

A música sempre acompanhou a evolução humana, adaptando-se a mudanças tecnológicas, sociais e económicas. Das tradições orais aos manuscritos, do vinil ao streaming digital, cada época reinventou a forma como a música é criada, distribuída e vivida. No século XXI, esta transformação acelerou-se de modo sem precedentes. Plataformas digitais, inteligência artificial, redes sociais e novas economias criativas alteraram profundamente o setor musical. Falar do futuro da música implica, por isso, refletir não apenas sobre sons e estilos, mas sobre modelos de negócio, autoria, identidade cultural e relação entre artistas e públicos.

Durante grande parte do século XX, a indústria musical assentava em suportes físicos e em cadeias relativamente centralizadas de produção e distribuição. Editoras selecionavam artistas, financiavam gravações, controlavam logística e promoviam lançamentos através da rádio, televisão e imprensa especializada. O sucesso dependia frequentemente do acesso a estas estruturas. A transição digital alterou radicalmente este modelo. Primeiro com downloads e partilha de ficheiros, depois com plataformas de streaming, a música tornou-se disponível em escala global, instantaneamente e a baixo custo marginal. Segundo a International Federation of the Phonographic Industry (2025), o streaming representa hoje a principal fonte de receitas do mercado fonográfico mundial.

Este novo paradigma democratizou o acesso do público e reduziu barreiras para artistas independentes. Um criador pode gravar em estúdio doméstico, distribuir globalmente e promover-se através de redes sociais sem mediação tradicional. Plataformas como Spotify, Apple e YouTube transformaram-se em intermediários centrais do ecossistema musical. Contudo, esta aparente democratização coexistiu com novas concentrações de poder algorítmico e económico. Se antes o acesso dependia de editoras, hoje depende frequentemente de visibilidade em plataformas.

Os algoritmos passaram a desempenhar papel determinante na descoberta musical. Recomendações automáticas sugerem canções com base em histórico de audição, preferências semelhantes e padrões comportamentais. Tal sistema amplia conveniência e personalização, mas também influencia gostos e trajetórias culturais. Morris e Powers (2024) argumentam que a curadoria algorítmica redefine a relação entre público e música, deslocando parte da mediação outrora exercida por críticos, rádios ou comunidades locais. O risco reside em criar bolhas sonoras repetitivas, privilegiando músicas de retenção imediata em detrimento de exploração estética mais ampla.

Paralelamente, os hábitos de escuta mudaram. O álbum conceptual perdeu centralidade relativa face a playlists temáticas, singles frequentes e consumo fragmentado. Muitos artistas adaptam lançamentos a lógicas de atenção curta, privilegiando refrões rápidos e impacto imediato. Redes sociais como TikTok demonstraram capacidade extraordinária de transformar excertos de segundos em sucessos globais. Uma música pode tornar-se viral antes mesmo de alcançar rádios tradicionais. Isto beneficia alguns criadores emergentes, mas também incentiva produção orientada para momentos virais em vez de obras duradouras.

A inteligência artificial representa talvez a fronteira mais debatida do futuro musical. Ferramentas generativas já conseguem compor melodias, criar acompanhamentos, imitar timbres e auxiliar a mistura sonora. Softwares inteligentes ajudam produtores a corrigir afinação, separar instrumentos, restaurar gravações antigas e sugerir arranjos. Segundo Agres e Herremans (2025), a IA tende a funcionar cada vez mais como coautora técnica e criativa, expandindo capacidades humanas em vez de simplesmente as substituir.

Todavia, surgem questões profundas sobre autenticidade e autoria. Se uma canção for criada por algoritmo treinado com milhares de obras anteriores, quem é o autor? O programador, o utilizador, os artistas cujas obras serviram de treino ou ninguém em particular? O debate intensificou-se com exemplos de vozes sintéticas que reproduzem artistas conhecidos sem consentimento. A World Intellectual Property Organization (2025) assinala a necessidade urgente de atualizar normas de propriedade intelectual para responder à criação assistida por IA.

