



**Universidade Estadual da Paraíba - UEPB**  
**Centro de Ciências Sociais e Aplicadas – CCSA**  
**Departamento de Comunicação Social - DECOM**

**MÚSICA EM REDE: O CONSUMO VIA *STREAMING***

**Uma reportagem especial para televisão**

Antonio Carlos de Souza Santos Andrade

Carla Cordeiro de Oliveira

Orientador: Profa. Ms. Luciellen Lima

Campina Grande - PB

Maio / 2016

Antonio Carlos de Souza Santos Andrade

Carla Cordeiro de Oliveira

## **MÚSICA EM REDE: O CONSUMO VIA *STREAMING***

### **Uma reportagem especial para televisão**

Relatório de produto midiático apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso sendo requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel pelo Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba.

Orientador: Profa. Ms. Luciellen Lima

Campina Grande - PB

Maio / 2016

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

A554m Andrade, Antonio Carlos de Souza Santos  
Música em rede: o consumo via Streaming [manuscrito] : uma reportagem especial para televisão / Antonio Carlos de Souza Santos de Andrade, Carla Cordeiro de Oliveira. - 2016.  
42 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências, 2016.

"Orientação: Prof. Ma. Luciellen Souza Lima, Departamento de Comunicação Social".

1. Consumo de música. 2. Streaming. 3. Reportagem especial 4. Telejornalismo. I. Título.

21. ed. CDD 070.195

Antonio Carlos de Souza Santos Andrade

Carla Cordeiro de Oliveira

## **MÚSICA EM REDE: O CONSUMO VIA *STREAMING***

### **Uma reportagem especial para televisão**


Relatório de produto midiático apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso sendo requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel pelo Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba.

Aprovado em 16 de maio de 2016.

#### **BANCA EXAMINADORA:**

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Ms. Luciellen Souza Lima (Orientadora - UEPB)

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dra. Robéria Nádia Araújo Nascimento (UEPB)

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Ms. Michele Wadja da Silva Farias (UEPB)

*Aos nossos familiares e amigos, que, durante todo esse tempo serviram de base para os nossos objetivos e nos ajudaram a tornar realidade mais esse sonho.*

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus que nos deu força e fé durante a caminhada, perseverança diante das dificuldades e tranquilidade para que o trabalho fosse concluído, sendo fonte inesgotável de amor em nossas vidas.

Aos nossos pais que nos deram o suporte de amor e ensinamentos ao longo dessa etapa, contribuindo para que hoje fôssemos pessoas responsáveis. A todos os familiares que nos apoiaram, torcendo para que nosso objetivo final fosse alcançado.

Nossa orientadora Luciellen Souza Lima, por abraçar nosso projeto, por acreditar que conseguiríamos alcançar nosso objetivo e por toda sua dedicação ao longo dos últimos meses, para que tudo saísse dentro do prazo e com êxito, nosso mais profundo agradecimento.

Agradecemos aos nossos professores, que contribuíram ao longo da nossa graduação, com seus conhecimentos, colaborando para o fortalecimento do nosso lado pessoal e profissional.

Aos nossos colegas da graduação, onde não vamos citar nomes para não esquecer ninguém. Nosso agradecimento por fazer parte dessa caminhada, por compartilhar conosco seus conhecimentos acadêmicos e pessoais.

Aos amigos mais próximos, que entenderam nossa ausência ao longo desses meses intensos, nossa gratidão pela compreensão e pela torcida.

Aos que se dispuseram em participar desta produção, fica aqui registrado o nosso profundo agradecimento aos professores Fernando Firmino da Silva e José Valter Costa, Deise Ribeiro, por sua espontaneidade e descontração, e Sócrates Gonçalves pelo seu profissionalismo e amor à música.

Aos técnicos da UEPB, Elvis Guimarães e Luiz Cláudio, que nos ajudaram em alguns momentos onde não tivemos como fazer o trabalho sozinhos.

A todas as pessoas envolvidas, que contribuíram direta ou indiretamente para que tudo desse certo, sendo verdadeiros anjos de luz em nossas vidas, o nosso muito obrigado.

Esta foi apenas uma etapa da nossa caminhada profissional, sabemos o quanto ainda há de conhecimento para adquirir, mas a todos que estiveram conosco nessa longa caminhada fica a nossa imensa gratidão.

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 Bastidores da entrevista com o cantor e compositor Sócrates Gonçalves	26
Figura 1 Bastidores da entrevista com o professor Fernando Firmino da Silva	27
Figura 2 Captura de tela do computador durante processo de edição	29

## RESUMO EM PORTUGUÊS

Este projeto tem como objetivo a produção de uma reportagem especial em formato telejornalístico sobre a modalidade de consumo de música via *streaming*. Abordamos vários ângulos do serviço: o contexto histórico, as particularidades e a dinâmica, além de como ele vem modificando a produção musical. Este trabalho nos trouxe o desafio de além de exercer as funções jornalísticas de produção, reportagem e edição de texto, executar as funções técnicas de captação e edição de imagens. Abraçar esse desafio contribuiu com a nossa formação como profissionais multimídia, uma exigência cada vez mais presente no mercado. Dando suporte à reportagem especial produzida, nos aprofundamos no universo do consumo de música via *streaming*, que consiste na transmissão de dados em caráter instantâneo através da infraestrutura das redes telemáticas. Esta prática torna desnecessário o *download* de arquivos, pois eles podem ser acessados de maneira remota e consumidos em tempo real, a partir de qualquer dispositivo compatível conectado à internet. Surgido na década de 90, a popularização do serviço só veio ocorrer nos anos 2000, através da implantação dos serviços de banda larga. Esse foi o tema escolhido para ser trabalhado dentro de uma linguagem telejornalística.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumo de música; *Streaming*; Reportagem especial; Telejornalismo.



## **ABSTRACT**

This project aims to produce a special report on tv journalism format on the mode of consumption of music via streaming. We cover various angles of the service: the historical context, the peculiarities and dynamics, and how it is changing the musical production. This work brought us the challenge of addition to performing the journalistic production functions, reporting and editing text, perform the technical functions of capture and editing. Embracing this challenge contributed to our training as multimedia professionals, increasingly present in the market requirement. Supporting the special report produced, we delve in the world of music consumption via streaming, which is the data transmission instant character through the infrastructure of such networks. This practice makes it unnecessary to download files, they can be accessed remotely and consumed in real time from any compatible device connected to the internet. Emerged in the 90s, the popularity of the service came only occur in the 2000s, through the deployment of broadband services. This was the theme chosen to be worked within a tv journalism language.

**KEYWORDS:** music consumption; streaming; special report; TV journalism.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	9
1 O MERCADO DA MÚSICA .....	14
1.1 Primeiras formas de consumo .....	14
1.2 O cenário musical atual .....	16
1.3 Consumo Streaming .....	17
2 TELEJORNALISMO NO BRASIL .....	19
2.1 Um pouco de história .....	19
2.2 O gênero reportagem .....	20
3 O DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO .....	22
3.1 A ideia .....	22
3.2 A construção do produto .....	23
3.3 Produção e reportagem .....	24
3.4 Edição e finalização .....	27
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	30
REFERÊNCIAS .....	31
ANEXOS .....	34
APÊNDICES.....	35

## INTRODUÇÃO

O universo das produções audiovisuais atrai milhares e milhares de pessoas ao redor do mundo, seja para informar ou entreter. No contexto do telejornalismo o audiovisual serve para passar informações dentro de critérios jornalísticos, unindo conteúdo em áudio e em vídeo captados no mundo real. É através dessa linguagem que a maioria dos brasileiros se informa diariamente, já que a televisão ainda é o meio de comunicação mais disseminado no país.

Na busca de um aperfeiçoamento na prática da linguagem jornalística televisiva, decidimos produzir uma reportagem especial em vídeo. Assim, procuramos trabalhar com um tema que fosse atual, envolvesse estudos culturais e as novas formas de comunicação. Algo que tivesse proximidade conosco e com a nossa geração, nascida nos anos 90. Foi assim que escolhemos como tema o consumo de música via *streaming*, o qual iremos conceituar mais adiante.

Essa temática nos evidencia diversas mudanças pelas quais passa a sociedade quanto às formas de consumir música, sendo necessária uma contextualização deste movimento através de narrativas acessíveis, como são as produções telejornalísticas, para que qualquer pessoa possa assistir e entender melhor as transformações no cenário fonográfico atual.

Ao nos debruçarmos sobre a obra de Stuart Hall (1997) podemos identificar a base para estudos envolvendo agentes culturais, que são todos os seres interpretativos e produtores de sentido, e suas interações na sociedade. Os estudos culturais surgiram na década de 1960 na Inglaterra, inicialmente no Center for Contemporary Cultural Studies, na Universidade de Birmingham, e foi uma das primeiras tradições a estudar a cultura popular, até então ignorada ou considerada alienante (QUINES, 2012). Através destas pesquisas envolvendo os meios de comunicação e seus receptores, é possível traçar um panorama mais fiel sobre as formas de consumo, diante de uma sociedade cada vez mais integrada a práticas que exigem uma alfabetização digital<sup>1</sup>.

Os meios de produção, circulação e troca cultural, em particular este último, tem se expandido através da tecnologia e da revolução da informação (HALL, 1997). Estes paradigmas nunca antes alcançados acabaram por tornar possível uma interdependência

---

<sup>1</sup> Processo que envolve as diferenças de acesso às tecnologias e mídias digitais, bem como a cultura desenvolvida nesses ambientes, vinculadas a problemas sociais e econômicos. (MARTINO, 2014, p. 11)

entre o universo da comunicação e da informação<sup>2</sup>. Sendo os dispositivos digitais os responsáveis pela mediação existente entre as sociedades e o ciberespaço, este, por sua vez, se configura como um “cenário de interação criado no fluxo de dados digitais em redes de computadores, virtual, por não ser localizável no espaço, mas real em suas ações e efeitos” (MARTINO, 2014, p. 11). Todo esse processo vem acarretando mudanças em escala global, que atingem diretamente os conglomerados internacionais de multimídia e a forma como estes vêm gerenciando o seu fluxo de conteúdo. Adentrando, assim, no conceito de convergência, que consiste na “integração entre computadores, meios de comunicação e redes digitais, bem como de produtos e serviços disponíveis na internet” (MARTINO, 2014, p. 11), a fim de proporcionar novas experiências sensoriais.

