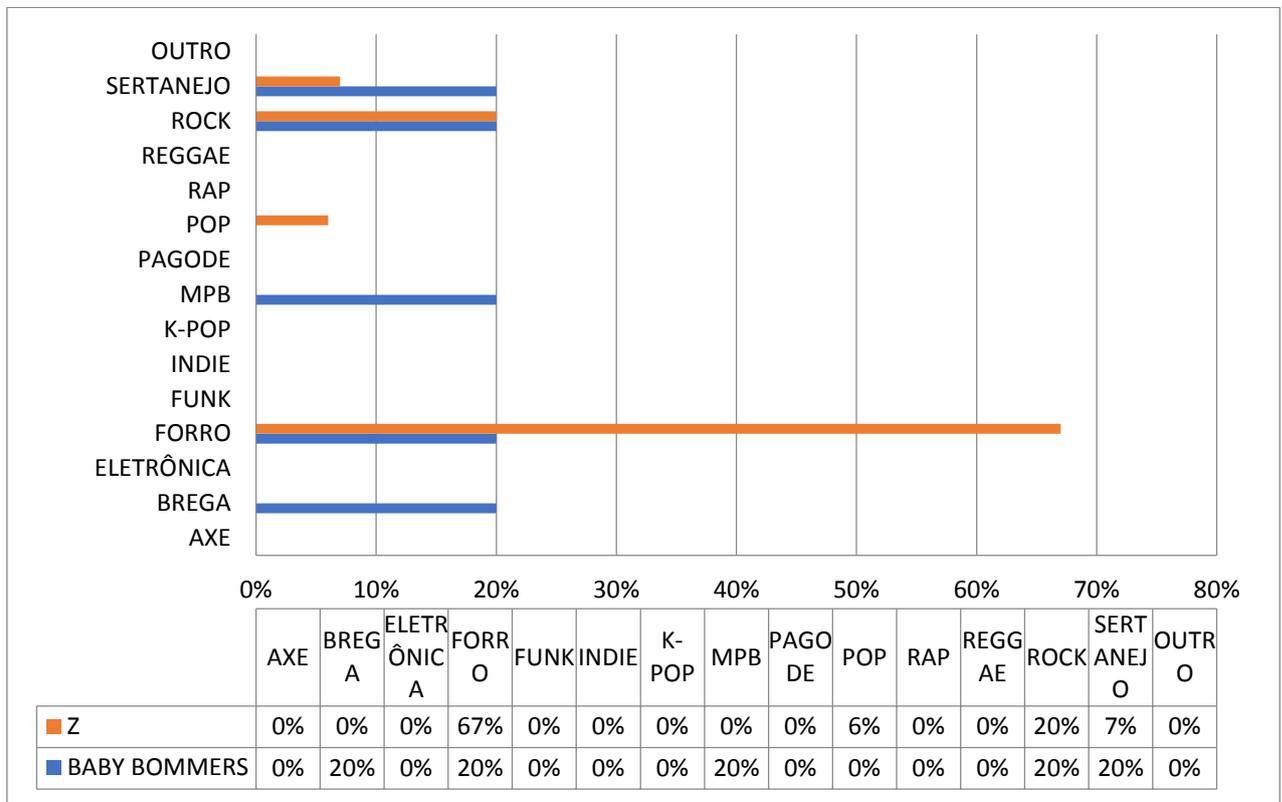


Gráfico 7: Identificação dos gêneros musicais escutados a 5 anos atrás em Picos.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Sobre os gêneros musicais mais escutados a 5 anos atrás pela geração Baby Bombers em Picos, com 20% para ambas as respostas apareceram o Brega, Forró, MPB, Rock e o Sertanejo. Já pela geração Z, foram destacados os gêneros Forró, com (67%), Rock (20%), Sertanejo (7%) e POP (6%). Vale ressaltar aqui que a geração Baby Bombers acompanhou um número maior de gêneros musicais a se propagarem em plataformas musicais populares de cada época, sendo que, em cada uma delas um gênero prevalecia, tendo iniciado pelo forró. Corroborando a isso, Gomes (2015) afirma que o nordestino possuía, até certo tempo atrás, uma maior dificuldade em aceitar gêneros musicais que se desprendesse muito do que estavam habituados, como o Forró e suas vertentes, porém, a geração Baby Bombers tendo vivido mais tempo e assim tido contato com mais plataformas musicais e a forma como essas distribuía e distribuem música, as pessoas acabam por ter um conhecimento maior sobre os gêneros musicais existentes, e assim, o gosto por esses ser mais homogêneos entre a geração. Já a geração Z, que há 5 anos atrás apesar de já utilizarem mais as plataformas musicais digitais, não possuía um vasto contato com gêneros musicais diferentes, até mesmo porque, concordando com os dados expostos, Costa (2013) diz que o processo de distribuição de gêneros musicais diferentes presente em outras partes do Brasil demorou um pouco mais em relação a capital.

