UNIVERSIDADE DE SANTO AMARO

Curso de Comunicação Social - Jornalismo

Diego Mendes

ANEXO POP

São Paulo

2016

Diego Mendes

ANEXO POP

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade de Santo Amaro – UNISA, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Márcio Rodrigo Ribeiro

São Paulo

2016

Diego Mendes

ANEXO POP

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade de Santo Amaro – UNISA, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Márcio Rodrigo Ribeiro.

São Paulo,16 de novembro de 2016.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Márcio Rodrigo Ribeiro

.....

Prof. Me. Guilherme Sardas

.....

Prof. Me. Clausia Mara Antoneli

.....

Conceito Final

Para o meu pai, Waldir, que infelizmente não está mais aqui para acompanhar a conclusão desse projeto, mas que, mesmo com sua simplicidade, sempre me incentivou a estudar e me dedicar ao meu futuro.

Para minha mãe, Nilza, que me acompanhou durante esse período se dedicando em período integral. Sem você, a conclusão desse projeto não teria acontecido.

Às minhas irmãs, Katia e Patrícia, por sempre estarem dispostas a ajudar em qualquer situação que eu precisasse.

Aos meus amigos, Nathallia e Vinicius, por sempre me ajudarem quando precisei. Obrigado pelo carinho, disposição e paciência.

Ao Professor e Orientador Márcio Rodrigo, companheiro de caminhada ao longo desse ano. Sinto-me honrado em ter recebido a sua orientação durante esse período e tenho certeza que sem você o resultado obtido não seria o mesmo. Obrigado por mergulhar nesse projeto, pela experiência, por acreditar no meu potencial e por contribuir no meu crescimento pessoal e profissional.

RESUMO

Anexo Pop é um aplicativo (app) de comunicação digital de conteúdo jornalístico no âmbito cultural, cujo principal foco é voltado ao público interessado em música pop. Apresenta notícias, reportagens, críticas, entrevistas e enquetes por meio de aplicativo *mobile* gratuito aos seus usuários, separando-os por seções, desenvolvido pelo site Fábrica de Aplicativos (www.fabricadeaplicativos.com.br) e disponibilizado para download no Google Play para *smartphones* que possuam Android como sistema operacional. Objetiva tratar de conteúdos jornalísticos de um modo diferenciado, destacando-se em um meio onde muito ainda se depende dos portais no ambiente digital, fazendo com que estes sejam o foco central da notícia e levam o leitor a ser obrigado a acessar tal portal caso queira obter a informação jornalística completa, na íntegra. Além disso, oferece a informação noticiosa de maneira gratuita aos seus usuários, que é incorporada no aplicativo por meio das redes sociais, evitando que o usuário necessite sair da plataforma *mobile* para ter acesso a todos os conteúdos gerados pelo app. A pesquisa das obras de Chris Anderson, Philip Kotler, Pierre Lévy, Philip Meyer, Lucia Santaella e Pollyana Ferrari foram utilizadas para o embasamento teórico desse projeto que trata sobre tecnologia, jornalismo cultural, jornalismo digital, plano de negócios e monetização.

Palavras-chave: Jornalismo; Música Pop; Aplicativo; Mobile; Jornalismo Cultural.

ABSTRACT

Anexo Pop is an application (app) digital communication of journalistic content in the cultural, whose main focus is on the public interested in pop music. It features news, articles, reviews, interviews and surveys through mobile free app to your users, separated by sections, developed by site Fábrica de Aplicativos (www.fabricadeaplicativos.com.br) and made available for download on Google Play for smartphones that have Android operating system. It aims to deal with journalistic content of a different way, especially in an environment where much still depends on the portals in the digital environment, causing them to be the central focus of news and lead the reader to be required to access this website if you want to a complete journalistic information in full. In addition, it offers news information free of charge to its users, which is incorporated into the application through social networks, preventing the user needs to get out of the mobile platform to access all the content generated by the app. The research works of Chris Anderson, Philip Kotler, Pierre Lévy, Philip Meyer, Lucia Santaella and Pollyana Ferrari were used for the theoretical basis of this project which deals with technology, cultural journalism, digital journalism, business plan and monetization.

Keywords: Journalism; Pop Music; App; Mobile; Cultural Journalism.

Lista de ilustração

Gráfico 1 – Faixa etária 05

Gráfico 2 – Porcentagem de estudantes 06

Gráfico 3 – Interesse por um aplicativo noticioso que tem como conteúdo principal música pop 06

Gráfico 4 – Por quais plataformas têm o hábito de ler notícias 07

Gráfico 5 – Interesse em ler notícias sobre música 07

Gráfico 6 – Consumo de música 14

Gráfico 7 – Por qual plataforma de streaming consome música 15

Figura 1 – Ranking de países que mais realizam downloads de aplicativos pelo Google Play 17

Figura 2 – Localização do banner no aplicativo 21

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 04

DESENVOLVIMENTO

Capítulo 1: Delimitando o público-alvo do Anexo Pop..... 05

Dados do mercado 08

Convergência 10

Capítulo 2: A relação das novas tecnologias com o jornalismo 10

Capítulo 3: Mercado de nicho em ascensão 13

Capítulo 4: A mudança de hábitos culturais atrelados aos novos modelos de comunicação 14

Capítulo 5: A implantação do aplicativo no Google Play..... 17

Capítulo 6: A produção de conteúdo jornalístico 19

Capítulo 7: Mesclando o Jornalismo Digital com o Jornalismo Cultural 19

Capítulo 8: Plano de monetização 20

Capítulo 9: Anunciantes em potencial 21

Capítulo 10: Orçamento do projeto 22

CONSIDERAÇÕES FINAIS 23

Referências 24

INTRODUÇÃO

A internet é um meio de comunicação em potencial que proporciona diversas experiências multimídias, dando uma maior liberdade de onde e como você quer adquirir e fruir a informação desejada.

Esse meio tem grande influência na formação de opinião dos indivíduos, principalmente o público jovem que, em sua maioria, é *heavy user*[1] do ambiente digital, incluindo as redes sociais. As novas tecnologias despertam interesse nesse público, que tem como característica a facilidade em se adaptar nesse ambiente e nas novas possibilidades que ele constantemente traz.

Os aplicativos, atualmente, objetivam a praticidade: oferecem um conteúdo mais leve ao usuário, facilitando a navegação por meio de dispositivos móveis.

O principal objetivo do aplicativo é utilizar das redes sociais para disseminar o conteúdo web de forma gratuita e ganhar pela popularidade, pela interação, pelo contato direto com o usuário.

Para o embasamento teórico desse trabalho, a pesquisa das obras de Chris Anderson, Philip Kotler, Pierre Lévy, Philip Meyer, Lucia Santaella e Pollyana Ferrari foram essenciais para que a argumentação teórica se tornasse mais sólida e pertinente durante o desenvolvimento desse projeto, tratando sobre tecnologia, jornalismo cultural, jornalismo digital, plano de negócios e monetização.

