

Crescimento dos serviços de *streaming* e o futuro da indústria audiovisual e fonográfica

Vitor Hugo Guimarães Lindoso¹

Josefa Melo e Sousa Bentivi Andrade²

RESUMO: Este artigo foi desenvolvido com intuito de explorar as novas vertentes sobre a ferramenta de entretenimento que é o serviço de *streaming*. O que os mesmos vêm oferecendo aos consumidores, como afetam a economia e o que causam e vêm causando em indústrias que, antes sólidas e sem concorrência, atualmente sofrem o impacto dessas plataformas no cenário nacional. Criar um raciocínio crítico a termo desse assunto e mostrar que nem tão simples é a forma de cultura que tais mídias trazem e que um novo molde de consumo desses serviços está criando na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Entretenimento. Streaming. Consumidores. Indústrias.

1 INTRODUÇÃO

Antes de existir o desenvolvimento do tema descrito e suas ramificações, cabe em processo de conhecimento a definição de *streamings* e o que o mesmo desenvolve. Nada mais é do que uma tecnologia, uma plataforma que acaba por enviar informações multimídias (vídeos e sons), por meio de transferência de dados, utiliza redes de computadores, principalmente a Internet, foi criada para tornar as conexões mais velozes, os usuários do serviço não precisam mais esperar por horas para poder executar uma música ou um filme.

Com a chegada dos serviços de *streaming* mercados sólidos começaram a sofrer constantes mudanças, caso aplicado a indústria audiovisual e fonográfico, as empresas têm sido ainda mais desafiadas a manter-se no mercado, não só pelo aumento da competitividade, como também, pela exigência cada vez maior dos clientes.

Assim sendo, manter-se no comércio sem ter um diferencial competitivo é praticamente impossível, o aperfeiçoamento de produtos e serviços é necessário, as

¹Graduado em Administração de Empresas pela Faculdade Pitágoras de São Luis e estudante do primeiro período do curso de Comunicação Social/Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), hugoguimaraes77@gmail.com

² Artigo apresentado à disciplina Laboratório de Produção Textual, do curso de Comunicação Social/Relações Públicas da UFMA, ministrada pela professora Josefa Melo e Sousa Bentivi Andrade, para a obtenção de nota.

companhias que estão atualizadas em relação às tecnologias novas e dos seus setores tendem a ter uma maior sobrevivência.

Este artigo foi desenvolvido com o intuito de criar uma análise e um parâmetro entre a forma de entretenimento vinculada à indústria fonográfica e audiovisual e à nova forma de entretenimento que vem surgindo com a ascensão dos serviços de *streamings*. O que esse novo serviço nos proporciona, nos proporcionará e o que o mesmo atingirá na nossa sociedade economicamente e culturalmente falando.

2 SURGIMENTO DO SERVIÇO

Levando ao pé da letra, em inglês, a palavra *streaming* significa correnteza/córrego/riacho, assim sendo a palavra *streaming* remete a fluxo, no meio tecnologias de informação, indica fluxo de dados ou conteúdos multimídia.

Os serviços causaram e vêm causando um alvoroço em seus serviços prestados por ser algo completamente livre em meio a Internet onde sites e mais sites disponibilizam filmes e músicas de forma indevidas. As plataformas possibilitam que os usuários reproduzam suas mídias sendo filmes ou músicas, que são protegidos por direitos autorais, de modo que as pessoas não violem os direitos dos artistas e gravadoras ou das produtoras de filmes, assemelhando-se a rádio ou televisão aberta, sendo que os serviços de *streaming* são tecnologias recentes no mundo.

De acordo com Peter Drucker (2010, p.13), “o impacto verdadeiramente revolucionário da Revolução da Informação está apenas começando a ser sentido”. Em meados de 1995 surgia o *Streaming Media*, criado pela Real Áudio³ uma empresa voltada para provedores na internet com sedes em Washington e Seattle. O serviço começou a crescer de forma gradativa e somente ganhou atenção e o devido ao espaço na época por se destacar como uma tecnologia nova capaz de aceitar longos downloads de música, tornando-se uma das maiores tecnologias do ramo das telecomunicações na época.