Os dispositivos de comunicação foram pouco a pouco incluídos nos setores sociais da informação e da cultura de massa como elementos destinados integralmente a satisfazer os seus interesses imanescentes e não os interesses de comunicação de qualquer outro setor social, a não ser que esses fossem compatíveis com os primeiros. Há, portanto, muita plausibilidade em afirmar que tanto a indústria da informação como a indústria cultural viram ser construídos ao seu redor verdadeiros campos sociais. (GOMES, 2004, p. 52).

Como reflexo do constante processo de ressignificação das sociedades, o mercado da música também precisou se reinventar. Este caminho que passa pelo surgimento do disco de vinil, da fita cassete e do *compact disc* (CD) foi responsável a partir dos anos 2000 por uma mudança sem precedentes em termos de consumo e compartilhamento de produções musicais. “Na lógica capitalista, um formato torna-se hegemônico enquanto os anteriores caem na obsolescência” (QUINES, p. 92, 2012).

Com o surgimento do formato mp3 novas rotinas passaram a fazer parte da indústria fonográfica e de seus consumidores, principalmente no que tange às formas de consumo. Essas novas formas não demarcam apenas aspectos técnicos, mas também culturais, visto que, a música como aparato social na formação da identidade individual e coletiva detém grande potencial no fortalecimento de vínculos de pertencimento e de assimilação da cultura local (ANDREO, 2013).

---

<sup>2</sup> Apesar de semelhantes, os processos de comunicação e informação são distintos, onde, para haver a comunicação é preciso estabelecer uma troca de ideias, ou seja, que haja feedback. No processo de informação não se faz necessária essa troca, existe apenas a exposição ou notificação de algo. “Acrescenta-se aqui, nesta distinção, o aspecto unilateral da informação em oposição ao aspecto bilateral da comunicação” (SÊGA, 2007, p. 205).

A geração do século XXI vem sendo naturalmente marcada pelos avanços da internet e sua intensa liberdade de acesso a todo e qualquer tipo de conteúdo. Estes aspectos implicam diretamente nas formas de interação entre público produtor e consumidor do meio musical. Antes, as produções chegavam até o público consumidor de forma presencial, através de concertos e apresentações teatrais, por exemplo. Com o posterior surgimento do mercado fonográfico e seus diferentes suportes, a dinâmica de consumo também mudou, como afirma Cardoso:

Desde a comercialização de partituras, passando pelas primeiras gravações registradas no suporte vinil, até o surgimento do mp3, é possível observar uma tendência à facilidade de uso e à redução dos suportes de produtos musicais, até o ponto em que estes, tornaram-se imateriais e passíveis de distribuição a baixíssimo custo devido aos anteriormente referidos avanços tecnológicos que, acentuaram-se, rapidamente a partir do século XX. (CARDOSO, 2006, p. 23).

Hoje, o poder do consumidor com relação às escolhas nesse sentido tornou-se vasta. Segundo o *Digital Music Report 2015*, relatório produzido pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI)<sup>3</sup>, até abril de 2014 foram identificados mais de 400 serviços legais de *streaming*<sup>4</sup> de música na internet que têm presença marcada em mais de 200 países. Aqui, pontuamos como legais os serviços que, seguindo a legislação de cada país, geram receitas para os detentores dos direitos autorais, como o *Deezer*, o *Spotify* e o *Soundcloud*.

A todo momento a internet incorpora uma nova leva de usuários com diferentes práticas de consumo de música. Os conteúdos disponíveis nas redes são buscados por um público amplo e mais exigente do que aquele com que os meios de comunicação tradicionais se depararam outrora. Diante deste constante processo de reinvenção da indústria fonográfica, o indivíduo passa a experimentar novos moldes, ao consumir produções em qualquer lugar e a qualquer hora. Os mecanismos de busca na internet com suas vastas funcionalidades possibilitam a este mesmo indivíduo ter acesso a uma maior variedade de conteúdos, o que também faz com que essa busca seja cada vez mais exigente.

---

<sup>3</sup> Entidade com sede em Londres, que representa os interesses de mais de 1450 empresas discográficas, em 75 países diferentes, entre as suas principais políticas institucionais está o combate à violação dos direitos autorais.

<sup>4</sup> Termo em inglês para “fluxo de mídia”. Trata-se de uma forma de distribuição de dados, geralmente de multimídia numa rede através de pacotes. “Em *streaming*, as informações não são armazenadas no disco rígido, mas abrigadas nas redes digitais e transmitidas remotamente para diferentes dispositivos” (KISCHINHEVSKY, VICENTE, DE MARCHI, p. 15, 2015).

A possibilidade de interação e colaboração do público também causa impacto direto nos novos formatos desenvolvidos pela indústria cultural<sup>5</sup> (ADORNO, HORKHEIMER, 1985). Proliferam a cada dia novos projetos de financiamento coletivo e também a cultura do *free*. Com o acesso gratuito, os indivíduos passaram a consumir os produtos disponibilizados primeiro nas redes, antes de adquirir, por exemplo, uma obra completa de seu artista favorito. Dentro deste contexto, a cultura do ao vivo também exerce grande poder, na qual os festivais de música *Tomorrowland* e *Lollapalooza* se destacam através de transmissões abertas via *streaming*, que consiste na transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através de redes. Por meio do serviço é possível escutar música e assistir a clipes sem a necessidade de fazer download, o que torna mais rápido o acesso aos conteúdos online.

Após mergulhar, através da pesquisa bibliográfica, nesse universo brevemente relatado, iniciamos a prática jornalística direcionada à produção audiovisual. Assim, este trabalho tem como objetivo geral a produção de uma reportagem especial em vídeo sobre como os serviços de *streaming* estão modificando as formas de consumo de música.

Como objetivos específicos, buscamos através deste projeto: 1) entender os serviços de consumo de produções musicais via *streaming*, o contexto tecnológico atual em que ele está inserido e os impactos no cenário cultural; 2) identificar o perfil do público que faz uso desses serviços e 3) entender e praticar técnicas de produção de reportagem em vídeo.

Para dar embasamento à nossa reportagem, buscamos entrevistar estudiosos das áreas de música e tecnologia, um músico produtor de conteúdo para a internet e um consumidor. Ao concentrar essas falas através de um produto audiovisual é possível ter uma noção de como aconteceram as mudanças no hábito de consumir música ao longo da história, de como funcionam os novos sistemas de transmissão e reprodução, de que forma os produtores de conteúdo têm sido impactados por essas mudanças e os motivos que levam cada vez mais pessoas a migrarem para estas plataformas de consumo.

Diante das informações até aqui explanadas, buscamos trabalhar na perspectiva de um potencial aumento na cultura do *streaming* enquanto transmissão de áudio,

---

<sup>5</sup> A indústria cultural idealiza produtos adaptados ao consumo das massas e também pode determinar esse consumo trabalhando sobre o estado de consciência e inconsciência das pessoas. Ela pode ainda ter função no processo de acumulação de capital, reprodução ideológica de um sistema, reorientação de massas e imposição de comportamento. (WIKIPEDIA, 2016)

impulsionado pelo aumento de novos usuários com acesso à internet, a proliferação dos dispositivos móveis e o desenvolvimento de aplicações para reprodução de músicas.

O produto final deste trabalho é importante porque dá as condições necessárias para que o tema possa ser lançado ao debate público, levantando questionamentos acerca do alcance do serviço, do acesso às suas funcionalidades e de como ele tem impactado as rotinas de produção no universo musical. Desta forma, é um instrumento para aqueles que desejem aprofundar o debate sobre o assunto.

Como a temática em questão pode abrir diferentes vias de debate, optamos pela produção de uma reportagem especial, que garante as condições necessárias para que o tema seja abordado nas suas diferentes vertentes. Utilizando a estética do telejornalismo é possível mostrar como ocorreu a evolução nas formas de consumo e contribuir socialmente, esclarecendo este novo formato de consumo e interação.

Entender como se deu a evolução do consumo musical a partir dos avanços dos meios tecnológicos, tendo como parâmetro uma indústria musical, a execução deste trabalho se justifica pela estreita relação existente entre a comunicação e a indústria cultural, que vivem em constante processo de adaptação e impactam a vida da sociedade.

A comunicação de massa é uma característica fundamental da sociedade de massa, à qual está ligada de forma indissolúvel. Assim, quem fala em sociedade de massa, fala em comunicação de massa. Portanto, se foi no século XIX que se iniciou uma das primeiras indústrias culturais – a do jornal diário –, vai ser no século XX que se terá o coroamento desse processo, com o desenvolvimento da TV no pós-Guerra. A partir daí, a aceleração do desenvolvimento tecnológico deu origem às novas tecnologias que, a cada dia que passa, introduzem novas formas de comunicação, tais como: a TV a cabo, via satélite, o videocassete, a TV de alta definição, o *compact-disc* etc. (FADUL, 1993, p. 53).

Outro ponto que justifica essa escolha é a originalidade do projeto, agregando ao curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba, um produto final integrado entre os campos da comunicação e das artes. Temos a certeza de que, através deste trabalho, foi possível executar aquilo que foi apreendido durante a graduação.