Trazendo como principal objetivo a construção de um modelo de disseminação de informação, o aplicativo Anexo Pop busca proporcionar uma experiência ao público diferente das proporcionadas em portais noticiosos, causando assim a fidelidade do leitor com o veículo, propondo uma experiência de fruição de notícia ao usuário que seja diferente do convencional noticioso que temos no mercado, visando à praticidade na informação.

---

[1] *Heavy user* – termo utilizado na internet que descreve de forma geral as pessoas que usam com muita frequência determinado produto ou serviço. CONSULTORIA WEB. **Quem pode se considerar heavy user?.** Disponível em: <http://www.consultoriaweb.org/2012/03/heavy_user/>. Acesso em: 24 ago. 2016.

Para a realização do download, é necessário o usuário escrever na busca do Google Play “Anexo Pop” e então aparecerá o ícone do app para download. Também é possível realizar o download por meio do link oficial do Google Play, disponibilizado pelo endereço: <https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.app.gpu1439689.gpua3dac3718b16aa8531f7b1075080a6ab>.

O aplicativo é disponível para qualquer usuário do mundo que utilize o Android como sistema operacional de seu smartphone.

DESENVOLVIMENTO

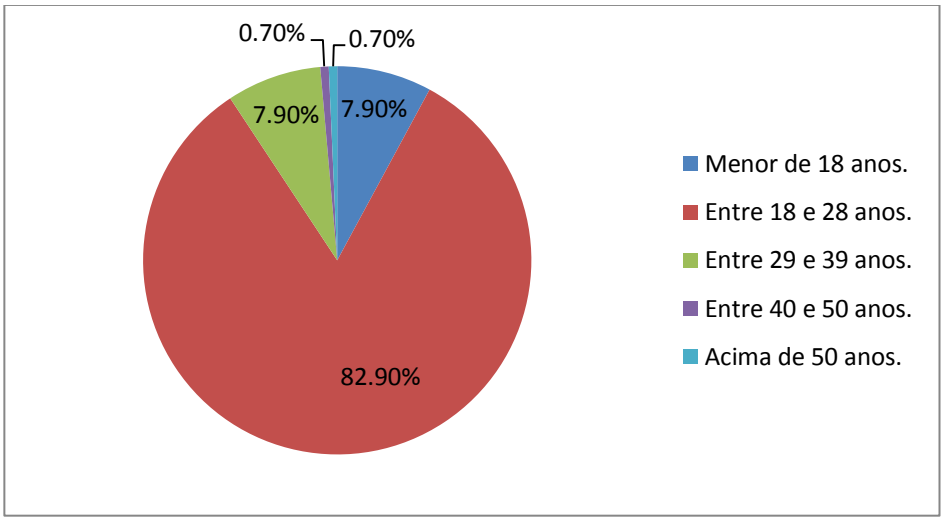
Capítulo 1: Delimitando o público-alvo do Anexo Pop

Em pesquisa mercadológica desenvolvida pelo autor deste TCC, realizada com 140 participantes, foi possível coletar dados para estabelecer o público-alvo do app. A plataforma utilizada para tal pesquisa foi realizada por meio do Formulário Google, disponível no link:

https://docs.google.com/forms/d/1v26NtbKsVGZYBrMUbqYXHXO6fGbzSdgLYR5LxDPCLQ0/edit#responses.

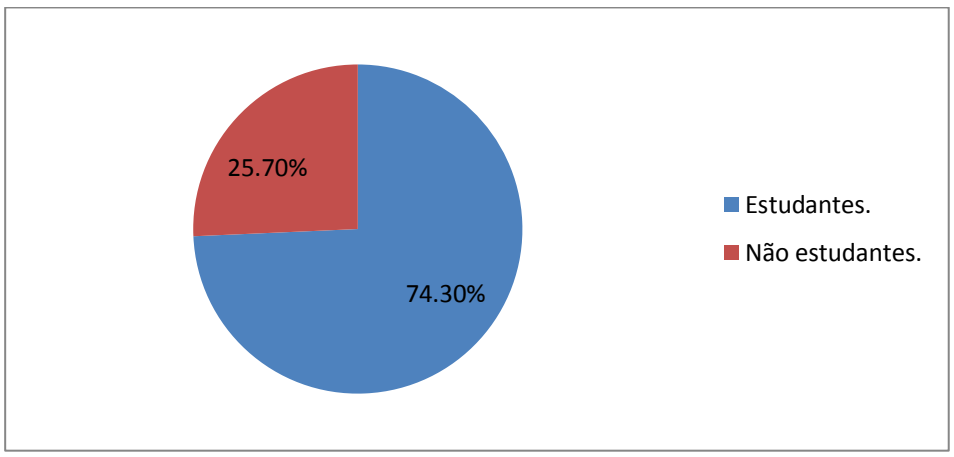
Foram levantadas questões gerais relacionadas ao mercado no qual o aplicativo seria inserido, para então verificar a viabilidade de continuidade do projeto. A seguir, os resultados obtidos por meio da pesquisa mercadológica:

Gráfico 1 – Faixa etária



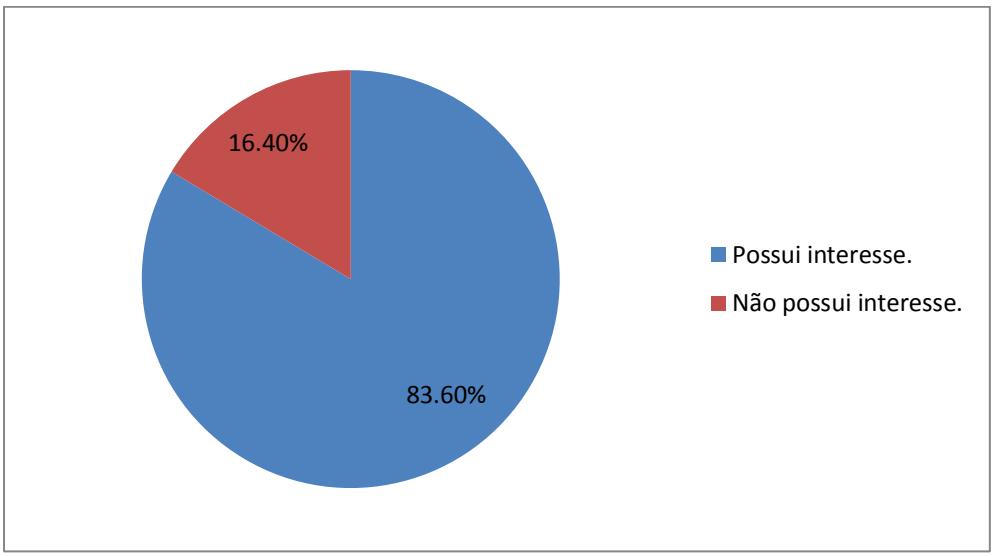
A pesquisa revelou que a maioria dos entrevistados, somando um total de 82,90%, tem entre 18 e 28 anos, se tornando então a faixa etária em potencial para o consumo do conteúdo apresentado pelo aplicativo.

