# ESCUTA MUSICAL VIA STREAMING MÍDIAS

# DIGITAIS: SPOTIFY versus DEEZER

Luís Carlos Pereira Porto. Universidade Paulista - UNIP, São Paulo, SP

# RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar a emergência, evolução e consolidação do consumo musical em plataformas de Streaming no Brasil, fazendo uma comparação entre dois serviços presentes atualmente no mercado brasileiro: Spotify e o Deezer. Desde a explosão de interesses na Internet em 1993, as pessoas têm experimentado transmitir e compartilhar arquivos de música e vídeo através da Web. Partimos do pressuposto de que essas plataformas articulam práticas de consumo individuais e coletiva. A questão comunicacional e o estudo das práticas de usabilidade, a partir das interfaces analisadas de cada um deles é a problemática principal colocada por este artigo. A contextualização das mídias de interface de áudio na plataforma de Streaming de música e a análise das mudanças incorporadas ao mercado da indústria fonográfica nos últimos anos, terão papel fundamental neste artigo, aliada as inovações relacionadas aos novos modelos de consumo musical, que serão analisadas com base na teoria dos Regimes de Interação de Eric Landowski.

**Palavras-chave:** Spotify x Deezer; Streaming; Interface; Música; Web

**ABSTRACT**

The purpose of this article is to analyze the emergence, evolution and consolidation of music consumption in streaming platforms in Brazil, making a comparison between two services currently present in the Brazilian market: Spotify and Deezer. Since the explosion of interests on the Internet in 1993, people have tried to transmit and share music and video files over the web. We start from the assumption that these platforms articulate individual and collective consumption practices. The communicational question and the study of the usability practices, from the analyzed interfaces of each one of them is the main problem posed by this article. The contextualisation of the audio interface media in the music streaming platform and the analysis of the changes incorporated into the music industry market in recent years will play a fundamental role in this article, together with the innovations related to the new music consumption models, which will be analyzed with based on the theory of the Interaction Regimes of Eric Landowski.

**Keywords:** Spotify x Deezer; Streaming; Interface; Music; Web

Professor, mestrando do ICSC UNIP, Pesquisa e atua na interface dos campos da Comunicação, Música e Cultura, com ênfase nos estudos sobre práticas economia política da música em coletivos periféricos. [luisporto.porto3@gmail.com](mailto:luisporto.porto3@gmail.com)

# Introdução

Uma música que possuía dois minutos de duração demorava de 10 a 30 minutos para realizar o download na internet, com isso as pessoas perceberam que poderiam compartilhar música com outras pessoas sem ter que pagar por esse compartilhamento, partindo desse pressuposto, as plataformas articulam práticas de consumo individuais e coletiva.

Atualmente há vários serviços de streaming de música, sendo que os mais conhecidos no Brasil são o Spotify e o Deezer. Lançado nos EUA em 2011, o Spotify chegou ao Brasil em 2014, e atualmente é o líder mundial no serviço de streaming de música, possuindo mais de 30 milhões de músicas disponíveis e pode ser instalado nos sistemas operacionais mais utilizados no mundo. Permite ouvir musicas online e off-line pelo computador ou celular, é rápido para carregar suas músicas e possui inúmeras playlists criadas pelos próprios usuários. O francês Deezer, lançado em 2013 no Brasil, apresenta uma interface voltada para o descobrimento de novas músicas, de acordo com o gosto pessoal do usuário. Pode ser instalado em diversos sistemas operacionais e também possui listas online e off-line. Seu diferencial é a opção do upload de músicas próprias. Partindo dessas duas plataformas mais populares do serviço de streaming no Brasil, o Spotify e o Deezer, adotaremos a abordagem de regimes de sentido e interação, proposta por Landowski (2014), para desenvolver a análise do objeto de estudo proposto.

A produção de conteúdos interativos no campo da comunicação e da música faz com que as tecnologias digitais, especialmente na internet, proporcionem uma interação na distribuição de conteúdos de áudios nos dispositivos digitais, transformando os sistemas produtivos dos meios existentes, neste novo cenário musical de novos recursos e possibilidades de interfaces estéticas e comunicacionais apresentado por Spotify e Deeezer em suas telas de interação com usuários, frequentadores e consumidores dos serviços. Enquanto produto de aúdio surgido como uma nova linguagem e associados às plataformas digitais, o consumo de música sobre demanda fez surgir formatos promocionais mercadológicos da indústria fonográfica brasileira.