# 1 O MERCADO DA MÚSICA

## 1.1 Primeiras formas de consumo

Todos os dias somos submetidos a sons e ruídos que podem desempenhar papéis e desencadear situações, porém, a música, em sua forma artística é detentora de códigos e linguagens capazes de provocar experiências emotivas e sensoriais. O canto gregoriano é a mais antiga manifestação musical do Ocidente e tem suas raízes nos cantos das antigas sinagogas, desde os tempos de Jesus Cristo. O período de formação do canto gregoriano vai dos séculos I ao VI, atingindo o seu auge nos séculos VII e VIII, segundo Grillo et al:

A origem da música ocidental está na Idade Média, com o coral gregoriano, o cantochão, o canto litúrgico da Igreja Católica Romana. Esse estilo de Música foi incentivado pelo Papa Gregório I, por isso ficou conhecida como gregoriana, embora não seja obra dele. (2012, p. 7)

O próprio canto gregoriano começou a introduzir inovações ao que até então era uma prática monofônica, ou seja, que apresentava apenas uma voz. Adicionando uma segunda voz, o canto adquiriu assim o que chamamos de polifonia, na qual uma voz seguia fielmente o texto e a outra servia como um adorno ou ornamento. Surge então por volta do século XIV o primeiro grande gênero da música ocidental, que é a missa, resguardando ainda aspectos da musicalidade medieval, porém, abrindo espaço a um novo estilo, a música renascentista (GRILLO et al., 2012).

Esta, por sua vez, datada do século XV, foi marcada pela diversidade de vozes e pela complexidade de suas composições, gerando questionamentos do tipo: é música para ouvir ou música para ensinar? As obras eram tão densas que foi necessária a introdução do órgão, para impedir que os membros dos corais ficassem desorientados.

Com os movimentos da Reforma e da Contra Reforma a música sofreu significativas mudanças, pois, saiu das igrejas e começou a atingir um público mais aristocrático, dividindo as pessoas que permaneciam católicas e as que abraçaram o movimento reformista. Também foi nesse período que a música começou a ganhar novos contornos.

Os estilos principais eram a “chanson” na França e o madrigal na Itália. Os madrigais eram canções a 4 ou 5 vozes, cantadas inicialmente sem



acompanhamento e mais tarde se admitia o alaúde. Entre os que aderem à Reforma, a música se mantém principalmente dentro das igrejas, mas tomando uma roupagem mais simples, para atingir a devoção do povo. (GRILLO et al., 2012, p. 9)

O movimento contra reformista reagindo as investidas do protestantismo promoveu mudanças na igreja católica, que incluíram a propagação das artes plásticas e da música, que deveriam representar a verdade religiosa. Desta forma, os fiéis deviam entender de forma clara os textos e todas as vozes dos corais deviam cantar a mesma obra, excluindo as inovações adicionadas anteriormente, que permitiam o adorno das vozes. Segundo Carpeaux (2009), a polifonia policoral passou por um processo de autodestruição, o resultado foi o acompanhamento instrumental de uma voz só, a homofonia.

Após a música renascentista surgiu a música barroca, que perdurou durante todo o século XVIII, sendo um período de muito esplendor, trazia em suas composições conteúdos dramáticos e de difícil elaboração. Foi nesse período que viveram grandes nomes da música, como Antonio Vivaldi, na Itália, e Johann Sebastian Bach, na Alemanha, tornando-se os maiores representantes da música barroca.

Dando sequência a esta linha do tempo, no século XIX, surge a música clássica, que buscava equilíbrio entre a estrutura formal das composições e a expressividade necessária, tendo como seus principais compositores Mozart e Beethoven. Em sentido contrário, o Romantismo chega com a proposta de maior flexibilidade na estrutura das formas e da concepção musical, representadas pelas obras do próprio Beethoven e de Tchaikovsky.

A partir do século XX proliferam-se novos estilos de criação, que, até hoje, vêm se desenvolvendo. Dos quais podemos destacar o expressionismo, as influências jazzísticas e a música eletrônica. É neste período que ocorre a popularização da música, pois além de ser um objeto sob a reflexão rígida acadêmica, ela assume agora, o papel de expressão artística.

Essa trama histórica e as relações de produção, difusão e circulação da música/canção popular urbana na sua forma contemporânea, gestada entre os fins do século XIX e início do XX, surgem marcadas por alguns elementos inovadores e bem característicos que devem ser levados em conta. Primeiro, elas surgem vinculadas com algumas formas de entretenimento urbano pago (como circos, bares, cafés e teatros) ou não (festas públicas, festas privadas, encontros informais etc). (MORAES, 2000, p. 213).

Assim, a música popular se firma. Através da expansão industrial e da urbanização ela adquire os contornos que conhecemos hoje, a música que promove representatividade, que levanta bandeiras, que entretém, que informa, denuncia e celebra.

## 1.2 O cenário musical atual

Grande parte da música que é consumida atualmente é feita de forma digital. A partir do século XXI a música tem se tornado ainda mais constante no cotidiano das pessoas. Mas a história fala sobre as músicas das igrejas e tabernas, do consumo gratuito e ao vivo, da evolução para os concertos pagos, e da presença do músico para que se consumisse conteúdo. Desde os anos 80, com o surgimento do *compact disc* (CD), logo depois a chegada do formato mp3, as expressões musicais foram ampliadas no dia-a-dia das pessoas. Vive-se atualmente uma das grandes evoluções no que diz respeito à música popular massiva, com novos mediadores, novas plataformas de escuta e formatos de distribuição.

As possibilidades de consumo são variadas, desde os shows ao vivo, vinil, CDs, TV, rádio e então as plataformas digitais, que ganham maior espaço com as grandes evoluções tecnológicas e toda a configuração de conectividade que a geração atual esta inserida. Um consumo que se caracteriza por traços de interatividade, modos de compartilhamento entre os ouvintes e difusão em tempo real, *online* ou *offline*. A pesquisadora Gisela Castro (2005, p. 30) afirma que:

A prática cada vez mais disseminada de escutar música em qualquer lugar e a qualquer momento, mesmo durante a realização de outras tarefas como trabalhar, estudar, cozinhar ou dirigir – para citar apenas algumas – faz com que ouvir música seja um comportamento emblemático do contemporâneo.

No contexto atual, o acesso à internet é democrático, é possível estar em qualquer lugar escutando música, e não qualquer música que toque nas rádios, ouvir o que quiser onde estiver, com conexão a internet ou não. O processo de busca é vasto, o consumidor tem uma ampla lista de serviços. Segundo Anderson (2006), os consumidores estão mergulhando de cabeça nos catálogos para vasculhar a longa lista de títulos disponíveis. E, quanto mais descobrem, mais gostam da novidade. São múltiplas possibilidades de acesso e escolha, que transformam o mercado de uma

maneira estrutural e irreversível. A preferência pessoal é colocada a acima de qualquer outra coisa. Caracterizando assim, vemos um consumidor cada vez mais crítico e sedento por esse conteúdo qualificado e de fácil acesso.

Há não só a facilidade no consumo, mas também na produção desses conteúdos, se pensasse nessa possibilidade de criação há alguns anos atrás, apenas profissionais qualificados disponibilizariam conteúdo nas redes. A redução de custos para estocar, transportar e armazenar os produtos passou da forma física para a digital, ou seja, somente o espaço na nuvem é necessário para o armazenamento, o que tornou todo o processo mais barato.

Se pensarmos nas novas configurações de consumo e recepção, estes novos aplicativos acabam por ser novos modelos de negócio que utilizam a internet como forma de arrecadação. Mesmo não sendo de forma imediata, há um retorno financeiro e também da visibilidade para o artista nesses novos canais. É nessa perspectiva que os novos formatos de *streaming* tornam-se uma das ferramentas que possibilitam distintas formas de consumo, para um público que é cada vez mais diversificado.

### **1.3 Consumo *Streaming***

Dados presentes no *Digital Music Report 2015* dão conta de que em 2014, pela primeira vez, as receitas entre músicas digitais e a venda de CDs físicos se igualaram, chegando a 46% cada e 8% proveniente de serviços como publicidades, direitos autorais e outros. O mesmo relatório mostra que as receitas através da venda de músicas digitais cresceram 6,9% em 2014, impulsionadas, sobretudo, pelos serviços de assinatura, que registraram uma alta de 39% no ingresso de novos usuários. Até 2014 foram identificados 41 milhões de usuários destes serviços, em 2013 eram 28 milhões.

Um tema pendente na indústria fonográfica diz respeito aos “portos seguros”, que são plataformas que hospedam conteúdo, mas não remuneram os detentores de seus direitos autorais da forma que deviam. Existem duas categorias de *streaming*: o *streaming* por assinatura e o *streaming* com publicidade, este último registrava uma taxa de 16,6% do mercado em 2013 e, em 2014, alcançou os 38,6%, como aponta o relatório internacional citado.

Um dos grandes efeitos desta nova forma de consumo é fazer com que o mundo se torne um lugar único, tanto do ponto de vista espacial e temporal quanto social.

Existem três lugares essenciais na vida: onde vivemos, onde trabalhamos e onde nos reunimos para conviver (RHEINGOLD, 1996).

Com a música não é diferente. A cultura pop, principalmente, tem esse poder de congrega diferentes pessoas, com vivências e hábitos diferentes, em prol de um objetivo em comum. É claramente perceptível a integração entre o universo da música e os avanços tecnológicos, uma vez que, hoje, diariamente, músicos figuram o topo dos *trend topics*<sup>6</sup> no *Twitter*<sup>7</sup>, por exemplo, ou ainda o vazamento de músicas através da rede e o seu espalhamento via mídias sociais. Segundo relatório da Federação Internacional da Indústria Fonográfica, 20% dos usuários de internet banda larga fazem uso habitual de serviços ilegais de *download*.