Gráfico 2 - Porcentagem de estudantes



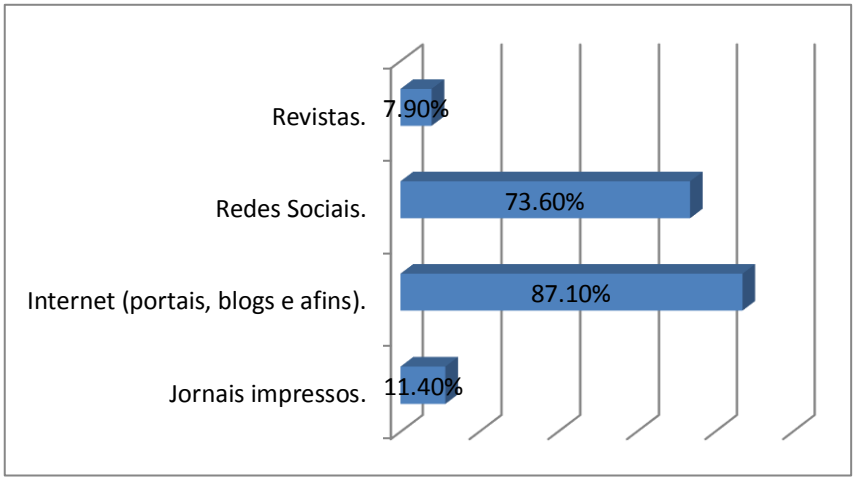
Foi constatado na pesquisa que a grande parte do público-alvo em questão é estudante, somando um total de 74,30%. Esse dado é importante para melhor entender como funciona o cotidiano do usuário.

Gráfico 3 - Interesse por um aplicativo noticioso que tem como conteúdo principal a música pop



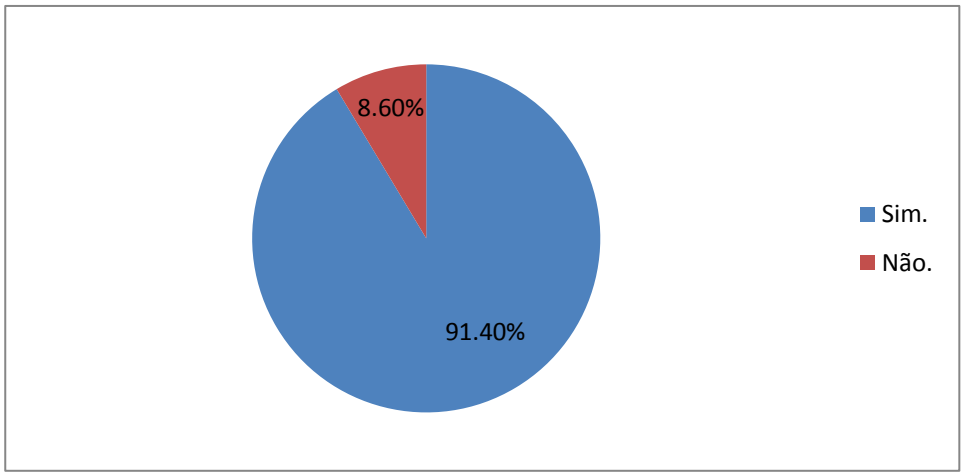
Oitenta e três por cento dos entrevistados afirmaram que teriam interesse por um aplicativo noticioso que tem como conteúdo principal a música pop. Esse dado foi de suma importância para verificar a viabilidade de elaboração do projeto.

Gráfico 4 - Por quais plataformas têm o hábito de ler notícias



Outro dado importante foi saber por onde esse usuário consome notícia. Os dados coletados mostram que, a maior parte do público-alvo está acostumado a consumir notícia por meio da internet, tornando assim a viabilidade de continuidade do projeto mais sólida.

Gráfico 5 - Interesse em ler notícias sobre música



Tendo como base o conteúdo noticioso que seria apresentado no aplicativo, a questão levantada foi o interesse em ler notícias sobre música. O resultado mostrou que, 91,40% dos entrevistados tem o hábito de ler notícias relacionadas à música.

Sendo assim, o público-alvo do Anexo Pop se definiu como homens e mulheres de 18 a 28 anos, estudantes universitários pertencentes às classes A e B que consomem músicas pelo ambiente digital e que possui interesse por música.

Para afunilar os interesses, foram coletados também os principais hábitos de lazer e consumo, chegando aos seguintes resultados:

- Ouvir música, tendo como principal interesse a música pop;
- Gosta de ir a shows;
- Saber sobre as novidades musicais;
- Ler sobre música;
- Discutir sobre música;
- Está ligado às redes sociais e tecnologia.

- Gosta de ler e estar informado no que diz respeito aos seus artistas prediletos;
- Está conectado à tecnologia;
- Gosta de colecionar CDs dos seus artistas favoritos.

Dados do mercado

Anexo Pop optou por trazer algo diferenciado ao mercado, tratando sobre cultura contemporânea, com foco nas atividades ligadas à música pop, tanto produzida em território nacional quanto internacional.

Um dos pontos fundamentais foi a avaliação do trabalho dos concorrentes. O que eles fazem, quais são os pontos fracos e pontos fortes, o modelo de linguagem adotada e os principais campos que eles atuam foram alguns fatores levados em consideração para realizar essa etapa do processo. Os concorrentes apontados pelo Anexo Pop foram: POPLine, Papel Pop e Omelete.

Segundo Phillip Kotler (2000), um dos pontos essenciais para ter sucesso no seu segmento é a avaliação do que o seu concorrente faz.

> Devido à competitividade dos mercados, já não basta compreender os clientes. As empresas precisam começar a prestar muita atenção aos seus concorrentes. Empresas bem-sucedidas projetam e operam sistemas para obter informações contínuas sobre seus concorrentes. (KOTLER, 2000, p.241)

Desta maneira, os principais concorrentes diretos e indiretos encontrados para o aplicativo Anexo Pop estão descritos a seguir:

O Portal POPLine atua apenas com música pop. Costuma realizar entrevistas com artistas, mas sem uma periodicidade específica. Publica notícias diariamente sobre artistas, mas não elabora críticas jornalísticas em suas publicações. Atua no Facebook, Instagram e Twitter, mas com o intuito de levar o seu público a acessar o portal para ler a notícia completa. Não tem nenhuma ferramenta especifica para o ambiente mobile.

O Portal Papel Pop, além de atuar com música pop, também fala sobre cinema, televisão e entretenimento em geral. Seguindo o mesmo modelo do POPLine, busca levar o público a acessar as notícias completas em seu portal, os estimulando por meio de suas redes sociais. Não costuma realizar entrevistas, trabalhando apenas com a publicação de notícias diariamente. Também não possui nenhuma ferramenta especifica para o ambiente mobile[2].

O Portal Omelete dialoga com música, filmes, séries, TV e games. Diferentemente dos outros, costuma realizar críticas e artigos para amplificar o conteúdo que oferece, além de notícias e entrevistas. Também não atua especificamente no mercado mobile.

Analisando essa breve avaliação dos concorrentes brasileiros, o que mais se destaca é o fato de que nenhum deles atua especificamente no mercado *mobile*[2]. O assunto tratado pelo aplicativo Anexo Pop se assemelha ao de seus concorrentes, mas a plataforma oferecida aos usuários é o seu principal diferencial.