Essa perspectiva parte da observação de que atualmente as possibilidades de acesso a de música, extrapolam as telas do suporte dos dispositivos eletrônicos, pois há grande variedade de displays móveis e projetados para promover a participação por meio de ferramentas de interatividade virtual. Nesse ambiente da convergência midiática, pode-se verificar que a música está inserida na vida das pessoas por esse meio do streaming de música através da internet.

Nesse processo, a convergência constitui um processo cultural e não apenas uma mudança tecnológica (JENKINS, 2008), de modo que a música possa agregar função de transmissão de mensagens produzidas para fazer do fã um consumidor. Os consumidores, inseridos nesse processo, são incentivados a se conectarem para ter acesso à música de seu interesse, em meio a outros conteúdos midiáticos dispersos nesse universo do mundo digital.

Essa inserção dos consumidores promove uma alteração na produção midiática, que se faz presente em diferentes dispositivos. Diante dessa alteração, na maneira de consumir e produzir dos meios de comunicação, observa-se que a interatividade é utilizada como um recurso das formas de produção e consumo. É sob essa perspectiva de convergência midiática e interatividade que se direciona a análise do Spotify e Deezer, onde os recursos existentes nos diferentes dispositivos de comunicação, no processo de constituição de sua linguagem, criam experiências inovadoras nos modos de fruição e nas realidades de consumo de ouvir música.

No entanto, ainda é necessário entender as mudanças nas formas de consumo de música em novos formatos e interfaces, desenvolvidos pelas novas tecnologias digitais das mídias contemporâneas.

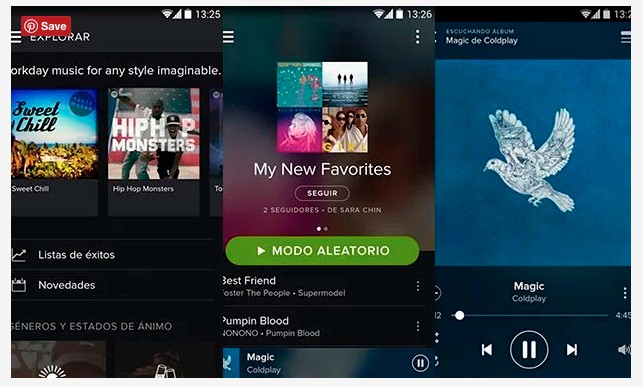


Fig.1 tela site do Spotify interface fonte: https://[www.spotify.com/br/](http://www.spotify.com/br/)

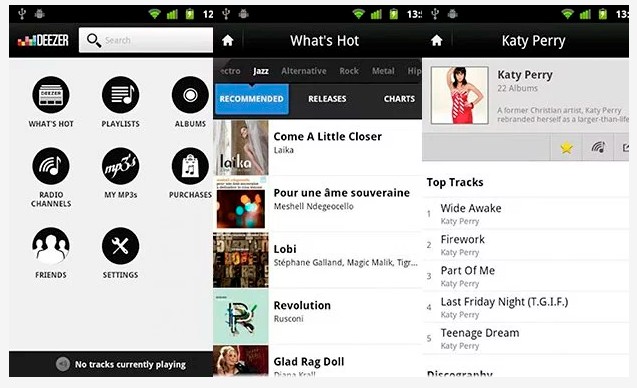


Fig. 2 tela site do Deezer interface fonte: https://[www.deezer.com/br/](http://www.deezer.com/br/)

A experiência interativa do usuário mostra dois regimes de interação, refletidos nas diferentes interações da programação. No ambiente de interação conjunta, formada por diversos dispositivos tecnológicos, podem ocorrer momentos de interrupção do fluxo tecnológico, como o desaparecimento de um sinal de internet. Nessa situação, o regime de acidente, que expressa o descontínuo, o caos e ruptura, pode ocorrer no âmbito de falhas estruturais, como na execução do vídeo clipe ou na produção dos desenhos (desconexão com a internet ou problema de *software* e *hardware).*