7.1.8 Gêneros musicais escutados a 5 anos atrás pelas gerações Baby Bommers e Z em Teresina.

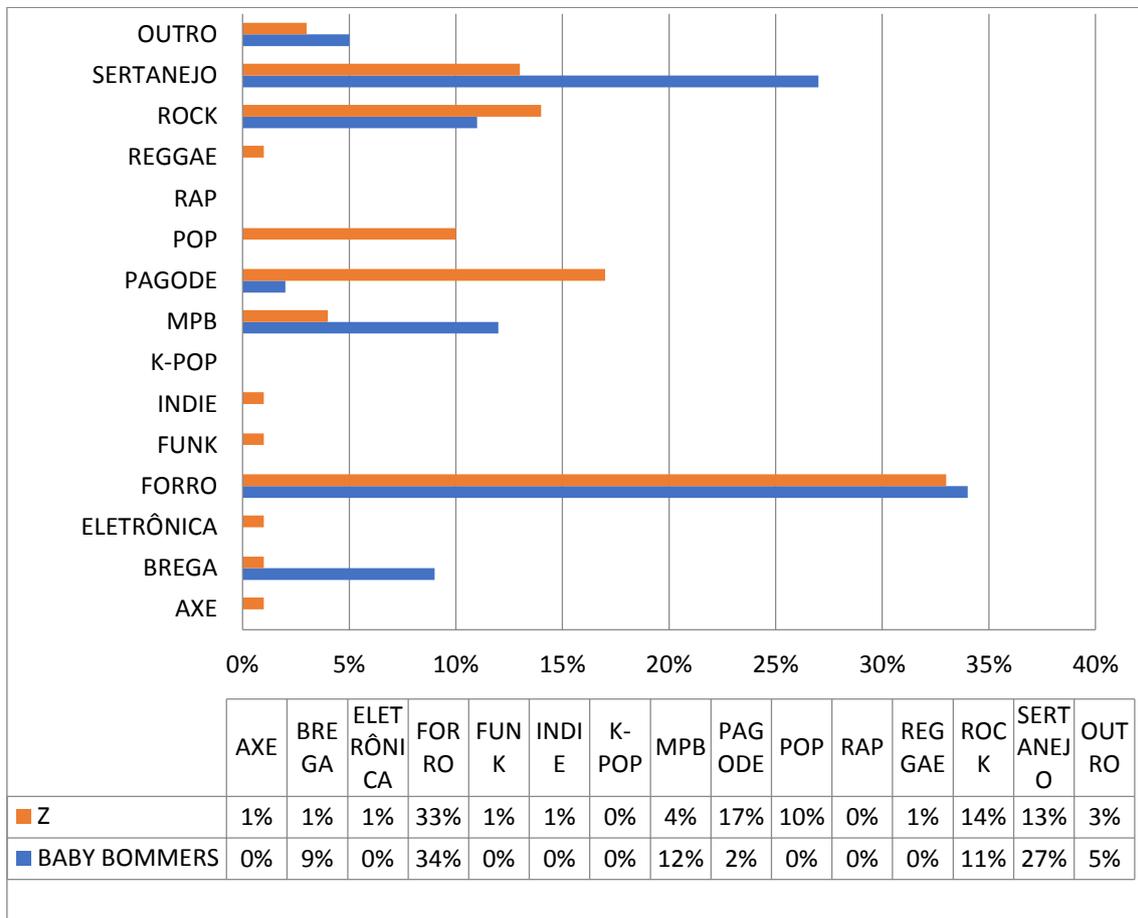


Gráfico 8: Identificação dos gêneros musicais escutados a 5 anos atrás em Teresina.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Em Teresina, a 5 anos atrás, os gêneros musicais mais escutados pela geração Baby Bommers foram: 34% (Forró), 27% (Sertanejo), 12% (MPB), 11% (Rock), 9% (Brega), 2% (Pagode) e 5% (outros). Com relação a geração Z, os gêneros musicais mais escutados eram: 33% (Forró), 17% (Pagode), 14% (Rock), 13% (Sertanejo), 10% (POP), 4% (MPB), 3% (outros) e 1% (Axé, Brega, Eletrônica, Funk, Indie e Reggae). Apesar de ambas as gerações escutarem mais plataformas musicais analógicas nessa época, as mesmas possuem uma maior pluralidade em preferência de gêneros musicais, mesmo o Forró se fazendo mais presente nas duas gerações estudadas. E indo de encontro a isso, Costa (2013) comenta que esse fato pode-se ser explicado através do movimento de urbanização sofrido em capitais, e consequentemente, uma maior distribuição no conteúdo musical do Brasil como um todo no nordeste brasileiro.

7.1.9 Gêneros musicais escutados atualmente pelas gerações Baby Bommers e Z em Picos.

Foram questionadas as gerações Baby Bommers e Z na cidade de Picos com relação a preferência por determinados gêneros musicais na atualidade, e foram obtidos os seguintes resultados:

