



B1

ISSN: 2595-1661

ARTIGO

Listas de conteúdos disponíveis em [Portal de Periódicos CAPES](#)

## Revista JRG de Estudos Acadêmicos

Página da revista:

<https://revistajrg.com/index.php/jrg>

ISSN: 2595-1661

Revista JRG de  
Estudos Acadêmicos

### Transformação digital da indústria fonográfica: novos modelos de negócios, distribuição e monetização musical

Digital transformation of the music industry: new business models, distribution, and music monetization

DOI: 10.55892/jrg.v9i20.3227

ARK: 57118/JRG.v9i20.3227

Recebido: 24/04/2026 | Aceito: 27/04/2026 | Publicado *on-line*: 28/04/2026

**Marcelo Augusto Gonçalves**

<https://orcid.org/0009-0005-3939-307X>

E-mail: [Marcelo@portugarecords.com](mailto:Marcelo@portugarecords.com)



#### Resumo

Este estudo analisa criticamente a transformação digital da indústria fonográfica, com ênfase nos modelos de negócios, nos mecanismos de distribuição e nas formas de monetização no contexto do streaming. A pesquisa adota abordagem qualitativa, baseada em revisão integrativa da literatura, utilizando artigos científicos publicados entre 2015 e 2025 em bases de dados internacionais. Os resultados evidenciam que, embora o streaming tenha ampliado o acesso e impulsionado o crescimento do mercado, também intensificou dinâmicas de concentração e assimetrias na distribuição de valor. Observa-se que as plataformas digitais assumem papel central na governança do setor, estruturando visibilidade, consumo e monetização por meio de sistemas algorítmicos. Além disso, a lógica de remuneração baseada em volume e escala limita a sustentabilidade econômica da maioria dos artistas, favorecendo a concentração de receitas. Conclui-se que a transformação digital configura um processo marcado por tensões entre democratização e concentração, eficiência e desigualdade, exigindo novas abordagens analíticas e regulatórias para promover maior equilíbrio no ecossistema musical.

**Palavras-chave:** Indústria Fonográfica; Streaming; Economia de Plataformas; Monetização Musical; Algoritmos.

#### Abstract

*This study critically examines the digital transformation of the music industry, focusing on business models, distribution mechanisms, and monetization in the context of streaming. The research adopts a qualitative approach based on an integrative literature review, drawing on scientific articles published between 2015 and 2025 in international databases. The findings indicate that, although streaming has expanded access and driven*



*market growth, it has also intensified concentration dynamics and value distribution asymmetries. Digital platforms play a central role in shaping industry governance, structuring visibility, consumption, and monetization through algorithmic systems. Furthermore, remuneration models based on scale and volume constrain the economic sustainability of most artists while reinforcing revenue concentration. The study concludes that digital transformation constitutes a tension-driven process between democratization and concentration, efficiency and inequality, requiring new analytical and regulatory approaches to foster a more balanced music ecosystem.*

**Keywords:** *Music Industry; Streaming; Platform Economy; Music Monetization; Algorithms.*

## INTRODUÇÃO

A indústria fonográfica tem sido profundamente reconfigurada pelas transformações digitais das últimas décadas, as quais não se limitaram à substituição de suportes e formatos de consumo musical, mas implicaram uma reestruturação substantiva de suas bases econômicas, institucionais e organizacionais. A transição do modelo baseado na posse para o acesso, consolidada pelo streaming, configura não apenas uma mudança tecnológica, mas uma inflexão paradigmática que redefine a música como um serviço contínuo, mediado por infraestruturas digitais e orientado por lógicas de plataforma (LEDOUX, 2020; TOWSE, 2020). Ainda que frequentemente interpretada sob a ótica da inovação e da ampliação do acesso, essa transformação revela tensões estruturais que desafiam leituras lineares de progresso, sobretudo no que concerne à redistribuição de valor e à reconfiguração das relações de poder ao longo da cadeia produtiva.

Nesse contexto, a consolidação da economia de plataformas introduz uma dinâmica estruturalmente assimétrica, na qual os serviços de streaming transcendem sua função de intermediários e passam a exercer controle estratégico sobre curadoria, distribuição e monetização. Tal deslocamento redefine o locus de poder na indústria musical, transferindo-o progressivamente para agentes tecnológicos que operam como infraestruturas centrais de acesso e visibilidade. Esse processo evidencia um paradoxo constitutivo: ao mesmo tempo em que o streaming reduz barreiras de entrada e amplia o alcance potencial dos artistas, também intensifica mecanismos de concentração e dependência, reforçando a centralidade das plataformas como intermediários dominantes (TOWSE, 2020; ARENAL et al., 2022). Desse modo, a noção de desintermediação, frequentemente associada à digitalização, revela-se insuficiente para capturar a complexidade do fenômeno, sendo mais adequado compreendê-lo como um processo de reintermediação, marcado por novas formas de opacidade e controle.