Nesse ambiente, instala-se um tipo de ajustamento que redireciona ou não o sujeito a entrar novamente na programação. A interação não mais se fundará sobre o fazer crer, mas sim sobre o fazer sentir e não mais sobre a persuasão, mas sim sobre o contágio. Na descrição de Landowski, o contágio designa um tipo de sentido, cuja particularidade é justamente ser sentido. Para o autor, o contágio pode ser considerado como o procedimento básico pelo qual os actantes interagem e atuam uns sobre os outros por meio daquilo que passa diretamente de um ao outro, a partir de suas propriedades ou qualidades sensíveis, são as experiências de interação, mediada por interface, sobre os regimes de sentido e interação de Eric Landowski em seu livro *Interacciones arriesgadas* (2014). Os regimes de interação, que englobam as diversas possibilidades de relações subjetais e objetais, são organizadas teoricamente em quatro eixos: a programação, a manipulação, o ajustamento e o acidente.

O Spotify é um dos grandes responsáveis pela popularização do streaming como uma das principais formas de consumo de música na atualidade. Ele tem um catálogo significativo e milhões de assinantes ao redor do mundo. É possível usá-lo de maneira gratuita por tempo ilimitado, porém este tipo de assinatura apresenta restrições, como a impossibilidade de salvar arquivos para ouvir offline ou de tocar qualquer faixa oferecida no serviço. Ele também conta com um plano familiar, até cinco pessoas podem compartilhar a mesma assinatura com desconto. Além disso, ele está disponível em basicamente todas as plataformas: Smart TVs, consoles da Sony, tablets, smartphones, PCs e Macs. Outro destaque é a possibilidade de usar o aplicativo portátil para controlar a reprodução que acontece, por exemplo, no aplicativo para desktop. Seu período de gratuidade é ilimitado apenas para reprodução em ordem aleatória, das 30 milhões de músicas disponíveis, que apresentam 320 kbps em relação a qualidade do arquivo. O aplicativo suporta envio de músicas e tem uso offline.

Até há algum tempo o Deezer era a melhor opção disponível no Brasil para streaming, mas ganhou a “companhia” de outros grandes nomes do setor. Seu destaque fica por conta da amplitude de plataformas com as quais trabalha. É possível usar o Deezer em basicamente qualquer dispositivo, inclusive Smart TVs, rádios e alguns aparelhos reprodutores Blu-Ray. Obviamente, seu catálogo também é significativo e os demais recursos para navegação e descoberta de música também contam a seu favor. Vale destacar também que é possível usar o Deezer gratuitamente, inclusive direto do celular. As vantagens da assinatura estão em eliminar as propagandas e também em poder salvar músicas (no computador e nos portáteis) para ouvir depois de modo off-line e qualidade dos arquivos de músicas são as mesmas do Spotify.

No caso do Spotify, os testes com relação à qualidade foram feitos usando uma conta britânica. Como o licenciamento das músicas é feito em cada país, dificilmente o catálogo brasileiro será igual. As interfaces de usuário do Deezer e do Spotify são competentes e muito simples, limpas e funcionais. Em resumo, a oferta de música nesses serviços é generosa e deve cobrir a demanda de muitos usuários. O usuário pode fazer upload das músicas do seu computador para os servidores da empresa, e incorporá-las à sua conta do serviço. No Brasil, o avanço foi ainda maior. O país, que é maior mercado latino-americano e o 9º do mundo, registrou crescimento acima da média mundial (8,1%) com 17,9% em 2017, após uma queda de 2,8% em 2016 – melhor taxa de crescimento após mais de uma década em queda. A área digital foi a principal responsável por essa performance do mercado musical no Brasil, arrecadando US$ 178,6 milhões em 2017, o qu representa 60,4% do mercado total e um aumento de 46,4% em relação ao ano anterior.

No Brasil, o streaming cresceu 64% na comparação com 2016, representando US$ 162,8 milhões para o setor no país em 2017. O segmento já é de longe a maior fonte de receita para o mercado brasileiro de música. Segundo balanço divulgado pela Pro-Música, a musica *Shape of You,* do britânico Ed Sheeran, foi a faixa mais executada no Brasil nos serviços de streaming em 2017. Na lista das 50 músicas mais ouvidas no país em plataformas como Spotify e Deezer, as canções brasileiras predominaram: 43 nacionais e apenas sete estrangeiras.

