

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS  
JORNALISMO

Mirela Ferreira de Melo

**DO VINIL AO PRE-SAVE: COMO AS DIFERENTES GERAÇÕES DE FÃS SE  
COMPORTAM**

São José dos Campos, SP

2025

Mirela Ferreira de Melo

**DO VINIL AO PRE-SAVE: COMO AS DIFERENTES GERAÇÕES DE FÃS SE  
COMPORTAM**

Memorial Descritivo apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel.

Orientador(a): Prof.<sup>a</sup> Vânia Braz de Oliveira

São José dos Campos, SP

2025

## **TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA**

### **Ficha catalográfica**

Melo, Mirela

DO VINIL AO PRE-SAVE : Como as diferentes gerações de fãs se comportam / Mirela Melo; orientadora, Vânia Oliveira. - São José dos Campos, SP, 2025.

72 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos. Jornalismo .

Inclui referências

1. Jornalismo . 2. Fãs. 3. Comportamento. 4. Indústria fonográfica. 5. Evolução tecnológica. I. Oliveira, Vânia, orient. II. Universidade do Vale do Paraíba. Jornalismo . III. Título.

Eu, Mirela Melo, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 11 de Dezembro de 2025.

Mirela S. Melo

Autor(a) da Obra

Data da defesa: 03 / 12 / 2025

AC 232677

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por ter me dado a graça de viver essa realização, por dar saúde à minha família para que pudessem estar presentes neste momento e por me dar força e coragem para lutar pelos meus sonhos.

Agradeço imensamente ao meu pai, Gilberto, por ter batalhado muito na vida, ter mudado nosso futuro e me dado essa oportunidade. Muito além disso, agradeço a ele por me mostrar que é possível, por alimentar os meus sonhos e acreditar em mim, por ser minha inspiração.

À minha mãe, Francineuda, a quem não tenho nem palavras para dizer o quanto sou grata por tudo o que faz por mim todos os dias. Obrigada por me cuidar tão bem, colocar amor em cada detalhe e por ser o abraço que me conforta e me dá forças para seguir em frente.

Agradeço ao meu irmão, Ranieri, que, desde que me conheço por gente, me ajuda em tudo o que pode, facilita minha vida e sempre zela por mim. Sou grata por todas as nossas idas e voltas da faculdade, momentos em que a rotina fica mais leve com suas músicas e piadas.

Ao Pedro Henrique, por ser o melhor parceiro durante toda essa trajetória. Obrigada por me ajudar em todos os trabalhos que, diga-se de passagem, não têm nada a ver com sua área de atuação. Obrigada por apoiar meus sonhos e acreditar neles.

Agradeço especialmente à minha orientadora, Vânia, que, desde o começo desta jornada, tem me apoiado e ajudado em tudo o que pode. Sou infinitamente grata por tudo.

E, por fim, ao Bolt e à Lilica, meus bichinhos de estimação, que tornam minha vida mais bonita apenas por existirem.

“Deus não coloca um desejo em nosso coração que Ele não possa realizar.”

- Santa Terezinha do Menino Jesus

## RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de entender se houve uma mudança no comportamento dos fãs de artistas musicais ao longo das gerações, explorando as diferenças entre as décadas de 1980, 1990 e anos 2000. A fim de produzir uma grande reportagem em vídeo, investigando as possíveis mudanças nas atitudes dos fãs e os fatores externos que contribuíram para essas transformações, como a evolução tecnológica e a chegada da internet. A pesquisa concentra-se nos gêneros musicais Rock e Pop, escolhidos por sua popularidade e impacto cultural, além de sua representatividade em diferentes épocas. Serão estudados, por meio de publicações bibliográficas e entrevistas, os comportamentos existentes em cada época, a popularidade desses gêneros musicais selecionados, a relação entre eles e seu público e a maneira como as ações dos fãs se transformaram.

**Palavras-chave:** Fãs; Artistas musicais; Gerações; Pop; Rock.

## **ABSTRACT**

This work aims to understand whether there has been a change in the behavior of fans of musical artists across generations, exploring the differences between the 1980s, 1990s and 2000s. In order to produce a large video report, investigating possible changes in fan attitudes and the external factors that contributed to these transformations, such as technological evolution and the arrival of the internet. The research focuses on the musical genres Rock and Pop, chosen for their popularity and cultural impact, as well as their representation in different eras. The existing behaviors in each era, the popularity of these selected musical genres, the relationship between them and their audience and the way in which fan actions have changed will be studied through bibliographical publications and interviews.

**Keywords:** Fans; Musical artists; Generations; Pop; Rock.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Linha do tempo .....	20
Figura 2- Trecho reportagem- GC .....	51
Figura 3- Trecho reportagem- caixa de texto .....	52
Figura 4- Trecho reportagem- gráfico.....	52
Figura 5- Paleta de cores .....	53
Figura 6- Trecho reportagem- transição.....	54
Figura 7- Trecho reportagem- linha do tempo .....	55
Figura 8- Trecho reportagem- encerramento .....	56

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Pré- roteiro .....	36
Quadro 2- Pauta fãis .....	38
Quadro 3- Pauta psicólogo.....	39
Quadro 4- Pauta especialista .....	40
Quadro 5- Orçamento .....	42
Quadro 6- Roteiro.....	50
Quadro 7- Cronograma .....	57

## SUMÁRIO

<b>EU JORNALISTA</b> .....	10
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>1 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	14
1.1 GRANDE REPORTAGEM.....	14
1.2 A CULTURA DOS FÃS .....	16
1.3 EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE CONSUMO MUSICAL AO LONGO DOS ANOS .....	20
1.4 OS GÊNEROS MÚSICAIS ROCK E POP .....	24
<b>2 RELATO DE ATIVIDADES</b> .....	29
<b>3 GRANDE REPORTAGEM: DO VINIL AO PRE-SAVE</b> .....	31
3.1 PRÉ-PRODUÇÃO .....	31
3.2 PÚBLICO-ALVO .....	31
3.3 PRÉ-ROTEIRO .....	32
<b>4 PRODUÇÃO</b> .....	37
4.1 PAUTA .....	37
4.2 ORÇAMENTO .....	41
<b>5 PÓS-PRODUÇÃO</b> .....	43
<b>6 CRONOGRAMA</b> .....	57
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	58
<b>ANEXO A: GLOSSÁRIO</b> .....	61
<b>ANEXO B: FICHAS DE ORIENTAÇÃO</b> .....	62

## **EU JORNALISTA**

Quando criança, meu sonho era ser cantora; a habilidade não veio junto com o sonho, mas a criatividade das palavras, sim. Eu comecei desde pequena a escrever letras de músicas, que não eram as melhores, mas trabalhavam muito a minha escrita e criatividade.

Antes da música, meus pais me apresentaram outra paixão, a das histórias. Mesmo quando ainda não sabia ler ou escrever, meus pais liam para mim. E com a minha criatividade, eu me inspirava e criava diversas histórias que eram contadas para o meu irmão mais velho antes de dormir.

Assim, quando entrei no ensino fundamental e aprendi a escrever redações, nasceu a vontade de escrever mais. Passei então a escrever pequenos livros e deixar minha mente voar na criação de novas histórias; isso fazia minha vida mais feliz.

A paixão pelos livros, que começou com a leitura dos meus pais, foi crescendo junto comigo. Ler e emergir em diferentes mundos não era uma maneira de fugir da realidade, mas sim de deixá-la muito mais bonita, de enxergar a vida e as situações com um pouco do olhar de cada novo personagem que eu conhecia.

Com o passar do tempo, foi chegando a hora de decidir qual carreira pretendia seguir e a vontade de entrar no mundo da comunicação sempre foi muito certa, isso me levou a entrar em um técnico em publicidade, que, por reviravoltas da vida, não pude terminar, mas já foi o suficiente para abrilhantar ainda mais meus olhos para esse caminho.

Seguindo no ensino médio, me formei em técnico de administração, no qual me encantei pelo marketing, me encantei por criar, planejar e colocar no papel novas ideias relacionadas a uma empresa. Mas descobri a vontade de estar perto das câmeras e quis juntar a habilidade da criação com essa vontade, por isso, quando entrei pela primeira vez na faculdade, cursei Rádio e TV. Curso que me mostrou um mundo de possibilidades e novas paixões e, ao lado dele, conheci um pouquinho do jornalismo.

No fato de conhecer o jornalismo, me encantei pelo entretenimento. Com as oportunidades que tive ao longo do curso de Rádio e TV, percebi que seria legal me melhorar e aprender mais, me tornar um profissional completo. Além de querer colocar minha criatividade e curiosidade a meu favor, juntando tudo isso, resolvi ingressar em uma segunda graduação, decidindo cursar jornalismo. Afirmo que, mesmo com todas as dificuldades, não poderia ter feito outra escolha, ser jornalista sempre esteve em mim.

## INTRODUÇÃO

Esse trabalho tem como tema apresentar a maneira como os fãs de artistas musicais, de São José dos Campos-SP, se comportam e a diferença deste comportamento entre as gerações. Separando por décadas, vamos entender como cada fã costumava agir e como agem nos dias atuais, levando em consideração à chegada da internet e a evolução da tecnologia.

Desta maneira, o objetivo é desenvolver e produzir uma grande reportagem em vídeo, explorando a existência da diferença do comportamento do fã musical de cada geração, com o propósito de compreender como funcionam e funcionavam as relações dos fãs de artistas musicais ao passar dos anos.

Como problema, temos o desafio de entender se existe qualquer diferença no comportamento dos fãs entre as gerações e quais são as principais características que os diferem. Será que a figura de ídolo inalcançável ainda continua a mesma na visão do fã ou será que, nos dias atuais, com a facilidade de interação, essa relação perdeu um pouco da sua força? A resposta para essas e outras perguntas é a razão pela qual esse trabalho foi desenvolvido.