O principal objetivo do Anexo Pop, portanto, é trazer algo novo pra um mercado de nicho que se mostra interessado por esse meio de consumir informação, mas que ainda não encontrou um aplicativo jornalístico que ofereça o que esse público quer absorver.

Convergência

O aplicativo tem um vínculo direto com as redes sociais, pois o conteúdo postado é incorporado com tais plataformas. Facebook, YouTube, Twitter e Instagram são as redes sociais escolhidas para trabalhar juntamente ao aplicativo, buscando o que de melhor cada uma tem a oferecer.

Ferramentas como o Wix e o Formulário Google são plataformas complementares para apresentar um conteúdo incorporado mais atraente, tanto visualmente quanto manualmente. Abaixo é possível entender detalhadamente como funciona cada plataforma dentro do app:

---

[2]*Mobile* - que usa dispositivos ou serviços móveis. INFOPÉDIA. Mobile. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/mobile/>. Acesso em: 06 nov. 2016.

Página do Facebook: o Facebook é o principal responsável pela disseminação do conteúdo noticioso escrito do Anexo Pop. A página é utilizada para a divulgação de notícias em geral sobre música pop, que são incorporadas ao aplicativo para evitar que o leitor necessite fazer a transição entre a rede social e o aplicativo. Todo conteúdo disponível na rede social já estará no aplicativo, evitando assim que o usuário precise consultar a rede social diretamente para ter acesso ao conteúdo. No aplicativo, o conteúdo da rede social é visualizado na opção "notícias".

Novos usuários podem conhecer a marca por meio dessa rede social, e, caso seja de interesse, o botão "usar aplicativo", localizado na página principal do Facebook, leva o usuário ao link direto de download do aplicativo pelo Google Play, disponível para celulares com Android.

https://www.facebook.com/anexopop/

Canal do YouTube: o YouTube serve como suporte ao conteúdo visual do aplicativo. Por meio dele são publicadas entrevistas sobre assuntos que alimentem essa ferramenta. No aplicativo, a ferramenta é nomeada como "Anexo Entrevista", que, com conteúdo incorporado, leva o usuário diretamente ao vídeo.

https://www.youtube.com/channel/UCTAd_koMbKb_iWHqcfI4wLw

Twitter: Inicialmente, a plataforma serviria como um acesso a enquetes para que os usuários dessem suas opiniões sobre diversas questões do mundo pop. No entanto, devido a uma limitação da plataforma do aplicativo (Fábrica de Aplicativos) o conteúdo incorporado não agia de maneira intuitiva, fazendo com que o usuário tenha acesso apenas a ler o conteúdo postado na rede social. Visando o principal intuito da rede social para a marca, que é dar voz ao usuário, o Twitter então serve como um método de interação com os usuários, respondendo e levantando questões para que eles interajam com a marca em um relacionamento pessoal. Por meio do @anexopop, os usuários podem mandar perguntas, sugestões e levantar questões destinadas à música pop para debate. Todo conteúdo postado na rede social é incorporado ao aplicativo, que é disponibilidade na aba nomeada "Twitter".

Instagram: a utilização do aplicativo funciona de forma que busca mesclar a utilização de imagens com a notícia, tendo como um modelo padrão de layout para os posts que divulguem

o conteúdo exclusivo do aplicativo (entrevistas, críticas), e fotos para os assuntos que condizem ao conteúdo postado. A rede social é a única que não possui conteúdo incorporado no aplicativo por limitações da plataforma, no entanto serve como um meio de divulgar o aplicativo, induzindo o usuário a baixar o app para ter acesso ao conteúdo completo.

Wix: a plataforma, que serve como hospedagem de sites, oferece uma opção *mobile* de edição. O objetivo ao incorporar o Wix ao aplicativo é de torná-lo mais intuitivo e com um layout mais atrativo, tendo em vista as limitações de layout que a plataforma do aplicativo oferece. A hospedagem é utilizada nas abas "Anexo Crítica" e "Contato".

Formulários Google: a ferramenta foi incorporada ao aplicativo para suprir a necessidade que inicialmente seria feita por meio do Twitter. Para a realização de enquetes, o formulário se tornou útil, oferecendo um conteúdo incorporado ao aplicativo que permite edição a qualquer momento.

Capítulo 2: A relação das novas tecnologias com o jornalismo

A popularização da internet, aliada à evolução dos meios tecnológicos proporcionam cada vez mais alternativas para a disseminação de conteúdo na web. O ambiente digital se torna forte na atualidade para o mercado jornalístico por conseguir compilar todos os veículos em uma única plataforma. Por meio desse ambiente, consegue-se ter inúmeras possibilidades, tais como: uma TV web, uma web rádio, uma revista digital, um jornal digital, isso apenas falando dos formatos tidos como tradicionais no mercado.

> O fato de os jornais não estarem tão bem atualmente não deve nos cegar para a possibilidade de que o modelo de influencia possa reaparecer numa forma inesperada. Lembre-se de seus elementos. A publicidade ganha valor não por meio da interferência no produto editorial, que a longo prazo mina o interesse de todos – incluindo anunciantes -, mas sim ao aparecer num meio de comunicação cuja reputação é de integridade. (MEYER, 2007 p. 238)

No entanto, na divulgação de conteúdos jornalísticos, muito ainda se depende dos portais na internet, fazendo com que estes sejam o foco central da notícia. Tal situação leva o leitor, muitas vezes, a ser obrigado a acessar tal portal caso queira obter a informação completa, na íntegra. Em alguns casos, essa informação noticiosa passa a ser cobrada, dependendo do conteúdo disponibilizado. Pouco se instiga o leitor à interatividade com o veículo, fazendo com que as novas plataformas existentes ainda sejam alternativas limitadas na disseminação da informação jornalística.

As novas possibilidades que os aplicativos trazem para o mercado jornalístico não podem ser ignoradas, afinal apps já fazem parte da vida em sociedade. Para Pierre Lévy (1999), quando essas modificações ocorrem e causam um impacto que modifica tais hábitos, é necessário reavaliar a estrutura cultural dessa sociedade, porque, consequentemente, ela será alterada e reajustada a esse novo formato midiático.

> Dados a amplitude e o ritmo das transformações ocorridas, ainda nos é possível prever as mutações que afetarão o universo digital após o ano 2000. Quando as capacidades de memória e de transmissão aumentam, quando são inventadas novas interfaces com o corpo e o sistema cognitivo humano (a "realidade" virtual, por exemplo), quando se traduz o conteúdo das antigas mídias para o ciberespaço (o telefone, a televisão, os jornais, os livros e etc.), quando o digital comunica e coloca em um ciclo de retroalimentação processos físicos, econômicos ou industriais anteriormente estanques, suas implicações culturais devem ser reavaliadas sempre. (LÉVY, 1999, p. 25).

As possibilidades que os aplicativos dão para implantação de notícias são inúmeras, principalmente quando se trata de mercados específicos, que nem sempre tem uma grande notoriedade do público em geral, mas que consegue ter fidelidade em um nicho.