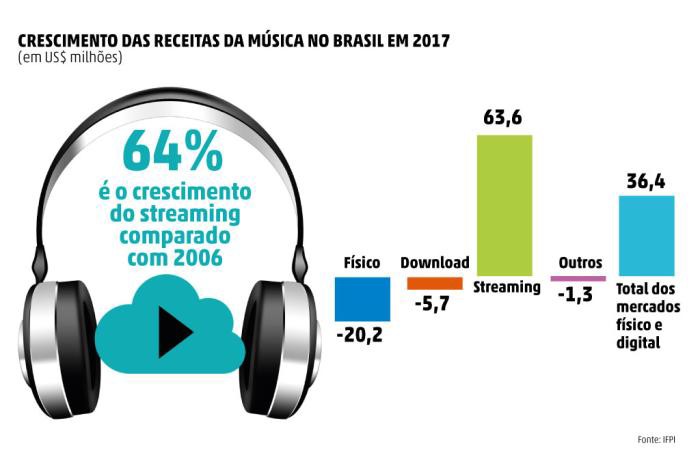


Fig. 3 tela infográfico site do Gauchazh fonte: https://gauchazh.clicrbs.com.br

Diante desses dados, é possível concluir que ouvir músicas online apresenta um custo relativamente baixo, sem contar a possibilidade de ouvir a sua música preferida sem acesso a internet. Com isso, poucas pessoas ainda se arriscam a pegar um vírus no seu Smartphone, baixando músicas em sites piratas na internet. No entanto, na hora de decidir qual é o melhor serviço, geralmente as pessoas ficam divididas entre dois deles, que em tese, são os melhores: Deezer vs Spotify.

Um dos maiores benefícios de assinar serviços oficiais é que ao assinar, você está colaborando financeiramente com os seus artistas favoritos, que vivem exclusivamente do rendimento da sua arte, fortalecendo o vínculo entre fãs e artistas. A disputa Deezer vs Spotify é um páreo duro, pois são os dois serviços de streaming mais populares do mundo. Enquanto o Deezer foi criado na França em 2006 por Daniel Marhely, o Spotify foi lançado há apenas 2 anos depois, em 2008 pelos suecos Daniel Ek e Martin Lorentzon.

1 Valores para adquirir o aplicativo, R$ 16,90/mês (individual) e R$ 16,90 + 50% a cada novo membro (familiar).

# Organização do catálogo: Deezer vs Spotify

Entre as semelhanças dos serviços, estão a forma de apresentação dos seus catálogos. Os dois têm planos gratuitos que retiram a qualidade máxima de som, “trancam” a opção de pular faixas, a seleção de faixas específicas e incluem espaços para publicidade. A organização do catálogo tem semelhanças também: muitas playlists, álbuns e artistas, mas o foco é exatamente na primeira opção, as playlists. São as mais diversas opções, como por exemplo: Reggae Brasil, Música Indie, Rock anos 80, Pagode anos 90, Funk Ostentação, Mulheres do sertanejo. São muitos pacotes prontos com artistas e bandas, além das opções de playlist que são baseadas nas suas preferências, de acordo com o que usuário mais ouve. Entretanto, quando o usuário é uma pessoa mais eclética, o resultado destas “recomendações” acaba se tornando algo confuso, com misturas sem sentido de músicas. Outro problema que às vezes acontece é o fato das listas apresentadas tornarem-se bastante repetitivas.

# Qualidade de som: Deezer vs Spotify

Nas opções de qualidade de som, os dois sistemas oferecem escolhas genéricas, do tipo “básico” no Deezer ou “automática” no Spotify. Porém, o que interessa mesmo é o maior nível de audição. Ambos os serviços oferecem a qualidade de transmissão de áudio de 320 kbps. Isso significa uma taxa compatível a um download de mp3.Testamos os dois serviços reproduzindo a mesma música (Me deixa – O Rappa) em volume máximo, tanto no aparelho em que o aplicativo funcionou, quanto na caixa de som Bluetooth em que foi transmitido. Com um aplicativo que mede os decibéis, notamos que o Deezer foi ligeiramente mais alto (mais decibéis), mas o Spotify teve maior balanço de graves.

# Quantidade de músicas: Deezer vs Spotify

Enquanto o Spotify tem 30 milhões de músicas, o Deezer anuncia 53 milhões. Ao utilizar os dois serviços, percebe-se que há títulos que você pode encontrar no Deezer e não encontrará no Spotify. Nesse sentido, o Deezer sai na frente.