A maneira encontrada para o desenvolvimento deste produto foi investigar, por meio de artigos, livros, revistas e documentários, os tipos de comportamento dos fãs de artistas musicais de diferentes gerações, além de identificar se existe uma diferença nítida de comportamento ao passar dos anos. Identificando as características desta diferença, será feita uma comparação desses comportamentos dos admiradores dos artistas musicais de diferentes faixas etárias, por meio de entrevistas, a fim de compreender a origem e o porquê de seus modos de agir.

Por meio do recorte geracional, buscou-se compreender como foi a mudança desses comportamentos e quais foram os elementos externos que contribuíram para que isso acontecesse. Além das mudanças das relações sociais com a música, como a evolução dos meios de comunicação e a chegada da internet, alterou-se também a maneira como as pessoas consomem produtos musicais, a facilidade de acesso às informações e até as relações interpessoais.

Para melhor detalhar, buscou-se investigar o comportamento entre as décadas de 80, passando por 1990 até chegar aos anos 2020. Outro fator de enfoque será o público escolhido, pois foram selecionados para a realização da pesquisa por meio de entrevistas os fãs dos gêneros musicais Rock e Pop. Gêneros que conversam entre si e que possuem mais popularidade entre certas gerações e diferentes décadas. A restrição deste público fez com que o estudo se tornasse mais difícil, porque os gostos parecidos foram acompanhados de atitudes similares.

Os temas “Cultura dos fãs”, “Evolução dos meios de consumo musical ao longo dos anos”, “Gêneros musicais Rock e Pop”, além de como funciona uma grande reportagem, produto desenvolvido por meio deste trabalho, serão vistos no decorrer deste Memorial.

# 1 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico serão abordados os seguintes temas: grande reportagem, a cultura dos fãs, a evolução dos meios musicais ao longo dos anos e os gêneros musicais Rock e Pop.

## 1.1 GRANDE REPORTAGEM

No jornalismo, existem duas categorias principais de notícias: as pautas quentes e as pautas frias. As pautas quentes estão relacionadas a acontecimentos atuais e factuais, que precisam ser divulgados imediatamente. Já as pautas frias são aquelas que não possuem um “prazo de validade” imediato, podendo ser desenvolvidas com maior prazo e aprofundamento.

As grandes reportagens se enquadram na categoria de pautas frias, pois exigem mais tempo e dedicação tanto na pré-produção quanto na produção e edição. Essas reportagens são geralmente mais longas, podem incluir um maior número de entrevistados e apresentam diversos subtítulos que permitem uma explicação mais detalhada e aprofundada do tema.

O gênero jornalístico grande reportagem consiste na composição sob a forma de um vídeo ou filme, com uma série de informações relativas a um acontecimento particular, da atualidade, ou a um fenômeno da sociedade, tratando os assuntos em profundidade, sob várias facetas. São exemplos desse gênero programas como o Globo Repórter da rede Globo e Câmera Record da rede Record de televisão. (Zani, online, 2014)

Esse formato é ideal para dar visibilidade a temas cotidianos ou menos explorados no jornalismo diário. Ele permite contar uma história completa, desde seu início até suas consequências, aprofundando-se em cada detalhe que compõe o acontecimento. O objetivo principal é oferecer ao público uma compreensão clara e detalhada do tema abordado.

A Grande Reportagem, ainda para Lima (2009), configura-se numa abordagem multiangular para uma compreensão da realidade, a qual ultrapassa o enfoque linear, fazendo a abordagem ganhar contornos sistêmicos para o

estabelecimento das relações entre as causas e as consequências em torno de um problema. Haverá, pois, limites mais amplos para o desenvolvimento do trabalho de apreensão da notícia, em mais aspectos e modos discursivos, conforme o tempo e as técnicas utilizadas na exploração do tema. (Lima apud. Souza, online, 2011, p. 5)

As grandes reportagens em vídeo, também conhecidas como videoreportagens, podem ser apresentadas de duas formas: como uma série dividida em capítulos ou como um único vídeo. Sua duração costuma ser maior, permitindo um tratamento mais aprofundado do assunto. No caso deste trabalho, o tema abordado será o comportamento entre gerações, e o formato escolhido permitirá uma análise detalhada de cada década. Dessa forma, será possível apresentar as mudanças e particularidades de maneira clara ao espectador.

Mas esse modelo de reportagem não deixa de ser um produto jornalístico, em que devem ser seguidas regras essenciais para a produção de um texto jornalístico. A pesquisa é indispensável, pois é neste processo de pesquisa e apuração que se aprofunda e se faz o entendimento do assunto que é abordado, para que assim nenhuma falsa e errônea informação chegue ao consumidor da notícia, a fim de manter a credibilidade do seu trabalho.

Pesquisar é fundamental para quem deseja construir uma reportagem consistente e com o mínimo de coerência. Em relação a esse trabalho, especialmente na Redação, Erbolato (2006) o define como Produção, no qual está inserida a pauta jornalística. “Para que uma pauta seja cumprida, recorre-se a entrevistas, a pesquisas e a arquivos” (p. 180). (Erbolato apud. Souza, 2011, online, p. 5)

Além de trazer para o texto ou para o vídeo uma linguagem clara, sem palavras muito difíceis, para que o telespectador consiga entender a informação e sem que dê muitas voltas, a fim de que a mensagem chegue “limpa”.

Objetividade jornalística é um dos conceitos que “dançam” entre o mito e a verdade da prática nessa profissão. Quanto a isso, Cotta (2005) revela a partir da avaliação de Manuais de redação da Folha de São Paulo e do Globo que esse objetivo com quê de inatingível, repousa sobre algumas escolhas até práticas ao longo da construção da notícia. Por exemplo, uso de palavras acessíveis a muitas pessoas, frases em forma direta, narração lógica, raciocínio objetivo e texto curto e bem explicado. (Cotta apud. Souza, online, 2011, p. 3)

A produção será realizada com uma linguagem descontraída com o intuito de que a conversa seja direta e de reconhecimento com o público-alvo, mas sem desrespeitar a estrutura de uma reportagem jornalística que trabalha com fatos; por isso serão exploradas entrevistas com personagens relacionados ao assunto, tanto especialistas quanto pessoas que viveram e vivem essa realidade.

Poucas matérias jornalísticas originam-se integralmente de observação direta. A maioria contém informações fornecidas por instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público. São o que se chama de fontes. É tarefa comum dos repórteres selecionar e questionar essas fontes, colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas. (Lage, 2001, p. 49)

A realidade retratada neste trabalho é a vivência de pessoas que respiram a cultura dos fãs, tema que será detalhado no próximo tópico.

## 1.2 A CULTURA DOS FÃS

Fãs são pessoas que admiram muito o trabalho de outras pessoas. Existem fãs ligados a quase tudo: fã de série/filme, jogo, desenho, música, teatro, etc. Nesse trabalho, o recorte é referente ao fã de artistas do mundo da música, pessoas que admiram, seguem e querem sempre estar por dentro dos lançamentos, álbuns, músicas e vida pessoal do artista. Segundo Garcia, em seu livro “Fãs e artistas: relação de amor e consumo”, para o autor, “um fã é capaz de se emocionar extremamente, só pelo fato de encontrar ou ver uma foto diferente ou uma notícia de seu ídolo, em qualquer veículo que ele tenha acesso”. (2019, p.57)

Em uma publicação no Instagram, o criador de conteúdo, André Ramos, aponta que a palavra “fã” deriva do inglês “fan”, cuja origem está no latim “fanaticus”. No português, a palavra “fanático” frequentemente carrega uma conotação pejorativa, associada a exagero, obsessão ou loucura.

A palavra fã deriva de fanático (fanatic), mas tem hoje um significado diferente da sua raiz etimológica. Um fanático é considerado mais extremista que um fã, que tem uma conotação quase passiva e de certo modo inofensiva. A presença

cada vez mais constante do terrorismo nas sociedades ocidentais conferiu um tom mais agressivo às noções de fanatismo ou fanático. (Cunha, 2007, p.1)

Inicialmente, o fã era muitas vezes visto de forma negativa, como alguém obcecado ou "louco" por algo ou outro alguém. Contudo, a partir da ascensão de grandes bandas, como os Beatles, as comunidades de fãs passaram a se organizar de maneira mais ativa e colaborativa. Essa organização levou ao surgimento dos fã-clubes, que promovem encontros, eventos e sorteios, além de realizarem ações coletivas, como mutirões para votar em premiações ou impulsionar músicas de seus ídolos ao topo das paradas.

As gravadoras, de forma mais estruturada incentivavam os fãs a pedirem músicas nas rádios, faziam divulgação maciça nos jornais e revistas impressos e distribuíam entre os fãs, camisetas, cartazes, ingressos para shows, acesso exclusivo aos camarins e outros produtos para manter a fidelização desses fãs. Com esse suporte, e recebendo todas as informações sobre o artista, em primeira mão, era que as gravadoras ajudavam na criação e fortalecimento dos fãs-clubes que tinham privilégios na comercialização e sorteios desses produtos entre seus integrantes. (Garcia, 2019, p. 47)

A existência de fã-clubes não é algo recente. Artistas da década de 1980, como Madonna, já possuíam comunidades de fãs bem estabelecidas. Porém, a forma de interação entre fãs e ídolos mudou de maneira drástica com a internet. Hoje, os fãs não apenas consomem conteúdo, mas também influenciam diretamente as ações e decisões de seus ídolos, expressando tanto satisfação quanto insatisfação com atitudes e obras. Essa capacidade de interação em tempo real deu aos fãs um poder significativo.