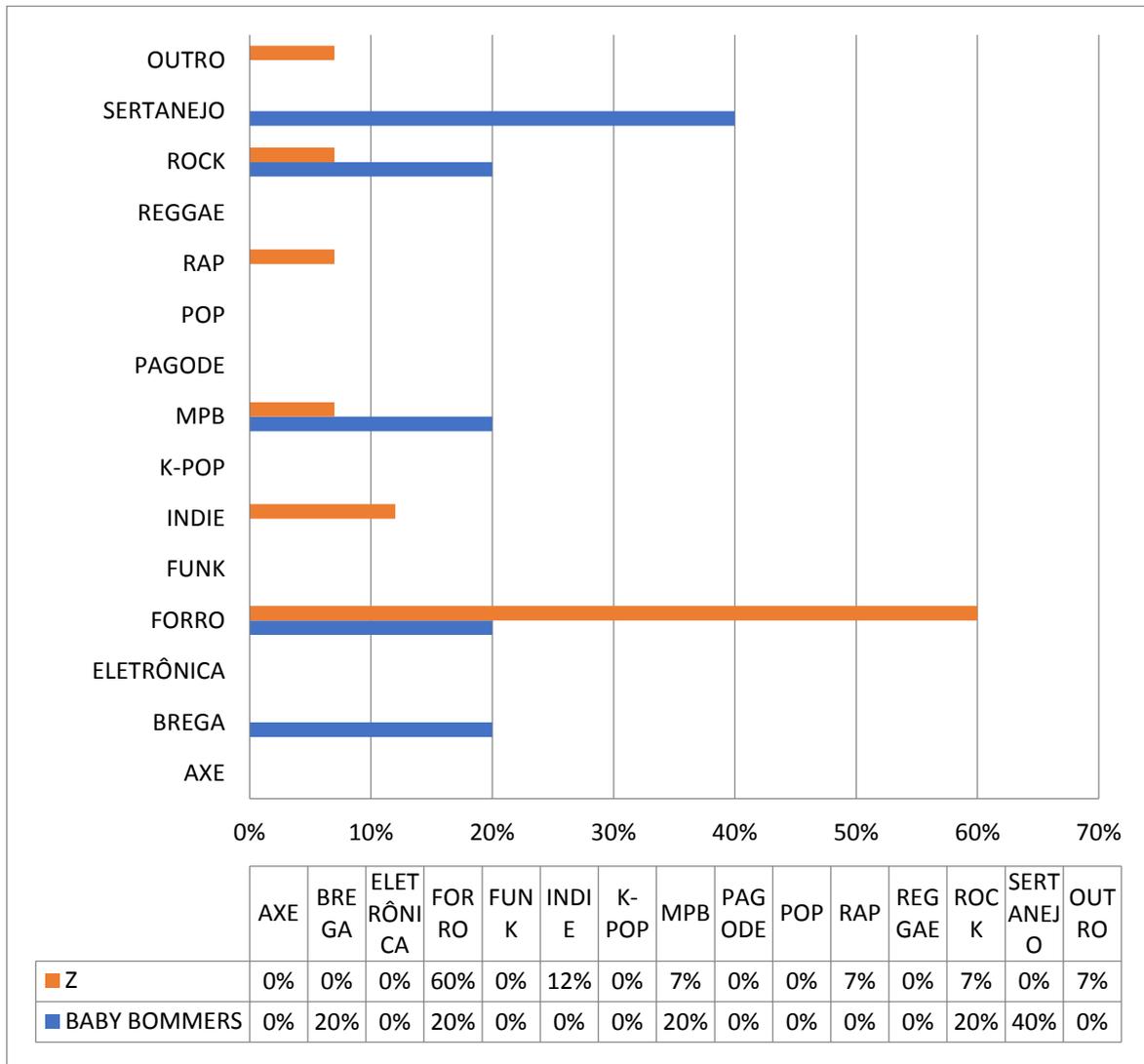


Gráfico 9: Identificação dos gêneros musicais escutados atualmente em Picos.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Com relação às pessoas pesquisadas na geração Baby Bommers, 40% preferem o sertanejo, 20% preferem o Brega, o Forró, a MPB e o Rock. Já por parte da geração Z podem ser destacados os seguintes gêneros musicais mais escutados atualmente na cidade de Picos: 60% (Forró), 12% (Indie), 7% (MPB, Rap, Rock e outro). Logo, com a evolução das plataformas musicais e com ambas as gerações tendo mais contato com conteúdos musicais, a pluralidade de gêneros mais escutados se faz presente, onde a geração Baby Bommers tem escutado mais o Sertanejo do que outros gêneros e a geração Z, apesar de ainda escutar em sua maioria o forró, começa a ter uma variabilidade maior de gêneros musicais mais escutados, com destaque ao Indie, que há 5 anos atrás se quer foi citado, e atualmente, é

considerado um dos gêneros musicais que mais cresce como preferência dentre os jovens, em especial, os pertencentes à geração Z.

