



O IMPACTO DAS PLATAFORMAS DE STREAMING NA INDÚSTRIA MUSICAL: ESTUDO DO CASO MYMUZE

Helder Joaquim Langa¹

Programa de Mestrado em Gestão de Media digital da Escola de Comunicação e artes da
Universidade Eduardo Mondlane

Palavras-chave: Transformação digital, plataformas de streaming, MyMuze, diversidade cultural, gestão de audiências, indústria musical, Moçambique, preservação cultural, tecnologias digitais, convergência mediática.

A indústria musical, desde os seus primórdios até ao advento das plataformas de streaming, percorreu uma trajectória marcada por mudanças tecnológicas e pela constante adaptação aos novos padrões de consumo. Inicialmente, a música era distribuída em formatos físicos como vinil e CDs, e o sucesso comercial dependia directamente do controlo da distribuição e da relação com o consumidor (Wikström, 2009). Contudo, a transição para o formato digital, intensificada pela popularização dos MP3 e amplificada pelas plataformas de streaming, desmaterializou o produto musical, mudando o foco para a acessibilidade e a ubiquidade na experiência de escuta (Wikström, 2009; Morris & Powers, 2015).

Autores como Adorno e Horkheimer (1947), na sua obra sobre a Indústria Cultural, argumentam que a massificação e a padronização da cultura, exacerbadas pelas plataformas digitais, tendem a homogeneizar os produtos culturais, reforçando a prevalência de conteúdos mainstream e dificultando a visibilidade das expressões culturais locais. Este fenómeno, amplamente observado nas grandes plataformas globais como Spotify e Apple Music, reflete-se no modo como os algoritmos promovem uma cultura de consumo passivo e homogêneo, suprimindo a individualidade e a diversidade cultural (Adorno & Horkheimer, 1947).

¹ Mestrando em gestão de media digitais pela Universidade Eduardo Mondlane, Especialista em desenvolvimento e gestão de produtos digitais da Vodacom Mozambique, mas de 5 anos de experiencia em gestão de produtos .
Email: Helderjlanga@gmail.com

No entanto, Hesmondhalgh (2013) oferece uma perspectiva mais equilibrada, sugerindo que, apesar das limitações impostas pelo mercado, as plataformas de streaming podem também democratizar o acesso à música, dando visibilidade a artistas independentes e a nichos culturais que de outra forma permaneceriam marginalizados. Esta democratização é especialmente pertinente no contexto africano, onde plataformas como MyMuze buscam não só distribuir música, mas também preservar e promover a diversidade cultural local, enfrentando os desafios impostos pela globalização (Hesmondhalgh, 2013).

A teoria da “long tail” de Anderson (2006) acrescenta uma camada adicional de análise ao sugerir que a proliferação de conteúdos numa plataforma digital pode aumentar a visibilidade de produtos culturais de nicho, algo que seria inviável num modelo de mercado tradicional. No caso do MyMuze, esta teoria revela-se relevante na medida em que a plataforma oferece um canal de distribuição alternativo às grandes plataformas globais, funcionando como um espaço de resistência cultural, onde a música tradicional e as novas expressões artísticas locais encontram visibilidade e audiência (Anderson, 2006).

A evolução da indústria musical em Moçambique, inserida neste cenário de transformação global, apresenta características singulares. Marcada por uma rica diversidade cultural e uma forte tradição oral, a música em Moçambique tem servido como um meio de preservação de tradições culturais e resistência política, especialmente durante o período colonial e nos primeiros anos de independência (Salman, 2016). Contudo, a digitalização trouxe novos desafios, incluindo o acesso limitado a tecnologias, a falta de infra-estrutura adequada e a pirataria digital, que continua a ser uma ameaça persistente (Ifeachor, 2014).

O MyMuze, neste contexto, surge como uma resposta inovadora, utilizando a tecnologia de streaming para promover e preservar a música local moçambicana. A plataforma enfrenta o desafio de concorrer com gigantes internacionais, mas apresenta-se como uma solução viável ao alavancar a crescente conectividade móvel em Moçambique, permitindo um acesso mais amplo à música legal e contribuindo para a sustentabilidade dos artistas locais (Morris & Powers, 2015). No entanto, o sucesso da MyMuze depende de um ecossistema de apoio que inclua políticas públicas eficazes, educação sobre direitos digitais e estratégias empresariais que valorizem tanto a inovação tecnológica quanto a identidade cultural local.