Essas comunidades acabam sendo meios de avaliação que vão dar um feedback positivo ou negativo para o trabalho dos artistas. Dessa forma, eles sabem como desenvolver sua próxima obra para obter mais sucesso na indústria cinematográfica ou musical. Alguns fãs realizam eventos, convenções e encontros para divulgá-los. (Fruet. et al., 2018, p.1)

A relação dos fãs com seus ídolos mudou significativamente desde a época da banda Queen, por exemplo. Naquele período, para interagir com seus ídolos, era necessário escrever cartas, comprar CDs, revistas e outros itens relacionados aos artistas admirados, muitas vezes demandando tempo e dinheiro.

Vale a pena ressaltar que artistas com mais de 10 anos de carreira, tinham fãs-clubes estruturados de modos diferentes dos atuais, uma vez que não havia redes sociais e acesso à internet com tanto alcance. Os fãs tinham maiores gastos com o consumo de revistas e jornais impressos, comercializam fotos e camisetas do artista, através do serviço dos correios, entre outros gastos com deslocamento, dado a dificuldades de ter informações rápidas sobre o artista. E também tinham gastos com o consumo de LP (vinil) que eram mais caros do que os atuais CDs. (Garcia, 2019, p. 51)

Antigamente, os fãs não possuíam o recurso da internet, então o acesso ao seu ídolo e a maneira como consumiam os conteúdos deles eram diferentes; precisavam escutar as músicas nos rádios ou programas de TV, a maioria não possuía acesso instantâneo. O consumo também estava muito relacionado a revistas e à tentativa de um contato por meio de cartas ou pessoalmente, indo a hotéis, em frente a sedes de estações de rádio, emissoras de TVs ou em seus shows.

No início do star system, Morin (1989) afirma que para estar em contato direto com o mundo das estrelas eram oferecidas formas de aproximação como fotografia, revista, entrevistas e boatos. Para os mais fanáticos, havia uma opção mais íntima: o correio das estrelas. Estimava-se que milhares de cartas eram entregues aos astros de Hollywood na época. Somente em 1939, um grande estúdio recebia cerca de 15 a 45 mil cartas por mês. (Morin apud. Silva, online, 2016, p. 92)

Com a chegada da internet, essa relação ficou menos complicada. Hoje é possível acompanhar em tempo real o que a pessoa admirada está fazendo, vestindo ou até mesmo comendo. As redes sociais trouxeram uma sensação de proximidade entre fãs e ídolos. Imagine se um fã da década de 80 iria supor que seria possível responder a um *story* de seu ídolo e, mais ainda, ter a chance de receber uma resposta. Falando assim, até parece algum tipo de sorteio ou promoção, mas é apenas o que a tecnologia trouxe para o nosso dia a dia.

Ainda, segundo Diniz, a relação entre as pessoas e seus ídolos tem se tornado cada vez mais intensa, e as redes sociais estão entre os principais fatores que desencadeiam o fanatismo exagerado. Isso ocorre porque a internet facilita o acesso às informações pessoais das celebridades, que antes, eram sigilosas. (Diniz apud. Garcia, 2019, p. 59)

As redes sociais beneficiam os artistas tanto quanto os fãs, as relações se tornaram mais fáceis para ambos os lados, pois a divulgação do trabalho do ídolo se

tornou muito mais fácil e o retorno em relação a esse trabalho também. Assim que o artista lança algo, já consegue ter um retorno quase que imediato sobre a opinião de seus fãs. É o que afirma a cantora Negra Li, durante a pesquisa feita por Isaira, “Nas redes sociais, eu consigo saber o que eles acham do meu trabalho, que tipo de fã é. Procuro responder a todos” (Garcia, 2019, p.69)

Com apoio da nova mídia, a aproximação fã-ídolo se dá de forma mais prática. Os admiradores têm as mesmas opções de décadas atrás, como enviar correspondências, presentes, fazer imitações, comprar produtos, assistir canais de TV, entre outros. Mas a internet oferece um outro tipo de possibilidade de contato. Como a maioria dos cidadãos com acesso à rede, as celebridades aderiram às mídias digitais como parte de seu cotidiano pessoal e profissional. Os fãs são atraídos naturalmente para esse ambiente, no qual podem encontrar seu ídolo e participar de sua vida em tempo real. (Silva, online, 2016, p. 92)

Porém, é importante destacar aqui que o consumo de objetos ligados a algum artista ainda tem um significado muito importante para os fãs, pois ter algo físico pode também trazer a sensação de afirmação da admiração, além de representar um pouco da presença do artista no seu dia a dia. Isaira Garcia destaca isso em seu livro: “Também vale ressaltar que, apesar dos avanços tecnológicos proporcionarem acesso às músicas via plataformas digitais específicas; os fãs continuam comprando os suportes CDs de música e DVDs de seus ídolos” (Garcia, 2019, p. 52).

O comportamento dos fãs mudou ao longo dos anos, pois foi se transformando junto com a evolução do comportamento social e com a influência da evolução da tecnologia, a chegada da internet e a maneira como consumimos música. Os fãs sempre estão por dentro das novas tecnologias e formas de se conectarem, de alguma maneira, com as pessoas que admiram. Essa vontade de estar sempre muito bem atualizado faz com que eles promovam essa mudança de comportamento conforme as coisas ao nosso redor evoluem.

Assim podemos compreender como, ao longo do tempo, as características dos fãs foram se diferenciando, muito por conta da evolução tanto do comportamento social quanto da influência da evolução da tecnologia em nossas vidas.

Os fãs sempre foram os primeiros a se adaptar às novas tecnologias de mídia; a fascinação pelos universos ficcionais muitas vezes inspira novas formas de

produção cultural, de figurinos a fanzines e hoje, cinema digital. Os fãs são o segmento mais ativo do público nas mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar participante pleno. Nada disso é novo. O que modificou foi a visibilidade da cultura dos fãs. (Jenkins, 2008, p. 181).

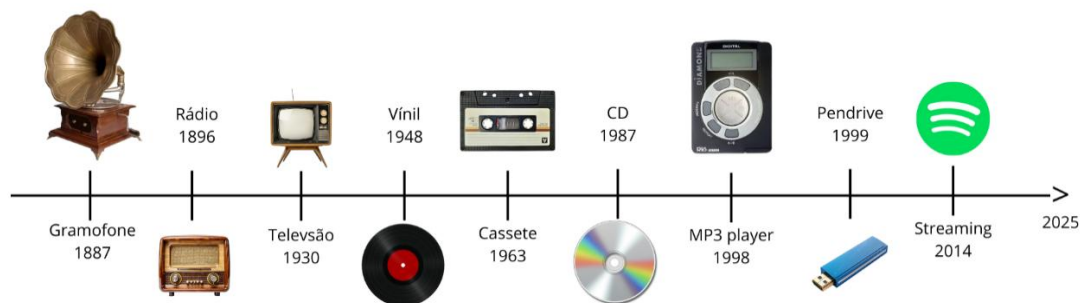
Vimos que, conforme a tecnologia avança, a maneira como consumimos música também evolui. Esse tema é exatamente o que será abordado no tópico a seguir: a maneira como os meios de consumo musical evoluíram ao longo dos anos.

### 1.3 EVOLUÇÃO DOS MEIOS DE CONSUMO MUSICAL AO LONGO DOS ANOS

Assim como outras ações comuns no nosso dia a dia, a maneira como nós consumimos música mudou muito ao longo dos anos.

Com o passar do tempo e a chegada de novas tecnologias, os meios de consumo musical foram evoluindo e se transformando.

*Figura 1- Linha do tempo*



Fonte: Autoral, 2025.

Hoje em dia, você escuta música onde quiser e na hora que quiser, sem se preocupar em baixar a música antes ou de alguma forma tê-la em algum lugar, físico ou não. Na pior das hipóteses, você terá que se preocupar em ter acesso à internet ou não,

para que consiga reproduzir suas *playlists* que não foram armazenadas de maneira *offline* em seu aplicativo.

Usar todos esses termos atuais pode gerar até uma confusão para quem não está habituado, então vamos começar do início. Um dos primeiros meios de consumo musical foi o Fonógrafo, criado por Thomas Edison, em 1877. Dez anos depois, em 1887, nascia o gramofone, criado pelo alemão Emile Berliner, que se tornou popular, pois lia discos de 78 rotações. Ele foi o primeiro leitor de discos feito de goma-laca; esses discos normalmente tocavam apenas uma faixa. Foi assim que a indústria percebeu a oportunidade de aperfeiçoar essa ferramenta.

Em 1887, dez anos após a invenção do fonógrafo por Thomas Edison, o inventor alemão Emile Berliner patenteava o gramofone, aparato que possibilitaria aos cantores obter lucro de royalties a partir da venda de seus fonogramas. Dentre suas principais inovações, o gramofone trouxe a introdução dos discos de sete polegadas e 78 rotações em substituição aos cilindros, e a possibilidade de duplicação das gravações. (Gomes, online, 2014, p.75)

Um pouco depois disso acontecer, em 1896, foi criado o primeiro radiotransmissor do mundo, considerado a revolução da comunicação à distância, pois ele foi criado para simplificar o envio das informações. O radiotelégrafo se espalhou e se tornou algo muito usado, principalmente como meio de comunicação marinha. Foi assim também que, em 1906, aconteceu a primeira transmissão de voz via rádio no mundo, um concerto natalino que foi transmitido para os passageiros da Uneted Fruit Company, que estavam cruzando o Oceano Atlântico.