7.1.10 Gêneros musicais escutados atualmente pelas gerações Baby Bommers e Z em Teresina.

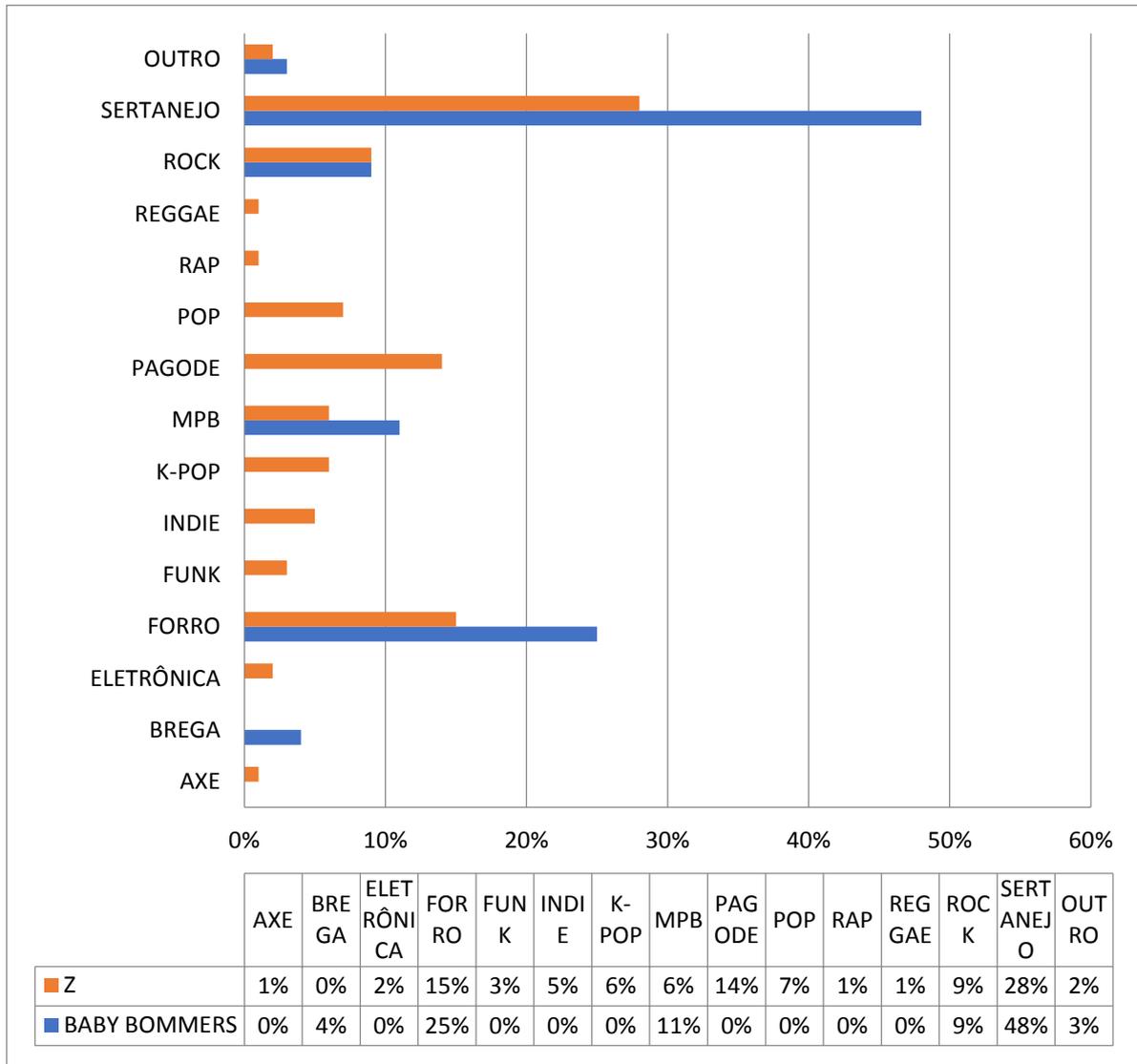


Gráfico 10: Identificação dos gêneros musicais escutados atualmente em Teresina.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Em Teresina, os gêneros musicais mais escutados pela geração Baby Bommers atualmente são: Sertanejo (48%), Forró (25%), MPB (11%), Rock (9%), Brega (4%) e outros (3%). Por parte da geração Z, os gêneros musicais mais escutados atualmente se encontram destacados como sendo: Sertanejo (28%), Forró (15%), Pagode (14%), Rock (9%), POP (7%), k-pop e MPB (6%), Indie (5%), Funk (3%), Eletrônica e outros (2%), e Axé, Rap e Reggae com (1%) cada. Em ambos os gêneros musicais as plataformas analógicas foram as mais utilizadas há 5 anos atrás e, atualmente, utilizam-se das plataformas digitais. Com isso, nota-se uma maior distribuição de gêneros musicais mais escutados atualmente em comparação com a 5 anos atrás pelas gerações Baby Bommers e Z em Teresina, com destaque ao sertanejo que passou a ser o gênero mais escutado por ambas as gerações, tendo ênfase a geração Z, que possui uma maior distribuição de pluralidade de gêneros musicais mais

ouvidos, com destaque ao Indie e ao k-pop que não apareciam na outra pesquisa, e agora se fazem presente, levando em consideração que esses dois gêneros musicais pertencem à uns dos que mais crescem dentre os pertencentes a geração Z.

7.2 Análise das questões de dimensões utilizando a escala de Likert

A escala de Likert serviu como base para elaboração do questionário utilizado na coleta de dados, sendo que, de acordo com Júnior e Costa (2014), esta escala de verificação consiste em selecionar um tema e desenvolver um conjunto de afirmações relacionadas à sua definição, para as quais os respondentes emitirão seu grau de concordância, destacam ainda que é uma ferramenta de fácil manuseio, pela facilidade do pesquisado em emitir um grau de concordância sobre uma afirmação qualquer.

A Escala de Avaliação utilizada neste trabalho adotou cinco alternativas: (1) Discordo Totalmente; (2) Discordo Parcialmente; (3) Nem Concordo e Nem Discordo; (4) Concordo Parcialmente e (5) Concordo Totalmente.

Para análise descritiva dos dados foram criados alguns parâmetros: as médias até 03 foram consideradas baixas, o que significa que o item foi mal avaliado pelo respondente, não havendo a consciência necessária para adotar ações voltadas para o consumo sustentável; as médias de 03 até 04 foram consideradas intermediárias, significando que as pessoas possuem uma consciência e um conhecimento moderado em relação ao consumo sustentável; acima de 04 foram consideradas altas, o que significa que o item foi bem avaliado, demonstrando consciência elevada dos indivíduos a respeito do tema em questão. Algumas questões das dimensões são afirmações reversas (negação), neste caso a análise é oposta com relação aos demais itens, as médias que oscilam entre 01 e 02, equivalem à faixa entre 04 e 05, então nestes termos, quanto menor a média maior a consciência requerida pelos respondentes.

Com relação ao desvio padrão: valores de zero até 0,8 implicam em desvio baixo, ou seja, as respostas entre os respondentes foram convergentes; valores a partir de 0,8 a 1,2 o desvio foi considerado intermediário; e os valores acima de 1,2, tem-se desvio elevado significando que as respostas entre os respondentes foram divergentes.

Para alcançar os objetivos desta pesquisa os resultados precisam responder a dimensão que contempla o hábito de escutar música e suas plataformas pelas gerações Baby Bombers e Z, nas cidades de Picos e Teresina, desta forma, as opiniões dos pesquisados a respeito desse tópico estarão apresentadas em 4 tabelas para possibilitarem uma melhor compreensão. A seguir, estão dispostas as tabelas da dimensão com seus respectivos resultados.

7.2.1 Análise da dimensão sobre o hábito de escutar música e suas plataformas pela geração Baby Bommers em Picos.

QUESTÕES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
1) Você costuma pagar para escutar música.	2	1
2) Você costuma comprar CDs ou DVDs originais quando gosta de um artista.	1	1,7
3) O seu gosto musical mudou nos últimos anos.	2	1,4
4) A tecnologia tem facilitado a forma como você tem acesso a música.	2	1,3
5) Você busca informações sobre artistas e músicas através da internet.	2	1,5

Tabela 1: Dimensão sobre o hábito de escutar música e suas plataformas pela Baby Bommers em Picos.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com a dimensão acima, onde os respondentes foram questionados em relação ao pagamento para se escutar música, nota-se que a maioria não costuma ter o hábito de pagar para escutar música. Isso pode acontecer pelo fato de que a maioria das pessoas pertencentes a essa geração preferirem atualmente a plataforma musical Youtube, como ficou claro na primeira parte da análise. Confirmando isso, Silva (2014) diz que o Youtube pode ser realizado sem um custo adicional além do fato de ter que estar conectado à internet, logo, muitas pessoas acabam não concordando em pagar para se escutar música, já que pode ser feito gratuitamente. Para essa pergunta, pode-se notar que os dados divergiram razoavelmente.

Com relação ao questionamento sobre o hábito de comprarem CDs e DVDs originais, as pessoas pertencentes a geração Baby Bommers de Picos em sua maioria, se mostraram ainda mais insatisfeitas para realizar tal tarefa, até mesmo porque atualmente, corroborando com isso, Costa (2014) afirma que, com a facilidade da tecnologia, a forma como se obtém esse conteúdo que até certo tempo, não se tinha como ter acesso além de comprando os mesmos, tem sido bastante facilitado através de plataformas digitais. Nesse questionamento, houve um alto nível de divergência das respostas, isto é, houveram desacordos com relação as respostas no quesito de concordar em comprar CDs ou DVDs originais.