Capítulo 3: Mercado de nicho em ascensão

Desenvolver um aplicativo jornalístico cujos assuntos sejam generalistas seria um caminho mais difícil de se destacar, tendo em vista que há grandes veículos de comunicação

no ambiente digital que realizam um bom trabalho por meio de aplicativos, como por exemplo, os oferecidos por veículos tradicionais como a Folha de S. Paulo e o Estadão.

Para Chris Anderson (2006), a tecnologia faz com que o mercado de grandes massas se transforme em diversos nichos, fenômeno no qual ele denomina como cauda longa. Ou seja, no ambiente digital sempre irá existir diversos nichos e, por menor que seja esse nicho ele sempre irá alcançar alguém.

> Em vez de avançarem como manada numa única direção, eles agora se dispersam ao sabor dos ventos, à medida que o mercado se fragmenta em inúmeros nichos. A única grande área em crescimento acelerado é a internet, mas nesse caso trata-se de um oceano sem categoria própria, com milhões de destinos, cada um desafiando, à sua maneira, a lógica convencional da mídia e do marketing. (ANDERSON, 2006 p. 10)

Portanto, uma aposta em um público que se interessa por informações jornalísticas de maneira generalista seria apenas mais um aplicativo nesse segmento, tendo um desafio maior de se trabalhar com a inovação. O grande ponto a se levar em consideração é atingir um mercado de nicho jornalístico. No caso, o escolhido foi o âmbito de música pop.

Capítulo 4: A mudança de hábitos culturais atrelados aos novos métodos de comunicação

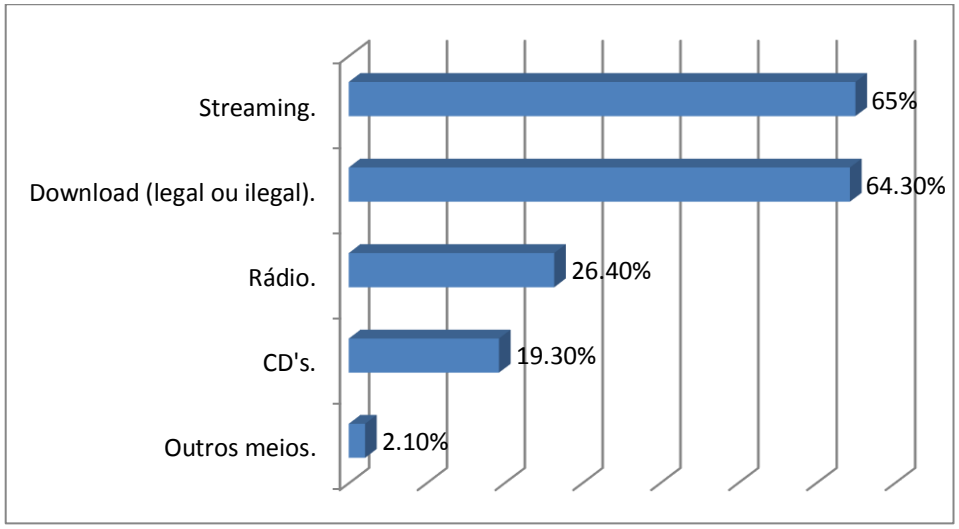
Atualmente, as possibilidades são inúmeras de disseminação de conteúdo jornalístico e a internet é apontada como um dos meios presentes nesse recente modelo de novas tecnologias. Em 2015, a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), em parceria com o Ibope, realizou uma pesquisa brasileira sobre os hábitos de consumo de mídia da população brasileira para entender melhor como as pessoas no País se relacionam com os meios de comunicação social.

Falando especificamente do ambiente digital, a internet foi apontada por 42% dos brasileiros como meio de comunicação mais utilizado, ficando atrás da televisão, com 93%, e do rádio, que seguiu com 46%. (2015, p.7). Dentre os usuários, 76% afirmaram utilizar a

internet todos os dias, em uma frequência média de 4h59 de segunda a sexta-feira e 4h24 aos finais de semana.

Dados do mercado fonográfico também mostram que a música está diretamente ligada às novas tecnologias mercadológicas, tanto que, atualmente, os serviços de *streaming* são os principais responsáveis pelo consumo de música no Brasil. Para chegar a tal conclusão, neste trabalho foi realizada uma pesquisa de mercado, já mencionada anteriormente neste relatório, com 140 indivíduos, com a seguinte pergunta: "Por quais meios você costuma ouvir música?"

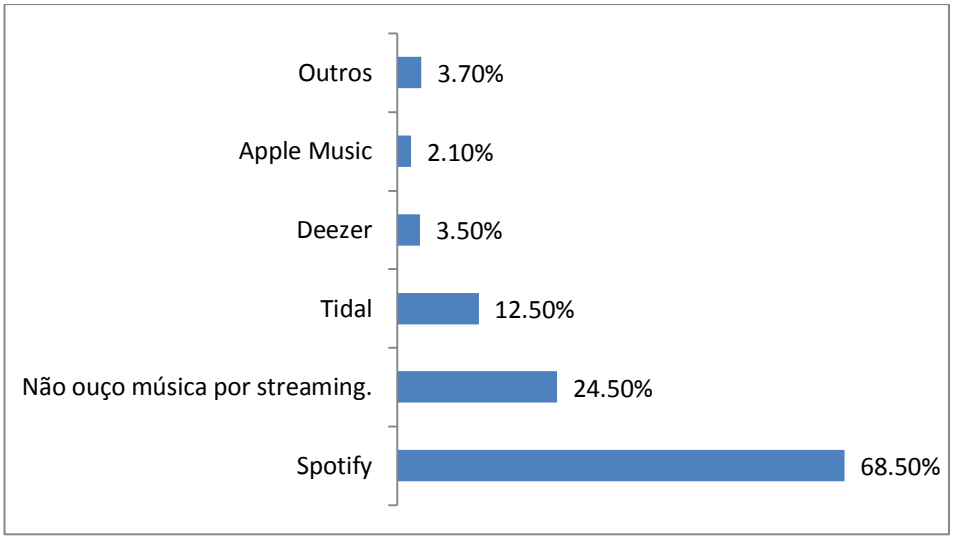
Gráfico 6 – Consumo de música



O resultado mostra que a grande maioria já está familiarizada com os serviços de *streaming* disponíveis no mercado e que, atualmente, é a plataforma mais eficaz para se consumir música.

Também foi questionado por qual plataforma de streaming os usuários consomem música.

Gráfico 7 - Por qual plataforma de streaming consome música



Os números apontaram que a maior parte do público-alvo está familiarizada com o aplicativo Spotify. Esse dado é importante para a incorporação de conteúdos no aplicativo Anexo Pop, dando a possibilidade que o leitor ouça determinada música diretamente do app, sem precisar ir até o Spotify para escutá-lo.

Tendo como base a crescente utilização de aplicativos pelos brasileiros, o consumo de música por meio de plataformas digitais e a pesquisa mercadológica realizada para estabelecer o público-alvo se entende que um aplicativo como o Anexo Pop se torna viável por conseguir mesclar a utilização da tecnologia com a informação jornalística cultural, com ênfase em música pop, que é o tema central da proposta do app.