Além disso, a análise das tendências do público e da audiência no meio digital revela que, enquanto as plataformas de streaming oferecem novas oportunidades para a indústria musical, o seu impacto varia significativamente consoante o contexto local. Em Moçambique, onde a música desempenha um papel central na vida cultural, as plataformas como MyMuze têm o potencial de transformar a relação entre artistas e audiência, criando novas dinâmicas de consumo e interacção. Contudo, este potencial só poderá ser plenamente realizado se houver um equilíbrio entre a lógica mercantil das grandes plataformas globais e a valorização da cultura local, através de políticas públicas que protejam a diversidade cultural e promovam o acesso equitativo às novas tecnologias (Salman, 2016; Hesmondhalgh, 2013).

Neste estudo, a metodologia utilizada consiste em uma abordagem qualitativa, que combina análise documental, entrevistas semiestruturadas com especialistas da indústria musical e usuários da plataforma MyMuze, além de um estudo de caso aprofundado da própria plataforma. A análise documental foca em fontes primárias e secundárias sobre a evolução da indústria musical em Moçambique e os impactos das tecnologias digitais. As entrevistas serão conduzidas com o objectivo de captar as percepções e experiências dos profissionais e usuários, fornecendo uma visão mais abrangente das tendências e desafios enfrentados. O estudo de caso da MyMuze permitirá uma análise detalhada das suas operações, estratégias e impacto cultural, oferecendo insights sobre o papel das plataformas digitais na preservação e promoção da diversidade cultural.

O estudo de caso de MyMuze revela como as plataformas de streaming moldam as tendências de consumo, permitindo uma análise mais aprofundada das preferências do público e da audiência no meio digital. Através do MyMuze, observa-se uma tendência crescente de consumo móvel e de personalização de experiências musicais, o que tem implicações directas sobre como as instituições gerem a relação com seus públicos. Análise das entrevistas com especialistas da indústria musical moçambicana e com usuários da plataforma MyMuze permitirá identificar os principais desafios e oportunidades percebidos na adopção das tecnologias digitais no sector. Essas entrevistas, realizadas com um roteiro flexível, permitirão captar nuances e perspectivas diversas sobre o impacto das plataformas de streaming na promoção da música local e na interacção com as audiências.

No contexto do estudo de caso da MyMuze, serão explorados os mecanismos que a plataforma utiliza para seleccionar e promover conteúdos, bem como as suas estratégias para enfrentar a concorrência das grandes plataformas globais, como Spotify e Apple Music. Além disso, a análise documental fornecerá uma base histórica e contextual para compreender como a indústria musical em Moçambique evoluiu até o cenário actual, destacando o papel das políticas públicas e das iniciativas privadas na promoção da diversidade cultural e na adaptação às novas tecnologias.

O estudo do MyMuze, assim, não só contribui para uma melhor compreensão das transformações na indústria musical, mas também para a discussão mais ampla sobre os desafios que as novas tecnologias e os media digitais colocam às instituições públicas e privadas. Ao explorar como estas plataformas podem ser adaptadas a contextos locais, preservando a identidade cultural num ambiente digital globalizado, este estudo oferece insights valiosos para o desenvolvimento de políticas e estratégias que respondam às necessidades específicas do público e da audiência no meio digital.

REFERENCIAS

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1947). *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Stanford University Press.
- Anderson, C. (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. Hyperion.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The Cultural Industries*. SAGE Publications.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Morris, J. W., & Powers, D. (2015). Control, curation and musical experience in streaming music services. *Creative Industries Journal*, 8(2), 106-122.
<https://doi.org/10.1080/17510694.2015.1090222>
- Salman, T. (2016). Música, oralidade e resistência em Moçambique. *Cultura e Pensamento Africano*, 32(1), 45-62.
- Wikström, P. (2009). *The Music Industry: Music in the Cloud*. Polity Press