Sobre o fato dos gêneros musicais terem mudado nos últimos anos, a geração Baby Bommers, acredita em sua maioria que o seu gosto musical não mudou muito nos últimos anos, apesar da pesquisa percentual tratada anteriormente mostrar uma pequena mudança, talvez não perceptível aos olhos dos pesquisados, sendo assim trazido como um alto nível de divergência nas respostas, logo, nesse questionamento também houve maioria de divergência nas respostas. O fato da geração Baby Bommers não concordar que o seu gosto musical mudou nos últimos anos, vem de encontro ao que Azevedo (2012) indaga, que essa geração se mostra mais resistente às mudanças, tendo uma maior dificuldade em aceitar mudanças ou novos paradigmas.

Quando questionados sobre a facilidade que a tecnologia tem trazido às suas vidas na forma como eles têm acesso à música, apesar de na pesquisa percentual terem se mostrado acompanhando as plataformas musicais digitais, eles ainda pouco possuem conhecimento sobre a plataforma musical mais atual, que é o Streaming, portanto, justificado quando os

mesmos não concordam quanto a facilidade que a tecnologia disponibilizou para a forma como eles têm acesso à conteúdos musicais. Nesse quesito, houveram divergência nas respostas dos pesquisados.

E por fim, com relação à busca de informações sobre artistas e músicas através da internet, assim como a geração Baby Bombers não acredita que a tecnologia tem facilitado a forma de ter acesso à conteúdos musicais, os mesmos não buscam a internet como ferramenta para obter esse tipo de informação. E como na pergunta anterior, na presente questão sobre a busca por informações na internet de artistas e música, também houveram divergências nas respostas.

7.2.2 Análise da dimensão sobre o hábito de escutar músicas e suas plataformas pela geração Z em Picos.

QUESTÕES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
1) Você costuma pagar para escutar música.	1	1,4
2) Você costuma comprar CDs ou DVDs originais quando gosta de um artista.	1	1,0
3) O seu gosto musical mudou nos últimos anos.	5	1,5
4) A tecnologia tem facilitado a forma como você tem acesso a música.	5	1,0
5) Você busca informações sobre artistas e músicas através da internet.	5	0,57

Tabela 2: Dimensão sobre o hábito de escutar música e suas plataformas pela Z em Picos.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A geração Z na cidade de Picos respondeu que, sobre o ato de se pagar para ter acesso à música, a maioria das pessoas se dizem não favoráveis ou insatisfeitas, onde, concordando com o que Silva (2016) diz, a maioria das pessoas pertencentes a essa geração tendem a preferir plataformas musicais digitais para se ter acesso à conteúdos musicais, por essas serem consideradas tendências dentre as plataformas musicais existentes, e além disso, as mesmas podem ser acessadas gratuitamente ou pagando uma pequena taxa, sendo que, essa é uma geração que está sempre em busca de novidades. Para essa maioria de pessoas que se dizem contrárias ao pagamento para se escutar música, foram encontrados alguns parâmetros de divergência nas respostas.

Quando questionados sobre o hábito de comprar CDs e DVDs originais, a maioria diz não concordar. Houveram tanto respostas convergentes como divergentes para tal questionamento.

Sobre o fato dos gêneros musicais terem mudado nos últimos anos, a geração Z concorda totalmente que a sua predileção por gêneros musicais mudou, e mesmo o Forró ainda se fazendo presente na maioria das respostas da análise percentual, outros gêneros musicais apareceram como preferência, assim como houve uma maior distribuição dentre os gêneros musicais listados. Em concordância ao que foi exposto, Nascimento *et al.* (2016) afirma que a geração Z possui fácil adaptabilidade às mudanças. Sendo assim, como consequência dessas respostas, houveram um alto número de respostas divergentes.

Sobre o fato da tecnologia ter facilitado a forma como a geração Z da cidade de Picos tem tido acesso à conteúdos musicais, a maioria concorda totalmente, isto é, a tecnologia de

fato tem sido satisfatória na vida dessa geração para ter acesso à música. Corroborando a essa informação, Nascimento *et al.* (2016) diz que justamente por a geração Z ter nascido na era digital, as pessoas pertencentes a essa geração possuem facilidade em lidar com a mesma. Houveram divergências moderadas nas respostas.

Finalmente, quando questionados quanto a busca de informações sobre artistas e músicas através da internet, assim como a geração Z acredita que a tecnologia vem facilitando a forma de se ter acesso à conteúdos musicais, os mesmos acabam buscando a internet para obter essas informações. Houve alta convergência nas respostas, isto é, concordância entre as mesmas, o que só reafirma a questão anterior como satisfatória sobre o uso da tecnologia ter facilitado a forma como se tem acesso à conteúdos musicais.

7.2.3 Análise da dimensão sobre o hábito de escutar músicas e suas plataformas pela geração Baby Bommers em Teresina.

QUESTÕES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
1) Você costuma pagar para escutar música.	1	1,2
2) Você costuma comprar CDs ou DVDs originais quando gosta de um artista.	1	1,2
3) O seu gosto musical mudou nos últimos anos.	3,5	1,0
4) A tecnologia tem facilitado a forma como você tem acesso a música.	4,5	1,0
5) Você busca informações sobre artistas e músicas através da internet.	4,5	1,3

Tabela 3: Dimensão sobre o hábito de escutar música e suas plataformas pela Baby Bommers em Teresina.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Com relação ao ato de se pagar para escutar música, a maioria das pessoas da geração Baby Bommers de Teresina se dizem contra ou insatisfeitas, sendo que, vem de encontro ao que Silva (2014) fala sobre a facilidade que a tecnologia tem oferecido para se ter acesso à conteúdos musicais de forma gratuita ou pagando-se minimamente. Atualmente, a maioria das pessoas nesse grupo preferem o Youtube ou o MP3 para ter acesso às suas músicas, como foi destacado na primeira parte da análise. Para esse questionamento, houve uma certa divergência nas respostas.