Essa ambivalência manifesta-se de maneira particularmente evidente no âmbito da distribuição musical. Embora a expansão das plataformas digitais tenha viabilizado a emergência de artistas independentes e ampliado a diversidade de conteúdos disponíveis, a lógica de visibilidade permanece fortemente condicionada por sistemas algorítmicos de recomendação. Nesse sentido, a literatura sugere que a democratização do acesso não implica, necessariamente, democratização da atenção, uma vez que os mecanismos de curadoria automatizada tendem a reproduzir e amplificar padrões de concentração preexistentes (QU; HESMONDHALGH; XIAO, 2021). Consequentemente, a autonomia dos artistas torna-se relativa, sendo mediada por infraestruturas digitais que operam segundo critérios opacos e orientados por objetivos comerciais, o que tensiona a ideia de um ambiente efetivamente aberto e descentralizado.



As contradições inerentes a esse modelo tornam-se ainda mais evidentes no campo da monetização. Embora o streaming tenha contribuído para a recuperação e expansão das receitas globais da indústria após a crise associada à pirataria, a distribuição desses ganhos permanece profundamente desigual. Os modelos de remuneração vigentes, como o pro-rata e o user-centric, ainda que distintos em sua lógica operacional, não alteram substancialmente a tendência de concentração de rendimentos em um grupo restrito de artistas, reforçando assimetrias estruturais no mercado musical (MEYN et al., 2022; BERGANTIÑOS; MORENO-TERNERO, 2023; RAMESH, 2024). Nesse cenário, a sustentabilidade econômica da atividade artística, especialmente para músicos independentes e de médio alcance, emerge como uma questão central e ainda insuficientemente equacionada, evidenciando limites estruturais do modelo vigente.

Adicionalmente, a crescente incorporação de tecnologias baseadas em inteligência artificial e análise de dados intensifica o papel das plataformas como instâncias de mediação e controle. Algoritmos de recomendação, ao mesmo tempo em que ampliam a eficiência dos sistemas de distribuição e personalizam a experiência do usuário, operam como dispositivos de governança que influenciam diretamente a alocação de visibilidade e, por conseguinte, de receitas (MOKOENA; OBAGBUWA, 2025; ARENAL et al., 2022). Essa dupla função, simultaneamente técnica e econômica, insere novas camadas de complexidade na análise da indústria, sobretudo no que se refere à transparência, à diversidade cultural e à equidade na distribuição de oportunidades.

Diante desse quadro, torna-se evidente que, embora a literatura avance na descrição das transformações digitais da indústria fonográfica, ainda persiste uma lacuna analítica significativa na articulação integrada de suas dimensões econômicas, tecnológicas e institucionais. Em particular, permanecem insuficientemente exploradas as tensões entre democratização e concentração, crescimento de mercado e desigualdade de remuneração, bem como o papel estruturante dos algoritmos na redefinição das dinâmicas de visibilidade e valor. Nesse sentido, o presente estudo tem como objetivo analisar criticamente a transformação digital da indústria fonográfica, com ênfase nos modelos de negócios, nos mecanismos de distribuição e nas formas de monetização musical, buscando compreender suas implicações para a sustentabilidade econômica dos artistas e para a reconfiguração das relações de poder no ecossistema digital.

## METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, de natureza exploratória e descritiva, conduzida por meio de revisão integrativa da literatura. Esse delineamento permite a síntese crítica de estudos teóricos e empíricos, possibilitando a análise articulada das transformações digitais da indústria fonográfica.

A coleta de dados foi realizada por meio de busca estruturada nas bases de dados **Scopus**, **Web of Science**, **ScienceDirect** e **Google Scholar**, selecionadas pela abrangência e relevância na indexação de periódicos científicos nas áreas de economia criativa, comunicação e indústria cultural. Foram utilizados descritores em inglês e português, combinados por operadores booleanos, tais como: “*music industry*”, “*music streaming*”, “*digital transformation*”, “*platform economy*” e “*music monetization*”.