Segundo Lucia Santaella (2003), em seu livro "Cultura e Artes do Pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura", o processo de desenvolvimento cultural está diretamente atrelado à evolução tecnológica. Do controle remoto em diante, estamos naquilo que ela denomina como "cultura de mídias". Tais ferramentas contribuíram diretamente para a modificação dos hábitos sociais e também modificam o modo como a comunicação é realizada, dando novos parâmetros e oferecendo recursos híbridos de se transmitir a informação.

> Com o agigantamento crescente dos meios de comunicação de massa, no século XX, foram também crescendo as dificuldades para se estabelecer distinções claras entre o popular, o erudito e o massivo. Essas dificuldades atingiram seu clímax a partir dos anos 1980, com o surgimento de novas formas de consumo cultural propiciadas pelas tecnologias do disponível e do descartável: as fotocopiadoras, videocassetes, videoclips, videojogos, o controle remoto, seguido pela indústria de CDs e a TV a cabo, ou seja, tecnologias para demandas simbólicas heterogêneas, fugazes e mais personalizadas. (SANTAELLA, 2003, p. 52-53)

As novas tecnologias trazem consigo um papel importante nos hábitos culturais da sociedade contemporânea. O jornalista Victor Caputo**,** do portal da Revista Exame, utilizando como fonte zero os dados fornecidos pela empresa de métricas de aplicativos App Annie, realizou uma reportagem mostrando que o Brasil é um dos países que mais realiza o download de aplicativos no mundo.

O relatório, realizado no final do ano de 2015, mostra que o Brasil ocupa a décima primeira posição de países que mais fazem download pelo iOS (sistema operacional móvel da Apple). Os números pelo Android (Google Play) são ainda mais consideráveis: o País é o segundo que mais faz download pelo sistema, perdendo apenas para os Estados Unidos que ocupa a primeira posição do ranking.

Figura 1 – Ranking de países que mais realizam downloads de aplicativos pelo Google Play

Top Countries by Downloads
Google Play Q3 2015

Rank	Country	Rank Change vs. Q2 2015
1	United States	N.C.
2	Brazil	N.C.
3	India	N.C.
4	Russia	N.C.
5	Mexico	N.C.

App Annie

Fonte: (APP ANNIE, 2015).

Levando em consideração tais dados, foi definido que o Anexo Pop seria disponibilizado para *smartphones* que tivessem como sistema operacional o Android.

Capítulo 5: A implantação do aplicativo no Google Play

Sites que permitem a criação de um aplicativo tornam-se opções interessantes para quem não tem um grande conhecimento em programação. Embora tais ferramentas tragam limitações e um padrão obrigatório estabelecido, é possível incorporar conteúdos de outras plataformas, de acordo com a necessidade de cada app.

Inicialmente, a plataforma Fábrica de Aplicativos oferece um plano gratuito para usufruir e verificar se a plataforma é ideal para o seu produto. O aplicativo é disponibilizado gratuitamente por meio do link app.vc/anexo_pop no qual qualquer um pode ter acesso.

No entanto, para a disponibilização do aplicativo no Google Play, que é a loja virtual do Google no qual você pode baixar os mais diversos aplicativos que a opção oferece, é necessário possuir uma conta premium na plataforma Fábrica de Aplicativos e uma conta no Google Play Developer Console, que trata-se de um perfil para a elaboração e envio do aplicativo ao Google Play.

Após o envio do aplicativo para a conta Google, são solicitadas diversas informações para o encaminhamento do aplicativo para análise e posteriormente sua liberação. No primeiro momento é necessário enviar o nome do aplicativo, uma imagem que irá servir como logo do aplicativo, uma breve descrição ou slogan e três imagens para serem exibidas na página do Google Play. Também é solicitado que seja selecionado a categoria no qual o aplicativo se enquadra e sua classificação de conteúdo. Para o Anexo Pop, a categoria foi “comunicação” e o público com classificação livre.

Para a classificação de conteúdo, é necessário preencher um questionário informando se o aplicativo contém material violento, sexual ou nudez, qual tipo de público ele atende,

qual o sexo e a classificação final, que se enquadrou na categoria “referências, notícias ou educativos”.

O próximo passo é o relato sobre preço e distribuição. Nessa etapa é escolhido se o aplicativo é pago ou gratuito. Na sequência, a escolha de quais países o aplicativo pode ser distribuído. A opção para o Anexo Pop foi de mais de 141 países.

Realizando todo esse procedimento obrigatório, o Google libera a opção de envio do aplicativo para o Google Play, que é enviado em algumas horas até que esteja disponível na ferramenta.

É possível analisar o desempenho do seu aplicativo por meio da conta. Dados como qual país realizou o download, operadora de celular, versão do Android, dia que o download foi realizado e modelo do aparelho de telefone do usuário são disponibilizados para acesso e controle do desenvolvedor.

Capítulo 6: A produção de conteúdo jornalístico

O aplicativo conta com três pilares para a produção de conteúdo jornalístico, sendo eles as seções: Notícias, Anexo Crítica e Anexo Entrevista.

Para gerar conteúdos na seção de notícias, foi realizado o encaminhamento de e-mails para assessorias de imprensa relacionadas ao meio musical solicitando a inclusão do Anexo Pop no mailing.

Para a seção de críticas, o trabalho jornalístico de pesquisa aprofundada sobre os álbuns e artistas em questão foram considerados como prioridade para a argumentação e conhecimento do assunto tratado. O Anexo Crítica está concentrado em álbuns que tenham sido lançados recentemente, pois entende-se que eles geram mais evidência e interesse na leitura dos usuários por se tratar de um material recém lançado no mercado.

Já na seção de entrevistas, os assuntos eram livres, porém relacionados à editoria cultural com ênfase em música pop.

Os artistas de interesse do público-alvo também são observados e acompanhados pela marca, pois as novidades oficiais postadas por eles em suas redes sociais também podem gerar conteúdos noticiosos para o app.

Capítulo 7: Mesclando o Jornalismo Digital com o Jornalismo Cultural

O aplicativo trabalha basicamente com esses dois pilares relacionados às questões jornalísticas: cultural e digital. O jornalismo digital pede a utilização de recursos audiovisuais para trabalhar a interação com o leitor. Vídeos, áudios e um design atraente são alguns pontos fundamentais para prender a atenção do usuário. É necessário trabalhar também em uma linguagem que seja atrativa de se ler nessa plataforma. Um texto muito poluído e complexo não condiz com a realidade de praticidade que o ambiente propicia. Como Pollyana Ferrari (2004) coloca, não trata apenas de uma reprodução de conteúdos de outras plataformas para o meio digital, mas sim da implantação de um conteúdo que esteja em diálogo com a mídia em questão.

> Jornalismo digital não pode ser definido apenas como o trabalho de produzir ou colocar reportagens na Internet. É preciso pensar na enquete (pesquisa de opinião com o leitor); no tema do chat, o bate-papo digital; nos vídeos e áudios; e reunir o maior número possível de assuntos e serviços correlatos à reportagem. (FERRARI, 2004, p. 45)

Do mesmo modo, tratar de conteúdo cultural não é apenas trabalhar na reprodução de informações de maneira passiva. É necessário também colocar a postura profissional, de acordo com o aprendizado desenvolvido no decorrer do curso de jornalismo. Para Francisco de Assis (2008), o distanciamento da opinião pessoal é um dos principais desafios na prática da profissão nesse âmbito.