Sobre o hábito de comprar CDs e DVDs originais, a geração Baby Bommers de Teresina se mostrou totalmente insatisfeita, sendo que, como já foi exposto, a maioria tem utilizado plataformas musicais digitais que além de fornecer todo conteúdo possível dos mais diversos gêneros e artistas musicais, a mesma ainda possui um baixo custo para acessá-la, quando não de forma gratuita. As respostas divergiram ponderadamente.

Com relação ao gosto musical da geração Baby Bommers de Teresina ter mudado nos últimos anos, os mesmos acreditam que mudou, mas talvez, nem tanto assim, sendo que, de encontro ao que Costa (2013) afirma, com a urbanização e com o avanço das plataformas musicais, o acesso a novos conteúdos musicais mudou, facilitando o acesso a novos gêneros ou uma maior visibilidade a um determinado gênero musical que esteja em destaque popular na maioria dos estados brasileiros, como no caso do sertanejo, que apareceu como maioria das

respostas quanto ao gênero musical mais escutado por essa geração em Teresina. Houveram respostas divergentes moderadamente.

Tanto com relação sobre a crença na facilidade da tecnologia na hora de obter acesso a conteúdos musicais quanto a obter informações sobre artistas e música através da internet, a geração Baby Bombers acredita que em partes isso acontece e em outras não. Corroborando com isso, Pena e Martins (2015) falam que, apesar da geração estar tentando acompanhar ao máximo as inovações proporcionadas pela globalização e avanço tecnológico, os mesmos ainda têm um pouco de dificuldade em acompanhar a tendência disponibilizada pelo mercado fonográfico, e isso se deve ao fato de que essa geração tem um ritmo mais lento para assimilar mudanças, e vão fazendo isso de maneira gradativa, quando possuem o interesse. O grupo pesquisado discordou de certa forma com relação as repostas sobre a tecnologia facilitar a forma de escutar música, e divergiu totalmente sobre o ato de pesquisar sobre música na internet.

7.2.4 Análise da dimensão sobre o hábito de escutar músicas e suas plataformas pela geração Z em Teresina.

QUESTÕES	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
1) Você costuma pagar para escutar música.	2	0
2) Você costuma comprar CDs ou DVDs originais quando gosta de um artista.	1	1,3
3) O seu gosto musical mudou nos últimos anos.	4,5	1,3
4) A tecnologia tem facilitado a forma como você tem acesso a música.	5	0,46
5) Você busca informações sobre artistas e músicas através da internet.	4,5	1,1

Tabela 4: Dimensão sobre o hábito de escutar música e suas plataformas pela Z em Teresina. Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Com relação ao pagamento para se escutar música, a maioria das pessoas pertencentes a geração Z de Teresina se dizem contrárias. Vale destacar que essa é uma geração que atualmente, utiliza em sua maioria, de plataformas musicais digitais para terem acesso à conteúdos musicais como foi explanado na primeira parte da pesquisa quando responderam que a maioria utilizava o Streaming para escutar música. E assim como a maioria não concorda em pagar para se escutar música, a maioria também é insatisfeita quanto ao ato de comprar CDs e DVDs originais, pelos mesmos fatores já destacados no presente trabalho. Para essa maioria de pessoas que se dizem contrárias ao pagamento para se escutar música, foram encontradas total convergência nas respostas, já com relação ao ato de terem o hábito de comprar CDs ou DVDs originais, as respostas divergiram moderadamente.

Quando questionados sobre a mudança na predileção por gêneros musicais como tendo mudado nos últimos anos, a geração Z concorda que seus gostos mudaram nos últimos anos, corroborando com o que Nascimento *et al.* (2016) afirma sobre a geração Z mostrar ter maior facilidade em aceitar mudanças e possuir a necessidade de estar atualizados quanto as novidades oferecidas. Houve um alto índice de divergência nas respostas.

Sobre o fato da tecnologia ter facilitado a forma como a geração Z da cidade de Teresina tem tido acesso à conteúdos musicais e sobre os mesmos buscarem através da

internet informações de conteúdo musical, a maioria concorda totalmente que a tecnologia tem de fato facilitado a forma de acessarem e escutarem música, assim como elas realmente buscam informações na internet sobre conteúdos musicais. Quanto as respostas sobre a facilidade que a tecnologia proporcionou sobre o ato de ouvir música, as respostas convergiram em sua maioria, já sobre a busca de informações com relação à conteúdos musicais e artistas na internet, houve uma certa divergência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho tem o objetivo geral de descrever as plataformas musicais utilizadas pelas gerações Baby Bommers e Z no decorrer dos anos. Com base na pesquisa detectou-se que as gerações Baby Bommers e Z possuem conhecimento sobre a maioria das plataformas digitais existentes, com ressalva para a geração Z que em sua maioria não tem conhecimento sobre a Fita k-7 e o LP, e a geração Baby Bommers, que grande parte dos pesquisados não tem conhecimento sobre o Streaming. Com isso, nota-se que no geral, ambas as gerações conhecem a maioria das plataformas digitais (CD, Rádio, MP3 e Youtube), com ressalva as citadas anteriormente nesse parágrafo.

Além disso, foi possível responder todos os objetivos específicos da pesquisa, pois tanto foi investigada a quantidade de pessoas existentes em cada geração em Teresina e em Picos, como também foram identificadas as plataformas musicais utilizadas pelas gerações nas duas cidades, e ainda, apresentados os gêneros musicais mais escutados pelos Baby Bommers e Z.

Com relação à quantidade de pessoas, foi possível notar que em Picos 8.027 pessoas pertencem à geração Baby Bommers, e 20.759 à Z. Já em Teresina, 82.174 pessoas são pertencentes à geração Baby Bommers, e 233.127 à Z.

Sobre as plataformas musicais que as pessoas dessas gerações têm usado, foi possível identificar que a geração Baby Bommers, atualmente, tem utilizado mais de plataformas musicais digitais como o Youtube para se ter acesso a conteúdos musicais. Todavia, os mesmos ainda não possuem muito conhecimento sobre a plataforma musical digital mais atual, que é o Streaming, o que pode ser explicado pela dificuldade que essa geração tem em se adaptar às mudanças, devido a uma educação mais repressiva que foram educadas.