O consumo dos conteúdos musicais mudou, os mediadores mudaram e as formas de recepção também. As plataformas e os formatos de distribuição musical estão vivendo ao longo dos anos profundas adequações. O público consumidor anseia muito por acesso ilimitado e gratuito, exigindo das plataformas uma nova forma de gerenciar a interação existente entre produtor, produto e consumidor. O *Spotify*<sup>8</sup>, por exemplo, garante acesso ilimitado e gratuito a diversas obras, porém, quem utiliza a categoria *Premium* tem direito a mais funcionalidades dentro da plataforma do serviço. A gratuidade anteriormente citada só é possível graças ao dinheiro captado através das publicidades inseridas na programação do serviço e das assinaturas da categoria *Premium*, que, segundo comunicado da empresa ao site *The Next Web*<sup>9</sup>, tem um percentual dos royalties direcionados aos detentores dos direitos autorais e para a própria empresa.

---

<sup>6</sup> Termo em inglês para designar a ferramenta que mede a quantidade de menções que uma palavra ou frase recebe no Twitter.

<sup>7</sup> Rede social de troca de mensagens instantâneas, marcada pela quantidade reduzida de texto, chegando a um total de 140 caracteres por postagem.

<sup>8</sup> Serviço de transmissão de música via *streaming* lançado em 2008, na Noruega, que dá acesso a conteúdos gratuitos e pagos, mediante a assinatura mensal.

<sup>9</sup> Disponível em: <<http://thenextweb.com/insider/2015/05/15/no-spotify-isnt-removing-its-free-tier-in-favor-of-a-3-month-trial/>> Acesso em: 29 de março de 2016

## 2 TELEJORNALISMO NO BRASIL

### 2.1 Um pouco de história

A televisão foi criada no Brasil há mais de setenta anos a partir da iniciativa do paraibano Assis Chateaubriand, que em 18 de setembro de 1950 lançou um novo ciclo da comunicação no país, com a inauguração da PRF-3/TV Tupi, Canal 3 de São Paulo, emissora que transmitia seu sinal para pouco mais de 100 televisores na capital paulista (MELLO, 2008, p. 1).

No início, os primeiros telejornais traziam características em comum com o rádio, como a técnica e a produção. Eram feitos de forma simples com o apresentador lendo o texto para a câmera. Nesta fase, como seria razoável supor, os telejornais eram produzidos precariamente e careciam de um nível mínimo de qualidade. As falhas se originavam tanto das grandes deficiências técnicas quanto da inexperiência dos primeiros profissionais, a maioria procedente das emissoras de rádio (REZENDE, 2000, p. 106).

Precisando seguir um padrão, a televisão no Brasil teria que optar por adotar o modelo europeu, que tinha traços de engajamento, partidarismo e forte teor analítico, ou seguir o padrão americano, que sempre defendeu a imparcialidade como um de seus maiores valores. Desta forma, o Brasil passa a produzir conteúdo de acordo com o padrão americano, que vem causando influências no fazer jornalístico até os dias de hoje.

Desde seu advento, na década de 50, a televisão brasileira tem sofrido a influência americana, tanto na estrutura comercial como na produção importada dos Estados Unidos não apenas programas, mas ideias, temas, roteiros e técnicas administrativas. (MELLO, 2008, p. 3)

Com os avanços no processo de edição com fitas e videoteipe, foi possível produzir notícias com imagens em maior quantidade e em novos formatos. Então a presença do jornalista aumentou significativamente nas coberturas televisivas, como destaca Tourinho (2009):

Quando as câmeras cinematográficas foram substituídas pelas eletrônicas e sua maior facilidade de gravação e repetição da gravação, o desempenho dos repórteres foi alterado. Apoiado no telejornalismo norte-americano, a presença do repórter na matéria tornou-se o padrão dominante (TOURINHO, 2009, p. 116)

A intensificação dos telejornais no Brasil só veio acontecer na década de 60, impulsionada pela inauguração da nova capital federal, Brasília, e a chegada de outras inovações tecnológicas ao mercado da comunicação. Os jornalistas eram os produtores do jornal e na sua apresentação havia cronistas especializados em cada editoria. Entre eles, destacavam-se Millôr Fernandes, Gilda Muller, Newton Carlos, Villas-Boas Correia, João Saldanha (REZENDE, 2000, p. 107).

Na década seguinte, a emissora que mais se beneficiou com a chegada de novos equipamentos e a elaboração de novos formatos foi a Rede Globo, que, em 1973 lançou o Fantástico - O show da vida, um misto de jornalismo e entretenimento que trouxe um novo sentido para as noites do domingo. Apesar de não ser a precursora do telejornalismo no Brasil, com uma técnica que ligava texto e imagem, a Rede Globo acabou por ditar o formato das produções das demais emissoras, que naquele tempo eram a TV Tupi, a Bandeirantes e a TV Cultura (MELLO, 2008).

Com a forte censura imposta pelo Regime Militar, as emissoras buscavam na superficialidade das coberturas não passar do limite determinado pela ditadura. Outra forma de preencher a grade dos telejornais era trazer pautas internacionais. Foi nesse período que surgiu o Globo Repórter, um espaço para tratar de assuntos de escala global, que não caberiam na agenda do Jornal Nacional, por exemplo. Já em 1980, embalada pela onda de inovação da Rede Globo e pela queda na rigidez da censura, a TV Tupi coloca no ar o programa “Abertura”, que trazia, para uma conversa, exilados pela força do Regime Militar, como Leonel Brizola, Carlos Prestes e Darci Ribeiro (MELLO, 2008).

Ainda na década de 80 chegam ao mercado a Rede Manchete e o Sistema Brasileiro de Televisão. O SBT levou um pouco de tempo para emplacar um jornalismo que prendesse a atenção do público. Isso só aconteceu em 1988, quando a TV brasileira descobriu um jeito novo de fazer telejornalismo, a figura do âncora. Boris Casoy foi o escolhido para apresentar o Telejornal Brasil, Lá ele comentava e emitia opinião sobre as notícias, além de realizar entrevistas ao vivo. As mudanças conquistaram o público e o TJ Brasil, como era chamado, superou os índices de audiência de outros programas SBT (MELLO, 2008).

## **2.2 O gênero reportagem**

A reportagem trás um relato mais ampliado de um acontecimento mostrando as causas, correlações e repercussões. Constituída em sua estrutura por cinco partes: off, passagem, sonoras (entrevistas) e pé, podendo também configurar-se sem uma dessas partes. Barbeiro (2005, p. 69) também considera a reportagem como “a melhor forma de passar as informações para que o telespectador possa tirar suas próprias conclusões sobre o fato relatado”. A reportagem é a principal fonte de matérias exclusivas do telejornalismo. O objetivo sempre é contar uma história simples, direta, clara, didática, objetiva, equilibrada e isenta (BARBEIRO e LIMA, 2002).

Na reportagem há uma denotação diferente. Ela não trabalha necessariamente investigando fatos como novos, inéditos, como acontece na notícia. A reportagem é mais abrangente, esta investiga assuntos, aprofunda. Preocupa-se em ser atual a fim de despertar o imaginário e a reação das pessoas, trazendo temas que influenciam na vida contemporânea. Segundo Lage (1996), a distância entre reportagem e notícia está na pauta, no projeto do texto que indica de que forma o assunto será abordado.

Para as notícias, as pautas são apenas indicações de fatos programados, da continuação (suíte) de eventos já ocorridos e dos quais se espera desdobramentos. [...] Reportagens supõem outro nível de planejamento. Os assuntos estão sempre disponíveis (a informação é a matéria-prima abundante, como o ar, e não carente, como o petróleo) e podem ou não ser atualizados (ou tornados oportunos) por um acontecimento. (LAGE, 1996, p. 55).

Sendo a reportagem nosso produto final, buscamos nos amparar no conceito, onde a reportagem se configura como uma narrativa com personagens, ação dramática e descrições de ambiente. Sodré e Ferrari (1986 p. 9) definem que, “qualquer que seja a reportagem (interpretativa, especial, etc.), impõe-se ao redator o ‘estilo direto puro’, isto é, a narração sem comentários”. Logo, trata-se de um formato mais abrangente, onde há investigação dos assuntos, a preocupação em ser atual, porém não se configura um formato de jornalismo opinativo.

A reportagem televisiva permite que o tema seja abordado de forma mais aprofundada, fazendo com que o conceito do tema escolhido seja melhor desmembrado, afim de que a compreensão seja mais clara e menos superficial.

### 3 O DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

#### 3.1 A ideia

Sendo o consumo de música via *streaming* uma modalidade crescente no que diz respeito a audiência em tempos de internet, decidimos trabalhar esta temática no âmbito do telejornalismo por acreditar que esta forma de consumo musical será, num futuro muito próximo, mais um paradigma da comunicação, do qual maioria da população deverá estar integrada e familiarizada. Outras justificativas a respeito do tema estão na introdução deste relatório.

A partir dos conhecimentos apreendidos no componente curricular Elaboração de Projetos em Comunicação, tivemos o suporte necessário para conceber um breve estudo sobre o consumo de música digital, impulsionados também por motivações pessoais e afinidades com a temática acima mencionada.

Assuntos de ciência e tecnologia são material jornalístico cada vez mais frequente nos meios de comunicação. A principal razão disso é a crescente aplicação de tecnologia, determinando mudanças, tais como, desemprego e aumento de produtividade; desaparecimento de profissões e surgimento de outras, invenção de produtos de uso cotidiano; novos processos de produção e trabalho a que as pessoas devem adaptar-se; criação de serviços; oferecimento de recursos técnicos que alteram a qualidade de vida. (LAGE, 2008, p. 119)

Nesse projeto a busca foi aprofundar os conceitos sobre o tema e ouvir fontes que pudessem compor um quadro de esclarecimento maior sobre esses novos formatos de uso de aplicativos e plataformas de música. A ideia foi abordar o assunto numa linguagem que pudesse ser facilmente entendida por um público abrangente, visando a clara compreensão da mensagem tanto por quem já está inserido nessa realidade tecnológica como também por aqueles que ainda não estão familiarizados com o tema.