Também a remuneração artística permanece desafio estrutural. Embora o streaming tenha reduzido a pirataria em vários mercados e ampliado receitas totais, muitos músicos consideram insuficientes os pagamentos por reprodução. A distribuição de valor favorece catálogos massivos e artistas com enorme volume de audições. Músicos independentes dependem frequentemente de múltiplas fontes: concertos, merchandising, licenciamento, ensino, crowdfunding e comunidades diretas de fãs. Segundo Hesmondhalgh (2024), o futuro sustentável da música exigirá modelos híbridos que combinem escala digital com economias de proximidade.

Neste contexto, a experiência ao vivo ganha importância crescente. Concertos, festivais e eventos imersivos oferecem algo que a abundância digital não substitui: presença, emoção

coletiva e singularidade. Após períodos de restrição pandémica, observou-se forte valorização do espetáculo presencial. O público procura não apenas ouvir música, mas vivê-la em comunidade. Este fenómeno sugere que quanto mais digital se torna o consumo quotidiano, maior poderá ser o valor do encontro físico.

O futuro da música será igualmente marcado por novas formas de participação dos fãs. Comunidades online financiam artistas diretamente, influenciam repertórios e cocriam conteúdos. Plataformas de subscrição permitem relações menos dependentes de intermediários. Alguns criadores constroem carreiras sustentáveis com audiências menores, mas altamente envolvidas. A lógica deixa de ser apenas massificação para incluir nichos globais de grande lealdade.

No plano cultural, importa preservar diversidade linguística e regional. A globalização digital tende a favorecer mercados dominantes e repertórios em línguas hegemónicas, sobretudo inglês. Contudo, também abriu oportunidades inéditas para músicas locais alcançarem audiências internacionais. Géneros latinos, africanos e asiáticos expandiram-se globalmente nos últimos anos. Para países como Portugal, plataformas digitais podem simultaneamente representar risco de invisibilidade e oportunidade de projeção para música lusófona.

A sustentabilidade ambiental do setor constitui outro tema emergente. Turnés internacionais, fabrico de equipamentos, consumo energético de streaming e infraestruturas digitais têm impacto ecológico. Segundo a International Energy Agency (2025), centros de dados associados ao consumo digital representam parcela crescente da procura energética global. O futuro poderá exigir festivais mais sustentáveis, produção de baixo carbono e plataformas energeticamente eficientes.

A educação musical também se transformará. Ferramentas digitais democratizam aprendizagem de instrumento, teoria musical e produção sonora. Um jovem com computador portátil pode aceder a software outrora restrito a estúdios profissionais. Isto amplia a inclusão criativa, embora não substitua o valor pedagógico da prática presencial e da formação artística estruturada.

Em síntese, o futuro da música não será definido por uma única tecnologia, mas pela interação entre inovação técnica e escolhas humanas. Streaming, algoritmos e inteligência artificial continuarão a moldar criação e consumo. Porém, emoções, identidade, comunidade e autenticidade permanecerão centrais. A música sempre sobreviveu a mudanças de suporte

porque a sua essência não reside no formato, mas na capacidade de traduzir experiência humana em som. O desafio contemporâneo consiste em construir ecossistemas onde tecnologia amplifique criatividade sem destruir diversidade, remuneração justa e vínculo cultural. Se este equilíbrio for alcançado, o futuro da música poderá ser simultaneamente mais global, mais participativo e mais profundamente humano.

Referências Bibliográficas

Agres, K., & Herremans, D. (2025). Artificial intelligence and the future of music creation. *Music Technology Review*, 12(1), 15–37.

Hesmondhalgh, D. (2024). *The cultural industries* (5th ed.). Sage.

International Energy Agency. (2025). *Digital infrastructure and electricity demand outlook*. IEA Publishing.

International Federation of the Phonographic Industry. (2025). *Global music report*. IFPI.

Morris, J., & Powers, D. (2024). Algorithms, platforms and musical discovery. *Journal of Digital Culture*, 9(2), 66–89.

World Intellectual Property Organization. (2025). *Music, AI and copyright policy report*. WIPO Publishing.