Em consequência dos fatos de 1995, no ano seguinte empresas do ramo de comunicação, começaram a realizar serviço de *streaming* com fluxo ao vivo, marcando assim a evolução do áudio que estava por vir. Foi uma questão de tempo para que os serviços comessem a se popularizar, acrescidos de imagens agora. Em 1977 a

³ É uma ferramenta de áudio criada pela Real Networks. Atualmente é mais usado como ferramenta de uso para acesso a *streamings*.

*Progressive Networks*⁴ apresentou o Real Vídeo, plataforma que existe até hoje, e nela foi exibida um jogo de futebol americano entre *Cleveland Indians e Seattle Marines*, em 9 e abril de 1997, essa foi a primeira transmissão de *streaming* usando do áudio e vídeo de que se tem notícia.

A partir de 1997, os serviços começaram a se espalhar em primeiro momento em terras americanas e conquistando espaço suficiente para se solidificarem. Nos anos que estavam por vir o espaço dos serviços deixaram de limitar-se em terras americanas e disseminaram-se para o mundo todo. A variedade de pacotes oferecidos nos Estados Unidos, o número de servidores e variedade de catálogos de conteúdo conquistou e vem conquistando cada vez mais fieis assinantes e são pontos chaves para o crescimento do serviço, tanto os que disponibilizam séries e filmes como os de áudio. A facilidade de acesso ao conteúdo disponível é a alma do negócio, nesse caso.

As plataformas de *streaming* acabam por criar um vínculo com quem usufrui da mesma e criam um perfil com conteúdo voltado para aquele assinante.

Os recursos de mídia estão sendo reorganizados num novo padrão, composto de três partes principais. A primeira consiste da mídia massa tradicional[...] a segunda consiste da mídia de massa eletrônica de última geração[...] Finalmente, temos o aparecimento de formas mais modernas de mídia eletrônica pessoal, composta de agrupamentos de pessoas de mentalidades semelhantes para satisfazer suas próprias necessidades profissionais ou individuais de informação (DIZARD,1998, p267)

Os padrões criados acabam por ser atrativos e passam a ideia de exclusividade para cada usuário, embora nas vias de fato, a verdade não seja essa. O que foi criado foi um serviço, uma mídia que dá atenção a um público carente de exclusividade. A massa que é o Estados Unidos, no sentido de criar tendências, foi responsável por ajudar o “boom” do serviço no Brasil.

O molde criado pelas terras americanas chega de maneira rápida no cenário nacional e acabam por adaptar-se em questão de pouquíssimo tempo. O serviço cresce e o sucesso acaba sendo sentindo. Seja por números de assinantes ou financeiramente falando.

⁴ Surgiu em 1994, fundada pela Microsoft. É uma plataforma na internet que funciona como serviço de *streaming*. Sediada em Seattle, Washington, Estados Unidos, fornece aos usuários serviços baseados em assinaturas, atualmente é conhecida como Real Networks

3 SURGIMENTO DO SERVIÇO NO BRASIL

Em um ambiente que a internet oferecia serviços puros e sólidos aos seus usuários, sem uma característica rica em detalhes, com o surgimento dos *streamings* nos Estados Unidos, as empresas nacionais entenderam que era questão de tempo para a chegada do *streaming* no Brasil. A adaptação era necessária para continuar no mercado brasileiro e na sua mudança que estava por vim.

Conforme Wolton (2003, p. 57), a Internet é uma ambiência por onde transitam tanto as mídias tradicionais (o rádio, a TV, o cinema, os jornais, impressos) quando as novas formas de circulação de informação (os blogs, os sites institucionais, os sites de compartilhamento de imagens, sons, vídeos, etc.). Essa liberdade que a Internet dava e dá até hoje cria esse livre comércio de indústrias e serviços.

Em 2005, com a criação do *YouTube*⁵ o *streaming* começou a ganhar força no Brasil, o *YouTube* por ser um site/plataforma onde as pessoas poderiam estar alimentando-o com vídeos caseiros. Foi um efeito dominó, sites que forneciam serviços similares seguiram passos do *YouTube* e ajudaram a propagar o *streaming*.

As emissoras de tevê aberta e os serviços de tevê paga sentiram o impacto do avanço a consequência foi a perda de audiência e assinantes. Por outro lado, foi um processo de adaptação, canais pagos começaram a criar suas próprias plataformas de *streaming* tais como *HBO GO*⁶, *Ultra da Sony*⁷, *FOX Play*⁸ e *Telecine Play*⁹, todas plataformas de vídeos. A *Google*¹⁰ vendo um nicho de mercado a ser conquistado criou o *Google Play*¹¹. Entretanto quando se fala de serviço de *streaming* as gigantes são a *Netflix*¹² (provedora de filmes e séries) e *Spotify*¹³ (músicas).