Realizando todas as etapas do processo de produção nos deparamos com dificuldades e facilidades pelo caminho. As dificuldades fazem parte de qualquer processo construtivo. Elas serão descritas ao longo dos demais tópicos. Já dentre as questões que facilitaram o processo, podemos destacar a familiaridade técnica ao lidar com os equipamentos no momento da realização das gravações, o que adiantou consideravelmente nosso trabalho. A afinidade com o tema também possibilitou que o processo de criação de pautas e textos dentro do assunto fosse facilitado.



O nosso trabalho seguiu várias etapas ao longo dos meses que foram dispostas no cronograma abaixo. O cronograma serviu de base para a realização das atividades.

	PRODUÇÃO TEXTOS DO RELATÓRIO	PRODUÇÃO DA REPORTAGEM	GRAVAÇÕES E TEXTOS DA REPORTAGEM	EDIÇÃO	FINALIZAÇÃO
FEVEREIRO	X	X			
MARÇO	X	X			
ABRIL	X		X	X	
MAIO	X		X	X	X

### 3.2 A construção do produto

Para dar sustentação ao nosso estudo fizemos uso de uma revisão bibliográfica, mergulhando em pesquisas e relatórios que indicassem números do consumo de música digital no Brasil e no mundo. Ancorados no Relatório Internacional de Música Digital de 2015 e na publicação Mercado Brasileiro de Música 2014, tivemos uma noção mais clara de como o consumo de música via *streaming* está se tornando uma prática cada vez mais comum.

Com o fato identificado e com números que comprovam tal movimento partimos para a definição de fontes. Achemos por bem trabalhar com quem faz uso deste tipo de serviço, quem produz conteúdo, uma fonte técnica para explicar o que é o *streaming* e um estudioso da área de música para contextualizar a temática na história.

Visando aplicar as teorias e conceitos vistos em sala de aula, assumimos as funções de produtor, cinegrafista, repórter e editor. Fazendo uso de equipamentos próprios e de softwares gratuitos de edição barateamos nossa produção, por não ter que terceirizar nenhuma etapa deste processo.

Para transformar o conhecimento científico-tecnológico em informação jornalística, tivemos que nos comprometer em formatar a linguagem da reportagem de maneira acessível, coloquial, contextualizar o assunto inserindo falas que trouxessem relatos históricos, fazer uso de infografia para melhorar a compreensão de dados numéricos e trazer para o debate pessoas com hábitos de consumo comuns em tempos de internet.

O processo de construção do projeto aconteceu nos primeiros meses do ano, todos os equipamentos já haviam sido providenciados desde o ano de 2015, quando já estávamos preparados para as gravações, tudo adquirido com recursos financeiros próprios. Adquirimos uma câmera fotográfica e de vídeo Nikon DSLR, modelo: 3200, um microfone Yoga HT 81 Direcional Shotgun Boom para uso em filmagens com captação aberta e direcionada e um tripé CASY modelo ET888.

### 3.3 Produção e reportagem

Neste tópico explicamos as técnicas utilizadas na elaboração do processo de execução do produto. Atuamos ambos em todas as funções jornalísticas desde a criação da pauta à realização final. As pautas foram construídas visando orientar nas entrevistas a ação do repórter. A pauta é o texto que contém as informações necessárias para o direcionamento do repórter durante sua atuação. Nela devem estar todas as informações pesquisadas sobre o entrevistado, sendo primordial conter os nomes destes entrevistados, as perguntas a serem feitas e o local da gravação. A palavra pauta recebe várias definições.

1. Agenda o roteiro dos principais assuntos a serem noticiados em uma edição (...) Súmula das matérias a serem feitas em uma determinada edição. (...)
2. Planejamento esquematizado dos ângulos a serem focalizados numa reportagem, com um resumo dos assuntos (no caso *suíte*) e a indicação ou sugestão de como o tema deve ser tratado. (...)
3. Anotação de temas que poderão ser desenvolvidos oportunamente, para aproveitamento em futuras edições. Fonte de criação de assuntos. Programação de coberturas, pesquisas a serem feitas pela equipe de reportagem e de redação (RABAÇA e BARBOSA, 1978).

Todas as pautas estão nos apêndices deste relatório. Coube à dupla a coleta de dados e apuração das informações.

Começamos a contatar as fontes no mês de fevereiro de 2016 levando esse processo de marcação de entrevistas até os dois meses posteriores. Fontes são as pessoas que são procuradas para dar as informações necessárias para compor a reportagem. Para Chaparro (1996, p.148) fontes são “aqueles que têm algo a dizer e informar, os produtores das ações sociais - atos e falas noticiáveis”.

A entrevista é o procedimento de apuração de informações no jornalismo. Diferente de outros veículos de comunicação, a entrevista em televisão tem o poder de transmitir o que o jornalismo impresso nem sempre consegue. A união de som e

imagem é capaz de transpassar emoções de forma mais fiel, expressões faciais e o contexto do enquadramento também podem ser mais bem observados. Para Borba (p. 29, 2007) “a entrevista é uma conversa com o intuito de obter e registrar declarações de fontes, ou conseguir informação necessária à produção de texto sobre determinado assunto”. Todas as entrevistas foram gravadas na cidade de Campina Grande. Levamos um termo de autorização de uso da imagem para que os entrevistados e as pessoas que aparecem no vídeo assinassem. O modelo do termo que utilizamos está nos anexos deste relatório.

Durante cada gravação além das imagens dos entrevistados fizemos imagens gerais, que retratavam o tema e que foram utilizadas ao longo da reportagem onde cobrimos com texto do *off*. Na construção desse texto de *off* também foram utilizadas informações adicionais que colhemos durante os dias de gravação.

Nos termos técnicos, *off* é o texto que compõe a reportagem telejornalística. Geralmente é feito no final, quando todas as informações já foram coletadas.

*Off*, ou texto em *off*, é a parte da notícia gravada pelos repórteres ou pelo apresentador, para ser conjugada com as imagens do fato, sem que o rosto de quem faz a leitura apareça no vídeo. Nas matérias em *off*, a narração do locutor ou do repórter deve estar harmoniosamente conjugada com as imagens que cobrem o texto lido. (REZENDE, 2000, p. 149).

Entramos em contato com nossa primeira fonte, o cantor Sócrates Gonçalves, no dia 28 daquele mês, vindo a gravar nossa entrevista com ele no dia 06 de abril, durante sua apresentação no projeto “Quartas Acústicas”, promovido pelo Teatro Municipal Severino Cabral. A gravação ocorreu no Mini Teatro Paulo Pontes, espaço reservado para shows e eventos de menor porte, que fica dentro do prédio do Teatro Municipal.

Neste dia, tivemos um problema técnico com o uso do microfone direcional, ocasionado pelo mal contato entre a câmera e o conector do microfone, o que fez com gravássemos o áudio da entrevista por celular para uma futura sincronização com o material em vídeo.



Figura 3 Bastidores da entrevista com o cantor e compositor Sócrates Gonçalves

Dois dias depois, no dia 08 de abril, fizemos a segunda gravação, com Deise Ribeiro. Para isso nos deslocamos até a sua residência localizada no bairro do Rocha Cavalcante. Lá coletamos imagens dela fazendo uso dos serviços de *streaming* no computador e no *smartphone* para utilizarmos como imagens de apoio, além, é claro, da entrevista em si.

Partimos para mais uma gravação no dia 11 de abril com o professor Fernando Firmino. Essa gravação foi realizada em uma sala de aula do Centro de Integração Acadêmica da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. Lá, contamos com uma *smart TV* LG de 42 polegadas, que usamos como plano de fundo para a entrevista. Nela podem ser conferidos trechos de clipes musicais que fizeram sucesso no ano de 2015 e começo de 2016. A ideia teve o objetivo de transformar um pouco o ambiente da entrevista para entrar mais no clima da reportagem, tirando a frieza das paredes brancas da sala de aula.



Figura 4 Bastidores da entrevista com o professor Fernando Firmino da Silva

Nossa última entrevista aconteceu no dia 15 de abril com o professor João Valter Filho, em uma sala do Departamento de Arte e Música da UFCG (Universidade Federal de Campina Grande). A princípio iríamos utilizar como cenário o auditório do curso de música, que contém instrumentos musicais distribuídos no espaço, plateia e um elevado,

como se fosse uma espécie de palco. Por conta de atividades curriculares do Curso de Música não foi possível fazer uso do espaço.

Tivemos então que nos deslocar para uma sala/escritório sugerido pelo professor. Lá, mais dificuldades foram enfrentadas, como a questão da iluminação e o ruído do ar-condicionado. Colocamos um violão um pouco atrás do entrevistado para que a parte estética do enquadramento dessa entrevista entrasse mais no clima da reportagem.

Na sexta-feira, dia 29 de abril, gravamos a passagem da reportagem. Passagem é o momento em que o repórter aparece no local do acontecimento dando informações importantes para a construção da reportagem. “Essa participação é justificada quando é preciso transmitir informações que explicam como determinado acontecimento ocorreu ou qual seu possível desdobramento sem auxílio de imagens.” (CURADO, 2002, p. 49).

Utilizamos a mesma sala onde fizemos a entrevista com o professor Fernando Firmino e usamos a mesma estratégia da TV. Mas, desta vez, colocamos imagens de igrejas construídas no período medieval e equipamentos eletrônicos para ilustrar o texto da repórter.

Neste mesmo dia gravamos o *off* da reportagem no estúdio de rádio da universidade, onde utilizamos um microfone direcional Shure, interface de áudio com placa de som M-Audio e um mixer Yamaha de 16 canais. A gravação aconteceu no software Sony Vegas e foi salva em formato mp3.

### **3.4 Edição e finalização**

Para Vizeu e Cabral (p. 3, 2009) o processo de edição envolve escolhas e manipulação de imagens.