Em 1909 o radiotelégrafo já era uma realidade em vários países do mundo, principalmente como meio de comunicação marinha. Neste mesmo ano, um acidente fora evitado devido ao envio de pedidos de socorro feitos pelo radiotelégrafo e que ajudou a salvar cerca de 1,5 mil tripulantes. Foi também em alto mar que a história registra a primeira transmissão de voz via rádio no mundo. O fato aconteceu em 1906, quando um concerto natalino foi compartilhado para os passageiros da Uneted Fruit Company que cruzava o Oceano Atlântico. (Gonçalves et al., online, p. 36, 2020)

Durante a Segunda Guerra Mundial, em 1942, os Estados Unidos emitiram as primeiras ondas de modulação em frequência (FM). Já em 1958, com o uso de satélites, as ondas FM ganharam mais qualidade de som, o que veio a se tornar o modelo de rádio mais comum no nosso dia a dia, sendo um meio de consumo musical muito utilizado ao longo dos anos.

Antes as transmissões eram feitas em amplitude modulada (AM) o que permitia um longo alcance, mas com qualidade de som reduzida. Em 1958 com o uso de satélites as ondas do rádio em FM ganham qualidade de som, marco histórico do rádio, já que se iniciam também as transmissões comerciais para qualquer parte do mundo. (Gonçalves et al., online, p. ,37, 2020)

Além do rádio, outro meio de comunicação que também tem relevância na maneira como escutamos música é a televisão. A primeira transmissão mais próxima da que conhecemos hoje aconteceu em 1930, quando a BBC de Londres transmitiu um programa de televisão composto por 240 linhas, considerado de boa qualidade e nitidez.

Na Inglaterra, em 1930, foi inaugurada a BBC, pioneira em realizar a primeira transmissão de um programa de televisão no mundo com imagem composta por 240 linhas, padrão mínimo que os técnicos chamavam de "alta definição", por garantir boa qualidade e nitidez. Em três meses o sistema oficial da BBC já era de 405 linhas. Anos mais tarde, René Bartelemy promove a primeira transmissão na França. Mais implantações do sistema de televisão pulverizam-se pela Europa. (Abreu, online, p. 3, 2012)

Os Estados Unidos foram o primeiro país a explorar a nova era da mídia. Em 1941, a NBC estreou apresentando o formato mercadológico, com anúncios e patrocínios que ajudavam a manter a programação.

Os Estados Unidos da América é o país que melhor entendeu e absorveu a nova era da mídia. A NBC estreou em 1941, nos Estados Unidos, apresentando o formato mercadológico da comunicação de massa, com anunciantes e patrocinadores para garantir a programação. (Abreu, online, p. 3, 2012)

Não somente de patrocínios e anúncios “vivia” a TV, mas de programas informativos e de entretenimento, incluindo a musicalidade. Aqui precisamos dar um pequeno salto em nossa linha do tempo para contextualizar que a música chegou à televisão por meio de trilhas sonoras de novelas, programas que traziam convidados para cantar e programas e quadros dedicados aos *videoclipes*. Os clipes de música surgiram em 1970, quando também surgiram programas dedicados a isso, em emissoras como BBC e ITV.

O que se conhece por videoclipe hoje começou a surgir em meados da década de 1970. Nessa época, programas dedicados ao formato começaram a surgir, como o Top of The Pops (BBC) e o Ready Steady Go! (ITV), no Reino Unido, que levavam bandas e artistas para a televisão destacando suas performances. (Holzbach apud. Michel, 2017, online, p. 13)

Na mesma década em que os EUA exploravam a “nova era midiática, a da TV”, chega também, em 1948, o disco de vinil. Um disco mais leve, com uma melhor qualidade sonora e com capacidade para mais faixas. Ele chegou ao Brasil apenas em 1951, com o primeiro LP (Long Play) nacional levando o título de “Carnaval”.

A introdução dos discos de vinil no mercado fonográfico, no final da década de 1940, representou uma nova mudança de paradigma na indústria musical. Com uma maior qualidade sonora e uma capacidade de armazenamento de aproximadamente quarenta minutos de música (vinte minutos em cada lado), os Long Plays (LPs), como também são denominados, possibilitaram a suplantação dos antigos discos de goma-laca de 78 rotações, com média de três minutos de reprodução em cada face. (Gomes, online, 2014, p.77)

Foi nas décadas de 60 e 70 que o cartucho 8-track se tornou popular nos Estados Unidos e se tornou pioneiro em gravar sons em fitas magnéticas. Sua sucessora foi a famosa fita cassete, criada em 1963, que se tornou muito popular em todo o mundo. Seu auge durou até meados de 90, quando perdeu espaço para o CD. “Com o lançamento da fita cassete em 1963, surgiram novas possibilidades de comércio e consumo de gravações sonoras.” (MARCHI, 2005).

Depois de duas décadas com a fita cassete, surge o *Compact Disc*, popularmente conhecido como CD. Criado com a parceria da Sony com a Philips, chegou ao Brasil somente em 1987. Desta forma, foi marcado o início da digitalização da música. Esses discos dispensam apresentação, pois, apesar de defasados, tendo seu auge até o início dos anos 2000, são popularmente conhecidos até hoje.

A comercialização de compact discs nos países centrais foi iniciada em 1982, com o suporte sendo lançado simultaneamente pela Sony e pela Philips. O seu sucesso foi extraordinário: em quatro anos, o comércio de LPs foi praticamente extinto no mercado japonês e, no norte-americano, em seis. (Vicente, online, 2012, p. 204)

Em 1998, chegamos a uma grande evolução tecnológica, o *MP3 Player*. Esse dispositivo mudou a forma como a música era armazenada e ouvida, além de ser muito fácil de ser levado para qualquer lugar e possuir uma vida útil muito maior que os dispositivos anteriores.

Apesar do primeiro MP3 Player, denominado Rio PMP300 da empresa Diamond Multimedia, ter surgido em 1998, foi a partir do início dos anos 2000 que a sua popularidade aumentou entre os consumidores (Leão, 2015). Nesse sentido, identificou-se que as necessidades desses consumidores se modificaram, tornando-se mais exigentes à medida em que players de música digital eram lançados e o design e capacidade de armazenamento já não eram tão satisfatórios, bem como a duração da bateria. (Leão apud Gomes, online, 2021, p. 4)

Pela necessidade de armazenamentos maiores, dispositivos menores e cada vez mais portáteis, chegamos aos armazenamentos em *pendrive*, celulares e cartões SD. Mas ainda temos uma “dificuldade”, em todos esses citados era necessário buscar a música em outra plataforma e baixar, levando-a de um aparelho ao outro. Quem mudou essa maneira de acesso às faixas foram os *streaming* de música.

Seu modelo de negócio é baseado em uma experiência de consumo de conteúdos digitais que substitui a lógica da compra de um disco pelo acesso a uma grande quantidade de fonogramas hospedados nas redes digitais, permitindo que seu desfrute possa ser realizado sem que se precise baixar, arquivar e organizar esse conteúdo em dispositivos individuais. (Kischinhevsky. et al., online, 2015)

O consumo de músicas armazenadas em uma plataforma ou um aplicativo em nossos dispositivos só se tornou possível por conta da chegada da internet. No *streaming* de música, você tem a liberdade de ouvir a música que quiser e quando quiser, inclusive o termo *pre-save*, usado no título deste trabalho, vem das plataformas de *streaming*. A ação permite que os fãs adicionem um lançamento de algum artista em sua biblioteca, antes da data de lançamento. Assim, garantem que não irão perder o lançamento da música ou álbum do seu gênero musical favorito, tópico que iremos abordar em seguida.

#### 1.4 OS GÊNEROS MUSICAIS ROCK E POP

O gênero musical Rock surgiu na década de 50, nos Estados Unidos, e teve seu auge em 70 e 80 ao redor do mundo. Sua origem se deu quando os artistas passaram a utilizar guitarras elétricas em suas músicas e os cantores começaram a explorar vozes mais impactantes.

Este gênero foi influenciado por outros, como o *Blues* e o *Rhythm and Blues*, conhecido popularmente como *R&B*, além disso, o Rock também possui influência do *Country* norte-americano. Foi na década de 50 que um dos principais nomes do Rock surgiu, Elvis Presley, conhecido como o rei do Rock, encantou milhares de pessoas pelo mundo e foi um dos responsáveis por popularizar esse gênero musical.

Em meados dos anos 50, Hank Williams, considerado o pai da música Country, perpassou todo o espectro do cotidiano americano com sua música. Amores perdidos, infidelidade e bebedeira eram temas atípicos para o público branco que, embora constituísse a maior parte do seu público, 40% eram também compostos por negros (Friedlander, 2002). Williams deixou, em 1953, uma legião de seguidores ansiosos por mais. Movido por essa ansiedade, um jovem branco entra no estúdio pela primeira vez na vida e grava uma canção para dar de presente à sua mãe. Um Blues rural diferente, com o tema *That's All Right (Mamma)* (*That's [...]*, 1954), que reunia Country, Blues e R&B. Essa combinação passou a ser chamada de Rockabilly e o jovem branco se chamava Elvis Presley. (Saba, online, 2023)

Conforme as décadas iam passando, outras vertentes desse gênero iam nascendo e, assim como Elvis Presley, outros nomes famosos até hoje foram surgindo e espalhando cada vez mais a popularidade do *Rock n' roll*. Alguns deles são: The Rolling Stone, Queen, Pink Floyd, The Beatles, Guns n' Roses, Led Zeppelin, entre outras muito famosas.

O rock é um dos grandes paradoxos da história da humanidade. Apesar de já ser até matéria de curso universitário, é a forma musical mais instantânea, efêmera e "moleca" que existe - mas o melhor rock resiste ao passar do tempo. "Rock'n roll é a piada mais engraçada e duradoura do Universo", resumiu o escritor e jornalista norte-americano Mark Shipper. (Mugnaini, 2011,p. 4)

Uma das vertentes deste gênero é o *Punk Rock*, que surgiu na época em que o Rock vivia sua era de ouro, em que as bandas já possuíam dinheiro para comprar os mais caros equipamentos. O *Punk Rock* teve início na década de 1970, nos subúrbios de Londres. Jovens usavam uma imagem mais rebelde, não tinham luxo, a ideia era ir contra o capitalismo e não compactuar com as ideias conservadoras da época. O som era mais simples, com mais percussão e vocais mais agressivos, produzindo mais intensidade.