# Compatibilidade de aparelhos: Deezer vs Spotify

Assim como o Spotify, o Deezer aposta na compatibilidade com vários aparelhos para conquistar o consumidor. Não importa se você quer ouvir suas músicas *no aparelho de televisão*, no carro ou no celular, pois há várias opções. Mas o Spotify acaba saindo na frente graças a versão web, que permite que você ouça música no computador sem precisar fazer download de programas, embora também exista o programa para Windows. O Deezer conta com Apps para computador (PC e Mac), Android, iOS, Windows Phone, tablets (iPad, Android e Windows), Chromecast, Smart TVs, Android Auto, Car Play. O Spotify disponibiliza Apps para Android, iOS, Windows Phone,

computador (Windows, Mac e Linux), tablet, carro, PlayStation, TV, Android Wear, além da versão web disponível.

# Importância da música na sociedade

Egg (2011) explica que a cultura que tem como um de seus elementos, a música possui um papel importante como elemento constituinte da identidade nacional. Nos anos 1930, principalmente através de Carmen Miranda, criou uma identidade nacional, a partir do mercado musical e cinematográfico. Wazlawick (2007) exemplifica a música como não só um elemento da cultura, mas também como algo que afeta e é afetado diretamente pela cultura. Wazlawick comenta que as pessoas “atribuem e constroem significados à música a partir de suas vivências e experiências” (2007, p. 110) .

(...) a Indústria Fonográfica articula a veiculação e a difusão de produtos musicais em quase todo o mundo, assumindo o controle de todo o processo técnico- artístico da fase de pré-produção do artista... (escola de músicos, repertórios musicais, agenda de lançamentos), passando pela produção técnica... até a veiculação própriamente dita (...) (BANDEIRA, 2009, p.189).

Apesar de todo o crescimento desses serviços de streaming para comercialização de musicas, vale indagar, a padronização da comercialização da música através do CD continuará existindo? É sob este fio de tensão que caminha a música popular, seja na indústria fonográfica, seja nos circuitos independentes. Os últimos anos foram catastróficos para as vendas do sistema fonográfico industrial, muito por conta do avanço dos *downloads* e da ausência de novos movimentos musicais representativos. (SANTINI, 2005). A indústria fonográfica está perdendo forças para a pirataria, já que baixar músicas ou comprar cópias de C D’s está se tornando normal e cada vez menos as pessoas veem benefício em comprar um álbum original.

Atualmente, entre os meios de se consumir música, a forma *online* é a mais efetiva, seja por um canal*, download, streaming* ou rádios *online*. A música continua sendo rentável quando esses canais legalizam e pagam os devidos direitos aos criadores das músicas disponibilizadas.

Equipes de planejamento estratégico chegaram a conclusão que para atingirem números significativos de pessoas falando, comentando e divulgando, uma musica como a da banda norte-americana *Linkin Park,* foi utilizado uma narrativa envolvente para construir um relacionamento de mais vínculo com os fãs, como recompensas aos fãs pela fidelidade, além de passar informações e conteúdo para que os fãs apresentassem a banda a outras pessoas e usassem o modelo multi-plataforma para a divulgação involuntária, ao invés de utilizar somente as ações transmídia.

# Streaming

“[...] *streaming* é o meio de transporte em tempo real de mídia ao vivo ou armazenada (por exemplo, vídeo, áudio, e quaisquer dados associados) através da *Internet,* entre o cliente e os servidores de computador.” (KOZAMERNIK, 2002, p. 01) Segundo Kozamernik (2002), existem dois modos básicos de transmissão de mídia pela *Internet*: o modo de download, que o usuário consegue ver o arquivo apenas após ele estar completamente baixado em seu computador; e a exibição de arquivos multimídia via *streaming,* que exibir tanto eventos ao vivo, quanto filmes já gravados, já que a exibição é ligada ao disco rígido do servidor acessado. Este modo de exibição de conteúdo da Internet é um método mais rápido se comparado ao *download*, pois não salva arquivos no computador e consegue se adequar à velocidade de conexão do usuário. O conteúdo a ser exibido via *streaming* não precisa ter todas as informações salvas na plataforma utilizada pelo usuário, já que a reprodução e o recebimento dos dados se dá de forma simultânea.