⁵ É um site que permite aos seus usuários o carregamento e compartilhamento de vídeos em formato digital. Surgiu em fevereiro de 1995 pela PayPal, site da Internet ligado a gerenciar fundos.

⁶ É um canal de televisão à cabo norte-americano, de propriedade da Time Warner

⁷ Canal de televisão norte-americano da Sony Pictures Entertainment

⁸ É uma plataforma de streaming online criada pela Fox Entertainment Group, empresa americana que disponibiliza filmes, séries e documentários

⁹ É uma plataforma de streaming online criada pela Rede Telecine, empresa nacional que apoia e prioriza obras brasileiras. Surgiu em 1991 pela Globosat

¹⁰ É uma empresa de serviços online e software dos Estados Unidos. Cria serviços e produtos focados na Internet. Fundada em 4 de setembro de 1998

¹¹ Surgiu em 6 de março de 2012 loja online da Google para distribuição de aplicativos, jogos, filmes, músicas e livros para dispositivos com sistema operacional Android

¹² Líder mundial no quesito filmes e séries de televisão via streaming, possui mais de 80 milhões de assinantes. Fundada em 1997 nos Estados Unidos

¹³ Líder no segmento de músicas via streaming, lançado em outubro de 2008 pela startup sueca Spotify AB, possui atualmente 20 milhões de usuários

4 IMPACTO NAS INDÚSTRIAS AUDIOVISUAL E FONOGRAFICA

No meio de todo o universo novo criado pelos *streamings* encontram-se a indústria audiovisual e a fonográfica, os serviços de *streaming* dividem opiniões entre pré e pró serviço. Cada serviço possui seu próprio modelo de negócio. Em alguns casos os serviços de vídeo como *HBO*¹⁴ e *Netflix* produzem suas obras ou disponibilizam séries e filmes após o lançamento dos mesmos, porém essa disponibilidade de um filme no catálogo pode demorar cerca de meses ou até anos para que as obras fiquem disponíveis para os assinantes. Esse acaba por torna-se o maior ponto negativo para as empresas de *streaming* de filmes e séries, a demora. Existe um vasto número de contratos e acordos feitos pelas empresas do serviço e as produtoras de cinema.

Por mais que o número de assinantes cresça a cada dia, o número de pessoas que são opostas a seu serviço e sua demora continua em forma estável. Essa demora de atualização de catálogo não afeta a indústria audiovisual de forma direta, por mais que haja um gasto por conta da mesma com grandes obras e todo o processo de divulgação, venda de DVD do filme após o tempo de exibição, essa indústria acaba por conseguir números significativos e expressivos comparados ao um determinado tempo atrás. Segundo a Federação de Comércio do Estado do Rio de Janeiro o número de pessoas que frequentam o cinema aumentou 100%, passando de 7% em 2007 para 35% em 2015 e de 6% para 12% em 2016. Indo em contraponto disso atualmente só na América Latina a *Netflix* possui cerca de 5 milhões de assinantes. É uma via de mão dupla, enquanto o serviço de *streamings* ganha mais assinantes, o cinema e sua adjacência cresce, porém não em números tão significativos e expressivos como as plataformas de *streamings*.

Já no outro lado do serviço, o de *streaming* de áudio e sua relação com a empresa fonográfica, a história torna-se mais complicada e ganha vários fatores nessa relação. Uma das maiores empresas do serviço dobrou o número de assinantes só no Brasil, a *Deezer*¹⁵, com 6 milhões de usuários cadastrados e 16 milhões de usuários ativos. Já a líder no Brasil, a sueca *Spotify* possui atualmente 20 milhões de usuários ativos, cerca de 6 milhões só na América Latina e conta com mais de 30 milhões de músicas.

¹⁴ Plataforma de streaming online por assinatura que compõe o grupo da norte-americana Time Warner.

¹⁵ Plataforma de streaming online fundada em 2007 em Paris, França. Possui atualmente 28 milhões de usuários mundialmente.