> A crítica é, numa tradução minimalista das ideias de Marcelo Coelho (2000), uma das mais nobres responsabilidades exercidas pelo jornalismo cultural. Isso porque não é fácil delimitar uma linha tênue entre opiniões fundamentadas e julgamentos pessoais, principalmente nos dias de hoje, quando não se encontram tantos espaços para tal exercício. (ASSIS, 2008. p.188).

Um dos pontos de criação de conteúdo do aplicativo são as críticas culturais, feitas a partir de álbuns pop lançados recentemente. O conceito de música pop desenvolvido para a disseminação de conteúdo vai de acordo com o que o público-alvo costuma ouvir, não se delimitando necessariamente ao gênero pop. O espaço é aberto tanto para os grandes nomes evidentes no *mainstream*, que viram notícia facilmente, quanto artistas *underground*.

O conceito de música pop utilizado pelo trabalho, de modo geral, tem forte influencia da música internacional, regada pelos gêneros R&B, jazz, dance, eletro, rock que alcançam notoriedade em nível global.

Capítulo 8: Plano de monetização

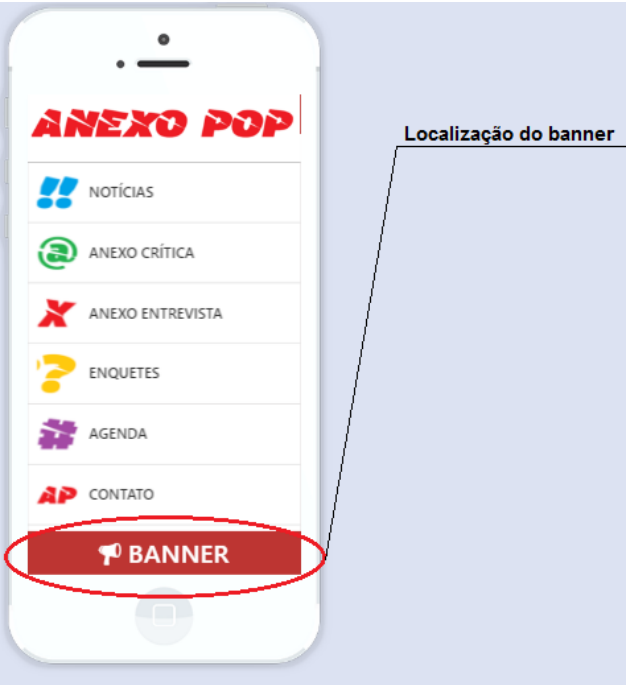
A estratégia de monetização a se traçar foi avaliada de acordo com o produto ofertado ao usuário. Baseando-se nos interesses, hábitos de consumo e culturais do público-alvo ajudaram a definir a melhor maneira de se monetizar o aplicativo.

> Hoje em dia, os modelos de negócios mais interessantes estão descobrindo maneiras de ganhar dinheiro em função do Grátis. Mais cedo ou mais tarde, toda empresa precisará descobrir formas de utilizar o Grátis ou competir com o Grátis, de uma forma ou de outra. (ANDERSON, 2009, p. 14)

No caso do Anexo Pop, a escolha foi a implantação do modelo freemium com ads, conforme conceituação de Anderson. Esse modelo é oferecido ao usuário de maneira gratuita. A publicidade será por meio de empresas que atuam na área de música e em áreas ligadas ao

público-alvo do aplicativo que terão destaque no app com a divulgação de *banners* dentro do aplicativo, onde a lucratividade é baseada nos cliques dos usuários.

Figura 2 – Localização do banner no aplicativo



Para o Anexo Pop, a opção é gratuita, tendo como embasamento uma pesquisa realizada pela Nielsen (2015), no qual indica que, apenas 10% dos leitores de notícias por smartphone querem pagar por conteúdo jornalístico.

Capítulo 9: Anunciantes em potencial

Em concordância com a estratégia de manter o acesso ao app de maneira gratuita por meio de anúncios publicitários, abaixo, a seleção de algumas opções de empresas que possuem um forte vínculo com a marca Anexo Pop e que são de grande interesse do público-alvo:

A Livraria Saraiva, empresa de origem brasileira, é apontada como um dos possíveis banners de publicidade. Será responsável pela divulgação de vendas de CDs e DVDs, dando destaque aos lançamentos.

O Spotify, empresa de origem sueca, também é um anunciante em potencial, tendo em vista que é uma das principais ferramentas de streamings da atualidade. Será responsável por disponibilizar os lançamentos musicais – do gênero pop – na plataforma.

A Time For Fun, empresa de origem mexicana, que contrata shows nacionais e internacionais no Brasil, terá um papel de divulgação na seção de shows do aplicativo. Os links dos shows da produtora serão disponibilizados no aplicativo.

A Livepass também é uma das empresas brasileiras responsáveis por shows tanto internacionais quanto nacionais no Brasil, servindo como suporte de vendas na seção de shows.

A Ingresso Rápido é uma empresa de prestação de serviços brasileira que vende ingressos para eventos culturais por meio do seu site. Contribuiria com banners para divulgação dos shows do mercado pop que estão acontecendo no território nacional.

Dessa maneira, as empresas citadas anteriormente e outras que atuem na área de música pop e segmentos correlatos se tornam anunciantes publicitários em potencial para viabilizarem financeiramente as atividades do Anexo Pop, possibilitando que o app possa ser oferecido gratuitamente aos usuários.

Capítulo 10: Orçamento do projeto

ITEM	PREÇO
Hospedagem do aplicativo – Plano Bronze	R$ 72,00
Conta Google Play Developer Console	R$ 80,00
Livro – A Cauda Longa + Free	R$ 18,00
Encadernação	R$ 25,00
Impressão	R$ 18,50
TOTAL	R$ 213,50

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do Anexo Pop foi trabalhar em um eixo diferente de comunicação com seus usuários. Enquanto os concorrentes utilizam as redes sociais para divulgar as notícias publicadas em seus sites, induzindo o leitor a visita-los para obter a informação completa do conteúdo, o Anexo Pop objetiva a praticidade.

O usuário consegue ler o conteúdo completo por meio do aplicativo, não havendo a necessidade de migrar até as redes sociais para ter acesso ao conteúdo que é postado. As informações publicadas em todas as redes sociais do Anexo Pop estão reunidas em uma única plataforma *mobile*, convergindo todas as informações e proporcionando a praticidade ao usuário que não tem tempo de acessar todas as redes sociais.

A prática de jornalismo, realizando a junção da linguagem do meio digital atrelado ao conteúdo cultural proposto pelo aplicativo, desenvolve um conteúdo incorporado às redes sociais que até então não tinha sido apresentado por nenhum de seus concorrentes, chegando a consideração de que é possível inovar fazendo jornalismo e pensando na profissão como um modelo de negócio.