Os critérios de inclusão adotados foram: (i) artigos científicos publicados entre 2015 e 2025; (ii) publicações em periódicos revisados por pares; (iii) aderência temática à transformação digital da indústria fonográfica, com foco em streaming, modelos de negócios e monetização; e (iv) disponibilidade do texto completo. Em situações



específicas, estudos de alta relevância teórica foram incluídos com base na análise de seus resumos estruturados, desde que apresentassem informações suficientes sobre objetivos, métodos e principais resultados. Como critérios de exclusão, foram considerados: (i) duplicidade entre bases; (ii) ausência de relação direta com o objeto de estudo; e (iii) trabalhos sem descrição mínima de procedimentos metodológicos ou estrutura científica reconhecida (ex.: ausência de objetivo, método ou resultados).

O processo de seleção dos estudos foi realizado em três etapas: (i) triagem inicial por título e palavras-chave; (ii) leitura dos resumos para verificação de aderência temática; e (iii) leitura integral dos textos selecionados para confirmação dos critérios de inclusão. Após essa etapa, os estudos foram organizados e sistematizados em categorias analíticas previamente definidas, a saber: (i) transformação digital da indústria fonográfica; (ii) modelos de negócios em plataformas de streaming; (iii) dinâmicas de distribuição e reintermediação; (iv) modelos de monetização e remuneração; e (v) papel dos algoritmos e da inteligência artificial.

A análise dos dados foi conduzida por meio de abordagem qualitativa interpretativa, com ênfase na síntese crítica da literatura. Os estudos foram examinados de forma comparativa, buscando identificar padrões, divergências e tensões teóricas, especialmente no que se refere à relação entre democratização e concentração de mercado, crescimento da indústria e desigualdade de remuneração, bem como ao papel das plataformas digitais como intermediários dominantes. A interpretação dos dados foi orientada pela articulação entre os eixos temáticos, permitindo a construção de uma análise integrada dos fenômenos investigados.

Como limitação metodológica, destaca-se a dependência de fontes secundárias e a eventual inclusão de estudos com base em resumos, o que pode restringir o nível de aprofundamento analítico em casos específicos. Ainda assim, a aplicação de critérios rigorosos de seleção e análise assegura a consistência e a confiabilidade dos resultados obtidos.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise da literatura indica que a transformação digital da indústria fonográfica deve ser compreendida menos como uma substituição tecnológica e mais como uma reconfiguração sistêmica das formas de criação, circulação e apropriação de valor. A consolidação do streaming como modelo dominante desloca a centralidade econômica da venda de unidades para a lógica do acesso contínuo, o que, conforme apontam Ledoux (2020) e Towse (2020), redefine a música como um serviço integrado a ecossistemas digitais mais amplos. No entanto, essa transição não é interpretada de maneira homogênea na literatura. Enquanto parte dos estudos enfatiza os ganhos de eficiência, expansão de mercado e redução da pirataria, outros destacam que tais benefícios coexistem com novas formas de dependência estrutural, sugerindo que o streaming simultaneamente resolve e reconfigura problemas históricos da indústria.

Nesse sentido, a emergência das plataformas digitais como atores centrais não apenas reorganiza a cadeia produtiva, mas redefine os mecanismos de coordenação do mercado. Towse (2020) interpreta esse movimento a partir da lógica dos mercados multilaterais, nos quais plataformas operam como mediadoras entre diferentes grupos de interesse. Por outro lado, Arenal et al. (2022) enfatizam que essa mediação não é neutra, mas orientada por estratégias de captura de valor que favorecem as próprias plataformas. Essa tensão revela uma divergência importante: se, por um lado, as plataformas ampliam a eficiência da distribuição e a escala de acesso, por outro, estabelecem condições estruturais que limitam a autonomia dos demais agentes. Assim,



mais do que intermediários, esses atores passam a exercer funções de governança, influenciando diretamente as regras de funcionamento do mercado.

A literatura também evidencia que os efeitos dessa reconfiguração são particularmente complexos no nível da distribuição musical. A ampliação da oferta, viabilizada pela redução de barreiras de entrada, sugere um ambiente mais inclusivo para artistas independentes. Contudo, conforme demonstram Qu, Hesmondhalgh e Xiao (2021), essa expansão da produção ocorre paralelamente à intensificação de mecanismos de seleção mediados por algoritmos, o que desloca a disputa do acesso ao mercado para a disputa pela atenção. Nesse contexto, a lógica da abundância informacional transforma a visibilidade em recurso escasso, reorganizando a competição entre artistas. Assim, a literatura sugere que o poder das plataformas não reside apenas na distribuição, mas na capacidade de estruturar padrões de consumo, orientando preferências e consolidando trajetórias de sucesso.