A edição é compreendida como o processo de construção de uma narrativa audiovisual a partir da fase de montagem, de onde a notícia toma a forma de um produto jornalístico. Isso implica em escolhas, como se diz no jargão jornalístico, em cortes e emendas, em uma narrativa fragmentada, em que os editores operaram, a partir da manipulação e da exploração das imagens, estabelecendo uma narrativa que apresenta uma unidade para manter a atenção da audiência interativa do começo ao fim da reportagem. (VIZEU e CABRAL, 2009, p. 3)

Nosso processo de edição ocorreu no *software* nativo do Windows, o Movie Maker, que permite a edição de projetos simples, podendo fazer pequenos ajustes de

luz, de áudio, efeitos de transição, inserção de caracteres, etc. O programa permite fazer a edição de forma não linear, que proporciona flexibilidade no posicionamento dos arquivos e a junção de dois formatos diferentes, áudio e vídeo, por exemplo.

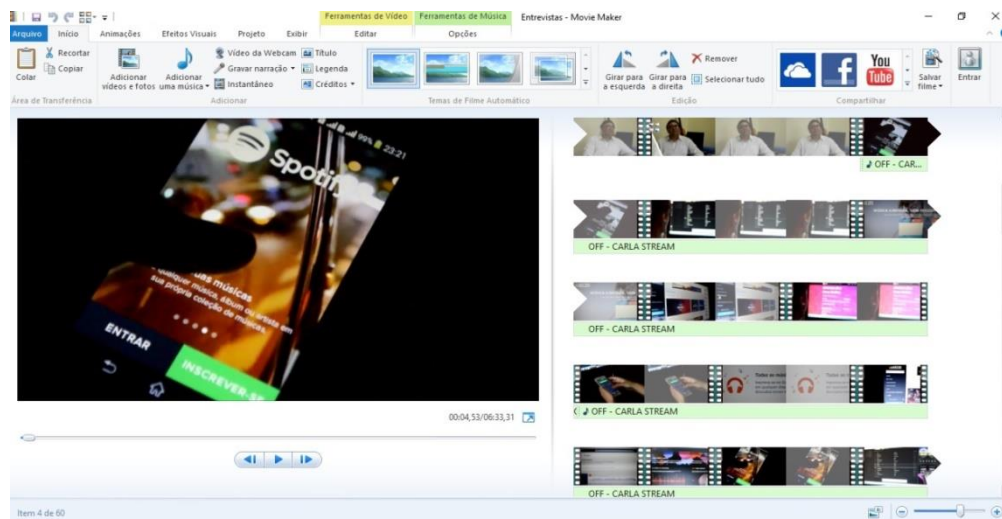


Figura 5 Captura de tela do computador durante processo de edição da reportagem no programa Movie Maker

Visando enriquecer a reportagem com estatísticas e simplificar a linguagem do conceito de *streaming*, precisamos regravar alguns trechos do *off* para que ele estivesse em harmonia com as imagens até então selecionadas e editadas. Esta técnica exige que um arquivo complemente o outro, de forma que, é necessário fazer uma costura dos pontos em que eles se encaixam perfeitamente.

Feito isto, marcamos para a sexta-feira, dia 06 de maio, a finalização da reportagem em um software de edição profissional. A princípio iríamos fazê-la na ilha de edição do próprio curso, mas, por motivos técnicos o programa não executou e tivemos que recorrer à outra opção. Seguimos então para a Coordenadoria de Comunicação da Universidade Estadual da Paraíba. Lá, com o auxílio de um técnico, utilizamos o *software* profissional Adobe Premiere para fazer a inserção de caracteres, regulagem do áudio, correção de enquadramentos e a aplicação de sons de fundo, ou BGs (*background*), como são chamados no jargão jornalístico. Após isso, o arquivo foi exportado em formato MP4 para uma posterior gravação em *Digital Video Disc* (DVD).

Segue abaixo um quadro com as datas as quais foram realizadas as atividades.

Fevereiro	17/03 – Primeiro contato com a orientadora 18/03 – Início da construção do projeto 29/03 – Primeiros contatos com as fontes
Março	15/04 – Início da produção das pautas e agendamento das entrevistas

Abril	06/04 – Primeira gravação (Sócrates Gonçalves) 08/04 – Segunda gravação (Deise Ribeiro) 08/04 – Início do processo de edição 11/04 – Terceira gravação (Fernando Firmino) 13/04 – Fechamento do projeto 15/04 – Quarta gravação (João Valter Filho) 29/04 – Gravação da passagem
Maio	04/05 – Última gravação ( <i>off</i> ) / Confirmação da banca examinadora 06/05 – Finalização e exportação da reportagem 16/05 – Defesa do trabalho

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dados os fatos aqui evidenciados através de estatísticas e conceitos, podemos concluir que está havendo uma inegável mudança no hábito de consumir música. Através de sites e aplicativos, o acesso a conteúdos musicais através do *streaming* vem reorganizando o mercado fonológico e implicando diretamente no cotidiano das pessoas, que agora consomem música em qualquer lugar, de forma instantânea e compactada. Ancorados em referenciais teóricos e números comprobatórios, buscamos ao máximo traduzir para uma linguagem simples e acessível, o impacto da chegada deste novo formato de consumo bem como o seu funcionamento.

Desde a concepção desta reportagem até o seu fechamento participamos de todas as etapas necessárias para a construção da mesma, enriquecendo nossas experiências enquanto jornalistas em formação. Vivenciando o dia-a-dia jornalístico, aprimoramos nosso conhecimento na área e enfrentamos as dificuldades da produção jornalística, que vão desde a pesquisa do tema, a definição de fontes, elaboração das pautas, até o seu processo de captação de imagens e edição. Buscamos pautar, dentro das nossas limitações, um assunto inovador, com o desafio de falar através do formato televisivo de um cenário musical em constante evolução.

Consideramos como percalços enfrentados durante este processo, a precariedade de equipamentos e softwares de edição ofertados pelo curso, a resposta negativa de algumas fontes procuradas para participar deste projeto, problemas de ordem técnica, como falta de um equipamento de luz, limitações causadas por esta ser nossa primeira experiência enquanto produtores integrais de conteúdo televisivo, o tempo escasso para a formulação de um projeto e sua execução, a baixa variedade de conteúdos bibliográficos que pudessem nos dar suporte durante a pesquisa, visto que o tema escolhido pauta é um assunto ainda em ascensão nos estudos sobre música e comunicação.

Em suma, acreditamos ter atingido nossos objetivos trazendo para o meio acadêmico uma temática da área de ciência e tecnologia, com o intuito de informar, educar e transmitir conhecimento. Ao passo em que cumprimos nossa proposta em produzir uma reportagem televisiva, fazendo uso de técnicas e conceitos trabalhados durante toda a graduação, aplicando-as segundo as nossas necessidades.



## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor, HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1985.
- BARBEIRO, Heródoto, LIMA Paulo Rodolfo de. **Manual do telejornalismo – os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- BORBA, Marcelo Silvano. **A entrevista jornalística: uma análise do gênero a partir de exemplares publicados no jornal zero hora**. Tubarão, 2007. Universidade do Sul de Santa Catarina. Disponível em: <[http://busca.unisul.br/pdf/90636\\_Marcelo.pdf](http://busca.unisul.br/pdf/90636_Marcelo.pdf)> Acesso em 09 maio 2016.
- CARPEAUX, O. M. **O Livro de Ouro da História da Música**, Rio de Janeiro: Ediouro Publicações, 2009.
- CASTRO, Gisela G.S. **Música na era das tribos de ciberouvintes**. Logos (Rio de Janeiro), Rio de Janeiro, v. 22, p. 45 – 58, 2005.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Iniciação a uma teoria das fontes: tipificação das fontes**. O xis da questão (blog). Disponível em: <[http://oxisdaquestao.com.br/integra\\_integra.asp?codigo=377](http://oxisdaquestao.com.br/integra_integra.asp?codigo=377)>. Acesso em 09 maio 2016.
- CURADO, Olga. **A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.
- FADUL, Anamaria. **Indústria Cultural e Comunicação de Massa**. In: Anamaria Fadul. (Org.). *Linguagem e Linguagens*. São Paulo: Série Idéias, 1993, p. 53-53.
- FEDERAÇÃO INTERNACIONAL DA INDÚSTRIA FONOGRAFICA. **Digital Music Report 2015**. Londres, 2015. <<http://www.ifpi.org/digital-music-report>>. Acesso em: 28 mar. 2016.
- GOMES, Wilson. **Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- G1. Spotify chega a acordo sobre direitos autorais de músicos nos EUA. Março de 2016. Disponível em:<<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/03/spotify-chega-acordo-sobre-direitos-autorais-de-musicos-nos-eua.html>>. Acesso em: 29 mar. 2016.
- GRILLO, Maria Lúcia Netto et al. **A acústica musical no renascimento da música**. 13º Seminário Nacional de História da Ciência e da Tecnologia. Sociedade Brasileira de História da Ciência, São Paulo, 2012.
- HALL, Stuart. **A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções do nosso tempo**. In: THOMPSON, Kenneth (ed.) **Media and cultural regulation**. London: The Open University; SAGE Publications, Cap. 5. 1997.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. VICENTE, Eduardo. DE MARCHI, Leonardo. **MÚSICA INFINITA: serviços de streaming como espaços híbridos de comunicação e consumo musical**. Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 2014.

LAGE, Nilson. **Teoria e Técnica do Texto Jornalístico**. 7ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. Estrutura da notícia. 6ª Ed. São Paulo: Ática, 2012.

LAGE, Nilson. **A reportagem: a teoria e técnica de entrevistas e a pesquisa jornalística**. 7ª Ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

MARQUES DE MELLO, José. **Gêneros jornalísticos no Brasil: o estado da questão**. in: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. Anais São Paulo: Intercom, 2009.

MARTINO, Luís Mauro de Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e rede**. – Petrópolis, RJ : Vozes, 2014.

MELLO, Jaciara Novaes. **Telejornalismo no Brasil**. Faculdade Santa Amélia SECAL. Ponta Grossa. 2008.