A relação serviços de *streaming* e empresa fonográfica é turbulenta pelo agravante da pirataria. Essa forma de comércio ilegal movimentou em média só no Brasil cerca de 30 bilhões de reais por ano, só o segmento fonográfico é responsável por mais da metade desse valor. Entre ter seus CDs comercializados de forma legal e nas plataformas de *streamings* onde os cantores ainda ganham pela reprodução das suas músicas, a união com as plataformas tornou-se vantajosa.

Entretanto a uma parcela de cantores e compositores que são contrários aos serviços de *streaming* de áudio e acabam por não disponibilizarem suas canções no serviço. Existe uma negociação e as canções só são disponibilizadas caso o cantor X autorize. É uma negociação entre os compositores, o intérprete da música e o serviço. Existe um contrato para tal liberação e o artista e os compositores acabam por ganhar financeiramente sobre essa ação, muitos cantores até hoje não disponibilizaram suas canções nos serviços e muitos até mesmo depois de disponibilizarem retiraram as músicas.

Um exemplo disso é o cantor e lenda do rock americano Niel Young que afirmou que o serviço de *streaming* deixava a qualidade do som ruim e fazia a música perder a essência. Outro caso famoso foi do cantor Prince que acreditava que a internet estava falida, e não havia propósito algum em deixar suas músicas em serviços como *Spotify* e *Deezer*.

Já na outra ponta há aqueles que defendem o serviço e acreditam que os mesmos ajudam a divulgar o seu trabalho, como é o caso do cantor e compositor brasileiro Marcelo Jeneci que acredita que a internet e serviços com *Spotify* dão liberdade à música e a aqueles que são apaixonados por ela.

5 ECONOMIA

Financeiramente falando a indústria fonográfica movimentou só em 2015 cerca de R\$ 170 milhões, já a audiovisual, falando-se de cinema, é responsável por injetar R\$ 3 bilhões por ano só no Brasil. Os serviços de *streamings* com seu poder de portabilidade e a nova forma de serviço, em que o cliente decide o que quer, na hora que quer e cobrando também valores bem abaixo do esperado para o serviço oferecido, acabam que por inveterem os papéis e passarem à frente das indústrias fonográfica e audiovisual.

Para se ter uma ideia destas mudanças, os serviços de *streamings* de filmes e séries cobram em média cerca de R\$ 12 a 26,90 reais por mês, usando a empresa líder

como referência, e só em 2015 arrecadou R\$ 2 bilhões. Já o serviço de música ficou com a fatia no valor de R\$ 6 bilhões só ano passado. O que assusta e chama atenção é que muitas dessas contas são gratuitas, os clientes não pagam nada por usufruir do serviço, esse dinheiro acaba vindo da propaganda e divulgação dos serviços.

A mudança do consumo torna-se visível em números, as pessoas antes pagavam R\$ 20,00 em um ingresso no cinema, mais R\$ 50,00 quando o filme fosse lançado em DVD. Já na música é pago ainda em média cerca de R\$ 20,00 a 50 reais por um CD. O que se tornou fiel é pagar por mês uma plataforma de *streaming* que disponibiliza filme, séries ou música 24 horas por dia, paga-se mais, isso é evidente, porém, é disponibilizado um grande acervo à disposição do cliente no momento que ele quiser, sem precisar que ele pague mais por isso.

O sentimento de acomodação em seu bom sentido, junto com o poder de ter controle, dado pelo *streaming* e a forma como o investimento é feito são os fatores que fazem alavancar este serviço e o que acabam por tornar um sucesso de rentabilidade essas plataformas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Henry Jenkins (2008, p.29) refere-se ao processo de convergência como o fluxo de conteúdos que transita através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre os múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação. É fato que os serviços de *streamings* têm muito chão pela frente no quesito espaço, por mais que seu número sejam maravilhosos e altos, existe uma parcela da sociedade que ainda não é adapta do serviço. O que assusta e incomoda essa geração não atingida pelo serviço é justamente isso, o medo do desconhecido. Por mais que exista o número de assinantes crescendo cada vez mais, a Geração X¹⁶ ainda está em processo de amadurecimento de ideia com tais serviços e toda a portabilidade que a mesma disponibiliza.