Contra a complicação do "rock progressivo" que se fazia na época, o punk-rock é o uso imediato do instrumento. Produzir intensidade e lançar um desafio - essa a contundência do punk -e fazer isso com o mínimo. O punk surgiu então num momento em que a extrema complexidade de elaboração e execução fazia do rock uma obra de muitos anos de trabalho (as etapas de progresso e maturação)

e muito dinheiro para comprar os mais sofisticados equipamentos. (Caifa, 1985, p. 9)

A popularidade do Rock permeou por muitos anos e se transformou conforme o tempo passava. Quando o canal de televisão MTV surgiu, por exemplo, os clipes de Rock praticamente tomavam conta de toda a programação, pois era o estilo musical mais popular entre os jovens.

A título de exercício, citamos a preocupação de um dos programas da MTV Brasil, o MTV Mais19, em explicar a importância dos principais álbuns da história do rock que completavam 40, 30, 20 e 10 anos de lançamento. As obras eram Sgt. Peppers Lonely Heart's Club Band (1967), dos Beatles, Nevermind the Bollocks (1977), do Sex Pistols, The Joshua Tree (1987), do U2, e OK Computer (1997), do Radiohead. Não se tratava apenas de recobrar a importância histórica e cultural dos álbuns, mas de apontar quais foram os usos feitos de cada um desses álbuns que reconfiguraram as próprias performances do rock. (Gutmann, online, 2022, p. 99)

Sua popularidade decaiu nos anos 2000, com a ascensão de outros gêneros populares, um deles é o *Pop music*.

O Pop também nasceu na década de 50, com influência de gêneros musicais como o *Blues* e o *Country*, assim como o Rock. As características desses dois gêneros aqui destacados são bem semelhantes, até mesmo grandes nomes do Rock já passaram pelo Pop, como Elvis e a banda britânica The Beatles.

O alargamento do termo “música pop”, a partir da década de 1960, foi passando a operar em atrito com a dinâmica do rock. Segundo Richard Middleton, considerando que o rock aspirava a autenticidade e uma expansão das possibilidades da música popular, seria preciso diferenciá-lo do pop – mais comercial, efêmero e acessível. (Soares, online, 2015, p. 24)

Nos anos 70, algumas outras vertentes desse gênero musical começaram a aparecer, como o *Influenced-rock pop*, o famoso *Disco* e o *Piano-based pop* de Elton John. Em 1980, grandes nomes dominaram a década; são eles o rei e a rainha do pop, Michael Jackson e Madonna, os maiores nomes desse estilo musical até hoje.

O pop é um musical que envolve vários estilos diferentes, elementos de diversas músicas e, geralmente, apresenta uma estrutura de mais fácil memorização, porque possui ganchos e refrão. Por esse motivo o pop alcançou a indústria musical de uma forma nunca vista antes. A partir de 1950, a pop music se fundiu

de forma que permitiu que surgissem diversos artistas e muitos movimentos musicais ao redor do mundo. (Sardenberg, 2019)

Na década de 90 nasceu o fenômeno das *boybands* e *girlbands*, grupos de 5 a 6 vocalistas, como Backstreet Boys, Nsync e Spice Girls. Esse modelo de grupo musical segue muito forte até os dias atuais, principalmente na nova vertente do pop, o *Korean Pop*, conhecido como K-pop.

O Pop continuou mantendo sua popularidade, ainda nos anos 2000, com boa parte dela advinda do ritmo contagiante e da influência das divas pops. Outro ponto que contribuiu para a popularidade do gênero entre os jovens dos anos 2000 foram os musicais produzidos por canais de televisão, principalmente o Disney Channel. Como exemplo disso, temos artistas que fizeram muito sucesso entre 2010 e 2015: Demi Lovato, Miley Cyrus e Selena Gomez. Essa influência segue, temos como algumas das principais artistas do Pop atual duas ex-atrizes do Disney Channel: Olivia Rodrigo e Sabrina Carpenter.

O Disney Mania pretende inserir este teen idol e fazê-lo conhecido entre os adolescentes. Para muitos destes ídolos instantâneos o Disney Mania é a primeira gravação em estúdio e primeiro trabalho musical que fazem e que será vendido em grande escala. Se determinado jovem tiver boa aceitação de público, a Disney investe ainda mais em sua carreira, fechando contratos de discos solos sem a assinatura disneyana (através de uma de suas “sub-empresas”) e transforma aquele artista em uma “marca”. (Almeida, online, p. 7)

De acordo com a lista da década do *Spotify* Global, entre 2010 e 2020, os artistas mais ouvidos da década foram Drake, Ed Sheeran, Post Malone, Ariana Grande e Eminem. O que reforça o sucesso do gênero Pop, que permaneceu por sua grande maioria em alta, e também, a forma como canais infantojuvenis influenciaram, pois a artista Ariana Grande é um talento descoberto pelo canal Nickelodeon.

Já de 2020 para cá, nomes como o de Beyoncé, Dua Lipa, The Weeknd, Bruno Mars, Sabrina Carpenter e Olivia Rodrigo, representantes do Pop e *R&B*, se destacaram. Isso se torna mais claro quando observamos o canal *ANOS 2020*, criado pela plataforma Deezer, 2025. “Nas playlists de canções mais populares no streaming, Rock, Pop, Rap,

R&B e música eletrônica se misturam, o que é justamente a característica de estrelas globais como Bad Bunny, Bruno Mars e Dua Lipa.” (Teixeira, online, 2025).

A artista mais ouvida dos últimos tempos no Spotify é a cantora pop Taylor Swift. De acordo com uma matéria publicada pela revista Forbes, em dezembro de 2024, a ex-Disney foi a artista mais escutada globalmente pelo 2º ano consecutivo.

Todas as informações que observamos ao longo de todos esses tópicos do referencial teórico serão transformadas em uma grande reportagem, como já dito anteriormente. A construção deste produto pode começar a ser observada a partir do próximo tópico, relato de atividades.

## 2 RELATO DE ATIVIDADES

Para compreender as mudanças que podem gerar a existência de possíveis diferenças entre o comportamento dos fãs de gerações distintas, foram feitas diversas pesquisas bibliográficas, por meio de livros, artigos e matérias publicadas. Essas pesquisas foram realizadas a fim de se aprofundar nos principais temas que têm relação com as mudanças, por isso, foi preciso entender como aconteceu a evolução da indústria fonográfica para compreender os meios de consumo musical. Entender como foi o surgimento dos gêneros Rock e Pop e sua fama pelo mundo, além de buscar o tema principal, que é compreender como funciona e como foi a evolução da cultura dos fãs.

A fim de contextualizar o produto escolhido para o desenvolvimento dessa peça, também foi necessária a pesquisa por meio de livros e artigos; assim foi possível explicar a grande reportagem.

Dessa forma, foi desenvolvido o pré-roteiro da peça, dando então um primeiro esboço de como funcionará sua estrutura e qual será o perfil de cada entrevistado. Logo após, ficou definido quem será o público-alvo desse produto, levando em consideração a metodologia e o desenvolvimento do trabalho. Assim também foi organizado o orçamento da peça, para que não falte nenhum recurso e tudo fique documentado.

Após o desenvolvimento do pré-roteiro, a ideia foi organizar quem seriam os personagens entrevistados e quais seriam as perguntas, assim foi desenvolvida a pauta dessa reportagem.

Com tudo definido, começaram as marcações das entrevistas, que seguiram uma ordem, pois primeiro aconteceram as entrevistas com os fãs para que eles pudessem falar sobre suas vivências, depois aconteceram as entrevistas dos especialistas, no caso a psicóloga e o radialista, assim conseguimos trazê-los para dentro do universo dos fãs.

Durante as entrevistas, aconteceram inúmeros contratemplos, pois todas foram feitas em um local fechado e relacionado ao dia a dia de cada um dos personagens, isso quer dizer que o local não era preparado para gravações, dificultando a qualidade de elementos muito importantes como áudio, enquadramento e iluminação.

Assim que as gravações foram concluídas, chegamos à parte da pós-produção, em que as sonoras dos entrevistados foram decupadas, para ver quais seriam usadas dentro da reportagem. Passada essa etapa, foram gravados os offs e passagens, trazendo com eles um novo processo de pesquisa, para que os dados fossem atuais e coerentes com o que os personagens citavam.

Com a estrutura e roteiro da reportagem prontos, passamos para o processo de finalização, com a definição da estética da reportagem, das cores, elementos e fontes presentes nela. Assim que tudo foi definido, a edição final foi realizada e aprovada, chegando à versão final do produto.

### **3 GRANDE REPORTAGEM: DO VINIL AO PRE-SAVE**

#### **3.1 PRÉ-PRODUÇÃO**

A ideia deste projeto surgiu da minha paixão pela cultura pop e, principalmente, pela música e sua história. Relacionando esse interesse por meus gostos pessoais e minha relação de fã com meus artistas favoritos, nasceu a ideia de descrever o perfil desses fãs nas décadas de 80, 90, 2000, 2010 e 2020.

Como uma pessoa nascida em 2001 e com pais amantes da música, cresci escutando bandas de outras décadas e as histórias sobre elas. Também vivi diversas épocas de fanatismo dentro da internet, descobrindo assim a maneira como o avanço da tecnologia mudou não só a forma como convivemos em sociedade, mas também outros comportamentos.