Por outro lado, a geração Z que por sinal, já possui essa facilidade em se adaptar às mudanças, atualmente tem utilizado mais o Streaming como forma de ter acesso aos conteúdos musicais. É interessante ressaltar que, dentre os participantes da geração Z, em Picos, há cinco anos, essas pessoas já utilizavam plataformas digitais como forma de ouvir música, por outro lado, em Teresina esse mesmo público ainda utilizava de plataformas analógicas, o que é interessante pelo fato de que a urbanização de uma capital, acaba por facilitar o acesso às novidades.

Por fim, com relação às suas predileções por gostos musicais, pode-se notar que em ambas as gerações das duas cidades pesquisadas foram percebidas mudanças, o que indica que a tecnologia tem facilitado a forma de se ter acesso aos conteúdos musicais e suas variabilidades. Mas vale ressaltar que a geração Baby Bommers de ambas as cidades, não percebem que seus gostos musicais mudaram tanto assim no decorrer dos anos, e nem que a tecnologia tem facilitado a maneira deles escutarem música, o que pode acontecer pelo fato dessa geração adaptar-se às mudanças de maneira mais gradativa, não sendo tão perceptível quando o mesmo vai ocorrendo.

Espera-se que esse estudo venha colaborar com outros interessados pelo tema, no que diz respeito às indústrias fonográficas e suas inovações, ao mercado da música como um todo, ou ainda o comportamento das gerações, para que possa utilizá-lo como instrumento de pesquisa ou até mesmo, leitura em prol do conhecimento sobre a temática, e ampliarem,

assim, os seus horizontes com vista que possam investir na área ou começar a pensar além daquilo que lhes cercam.

Como proposta de um trabalho futuro, ficam as sugestões de analisar as gerações separadamente e como elas se comportam, além de suas evoluções sociais no decorrer dos anos, e também, um estudo mais aprofundado sobre o comportamento das pessoas para com as plataformas musicais que estão cada vez mais tecnológicas e acessíveis ao público, considerando que esse é um mercado cada vez mais lucrativo.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, S. M. **Conflito de gerações na transformação do mercado de trabalho.**

Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, 2012. Disponível em: <<http://tcconline.utp.br/wp-content/uploads/2013/02/CONFLITO-DE-GERACOES-NA-TRANSFORMACAO.pdf>>.

Acesso em 11 jun. 2018.

BENAZZI, J. R. de S. C.; DONNER, L. **Novas estratégias de marketing digital na música:**

uma investigação sobre o papel de duas ferramentas. Salvador: Simposio em tecnologias digitais e sociabilidade – Simsocial, out. 2012. Disponível em: <http://gitsufba.net/anais/wp-content/uploads/2013/09/n2_estrategias_44963.pdf>.

Acesso em 11 nov. 2017.

COSTA, J. M. S. Do mangue ao cabaçal: a modernização do passado na música nordestina.

Emancipação, Ponta Grossa, v. 131-142, 2013. Disponível em:

<<file:///C:/Users/Cliente/Documents/Administra%C3%A7%C3%A3o/TCC%20I/TCC%20I/Cap.%202/2013/Usei%201.pdf>>. Acesso em 11 nov. 2017.

DIAS, M. T. **Indústria fonográfica:** a reinvenção de um negócio. Guarulhos: Universidade

Federal de São Paulo – UNIFESP, 2010. Disponível em:

<<file:///C:/Users/Cliente/Documents/Administra%C3%A7%C3%A3o/TCC%20I/TCC%20I/Cap.%201/2010/Usei%201.pdf>>. Acesso em 11 nov. 2017.

ESTUDOS AVANÇADOS. **O nordeste e sua música.** 1997. Disponível em:

<<file:///C:/Users/Cliente/Documents/Administra%C3%A7%C3%A3o/TCC%20I/TCC%20I/Cap.%202/1998/Usei%202.pdf>>. Acesso em 18 nov. 2017.

FERNANDES, E. de J. **O que toca no rádio?** Influências da cultura local e da indústria

fonográfica na programação do rádio de audiência popular de Salvador. Salvador:

Universidade Federal da Bahia – UFBA, dez. 2011. Disponível em:

<http://www.poscultura.ufba.br/sites/poscultura.ufba.br/files/Disserta%C3%A7%C3%A3o_2011%20Elizabeth%20Fernandes.pdf>. Acesso em 11 jun. 2018.

GOMES, S. M. F. **A música regionalista nordestina como construção da identidade do**

povo nordestino. Campina Grande: Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, fev. 2015.

Disponível em:

<<file:///C:/Users/Cliente/Documents/Administra%C3%A7%C3%A3o/TCC%20I/TCC%20I/Cap.%202/2015/Usei.pdf>>. Acesso em 11 nov. 2017.

JORDÃO, M. H. **A mudança de comportamento das gerações X,Y,Z e Alfa e suas**

implicações. São Carlos: Instituto de Física de São Carlos da Universidade de São Paulo –

IFSC/USP, 2016. Disponível em: <<http://www.gradadm.ifsc.usp.br/dados/20162/SLC0631-1/geracoes%20xyz.pdf>>. Acesso em 11 jun. 2018.

MALHOTRA, N.K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 6.ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MANZATO, A. J.; SANTOS, A. B. **A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa**. São Paulo: Departamento de ciências de computação e estatística – Unesp, 2012. Disponível em: <http://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino_2012_1/ELABORACAO_QUESTIONARIOS_PESQUISA_QUANTITATIVA.pdf>. Acesso em 18 nov. 2017.

MARCONI, M de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª ed. São Paulo. Atlas editora S.A, 2003.

MURARI, A. **#DiaDoNordestino: 20 artistas da música nordestina**. Brasil: Kboing, out. 2016. Disponível em: <<https://www.kboing.com.br/noticias/-DiaDoNordestino-20-artistas-da-musica-nordestina+16100808084339.html>>. Acesso em 18 jun. 2018.