MORAES, José Geraldo Vinci de. **História e música: canção popular e conhecimento histórico**. Revista Brasileira de História. Universidade Estadual Paulista. São Paulo, v. 20, nº 39, p. 203-221. 2000

QUINES, Sarah Oliveira. **Admirável vinil novo: o retorno dos discos na era do mp3**. Contemporânea. Ed. 20, vol. 10, número 2. Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2012.

RABAÇA, Carlos e BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Codecri, 1978.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996.

SODRÉ, Muniz e Ferrari, Maria Helena. **Técnica de reportagem – Notas sobre a Narrativa Jornalística**. 7ª Ed. São Paulo: Summus, 1986.

TECHTUDO. **Conheça o streaming, tecnologia que se popularizou na web**. Setembro de 2014. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html>. Acesso em: 28 mar. 2016.

THE NEXT INSIDER. **Spotify isn't removing it's free tier in favor of a 3 month trial.** Disponível em: <<http://thenextweb.com/insider/2015/05/15/no-spotify-isnt-removing-its-free-tier-in-favor-of-a-3-month-trial/>>. Acesso em: 29 mar. 2016.

THE RECORDING INDUSTRY ASSOCIATION OF AMERICA. **Digital Music Report 2015.** Londres. Abril de 2015. Disponível em: <<http://www.riaa.com/reports/digital-music-report-2015/>>. Acesso em: 28 mar. 2016.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo.** Vitória, ES: Espaço Livros, 2009.

THOMPSON, Kenneth (ed.) **Media and cultural regulation.** London: The Open University; SAGE Publications, Cap. 5. 1997.

VÍRGULA. Canais exibem Lollapalooza pela internet e tv fechada. Março de 2016. Disponível em: <<http://virgula.uol.com.br/musica/canais-exibem-lollapalooza-pela-internet-e-tv-fechada/>>. Acesso em: 28 mar. 2016.

VIZEU, Alfredo e CABRAL, Águeda Miranda. **Telejornalismo: da edição linear a digital, algumas perspectivas.** in: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. Anais São Paulo: Intercom, 2009.

**ANEXOS**

## MODELO PARA UTILIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Eu, \_\_\_\_\_, portador  
(a) do RG número \_\_\_\_\_ e inscrito no CPF  
\_\_\_\_\_, autorizo os alunos \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ da Universidade Estadual da Paraíba, do  
curso de Comunicação Social – Jornalismo, a utilizar minha imagem para reprodução  
em filme, vídeo, DVD ou outro meio eletrônico similar, destinado ao trabalho de  
conclusão de curso cujo tema se refere  
\_\_\_\_\_,  
podendo ser veiculada e difundida por prazo indeterminado e sem limites de território.

Esta cessão é feita sem título oneroso e tem validade a partir da presente data.

Campina Grande, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016

Nome Completo: \_\_\_\_\_

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – Pautas

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB  
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO  
COMPONENTE CURRICULAR: TCC  
ORIENTAÇÃO: LUCIELLEN SOUZA LIMA  
ALUNOS: ANTONIO ANDRADE / CARLA CORDEIRO

RETRANCA: CONSUMO/ MÚSICA/ STREAMING

ENTREVISTADO: Sócrates Gonçalves (músico, compositor, usuário e produtor de conteúdo musical para a rede).

DATA: 06/04/2016 HORA: 19h30 LUGAR: Mini Teatro Paulo Pontes, Av. Floriano Peixoto, S/N, anexo ao Teatro Municipal Severino Cabral.

#### ENCAMINHAMENTOS:

Sócrates Gonçalves faz uso de sites e aplicativos de reprodução de música via streaming, para impulsionar o seu trabalho enquanto cantor e compositor. A entrevista acontecerá minutos antes de um show que o cantor fará no mini-teatro. Podemos posicionar o entrevistado de forma que a plateia seja o nosso plano de fundo. É importante pegar imagens do show e do público também.

#### SUGESTÃO DE PERGUNTAS:

- Falar de novas tecnologias e consumo de música em formato de streaming remete às mudanças que vêm acontecendo na atualidade, como o cenário musical encara essas evoluções?
- Por que você decidiu disponibilizar seu conteúdo na rede?
- Suas produções podem ser encontradas em quais serviços?
- Hoje, você recebe alguma remuneração por conteúdo produzido para a internet?

INFORMAÇÕES: Em 2011 1,5 bilhão de dólares foram investidos em novos talentos no mundo, segundo estudo da Federação Internacional da Indústria Fonográfica, com a evolução da tecnologia e o fácil acesso à internet a indústria ganhou uma nova cara, sendo redirecionado para produções de conteúdos digitais, em detrimento das vendas físicas. O cenário musical foi afetado com esses avanços e teve de se adequar a nova realidade, houve o declínio das vendas físicas provocando assim uma crise no mercado varejista. Outro fator que a indústria está buscando entender é a cultura do free, do acesso gratuito aos produtos e como monetizar o conteúdo.

#### SUGESTÃO DE IMAGENS:

- Imagens do artista se apresentando
- Takes de instrumentos musicais
- Panorâmicas do espaço em questão

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB  
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO  
COMPONENTE CURRICULAR: TCC  
ORIENTAÇÃO: LUCIELLEN SOUZA LIMA  
ALUNOS: ANTONIO ANDRADE / CARLA CORDEIRO

RETRANCA: CONSUMO/ MÚSICA/ STREAMING

ENTREVISTADO: Deise Ribeiro Carvalho - estudante do curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba e consumidora de serviços streaming.

DATA: 08/04/2016 HORA: 08h LUGAR: Rua Salvador Allende, 102, Rocha Cavalcante. Campina Grande – PB.

ENCAMINHAMENTOS:

Vamos até a casa de Deise mostrar como ela consome música. Ela disse que não consome mais música em CD, prefere utilizar as ferramentas online para esse consumo. Ela informou que utiliza mais o programa Spotify. A ideia é gravar no quarto dela onde ela costuma ouvir música utilizando o computador e o smatphone. Vamos mostrar um ambiente descontraído, para ilustrar como a entrevistada consome música no seu dia a dia.

SUGESTÃO DE PERGUNTAS:

- Sabendo que grande parte dos jovens da atual geração está habituada às novas tecnologias da comunicação, hoje, como você consome conteúdo musical?
- O que você destacaria como diferencial entre as músicas digital e a analógica?
- É possível encontrar diversos sites e aplicativos que possibilitam o consumo de música com características de streaming? qual o seu preferido?
- Que tipo de conteúdo você consome? Sente alguma dificuldade para encontrar?

INFORMAÇÕES: Os processos tecnológicos que permitem o acesso à informação estão se popularizando e permitindo que uma gama de conteúdos chegue até os indivíduos em tempo real. A indústria da música, vivenciando essas evoluções, encontra um horizonte cheio de possibilidades, onde os artistas podem atingir seu público alvo através de uma variedade de portais que possibilitam o acesso a esses conteúdos. Existem aplicativos para consumo gratuito e pacotes adicionais que exigem o pagamento de uma quantia mensal. Esses pacotes se dividem por gênero musical, quantidade de músicas, funcionalidades premium e tópicos relacionados a serviços exclusivos. Os mais usados são o Spotify, Deezer, Soundcloud e Youtube.

SUGESTÃO DE IMAGENS:

- Fazer imagens da entrevistada onde ela consome música cotidianamente
- Fazer imagens do computador e do celular
- Da entrevistada consumindo música

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB  
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO  
ORIENTAÇÃO: LUCIELLEN SOUZA LIMA  
ALUNOS: ANTONIO ANDRADE / CARLA CORDEIRO

RETRANCA: CONSUMO/ MÚSICA/ STREAMING

ENTREVISTADO: João Valter Filho (Prof. Mestre em Música, do curso de Música, da Universidade Federal de Campina Grande)

DATA: 15/04/2016 HORA: 11h LUGAR: Sala dos professores no Departamento de Artes (Dart) – na UFCG no bairro de Bodocongó.

ENCAMINHAMENTOS:

João Valter é professor do curso de música da UFCG. Ministra aulas no Dart, onde vai acontecer a entrevista. Vamos conversar com ele a respeito da história do consumo de música e das mudanças que tem ocorrido no universo musical ao longo dos anos e das inserções das novas tecnologias.

SUGESTÃO DE PERGUNTAS:

- Na história da forma de consumir música, que momentos podemos destacar?
- Com o avanço da informática, de que forma a produção musical tem sido impactada?
- Essas mudanças tem interferido na formatação dos gêneros musicais?

INFORMAÇÕES: Com o avanço das novas tecnologias, o universo cultural em si tomou outras dimensões. Com a música principalmente as formas de produção dos conteúdos foram se modificando, o armazenamento dessas produções também ganha nova cara. Além desses novos softwares, estamos diante de um novo perfil de público consumidor, um público interativo e habituado às facilidades de consumir em tempo real.

SUGESTÃO DE IMAGENS:

- Imagens do entrevistado
- Tentar incluir algum instrumento musical na composição do enquadramento para a entrevista.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB  
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO  
COMPONENTE CURRICULAR: TCC  
ORIENTAÇÃO: LUCIELLEN SOUZA LIMA

ALUNOS: ANTONIO ANDRADE / CARLA CORDEIRO

RETRANCA: CONSUMO/ MÚSICA/ STREAMING

ENTREVISTADO: Fernando Firmino da Silva (Doutor em Comunicação pela Universidade Federal da Bahia, conhecedor da modalidade streaming e usuário do serviço. Professor do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UEPB).

DATA: 11/ 04/ 2016 / HORA: 10h30 / LUGAR: Universidade Estadual da Paraíba, Rua Baraúnas, 351 - Universitário, Campina Grande, Paraíba. No prédio da CIA, sala 211.