# Streaming de música

O *streaming* de áudio possibilita a reprodução de músicas ao vivo ou, na maioria dos casos, gravadas, num estilo semelhante ao de uma rádio. Porém no streaming de música o usuário pode organizar a sua própria *playlist*. Isso se torna possível, pois as músicas são armazenadas em um servidor e através de um site ou aplicativo essas informações ficam disponibilizadas *online*. O *streaming* de música vem ganhando espaço no mercado fonográfico, pois ao comparar com outros métodos de se ouvir música mais tradicionais, ele é vantajoso porque poupa a memória de armazenamento dos dispositivos utilizados para reprodução, apresenta praticidade para organizar *playlists* e sincronização com redes sociais, além de possui um grande e variado acervo musical.

Uma das táticas utilizadas para o streaming de música se tornar algo rentável, tendo em vista que todas as músicas possuem as devidas licenças e direitos, é a utilização de anúncios publicitários nas versões não pagas desses serviços.

# Histórico e evolução

Segundo Harley, o streaming de música já faz parte da imaginação coletiva por mais de um século. Segundo o autor, essa afirmação pode ser melhor compreendida ao observar um romance publicado pelo autor Edward Bellamy em 1888, intitulado "*Looking Backward*" muito popular na época. No livro, que se passa em 1887, um homem adormece e acorda nos anos 2000. Dentre os incríveis desenvolvimentos tecnológicos que ele encontra em sua jornada, ele passa por uma "Sala de música", onde são tocadas listas de músicas por 24 horas para assinantes através linhas de telefone. O homem proclama no romance que a sala "era um acordo com as pessoas para prover todos os tipos de música em suas casas, com qualidade perfeita, quantidade ilimitada, adequada para todos os gostos e começando e terminando à vontade, sendo talvez, o ápice da realização humana" Segundo Berkun (2014), a mudança da tecnologia para o desenvolvimento do streaming é apenas uma dos muitas na história sobre transmissão de mídia. Quando se pensa em *streaming* atualmente se pensa em serviços como Netflix ou Pandora, mas, na essência, eles possuem características de diversos outros meios de streaming que permeiam a história.

# Compartilhamento online

Desde a explosão de interesses na *Internet* em 1993, as pessoas têm experimentado transmitir som e vídeo através da web. Na maioria das vezes, o processo de transmissão se tornava algo desanimador, pois era extremamente demorado. Podemos dizer que uma música que possuía 2 minutos de duração, demorava de 10 a 30 minutos para realizar o download completo do arquivo.

Berkun afirma que com a internet as pessoas perceberam que poderiam compartilhar música com outras pessoas sem ter que pagar por isso. Redes de compartilhamento de arquivos apareceram por toda parte e quando os usuários queriam uma música ou um álbum, tudo o que tinham que fazer era digitar o nome e fazer o *download*. Isto, obviamente, significava que os artistas começaram a perder dinheiro, e os estúdios de música também estavam vendo suas margens de lucro despencar. Eles responderam com ações judiciais agressivas contra compartilhadores de arquivos, e muitos foram processados por danos à indústria da música. No final, a RIAA (a organização que cuida dos interesses de artistas da música nos EUA), teve que abandonar toda a estratégia de ação e pedir aos provedores de *Internet* para assumir tal tarefa.

# Streaming

Porém, com o surgimento do *streaming* tudo mudou. *Wiggins* (1999) explica que o streaming estava surgindo do conceito de *buffering,* para tornar viável um *playback* de conteúdo multimídia enquanto ele ainda está sendo baixado. O *buffer* armazena um reservatório de conteúdo suficientemente grande para melhorar ou tentar evitar as falhas durante o playback, causando, porém uma congestão momentânea na rede.

O s*treaming* surgiu como uma evolução e solução para esse tipo de problema, e combina o conceito de 'real time *Buffer'* com uma compressão, para tornar viável o que antes era considerado impossível, entregando milhares de conteúdos para ouvintes simultaneamente. Com o aumento da velocidade da banda e o aperfeiçoamento dos sistemas de rede e aplicações, o streaming tem se tornado cada vez mais concreto, e com qualidade de reprodução ainda melhor.