O que muitos músicos e empresários do ramo acreditam e propagam é que, por mais que exista toda uma “guerra” entre músicos e serviços, mesmo que pequena essa luta, o consumidor final não é atingido, ele acaba por receber o serviço e, com o passar

¹⁶ Esse termo foi criado por Robert Capa, em 1950, usado para rotular as pessoas nasceram após o chamado “Baby Boom”, entre a década de 20 e a década de 40.

dos anos, este tende a crescer tornando-se mais fácil e mais cômodo, o que as empresas de *streamings* lutam e prezam: a disponibilidade da música e propagação da mesma. O que importa de fato é canção chegar, ser ouvida ou o filme ser visto.

Caminhando para um futuro onde a pirataria ainda luta por espaço mesmo que indevido, a junção músicos e streaming tende ainda por definir as regras do comércio, seja ele audiovisual ou fonográfico e, por mais que ambos lutem por suas ideais, o futuro é considerado uma evolução, seja na tela ou no fone, o que restará é cultura e avanço, e o entretenimento.

Para informar de maneira mais sensata e tirar dúvidas a respeito dos serviços de *streaming*, o artigo trouxe consigo um famigerado de informações atuais sobre como as pessoas se entretêm atualmente, e como essa forma vem interferindo direta e indiretamente no cenário mundial.

O que mais ficou evidenciado é que uma nova forma do ser em sociedade está sendo criada ou sendo moldada. Com o passar dos anos, a Internet e seu poder de transformação é evidente, nesse sentido essas plataformas de *streamings* chegam em uma sociedade carente de ferramentas que causem uma certa “acomodação”, por isso esse “boom” torna essas plataformas no sucesso que vem sendo hoje.

Desse modo, entre a diversão e a informação, esses serviços circulam, os números são expressivos e o que pode ser aguardado para o futuro é um crescimento ainda maior dos mesmos só que em um molde mais detalhista e que cause uma sensação de poder e bem estar maior a que usufrui dos serviços, é o futuro certo das novas mídias de entretenimento.

ABSTRACT: This article was developed with the intention of exploring the new aspects about this entertainment tool that is the streaming service. What they have been offering to consumers, how they affect the economy and what they cause and has been causing in industries that were once solid and without competition, currently suffer the impact of these platforms on the national scene. Create a critical reasoning at the end of this subject and show that not so simple is the form of culture that such media bring and that a new mold of consumption these services are creating in contemporary society.

Key-words: Entertainment. Streaming. Consumers. Industries.

REFERÊNCIAS

Artistas e o Spotify. Disponível

em:<<http://www.techtudo.com.br/listas/noticia/2015/07/tres-artistas-que-tiraram-suas-musicas-do-spotify-e-o-caso-tidal.html>>. Acesso em: 17 dez. 2016.

DIZARD, W. **A nova mídia:** a comunicação de massa na era da informação. 2ª.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

DRUKER, Peter. **O futuro já chegou.** Disponível

em:<<http://luxer.tripod.com/planejamento/08-14.html>>. Acesso em: 19 dez. 2016.

Hábitos culturais crescem no Brasil. Disponível

em:<<http://agenciabrasil.ebc.com.br/cultura/noticia/2016-02/habitos-culturais-crescem-entre-os-brasileiros-de-2007-2015-mostra-pesquisa>>. Acesso em: 01 nov. 2016.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

MORELLI, RITA C. L. **Indústria Fonográfica, um estudo antropológico.** 2. ed. São Paulo: Unicamp, 2009.

O avanço da Netflix. Disponível em:<<http://exame.abril.com.br/revista-exame/como-o-furacao-netflix-esta-transformando-a-televisao/>>. Acesso em: 17 dez. 2016.

O crescimento do Spotify. Disponível

em:<<http://link.estadao.com.br/noticias/geral,spotify-se-expande-para-america-latina-e-asia,10000033836>>. Acesso em: 30 nov. 2016.

REIS E SILVA, João Guilherme Barone. **Comunicação e Indústria. Audiovisual.** 1. ed. São Paulo: Sulina, 2007.

Streaming leva renda de música digital a superar discos no Brasil. Disponível

em:<<http://g1.globo.com/musica/noticia/2015/08/streaming-leva-renda-de-musica-digital-superar-discos-no-brasil.html>>. Acesso em: 19 dez. 2016.

WOLTON, D. **Internet, e depois?.** Porto Alegre: Sulina, 2003.