Dessa maneira, em uma conversa com a orientadora deste trabalho, foi chegado à conclusão do recorte por décadas e ter como estudo principal os fãs do gênero Rock e Pop.

Surgiu assim a vontade de investigar e entender melhor quais são os tipos de comportamento que diferem os fãs e quais são os aspectos que influenciam nessa mudança.

#### **3.2 PÚBLICO-ALVO**

Este trabalho visa explorar um determinado tipo de comportamento de uma comunidade ao longo das décadas, a possível diferença entre as gerações e como os fatores externos ajudaram nessas mudanças.

Levando em consideração a metodologia e os objetivos deste trabalho, ficou definido como público-alvo pessoas fãs de artistas musicais dos gêneros Rock e Pop, tendo em conta que esse é um público bem amplo, pois, de acordo com os dados de uma pesquisa feita pelo YouGov Profile, realizada em 19 de maio de 2024, os adultos que têm

o Pop como seu gênero favorito são 51,7% e os que têm Rock representam 43% da população.

Também ficou definido que o público-alvo desta grande reportagem abrange a faixa etária de 18 a 55 anos, pois a linguagem é mais jovial e divertida, porém o assunto traz o sentido de nostalgia por abordar uma linha do tempo que começa na década de 80. Desta forma, quem foi jovem na época de 80/90 ainda consegue entender a linguagem e se conectar com o assunto.

### 3.3 PRÉ-ROTEIRO

<b>ÁUDIO</b>	<b>VÍDEO</b>	<b>GC/ CRÉDITO</b>
--------------	--------------	--------------------

<p>VOCÊ CONHECE ALGUÉM QUE TEM UM ÍDOLO E SÓ FALA SOBRE ELE? ALGUÉM QUE ENFRENTA HORAS EM FILA, SE ENFIA EM DÍVIDAS, ENTRA EM SITUAÇÕES SEM NEM PENSAR NAS CONSEQUÊNCIAS SÓ PARA PODER ESTAR OU SE SENTIR PERTO DAQUELE ARTISTA QUE TANTO AMA? NÓS ESTAMOS FALANDO DOS FÃS, AQUELES QUE ARRISCAM TUDO PELOS SEUS AMADOS.</p> <p>HOJE EM DIA ESTÁ CADA VEZ MAIS FÁCIL DE, PELO MENOS, SE SENTIR PRÓXIMO DE SEU ÍDOLO, COM INTERAÇÕES NAS REDES SOCIAIS E O ADVENTO DA INTERNET, TUDO PARECE TE FAZER CONHECER MUITO BEM AQUELA PESSOA QUE DEIXA O SEU DIA MELHOR SÓ DE OUVIR A VOZ, MAS QUE MUITAS DAS VEZES ESTÁ FISICAMENTE MUITO DISTANTE DE VOCÊ. ISSO É O QUE NÓS ENTENDEMOS, MAS SERÁ QUE OS FÃS REALMENTE SE SENTEM ASSIM? SERÁ QUE PARA ELES ISSO É O SUFICIENTE? E OS FÃS DAS OUTRAS DÉCADAS, COMO SE SENTIAM? COMO ELES FAZIAM PARA SE SENTIR PRÓXIMOS DE SEUS ÍDOLOS? É O QUE VAMOS DESCOBRIR AGORA.</p> <p>A xxxxxxxxx É FÃ DE (ARTISTA) E CONTA PARA</p>	<p>INTRO: ABERTURA GRANDE REPORTAGEM IMAGENS DE APOIO</p> <p>REPÓRTER NA IMAGEM/ CABEÇA? (ESTÚDIO)</p>	<p>NOME DO PRODUTOR</p> <p>CRÉDITOS REPÓRTER</p>
--	--	--

<p>A GENTE COMO FAZ PARA SE SENTIR PRÓXIMA DO SEU ÍDOLO.</p> <p>-ENTRA SONORA ENTREVISTA DA FÃ DÉCADA DE 2020-</p>	<p>ENTREVISTA FÃ 2020</p>	<p>CRÉDITOS: NOME E OCUPAÇÃO FÃ 2020</p>
<p>FAZER UM GANCHO PARA SEGUIRMOS PARA A FÃ 2000/2010, FALA DE COMO FAZIA PARA SE SENTIR MAIS PRÓXIMO DE SEU ÍDOLO</p>		
<p>-ENTRA SONORA ENTREVISTA FÃ DÉCADAS 00/10</p>	<p>ENTREVISTA FÃ 00/10</p>	<p>CRÉDITOS: NOME E OCUPAÇÃO FÃ 00/10</p>
<p>SEGUIR PARA GANCHO DE COMO O FÃ DE 80/90 FAZIA PARA SE SENTIR PRÓXIMO DE SEU ÍDOLO</p>		
<p>-ENTRA SONORA ENTREVISTA FÃ 80/90-</p>	<p>ENTREVISTA FÃ 80/90</p>	<p>CRÉDITOS: NOME E OCUPAÇÃO FÃ 80/90</p>
<p>PARA CONTEXTUALIZARMOS O PORQUÊ DESSA DIFERENÇA, VAMOS CONVERSAR COM O xxxxxx ESPECIALISTA, A FIM DE ENTENDERMOS O CONTEXTO DA MÚSICA AO LONGO DAS DÉCADAS</p>		
<p>-ENTRA IMAGENS ENTREVISTA ESPECIALISTA-</p>	<p>ENTREVISTA ESPECIALISTA</p>	<p>CRÉDITOS: NOME E OCUPAÇÃO ESPECIALISTA</p>
<p>PARA ENTRARMOS NO MUNDO DELES, VAMOS CONHECER O ACERVO DE COISAS RELACIONADAS A SEUS ÍDOLOS QUE CADA UM TEM. ASSIM, TAMBÉM CONSEGUIMOS ENTENDER COMO FUNCIONA O CONSUMO DE CADA DÉCADA E</p>	<p>PASSAGEM REPÓRTER</p>	

<p>COMO ERA O NÍVEL DA DIFICULDADE DE ACESSO A ARTIGOS FÍSICOS DE ARTISTAS MÚSICAIS NOS ANOS.</p> <p>-ENTRA IMAGENS ENTREVISTA FÃ 80/90-</p>	<p>ENTREVISTA FÃ 80/90 IMAGENS DE APOIO ACERVO DELA</p>	
<p>-ENTRA IMAGENS ENTREVISTA FÃ 00/10-</p>	<p>ENTREVISTA FÃ 00/10 IMAGENS DE APOIO ACERVO DELA</p>	
<p>-ENTRA IMAGENS ENTREVISTA FÃ 2020-</p> <p>SÓ DE OLHARMOS JÁ CONSEGUIMOS ENTENDER COMO CADA ÉPOCA E CADA FÃ SE SENTE PRÓXIMO DE SEU ÍDOLO DE UMA MANEIRA DIFERENTE, MAS POR QUE ISSO?</p>	<p>ENTREVISTA FÃ 2020 IMAGENS DE APOIO ACERVO DELA</p>	
<p>-ENTRA IMAGENS ENTREVISTA PSICÓLOGO-</p> <p>PERGUNTA EM OFF, QUAL A COISA MAIS MALUCA QUE VOCÊ JÁ FEZ PELO SEU ÍDOLO?</p>	<p>ENTREVISTA PSICÓLOGO</p>	<p>CG: NOME E ESPECIALIZAÇÃO PSICÓLOGO</p>
<p>-RESPOSTA DAS TRÊS FÃS SEGUIDAS-</p> <p>-ENTRA ESPECIALISTA FALANDO SOBRE O COMPORTAMENTO DOS FÃS AO LONGO DOS ANOS E O QUE TEM DE COMUM-</p>	<p>ENTREVISTA FÃS</p> <p>ENTREVISTA ESPECIALISTA</p>	
<p>-ENTRA ENTREVISTA PSICÓLOGO CONTANDO O QUE UM ÍDOLO SIGNIFICA</p>	<p>ENTREVISTA ESPECIALISTA</p>	

<p>PARA O FÃ E O SENTIDO DESSA RELAÇÃO-</p> <p>PERGUNTA EM OFF: O QUE SEU ÍDOLO SIGNIFICA PARA VOCÊ?</p> <p>SENTIMENTO É ALGO QUE NÃO SE EXPLICA E QUE CADA UM ENTENDE E EXPRESSA DA SUA FORMA, NÃO EXISTE CERTO OU ERRADO. A MANEIRA COMO VOCÊ IRÁ DIRECIONAR SUA VIDA E O QUE VAI ESCOLHER COMO HOBBY É VOCÊ QUEM ESCOLHE, NÃO HÁ QUEM POSSA JULGAR.</p> <p>O AMOR É TRANSMITIDO DE MANEIRAS DIFERENTES E CADA ÉPOCA TAMBÉM INFLUENCIA EM QUE RECURSO VOCÊ TERÁ PARA DEMONSTRAR SEU AMOR PARA O SEU ÍDOLO, MAS LEMBRE-SE, ISSO DEVE SER ALGO SAUDÁVEL PARA VOCÊ E PARA QUEM VOCÊ ADMIRA, O RESPEITO E A PRIVACIDADE DEVEM ESTAR ACIMA DE TUDO.</p>	<p>ENTREVISTA FÃS EM ORDEM</p> <p>ENCERRAMENTO: OFF DO REPÓRTER COM IMAGENS DE APOIO DE FÃS, FALAS DE SHOWS E COISAS LIGADAS.</p> <p>ENCERRAMENTO ESTÚDIO.</p>	<p>CRÉDITOS: FINAL</p>
--	--	------------------------

Quadro 1- Pré- roteiro

## 4 PRODUÇÃO

### 4.1 PAUTA

Na pauta deste Trabalho de Conclusão de Curso, serão detalhados os personagens presentes na grande reportagem e as sugestões de perguntas que serão feitas durante as entrevistas.