NASCIMENTO, N. M. do; SANTOS, J. C. dos; VALENTIM, M. L. P.; CABERO, M. M. M. O estudo das gerações e a inteligência competitiva em ambientes organizacionais. **Inteligência organizacional e gestão de conhecimento**, João Pessoa, v. 6, n. especial, jan. 2016. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/pgc/article/view/27381/14769>>. Acesso em 11 jun. 2018.

OLIVEIRA, T. T. **Do vinil ao download: uma análise das estratégias de comunicação utilizadas pela indústria fonográfica**. Brasília: Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, jun. 2011. Disponível em: <<file:///C:/Users/Cliente/Documents/Administra%C3%A7%C3%A3o/TCC%20I/TCC%20I/Cap.%201/2011/Usei%203.pdf>>. Acesso em 11 nov. 2017.

PAIVA, J. E. R de. Direito autoral, MP3 e a nova indústria da música. **Logos 35**, Campinas, v. 18, n. 2, jul./dez. 2011. Disponível em: <<file:///C:/Users/Cliente/Documents/Administra%C3%A7%C3%A3o/TCC%20I/TCC%20I/Cap.%201/2011/Usei%204.pdf>>. Acesso em 11 nov. 2017.

PENA, F. G.; MARTINS, T. S. Baby bommers, X e Y: diferentes gerações coexistindo nos ambientes organizacionais. **Revista do Centro Universitário Newton Paiva**, Belo Horizonte, n. 10, jun. 2015. Disponível em <<http://blog.newtonpaiva.br/pos/wp-content/uploads/2015/06/E10-ADM-01.pdf>>. Aceso em 11 jun. 2018.

PERILES, F. P. R. **Vai Safadão!** Um estudo sobre o crescimento da popularidade do fenômeno Wesley Safadão. Brasília: Universidade de Brasília, UNIBAN, 2016. Disponível em: <<file:///C:/Users/Cliente/Documents/Administra%C3%A7%C3%A3o/TCC%20I/TCC%20I/Cap.%202/2016/TCC%2030.pdf>>. Acesso em 11 nov. 2017.

SILVA, F. M. M. e J. Na onda do streaming: Plataformas digitais sonoras no mercado musical brasileiro. Caruaru: **Intercom** – Sociedade brasileira de estudos interdisciplinares da Comunicação, jul. 2016. Disponível em: <<file:///C:/Users/Cliente/Documents/Administra%C3%A7%C3%A3o/TCC%20I/TCC%20I/Cap.%201/2016/Usei%205.pdf>>. Acesso em 11 nov. 2017.

SILVA, J. M. dos S. M. M. da. **A reconfiguração da Indústria fonográfica ao longo de sua história e a importância do canal vevo para a retomada do controle do mercado musical pelas majors pós era digital.** Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, 2014. Disponível em:

<file:///C:/Users/Cliente/Documents/Administra%C3%A7%C3%A3o/TCC%20I/TCC%20I/Cap.%201/2014/Usei%202.pdf>. Acesso em 11 nov. 2017.

VLADI, N. **O negócio da música** – como os gêneros musicais articulam estratégias de comunicação para o consumo cultural. Caxias do Sul: Sociedade brasileira de estudos interdisciplinares da comunicação – Intercom. Set. 2010. Disponível em:

<http://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Vladi-O_negocio_da_musica.pdf>. Acesso em 11 jun. 2018.

APÊNDICE



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
 CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
 CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



QUESTIONÁRIO

Idade:

- 55 a 74 anos Abaixo de 24 anos

Localização:

- Picos Teresina

1) Quais destas plataformas musicais você conhece?

- CD Fita K7 LP MP3 Rádio
 Apple music, Deezer, Spotify Youtube

2) Há cinco anos atrás (2013), qual destas plataformas musicais você mais utilizava para ter acesso à música? **(Escolher apenas uma alternativa).**

- CD Fita K7 LP MP3 Rádio
 Deezer Youtube

3) Atualmente, qual destas plataformas musicais você mais utiliza para ter acesso à música? **(Escolher apenas uma alternativa).**

- CD Fita K7 LP MP3 Rádio
 Apple music, Deezer, Spotify Youtube

4) Há cinco anos atrás (2013), qual destes gêneros musicais você escutava com mais frequência? **(Escolher apenas uma alternativa).**

- Axé Brega Eletrônica Forró Funk
 Indie K-pop MPB Pagode Pop
 Rap Reggae Rock Sertanejo Outro

5) Atualmente, qual destes gêneros musicais você escuta com mais frequência? **(Escolher apenas uma alternativa).**

- Axé Brega Eletrônica Forró Funk
 Indie K-pop MPB Pagode Pop
 Rap Reggae Rock Sertanejo Outro

6) Você costuma pagar para escutar música.

Discordo totalmente Discordo parcialmente Nem concordo, nem discordo
 Concordo parcialmente Concordo totalmente

7) Você costuma comprar CDs ou DVDs originais quando gosta de um artista.

Discordo totalmente Discordo parcialmente Nem concordo, nem discordo
 Concordo parcialmente Concordo totalmente

8) O seu gosto musical mudou nos últimos anos.

Discordo totalmente Discordo parcialmente Nem concordo, nem discordo
 Concordo parcialmente Concordo totalmente

9) A tecnologia tem facilitado a forma como você tem acesso a músicas.

Discordo totalmente Discordo parcialmente Nem concordo, nem discordo
 Concordo parcialmente Concordo totalmente

10) Você busca informações sobre artistas e músicas através da internet.

Discordo totalmente Discordo parcialmente Nem concordo, nem discordo
 Concordo parcialmente Concordo totalmente



**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA
“JOSÉ ALBANO DE MACEDO”**

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
 () Dissertação
 () Monografia
 (X) Artigo

Eu, Patrícia Albuquerque de Araújo,
 autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de
 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar,
 gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação
A utilização das plataformas musicais digitais e sua gestão pelas ges-
 tões eaby eamama e o uso Picos e Invasão, Piauí.
 de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título
 de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 25 de Julho de 2018.

Patrícia Albuquerque de Araújo
 Assinatura

 Assinatura