Esta tecnologia começou no início os anos 2000 e foi revolucionado nos últimos anos por empresas como *YouTube, Netflix, Spotify*, *Pandora e Hulu* e hoje oferecem programas de televisão, filmes, música e jogos para o computador, sendo reproduzidos online.

Estes serviços também são vanguardistas quando se refere aos dispositivos móveis, como *smartphones* e tablets se tornando opções viáveis, pois os usuários têm mais escolhas sobre onde e quando podem assistir ou ouvir streaming de mídia. Este tipo de consumo *on-the-go* cria uma situação benéfica para as empresas, bem como, quando todas as informações multimídia podem ser compartilhadas e acessadas em um simples toque de um dedo.

West (2014) busca mostrar sua visão sobre que está acontecendo hoje em dia na área de entretenimento, onde é estimado que o *streaming* de vídeo seja responsável por 30% do total de tráfego de *internet*. As provedoras de internet estão trabalhando para modernizar suas redes para conseguir acomodar o crescimento intensivo de streamings de áudio e vídeo, visando tornar as experiências online mais fáceis e satisfatórias. As mídias sociais também estão começando a fazer parte desse universo, pois as pessoas constantemente comentam e compartilham suas experiências e percepções sobre o que estão assistindo e ouvindo com seus amigos e conhecidos, via redes sociais.

# Como o streaming transformou a indústria fonográfica e tendências para o futuro.

A indústria fonográfica tradicional brasileira tenta se reorganizar, uma vez que o comércio informal e, principalmente, os novos hábitos de se ouvir música tomam mais espaço.“A crescente virtualização do comércio dispensa o uso obrigatório do disco” (DE MARC HI, 2006, p. 173). Ou seja, atualmente no Brasil a distribuição física de música tem peso como divulgação de conteúdo. Este fato mostra que o CD perdeu sua força no Brasil, portanto surge a necessidade das empresas se modernizarem e se adaptarem às novas tendências.

A chegada da *iTunes Store* no Brasil mudou o modo que muitos brasileiros veem a indústria fonográfica digital. Quando se tratando de um serviço ofertado pela *Apple,* 15º maior empresa do mundo (EXAME, 2014), 19 pode influenciar a abertura de portas para outras formas virtuais de divulgação musical. A distribuição online de conteúdo multimídia via *streaming* de assuntos diversos, atinge milhões de pessoas (KOZAMERNIK, 2002), fato possível apenas pelo “[...] surgimento de novos hábitos de produção e consumo de música, promovidos pelas novas tecnologias da informação e da comunicação” (DE MARCHI, 2006, p.168).

Segundo Kozamernik (2002) a melhoria de conexão banda larga e 3G é um dos elementos que incitou o desenvolvimento do *streaming*. De fato, com a tecnologia de hoje, o *streaming* pode ser implementado tanto no tradicional computador de mesa, como em celulares e *tablets.* Em geral, os serviços de *streaming* estão trazendo uma nova forma de se ouvir música, porém mesmo possuindo ótimos benefícios, esse serviço ainda não se popularizou no Brasil e segundo a pesquisa publicada no site Info, em julho de 2014, muita gente ainda nem sabe o que é *streaming* “Apesar de serviços como *Spotify, Deezer* e Rádio estarem cada vez mais comuns no país, metade dos internautas brasileiros não conhece aplicativos de *streaming* de música pelo *smartphone*.” (INFO ABRIL, 2014).

**REFERÊNCIAS**

BERKUM, Joshua Van. A Brief History of Streaming Media. Disponível em

<https://[www.motorcitytechnology.com/blog/item/a-brief-history-of-streaming-](http://www.motorcitytechnology.com/blog/item/a-brief-history-of-streaming-) media.html>, acesso em 08 de outubro de 2014.

BRUNO FÁVERO COLABORAÇÃO PARA A FOLHA 03/06/2013 03h30 -

Atualizado às13h23 [http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/06/1288050-testamos-o- acervo-e-a-interface-dos-principais-servicos-de-assinatura-de-musica-veja.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/06/1288050-testamos-o-%20acervo-e-a-interface-dos-principais-servicos-de-assinatura-de-musica-veja.shtml) 02/06/2018

DE MARCHI, Leonardo**. Indústria fonográfica e a Nova Produção Independente: o futuro da música brasileira?** São Paulo: Revista Comunicação, Mídia e Consumo, v. 3, n. 7, p. 167-182, jul. 2006.