#### **ENCAMINHAMENTO**

A ideia é fazer uma entrevista com pelo menos três fãs, assim conseguiremos abordar todas as épocas. Vamos até a casa de cada um deles ou a um local que preferirem para gravar a entrevista e mostrar um pouco do acervo de cada um.

#### **INFORMAÇÕES**

Funcionará assim: iremos entrevistar um fã de artistas que fizeram sucesso na década de 80/90, um de 2000/2010 e um de 2020. Assim teremos um panorama completo do comportamento de cada época. O acervo de itens dos ídolos de cada um deles será de extrema importância para entendermos o consumo de cada.

As perguntas serão praticamente iguais para todos, porém adaptadas para sua época.

#### ***Sugestão de perguntas:***

- **Fã artista 80/90**
  - O que seu ídolo significa para você?
  - Como era ser fã naquela época? Como você descobria e acompanhava seus artistas favoritos?
  - Que tipo de atitudes você e outros fãs tinham para demonstrar essa admiração?
  - Você se sentia parte de uma comunidade de fãs? Como se conectavam?
  - Que papel a música e o artista tinham na sua vida naquela época?
  - Comparando com hoje, você acha que os fãs daquela época eram mais ou menos intensos?
  - Como você faz para se sentir próximo de seu ídolo?
  - Qual foi a coisa mais maluca que você já fez como fã?
  
- **Fã artista 2000/2010**
  - O que seu ídolo significa para você?
  - Como você se tornou fã do artista? Qual foi o papel da internet nesse processo?

- Que formas você usava para acompanhar e apoiar seu artista favorito?
- Você participava de comunidades online ou eventos presenciais relacionados ao artista?
- Que comportamentos eram comuns entre os fãs na sua época?
- Como você vê a diferença entre os fãs da sua geração e os de gerações anteriores?
- Como você faz para se sentir próximo de seu ídolo?
- Qual foi a coisa mais maluca que você já fez como fã?

- **Fã artista 2020**

- O que seu ídolo significa para você?
- Como você conheceu e passou a seguir seu artista favorito?
- Que papel as redes sociais e as plataformas de streaming têm na sua experiência como fã?
- Você participa de fanbases ou interage diretamente com o artista pela internet?
- Você acha que os fãs hoje são mais ou menos intensos do que nas décadas passadas?
- Você sente que existe uma rivalidade entre fãs de diferentes artistas ou gêneros?
- Como você faz para se sentir próximo de seu ídolo?
- Qual foi a coisa mais maluca que você já fez como fã?

## PERSONAGENS

- **Stéfano Alves (Fã artista 80/90):** Fã da artista Madonna, possui um acervo cheio de objetos relacionados à artista e já foi a shows.
- **Fernanda Miranda (Fã artista 2000/2010):** Fã de Green Day há muitos anos, possui CDs e revistas sobre a banda, além de já ter frequentado shows e ido à frente de hotel para tentar vê-los de perto.
- **Ariane Martins (Fã artista 2020):** Fã da artista Taylor Swift, já foi a shows, possui diversos artigos e até tatuagem que faz referência à cantora.

*Quadro 2- Pauta fãs*

As gravações foram ótimas, pois os personagens tinham muito o que acrescentar no conteúdo do trabalho e foram todos muito legais, abriram suas particularidades, mostraram seus artigos e falaram sobre sua relação de fã com seu artista favorito. Porém, tive muitos problemas com as gravações, pois os espaços foram sempre muito pequenos

e difíceis de posicionar a câmera para que houvesse um bom ângulo, além de problemas com a iluminação e acústica do ambiente.

## **ENCAMINHAMENTO**

Iremos atrás da informação de quem entende de comportamento e, para isso, entrevistaremos um psicólogo. Queremos mostrar como funciona a cabeça de quem é fã e entender quais fatores podem influenciar esse comportamento.

## **INFORMAÇÕES**

Precisamos compreender o que faz uma pessoa ser fã de outras e o porquê deste comportamento. Além disso, saberemos como os fatores externos podem influenciar, como o desenvolvimento social traz mudanças de atitudes nos fãs e até que ponto isso pode ser benéfico.

### ***Sugestão de perguntas:***

- Como você analisa, do ponto de vista psicológico, a relação de identificação entre fãs e artistas musicais?
- Quais fatores explicam a intensidade emocional que muitos fãs demonstram, especialmente na adolescência?
- Que impacto a internet e as redes sociais podem ter tido na forma como os fãs se relacionam com seus ídolos?
- Podemos dizer que o comportamento coletivo dos fãs mudou entre as décadas? De que forma?
- Qual é a diferença entre admiração saudável e comportamento obsessivo na relação fã-artista?
- A mudança de valores sociais entre as gerações influencia o tipo de artista que se torna popular?
- Quais podem ser as maneiras que os fãs têm para se sentir próximos de seus ídolos? Qual a razão de elas serem diferentes?

## **PERSONAGENS**

- **Giltânia Costa:** Psicóloga atuante em São José dos Campos, que irá ajudar a entender como funciona a cabeça do fã.

### *Quadro 3- Pauta psicólogo*

A gravação foi excelente, a personagem dominava muito bem o assunto e deixou muito claro, somando muito na reportagem. Durante as gravações tivemos problemas

com barulhos externos, pois foi feita em um prédio comercial, também tivemos problemas com o posicionamento da câmera, pois o espaço era limitado.

## **ENCAMINHAMENTO**

Para compreendermos como funciona e funcionou em outras épocas o comportamento dos fãs de artistas musicais, precisamos entender também como a indústria fonográfica evoluiu junto com a sociedade e o consumo mudou de certa forma, por isso entrevistaremos uma jornalista especialista em música.

## **INFORMAÇÕES**

A ideia é que ela nos ajude a entender como era e como é hoje em dia o consumo e a apresentação de produtos dentro da indústria fonográfica. Iremos fazer uma viagem no tempo, entendendo como é o comportamento dos artistas para com seus fãs e os recursos ao longo do tempo.

### ***Sugestão de perguntas:***

- Como você descreveria o perfil típico do fã de rock e do fã de pop nas décadas de 1980 e 1990?
- Que mudanças você percebeu no modo como os fãs consomem música e interagem com os artistas ao longo dos anos?
- O que você acredita ter influenciado essas mudanças? A tecnologia, o mercado musical, o comportamento social?
- Como o papel dos fãs na construção da carreira de um artista mudou com o tempo?
- Houve uma mudança na intensidade da fidelidade dos fãs aos artistas entre as décadas?
- Como você acha que a chegada da tecnologia influenciou a maneira como o artista expõe seus produtos? Você acredita que isso influencia na relação artista x fã?

## **PERSONAGENS**

- **Elói Moreno (Especialista):** Locutor da Rádio Jovem Pan de São José dos Campos, tem muitos anos de carreira, já passou por diversas emissoras, amante da música e trará para a reportagem o panorama da mudança de comportamento dos fãs na visão de quem lida diariamente com eles e acompanha a indústria.

A gravação com o especialista foi muito enriquecedora para o trabalho em um panorama geral, porém enfrentamos problemas com o espaço, iluminação e, principalmente, com o equipamento, pois esquentou. Foi preciso parar a entrevista e esperar esfriar para continuar a gravação.

Todas as entrevistas foram autorizadas pelos participantes, conforme os termos de autorização de imagem e som e entrevista, disponíveis em um documento a parte, a fim de respeitar as normas da LGPD.

## 4.2 ORÇAMENTO

O orçamento foi pensado seguindo os valores de mercado de uma produção de videorreportagem.

<b>Orçamento</b>					
Equipe	Descrição	Quantidade	Unidade	Valor unitário	Valor Total
	Produtor	1	Por pauta	R\$ 5019,98	R\$ 5019,98
	Operador de áudio	1	Por semana	R\$ 1506,00	R\$ 1506,00
	Operador de vídeo	1	Por semana	R\$1506,00	R\$ 1506,00
	Editor de vídeo	1	Por semana	R\$ 2704,65	R\$ 2704,65
	Editor de áudio	1	Por semana	R\$ 2700,00	R\$ 2700,00
				Subtotal:	R\$13436,63
Equipamento	Descrição	Quantidade	Unidade	Valor unitário	Valor Total
	Smartphone	1	Peça	R\$ 4200,00	R\$ 4200,00
	HD externo	1	Peça	R\$ 400,00	R\$ 400,00

	Tripé	1	Peça	R\$200	R\$ 200,00
	Ring light	1	Peça	R\$ 100,00	R\$ 100,00
	Microfone de lapela sem fio	1	Peça	R\$ 70,00	R\$ 70,00
	Notebook Lenovo Idealpad gaming 3i	1	Peça	R\$2739,99	R\$2739,99
	Licença Adobe	1	Mensal	R\$ 70,00	R\$ 70,00
				Subtotal:	R\$ 7,779.99
Produção	Descrição	Quantidade	Unidade	Valor unitário	Valor Total
Transporte	Uber	10	Viagem	R\$ 22,00	R\$ 220,00
				Subtotal:	R\$ 220,00
				Total:	R\$ 21.436,62

Quadro 5- Orçamento

## 5 PÓS-PRODUÇÃO

A pós-produção deste trabalho contempla todas as etapas desenvolvidas após a realização das entrevistas, nela estão presentes o roteiro da grande reportagem, as especificações e justificativas das escolhas gráficas presentes no produto.