ENCAMINHAMENTOS:

Vamos encontrar o professor na sala 211, que é uma sala do curso de comunicação. Vamos conversar com ele sobre como as novas mídias digitais têm influenciado no cenário da musical, as transformações na forma de consumir música e as implicações dessas transformações.

SUGESTÃO DE PERGUNTAS:

- Como funciona essa forma de consumo musical via streaming que virou febre?
- Quais seriam as maiores inovações desse sistema de streaming em comparação às outras formas consumo?
- Qual o impacto dessa forma de consumo?

INFORMAÇÕES: O consumo musical pode ser realizado de diversos modos: shows ao vivo, vinil, CDs, TV, rádio e plataformas digitais, como é o caso do formato streaming, que consiste na execução de conteúdos online e se configura por traços de interação, modos de compartilhamento entre os ouvintes, difusão em tempo real, online e offline. Com a ascensão dos meios digitais a indústria cultural vem se moldando aos novos formatos, novos aplicativos como Spotify, Deezer e até mesmo o popularmente conhecido Youtube, e busca atender a demanda do público cada vez mais interativo. Para se inserir nesse mercado, o consumidor deve ter noções mínimas de informática, o que pode fazer com que boa parcela da população fique à margem do serviço.

SUGESTÃO DE IMAGENS:

- Pegar imagens da utilização de programas e aplicativos em dispositivos móveis.
- Pegar imagens o entrevistado mostrando como usar estes serviços.
- Capturar várias imagens diferentes do entrevistado.
- Colocar clipes musicais na televisão da sala para deixar o ambiente com mais cara de música.

**APÊNDICE B – Texto da reportagem (off)**

OFF CONSUMO/ MÚSICA/ STREAMING



IMAGENS/ ANTONIO ANDRADE

SOBE SOM COM BG + IMAGENS

OFF - ELA PODE ESTAR EM QUALQUER LUGAR, NA RUA, NA ESTANTE, NO BOLSO, NO COMPUTADOR E TAMBÉM NA INTERNET./ DE MANEIRA DIRETA OU INDIRETA, É DIFÍCIL PASSAR UM DIA SEM OUVIR MÚSICA./ AS FORMAS DE CONSUMIR MUDARAM COM O PASSAR DO TEMPO E O AVANÇO DA TECNOLOGIA.//

PASSAGEM – CARLA CORDEIRO/ CAMPINA GRANDE

O CONSUMO DE MÚSICA COMEÇOU DE FORMA COLETIVA NO PERÍODO MEDIEVAL, EM MEADOS DO ANO SEISCENTOS, QUANDO A MÚSICA DAS IGREJAS ERA EXECUTADA AO VIVO POR MÚSICOS E CORAIS, ATRAINDO MULTIDÕES PARA AS CATEDRAIS./ DEPOIS VIERAM OS PRIMEIROS CONCERTOS E ESPETÁCULOS PAGOS, POR VOLTA DE MIL E SEISCENTOS, ABRINDO CAMINHO PARA O MERCADO DA MÚSICA, QUE MAIS ADIANTE INCORPOROU O RÁDIO, O VINIL, A FITA CASSETE, O CD, O FORMATO MP3 E O STREAMING.//

SONORA – JOÃO VALTER FILHO/ PROFESSOR UFCG DOUTOR EM MÚSICA  
(FALA UM POUCO DA HISTÓRIA DO CONSUMO DE MÚSICA)

OFF - HOJE, UMA DAS FORMAS DE CONSUMIR CONTEÚDO PELA INTERNET OCORRE ATRAVÉS DA MODALIDADE STREAMING, ATRAVÉS DE SITES E APLICATIVOS FAZENDO COM QUE MÚSICAS E VÍDEOS SEJAM REPRODUZIDOS EM APARELHOS ELETRÔNICOS, SEM PRECISAR QUE O USUÁRIO BAIXE OS ARQUIVOS./ O SERVIÇO VEM GANHANDO CADA VEZ MAIS ESPAÇO, PORQUE FACILITA O ACESSO AOS CONTEÚDOS E PRESERVA A MEMÓRIA DOS DISPOSITIVOS./

OFF - O SPOTIFY É O SERVIÇO DE STREAMING DE MÚSICA MAIS UTILIZADO NO BRASIL, OCUPANDO VINTE E DOIS VÍRGULA OITO POR CENTO DO MERCADO, QUE TAMBÉM CONTA COM O DEEZER, SOUNDCLOUD E LAST FM./ NELE, USUÁRIOS TEM ACESSO A UM BANCO DE DADOS COM MAIS DE TRINTA MILHÕES DE MÚSICAS, ORGANIZADAS EM ÁLBUNS, PLAYLISTS E ESTAÇÕES DE RÁDIO./ O SPOTIFY FUNCIONA EM DUAS CATEGORIAS, A GRATUITA, QUE ALÉM DE MUSICAS EXECUTA TAMBÉM PUBLICIDADES DURANTE A PROGRAMAÇÃO, E A CATEGORIA PREMIUM, QUE É LIVRE DOS ANÚNCIOS E POSSUI MAIS FUNCIONALIDADES./ NESTA CATEGORIA OS USUÁRIOS PAGAM UMA MENSALIDADE DE CATORZE E NOVENTA.//

SONORA - FERNANDO FIRMINO/ PROFESSOR UEPB DOUTOR EM COMUNICAÇÃO  
(EXPLICA O QUE É O STREAMING)

OFF - O STREAMING SURTIU NA DÉCADA DE NOVENTA NOS ESTADOS UNIDOS E SE POPULARIZOU NO BRASIL A PARTIR DOS ANOS DOIS MIL COM A CHEGADA DA INTERNET BANDA LARGA./ ELE É UM DOS RESPONSÁVEIS POR FAZER COM QUE A MÚSICA TENHA DEIXADO DE EXISTIR APENAS EM FORMATO FÍSICO.//

SONORA – JOÃO VALTER FILHO/ PROFESSOR UFCG DOUTOR EM MÚSICA  
(NA PARTE QUE ELA FALA QUE A MÚSICA AGORA ESTÁ DISSOCIADA DO OBJETO FÍSICO)

SONORA – FERNANDO FIRMINO / PROFESSOR UEPB DOUTOR EM COMUNICAÇÃO

(NA PARTE QUE ELE FALA QUE O ARQUIVO FICA NA NUVEM)

OFF – A CHEGADA DO STREAMING TAMBÉM TEM CAUSADO IMPACTOS NA ECONOMIA./

(COBRIR TRECHO A SEGUIR COM ARTE – GRÁFICO DOS DADOS DISPONÍVEIS NO RELATÓRIO)

ARTE - DADOS DO RELATÓRIO INTERNACIONAL DE MÚSICA DIGITAL DE DOIS MIL E QUINZE, INDICAM QUE PELA PRIMEIRA VEZ AS RECEITAS DAS VENDAS DE MÚSICA DIGITAL E DE CDS FÍSICOS SE IGUALARAM.//

OFF - O CANTOR SÓCRATES GONÇALVES PRODUZ CONTEÚDO E DISPONIBILIZA EM PLATAFORMAS DE STREAMING./ ELE EXPLICA COMO O SERVIÇO TEM COLABORADO PARA A DIVULGAÇÃO DO TRABALHO DELE.//

SONORA – SÓCRATES GONÇALVES/ CANTOR E COMPOSITOR  
(NA PARTE QUE ELE DIZ QUE A VIDA ARTÍSTICA DELE INICIOU COM O INÍCIO DA POPULARIZAÇÃO DA INTERNET E ISSO CONTRIBUIU COM A CARREIRA DELE)

OFF - O SERVIÇO AJUDA ATÉ NA ARRECADAÇÃO DA RECEITA GERADA COM AS EXECUÇÕES./ O CANTOR FAZ UMA CRÍTICA AOS ÓRGÃOS RESPONSÁVEIS PELA CAPTAÇÃO DE RECURSOS.//

SONORA - SÓCRATES GONÇALVES/ CANTOR E COMPOSITOR  
(QUANDO ELE FALA DA BUROCRACIA NA ÁREA MUSICAL)

OFF - OS FORMATOS EVOLUIRAM, E OS USUÁRIOS ACOMPANHARAM ESSA MUDANÇA, PELAS FACILIDADES QUE OS MEIOS TECNOLÓGICOS OFERECEM, MUITOS JÁ ADMITEM NÃO CONSUMIR MAIS MÚSICA DE FORMA ANALÓGICA, É O CASO DE DEISE RIBEIRO, QUE ENCONTROU NA MODALIDADE STREAMING CONTEÚDO E PRATICIDADE AO ALCANCE DE UM CLICK.//

SONORA - DEISE RIBEIRO/ ESTUDANTE  
(FALA QUE PREFERE CONSUMIR POR COMPUTADOR SMATPHONE E EXPLICA PORQUE)

OFF – O STREAMING VEM RECONFIGURANDO O CENÁRIO MUSICAL E FAZENDO COM QUE AS GRAVADORAS SE ADEQUEM A ESSA NOVA REALIDADE.//

SONORA – FERNANDO FIRMINO/ PROFESSOR UEPB DOUTOR EM COMUNICAÇÃO  
(NA PARTE QUE ELE FALA QUE O IMPACTO DO STREAMING AINDA NÃO FOI CONSOLIDADO E EXPLICA)

SOBE SOM: BG DE MÚSICA + IMAGENS

CRÉDITOS ADICIONAIS:

PRODUÇÃO, REPORTAGEM E EDIÇÃO DE TEXTO/  
CARLA CORDEIRO E ANTONIO ANDRADE

EDIÇÃO DE IMAGENS/  
ANTONIO ANDRADE

FINALIZAÇÃO/  
LUIZ CLÁUDIO

LOGOMARCA UEPB

ESTA REPORTAGEM FOI PRODUZIDA COMO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM JORNALISMO DA  
UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB

ORIENTAÇÃO/  
PROFESSORA LUCIELLEN LIMA