Essa centralidade da atenção também implica mudanças relevantes no comportamento do consumidor, frequentemente interpretado como mais autônomo no ambiente digital. Embora o streaming amplie a capacidade de escolha, a curadoria algorítmica introduz formas sutis de direcionamento, nas quais preferências são continuamente moldadas por sistemas de recomendação (MOKOENA; OBAGBUWA, 2025). Esse fenômeno tensiona a ideia de soberania do consumidor, ao evidenciar que decisões de consumo são, em grande medida, co-produzidas por infraestruturas tecnológicas. Desse modo, a lógica da personalização, frequentemente apresentada como vantagem competitiva das plataformas, também pode ser interpretada como mecanismo de padronização do consumo, na medida em que privilegia conteúdos com maior probabilidade de engajamento.

No campo da monetização, a literatura converge ao identificar limitações estruturais nos modelos de remuneração do streaming, mas diverge quanto à extensão de seus efeitos. Meyn et al. (2022) e Bergantiños e Moreno-Ternero (2023) analisam os mecanismos de distribuição de receitas e apontam que, independentemente do modelo adotado, persistem assimetrias significativas. Contudo, enquanto esses estudos enfatizam a necessidade de ajustes nos sistemas de remuneração, Ramesh (2024) amplia o debate ao destacar que a própria lógica do streaming, baseada em volume e escala, tende a favorecer artistas já consolidados. Essa distinção sugere que as desigualdades observadas não são apenas um problema de modelo distributivo, mas uma característica inerente ao funcionamento do mercado digital, no qual visibilidade e receita se retroalimentam.

Diante dessas limitações, observa-se uma reconfiguração estratégica por parte dos artistas, que passam a diversificar suas fontes de renda e a utilizar o streaming como instrumento de visibilidade. Vidyadharan (2025) e Naveed, Watanabe e Neittaanmäki (2017) apontam que atividades como performances ao vivo e merchandising assumem papel central na sustentabilidade econômica dos músicos. Essa dinâmica indica uma dissociação entre consumo e remuneração direta, na qual o valor econômico da música é capturado em diferentes pontos da cadeia. Ao mesmo tempo, sugere que o streaming opera como parte de um ecossistema mais amplo, no qual diferentes modelos de monetização coexistem e se complementam.

Por fim, a integração entre algoritmos, dados e estratégias de plataforma introduz uma dimensão adicional à análise, ao transformar a mediação cultural em um processo intensamente orientado por métricas e previsões. A atuação dos sistemas algorítmicos, conforme destacam Mokoena e Obagbuwa (2025), não se limita à recomendação de conteúdo, mas envolve a organização da própria estrutura de oportunidades no



mercado musical. Nesse contexto, a visibilidade deixa de ser apenas resultado da recepção do público e passa a ser parcialmente determinada por lógicas computacionais que permanecem, em grande medida, opacas. Essa condição reforça a necessidade de compreender a transformação digital da indústria fonográfica não apenas como um fenômeno econômico, mas como um processo de reconfiguração das formas de poder, no qual tecnologia, mercado e cultura se articulam de maneira inseparável.

## CONCLUSÃO

A análise deste estudo evidencia que a transformação digital da indústria fonográfica não deve ser compreendida como um processo linear de inovação ou mera expansão de mercado, mas como uma reconfiguração marcada por tensões entre eficiência, controle e distribuição de valor. A consolidação do streaming deslocou a centralidade econômica da comercialização de produtos para fluxos contínuos de acesso mediados por plataformas digitais, sem, contudo, eliminar assimetrias históricas, apenas reorganizando-as em novas formas associadas à centralidade das infraestruturas digitais e à dependência de mecanismos algorítmicos. Nesse cenário, a economia de plataformas redefine as relações de poder no setor musical, na medida em que amplia a eficiência da distribuição, mas também concentra funções de governança, estruturando visibilidade, consumo e monetização. Assim, embora o acesso ao mercado seja ampliado, a participação permanece desigual, uma vez que visibilidade e receita continuam condicionadas por dinâmicas de concentração e critérios algorítmicos opacos.