REFERÊNCIAS

Bibliografia

ANDERSON, Chris. **Free:** grátis: o futuro dos preços. 5 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. 267 p.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. 389 p.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 2º ed. São Paulo: Contexto, 2004. 120p.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000. 725 p.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 1 ed. São Paulo: Editora 34, 1999. 250 p.

MEYER, Philip**. Os jornais podem desaparecer?** - Como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Contexto, 2007. 263 p.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. 4 ed. São Paulo: Paulus, 2003. 357 p.

Webgrafia

10% dos leitores de notícias no smartphone querem pagar para ler conteúdo jornalístico. São Paulo: Nielsen, 2015. Disponível em: <http://www.nielsen.com/br/pt/insights/news/2015/10-porcento-dos-leitores-de-noticias-no-smartphone-querem-pagar-para-ler-conteudo-jornalistico.html>. Acesso em: 12 mai. 2016.

APP ANNIE. **The app analytics and app data industry standard**. Disponível em: <https://www.appannie.com/>. Acesso em: 22 abr. 2016.

CAPUTO, Victor. **Android tem o dobro de downloads de apps do que ios em 2015**. 2016. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/android-tem-dobro-de-downloads-de-apps-do-que-ios-em-2015>. Acesso em: 22 abr. 2016.

PESQUISA brasileira de mídia 2015. Brasil: Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social, 2015. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 17 mai. 2016.

Periódicos

ASSIS, F. De. **Revista de Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 9, n. 20, p. 183-192, set./dez. 2008

Anexo Crítica – Anti: a consolidação de Rihanna

Desde 2012 sem lançar um álbum, Rihanna havia entrado em um hiato inédito em sua carreira musical. A cantora – que costumava lançar álbuns anualmente – decidiu dar um intervalo maior para o lançamento de seu oitavo álbum de estúdio, apelidado inicialmente como #R8.

A expectativa ao redor do trabalho era grande. Muitos produtores falavam sobre o projeto, mas a própria cantora procurava se esquivar ou falar superficialmente sobre o assunto.

Durante o ano de 2015 estimava-se que o álbum seria lançado, levando em consideração a divulgação das faixas FourFiveSeconds (em parceria com Kanye West e Paul McCartney), Amerycan Oxygen e Bitch Better Have My Money. No entanto, as faixas não entraram para a versão final do álbum.

"Anti" é de fato a melhor definição para o álbum: Rihanna, que vinha trabalhando em músicas comerciais em parceria com grandes DJs como Calvin Harris e David Guetta em seus trabalhos anteriores decidiu se dedicar a uma sonoridade menos comercial, mais consistente e autoral.

"Work", primeiro single do projeto, é uma parceria da cantora de Barbados com o rapper e cantor canadense Drake. Com refrão pegajoso e uma batida dancehall envolvente, qualquer um é pego facilmente cantando o refrão (work, work, work, work, wor,k work).

"Consideration", faixa em parceria com a cantora SZA abre o álbum com Rihanna mostrando a que veio. Com a frase "eu tenho que fazer as coisas do meu jeito, querido " a intérprete mostra que pode dizer não a gravadora e fazer as coisas acontecerem ao seu modo.

A faixa "Love On the Brain" é, de longe, um dos maiores destaques de sua carreira. Com vocais arriscados, a cantora interpreta a balada em tons jamais ouvidos anteriormente em sua voz. E simplesmente surpreende, mostrando sua incrível versatilidade não só em gêneros musicais, mas também em tonalidade de voz.

Em linhas gerais, o álbum demonstra uma nítida evolução de Rihanna como artista. A cantora provou que já se encontra em um patamar no qual pode arriscar fazendo o que ela quiser, do jeito que ela quiser. Afinal, em pouco mais de uma década de carreira, ela já s tornou um dos

maiores nomes da indústria e demonstrou no “Anti” que não precisa mais provar nada a ninguém.

Anexo Crítica – Joanne: uma nova Lady Gaga?

Desde que surgiu no cenário mainstream da música pop, Lady Gaga é reconhecida por sua autenticidade. Sempre excêntrica, a cantora americana costumava abusar de looks e perucas em seus clipes e performances ao som de suas músicas dançantes regadas de eletropop.

No entanto, eu seu quinto álbum de estúdio intitulado “Joanne”, a cantora parece ter construído uma outra identidade musical.

Joanne é o nome da tia de Lady Gaga que faleceu de lúpus aos 19 anos. Gaga nunca chegou a conhecê-la, porém sempre afirmou em entrevistas sentir uma forte ligação com ela. Joanne também é um dos nomes originais da cantora (Stefani Joanne Angelina Germanotta).

Com fortes influências de country, rock e pop, o álbum consegue ter seus altos e baixos.

“Diamond Heart”, faixa que dá inicio ao álbum é, sem dúvidas, um dos pontos altos. Com vocais fortes e um instrumental produzido por Mark Ronson (produtor do mega hit Uptown Funk) consegue mesclar uma clara influência do rock dos anos 80 com elementos eletrônicos acrescentados de fundo na medida certa. A junção deu muito certo.

“Hey Girl”, faixa em parceria com a cantora Florence Welch (única parceria do álbum), trás um tema feminista em sua letra. Os vocais das cantoras se mesclam em perfeita sintonia com um arranjo que favorece com que o dueto se torne ainda mais harmonioso. No entanto, não há nenhum ápice na canção, a tornando um tanto quanto linear.

“Angel Down” é a última música presente na versão standard do álbum e foi colocada nessa posição de maneira bastante inteligente. A balada, que trás harpas em seu instrumental, ganha pontos pela letra que faz uma crítica as prioridades da sociedade moderna. Gaga coloca seus vocais de maneira que a favorece, transparecendo emoção na canção.

De modo geral, o álbum pouco se assemelha ao que estamos acostumados ver de Lady Gaga. Não é o seu trabalho mais genial, mas também não é algo que se despreze. O projeto soa

como a volta as suas origens, quando ainda fazia parte do cenário underground cantando pelos bares de Nova York. Aparentemente ela tem conseguido.

Anexo Entrevista – Entrevista Aghatus

Pauta: Entrevista com Aghatus.

Histórico/Sinopse: Entrevista com o objetivo de analisar a visão de um artista underground no cenário atual da música.

Enfoque/Encaminhamento: Aghatus é um cantor underground de pop que mora em Pirituba, São Paulo.

Plataforma para entrevista: pessoalmente.

Questões:

1. Desde quando você canta?

2. Além da música, você exerce outras atividades?

3. Quando eu conheci seu trabalho, fui apresentado como "ele é meio Lady Gaga". Você acha que essa é uma boa definição para o seu trabalho?

4. Você tem um álbum lançado no Spotify e recentemente lançou uma faixa também, 1:11. Como foi o processo até sua música chegar na plataforma?

5. Você acredita que se fosse um cantor dos anos 80 teria a mesma facilidade de disseminar sua música para o público?

6. Pra você, a rádio ainda é fundamental para o sucesso de um artista?

7. Você está prestes a lançar música nova e clipe novo, a faixa 3D. Como você definiria essa música?

Fonte: Aghatus https://www.facebook.com/Aghatus/