EGG, André. Música como elemento de identidade. Londrina: Gazeta do Povo, Fev. 2011. Disponível em <<http://www.gazetadopovo.com.br/opiniao/conteudo.phtml?id=1092521>>, acesso em 24 de setembro de 2014.

EXAME. Spotify divulga vídeo com ação que tatuou artistas. Disponível em

<<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/spotify-divulga-video-com-acao->que tatuou-artistas>, acesso em 25 de outubro de 2014.

INFO ABRIL. Metade dos brasileiros não conhece apps de streaming de música. Disponível em <<http://info.abril.com.br/noticias/tecnologia->pessoal/2014/07/metade- dos-brasileiros-nao-conhece-apps-de-streaming-de- musica.shtml>, acesso em 03 de outubro de 2014.

KOZAMERNIK, Franc. **Media Streaming over the Internet: an overview of delivery technologies.** European Broadcasting Union (EBU), Out. 2002. Disponível em https://tech.ebu.ch/docs/techreview/trev\_292-kozamernik.pdf, acesso em 24 de setembro de 2014.

KOELLREUTTER, H. J. **Introdução à estética e à composição musical contemporânea**. 2 ed. Curitiba: Movimento, 1984.

KOZAMERNIK, Franc. Media Streaming over the Internet: an overview of delivery technologies. European Broadcasting Union (EBU), Out. 2002. Disponível em https://tech.ebu.ch/docs/techreview/trev292-kozamernik.pdf, acesso em 24 de setembro de 2014.

LANDOWSKI, E. **Interações arriscadas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

McCRATY, Rollin; The Effects of Music on Mood, Tension and Mental Clarity. 1998. Disponível em <<http://www.musicontap.co.uk/downloads/Music_Mood_Effects.pdf>>, acesso em 4 de outubro de 2014.

MERRIAM, Alan P. **The Anthropology of Music**. Evanston: Northwestern University Press. 1964.

MORAES, J. Jota de. **O que é Música**. 7ª Edição. São Paulo; Editora Brasiliense, 1991.

OLIVEIRA, A. C. M. A. **Interação nas mídias.** In: OLIVEIRA, A.C.; PRIMO, A.; ROSSINI, V.; NASCIMENTO, G. (Org.). Comunicação e interações.Comunicação e interações, led.Porto Alegre: Sulina, 2008.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador:** comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

Valdenise Leziér MARTYNIUK «Regimes de sentido e de interação. nas práticas brasileiras de marketing e comunicação», ACTES SÉMIOTIQUES **[En ligne]**. 2014, n° 117. Disponível : [<ht](http://epublications.unilim.fr/revues/as/5068)t[p://epublications.unilim.fr/revues/as/5068>](http://epublications.unilim.fr/revues/as/5068) (13/06/2018).

SANTINI, Rose Marie. **Admirável Chip Novo: A música na era da internet**. Rio de Janeiro: e-papers, 2002.

WIGGINS, Richard W. Buil ding a Community Infor mation Network: A Guidebook; Michigan, Library of Mich igan Foundation, 1999.

TOULET,Emmanuelle. **O Cinema: A invençãodo Século**. Rio de Janeiro : Objetiva, 2000.

WAZLAWICK, Patrícia; et. al. Significados e sentidos da música: Uma breve "composição" a partir da psicologia histórico-cultural. Maringá: Psicologia em Estudo, v. 12, n. 1, p. 105-113, jan./abr. 2007. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v12n1/v12n1a12>>, acesso em 24 de setembro de 2014.

WEST, Darrel M. The Evolution of Video Streaming and Digital Content Delivery. Center For Technology Innovation at Brookings, 2014. Disponível em <[http://www.brookings.edu/~/media/research/files/papers/2014/05/02%20video%](http://www.brookings.edu/%7E/media/research/files/papers/2014/05/02%20video%25)20streaming/west\_evolution%20of%20videostreaming%20and%20digital%20content%20deliveryfinal.pdf>, acesso em 08 de outubro de 2014.

https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/musica/noticia/2018/04/servicos-de- streaming-sao-maior-fonte-de-receita-para-o-mercado-de-musica-no-brasil- cjgl6ayl9045k01qo28vtib20.html acesso em 13 de junho de 2018.

https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/issue/view/1439/sh acesso em 13 de junho de 2018.