No campo da monetização, observam-se limitações relevantes à sustentabilidade econômica dos artistas, já que modelos baseados em volume e escala favorecem a concentração de receitas e dificultam a conversão de consumo em renda para a maioria dos músicos. Como consequência, consolida-se um modelo híbrido, no qual o streaming exerce função predominantemente promocional, sendo complementado por outras fontes de renda. Paralelamente, algoritmos e sistemas de inteligência artificial assumem papel central na mediação do consumo musical, influenciando preferências e estruturando a distribuição de visibilidade e oportunidades, o que reforça a necessidade de maior transparência e regulação. Nesse sentido, o estudo contribui ao articular dimensões econômicas, tecnológicas e institucionais, evidenciando tensões entre democratização e concentração, crescimento e desigualdade, e aponta para a necessidade de avanços analíticos e institucionais que promovam maior equidade e sustentabilidade no ecossistema musical digital.

## REFERÊNCIAS

- ARENAL, Alberto; ARMUÑA, Cristina; RAMOS, Sergio; FEIJOO, Claudio; AGUADO, Juan-Miguel. *Giants with feet of clay: the sustainability of the business models in music streaming services*. Profesional de la Información, v. 31, n. 5, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.09>.
- BERGANTIÑOS, Gustavo; MORENO-TERNERO, Juan D. *Revenue sharing at music streaming platforms*. 2023. Disponível em: [https://consensus.app/papers/revenue-sharing-at-music-streaming-platforms-bergantios-moreno-ternero/cb5f75eb6e4157f0bc8a63e00a362bfa/?utm\\_source=chatgpt](https://consensus.app/papers/revenue-sharing-at-music-streaming-platforms-bergantios-moreno-ternero/cb5f75eb6e4157f0bc8a63e00a362bfa/?utm_source=chatgpt). Acesso em: 21 abr. 2026.
- LEDOUX, Thomas. *An approach to the impact on the market and music consumption after streaming technology*. 2020. Disponível em: <https://consensus.app/papers/an-approach-to-the-impact-on-the-market-and-music->



ledoux/1a065e086c6a5a6fa60f26e5f3104fad/?utm\_source=chatgpt. Acesso em: 21 abr. 2026.

MEYN, Janek; KANDZIORA, Michael; ALBERS, Sönke; CLEMENT, Michel. *Consequences of platforms' remuneration models for digital content: initial evidence and a research agenda for streaming services*. Journal of the Academy of Marketing Science, v. 51, p. 114–131, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00875-6>.

MOKOENA, M.; OBAGBUWA, I. *An analysis of artificial intelligence automation in digital music streaming platforms*. 2025. Disponível em: [https://consensus.app/papers/an-analysis-of-artificial-intelligence-automation-in-mokoena-obagbuwa/87e3dd9b4e1c52cea5b6db3a088e4729/?utm\\_source=chatgpt](https://consensus.app/papers/an-analysis-of-artificial-intelligence-automation-in-mokoena-obagbuwa/87e3dd9b4e1c52cea5b6db3a088e4729/?utm_source=chatgpt). Acesso em: 21 abr. 2026.

NAVEED, Khuram; WATANABE, Chihiro; NEITTAANMÄKI, Pekka. *Co-evolution between streaming and live music leads a way to the sustainable growth of music industry*.

Technology in Society, v. 50, p. 1–19, 2017. DOI:

<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.03.005>.

QU, Shuwen; HESMONDHALGH, David; XIAO, Jian. *Music streaming platforms and self-releasing musicians: the case of China*. Information, Communication & Society, v. 26, n. 4, p. 699–715, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1971280>.

RAMESH, S. *The economics of music streaming: impact on artist compensation and industry structure in the digital era*. Journal of Humanities, Music and Dance, v. 4, n. 6, 2024. DOI: <https://doi.org/10.55529/jhmd.46.1.8>.

TOWSE, Ruth. *Dealing with digital: the economic organisation of streamed music*. Media, Culture & Society, v. 42, n. 7-8, p. 1461–1478, 2020. DOI:

<https://doi.org/10.1177/0163443720919376>.

VIDYADHARAN, V. *Live performances and merchandise: a new revenue model for artists in the digital music industry*. 2025. Disponível em: [https://consensus.app/papers/live-performances-and-merchandise-a-new-revenue-model-vidyadharan/687bc6163ac75ef2806be1c886953e3d/?utm\\_source=chatgpt](https://consensus.app/papers/live-performances-and-merchandise-a-new-revenue-model-vidyadharan/687bc6163ac75ef2806be1c886953e3d/?utm_source=chatgpt). Acesso em:

21 abr. 2026.