Vídeo	Técnica	ÁUDIO
<p><b>OFF</b> [Imagens de apoio dos artigos, entra dos personagens na entrevista de seus artigos]</p> <p>[Stéfano- entra discos, coleção dele] [Fernanda- entra foto no hotel] [Ariane- entra vídeo tatuagem escrito karma na perna]</p>	26"	<p>CDS, DISCOS, CAMISETAS, FILAS DE SHOW, ADMIRAÇÃO E MUITO AMOR PELO SEU ÍDOLO. ISSO É O QUE STÉFANO, FERNANDA E ARIANE TÊM EM COMUM: ELES SÃO FÃS.</p> <p>STÉFANO É TÃO FÃ DA MADONNA QUE TEM UMA COLEÇÃO ENORME DE ARTIGOS DA RAINHA DO POP, FERNANDA JÁ ATÉ FICOU EM FRENTE AO HOTEL PARA TENTAR VER OS MENINOS DE PERTINHO DO GREEN DAY E ARIANE TEM SEU AMOR PELA CANTORA TAYLOR SWIFT TATUADO NA PELE.</p>
<p><b>SONORA STÉFANO</b> GC Stéfano Moreira, Arquiteto</p>	9"	<p>AH, ELA É LIBERDADE. LIBERDADE, CORAGEM, COISAS QUE ÀS VEZES A GENTE NÃO TEM MUITO.</p>
<p><b>SONORA FERNANDA</b> GC Fernanda Miranda, Editora de vídeo</p>	11"	<p>EU DE CERTA FORMA ME ENXERGUEI NELES, TANTO NA PARTE DA MÚSICA E TAL, QUANTO NA PARTE DE PENSAMENTO CRÍTICO, ATÉ POLÍTICO.</p>
<p><b>SONORA ARIANE</b> GC Ariane Martins, Publicitária</p>	15"	<p>ELA FOI A PRIMEIRA ARTISTA FEMININA QUE EU DESCOBRI E QUE ELA ERA MUITO FAMOSA E</p>

<p><b>OFF</b> [imagens Ariane no Show]</p>	<p>5"</p>	<p>ELA ERA MUITO NOVA TAMBÉM. E AÍ, EU ACHO QUE FOI ISSO, UMA CONEXÃO DE VER UMA ARTISTA FEMININA TÃO NOVA, TENDO TANTA FAMA E CONSEGUINDO FAZER AS COISAS. E NÃO ERA NADA EXTRAORDINÁRIO QUE NEM ELA É HOJE, NA ÉPOCA ERA ELA SÓ CANTANDO COUNTRY, ERA ELA E O VIOLÃO DELA CONTRA O MUNDO.</p> <p>CALMA, ANTES DISSO PRECISAMOS ENTENDER COMO ESSA HISTÓRIA COMEÇOU</p>
<p><b>SONORA STÉFANO</b></p>	<p>03"</p>	<p>FOI NA ÉPOCA QUE ELA LANÇOU O ÁLBUM CONFESSIONS ON A DANCEFLOOR.</p>
<p><b>SONORA ARIANE</b></p>	<p>04"</p>	<p>EU COMECEI A SER FÃ MESMO DELES POR CAUSA DA MTV.</p>
<p><b>SONORA FERNANDA</b></p>	<p>05"</p>	<p>EU CONHECI ELA PORQUE EU ASSISTIA MUITO MTV, MULTISHOW.</p>
<p><b>OFF</b> [Imagens da MTV.]</p>	<p>23"</p>	<p>PRA VOCÊ QUE NÃO SABE OU NÃO LEMBRA, A MTV ERA UM DOS PRINCIPAIS CANAIS QUE EXIBIAM VIDEOCLIPES EM SUA PROGRAMAÇÃO E MUITAS VEZES ESSE ERA O COMPROMISSO MAIS IMPORTANTE DO DIA, PORQUE ALGUNS ARTISTAS FAZIAM LANÇAMENTOS POR LÁ.</p> <p>E OLHA, SE É VERDADE QUE A</p>

<p><b>SONORA PSICÓLOGA</b> GC Giltânia Costa, Psicóloga</p> <p>[entra caixa de texto falando o que é relação parassocial]</p>	48"	<p>MÚSICA AJUDA A CONTROLAR AS EMOÇÕES , DURANTE A EXIBIÇÃO DO CLIPE DO SEU ARTISTA FAVORITO, TODO MUNDO ERA FELIZ.</p> <p>A PSICOLOGIA VÊ ESSA RELAÇÃO ENTRE OS FÃS E OS ARTISTAS COMO UMA RELAÇÃO PARASSOCIAL</p> <p>POR QUE PARASSOCIAL? PORQUE É UMA RELAÇÃO ONDE, GERALMENTE, OS FÃS TÊM TODA A VIDA DESSE ARTISTA ALI ESCANCARADO, ELE CONHECE TODOS OS DETALHES. MAS É UMA RELAÇÃO UNILATERAL. NA MAIORIA DAS VEZES, ESSE ARTISTA SEQUER SABE DA EXISTÊNCIA DESSE FÃ.</p> <p>ISSO NÃO É UMA COISA NEGATIVA. ATÉ PORQUE A MÚSICA TEM ESSE PODER DE FAZER COM QUE AS PESSOAS USEM A MÚSICA COMO FERRAMENTA, ATÉ PARA TRABALHAR SUAS PRÓPRIAS EMOÇÕES.</p>
<p><b>PASSAGEM</b> GC Mirela Melo, São José dos Campos</p>	31"	<p>A MANEIRA COMO NOS RELACIONAMOS MUDOU. HOJE TUDO É MUITO MAIS FÁCIL E RÁPIDO, PODEMOS NOS CONECTAR COM PESSOAS QUE ESTÃO A QUILÔMETROS DE DISTÂNCIA EM APENAS UM CLIQUE.</p> <p>A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA TAMBÉM EVOLUIU, CONSEGUIMOS ACESSAR A DISCOGRAFIA COMPLETA DO NOSSO ARTISTA FAVORITO SEM GRANDES DIFICULDADES.</p> <p>ALÉM DISSO, CONSEGUIMOS</p>

<p>SONORA PSICOLÓLOGA</p>	<p>68”</p>	<p>SABER O DIA A DIA DELE PELAS REDES SOCIAIS.</p> <p>MAS SERÁ QUE A FACILIDADE DE ACESSO NESSE MAR DE INFORMAÇÃO NÃO ACABA GERANDO DESINTERESSE OU SERÁ QUE ALIMENTA AINDA MAIS A PAIXÃO ENTRE FÃ E ARTISTA?</p> <p>NÓS FICÁVAMOS ALI ESPERANDO UMA TIRAGEM, UMA EDIÇÃO DE UMA REVISTA QUE DEMORAVA DOIS MESES PRA CHEGAR NAS BANCAS. ENTÃO MUITAS VEZES CHEGAVA ATÉ DESATUALIZADO. VOCÊ TINHA UMA INFORMAÇÃO SOBRE O TEU ÍDOLO E AQUILO JÁ ESTAVA MEIO ULTRAPASSADO. HOJE, VOCÊ ACOMPANHA TUDO EM TEMPO REAL. CHEGA A SER ASSIM, ÀS VEZES, ATÉ ASSUSTADOR, PORQUE OS ARTISTAS REALMENTE ABREM A SUA VIDA, A VIDA DELES, E OS FÃS TÊM UM ACESSO ALI DIRETO.</p> <p>ENTÃO, EU DIRIA QUE A INTERNET FOI ESSE GRANDE FATOR MUDANÇA. E ASSIM, NOVAMENTE, NÓS VAMOS ENTRAR EM BENEFÍCIOS PRA ISSO, MAS TAMBÉM TEM COISAS QUE SÃO PREJUDICIAIS. SE NÓS FORMOS FALAR DE BENEFÍCIOS, VAMOS TER QUE FALAR NOVAMENTE SOBRE ESSA RELAÇÃO PARASSOCIAL.</p> <p>PRIMEIRO, ESSA IDENTIFICAÇÃO DESSE FÃ COM ESSE ARTISTA, COM A IDEOLOGIA QUE ELE</p>
---------------------------	------------	--

<p><b>SONORA ARIANE</b></p>	<p>12"</p>	<p>TRAZ, COM A MÚSICA QUE ELE TRAZ, ISSO TRAZ PRA ELE, COMO EU FALEI, UM PERTENCIMENTO DENTRO DESSE GRUPO DE OUTROS FÃS.</p> <p>TEM DESTAQUES NO MEU STORIES DOS SHOWS QUE EU FUI DELA. EU GOSTO DE USAR AS MÚSICAS DELAS NAS FOTOS QUE EU POSTO.</p> <p>ENTÃO, É BEM FÁCIL ENTRAR NAS MINHAS REDES SOCIAIS E SABER QUE EU SOU FÃ DA TAYLOR.</p>
<p><b>SONORA FERNANDA</b></p>	<p>15"</p>	<p>HOJE, A MINHA PRINCIPAL FONTE É O INSTAGRAM, QUE É ONDE TANTO OS INTEGRANTES ESTÃO MAIS ATIVOS, QUANTO O PRÓPRIO PERFIL DA BANDA. ELES DIVULGAM BASTANTE COISA, ENTÃO, O INSTAGRAM É O QUE MAIS ME ENTREGA HOJE EM DIA.</p>
<p><b>SONORA STÉFANO</b></p>	<p>21"</p>	<p>HOJE EM DIA JÁ É UM POUCO DIFERENTE. POR QUÊ? ELA TÁ FÁCIL.</p> <p>PEGAR NO CELULAR, ENTRAR ALI NO PERFIL DELA, VAI TER, COM CERTEZA, UM MONTE DE STORIES, VAI TER REELS, IMAGENS. ENTÃO, É DIFERENTE HOJE. É BEM MAIS PRÓXIMO. E, DE CERTA FORMA, EU VEJO ELA MAIS COMO HUMANA HOJE.</p>
<p><b>OFF ARTE (GRÁFICOS)</b> [Arte dos gráficos.]</p>	<p>33"</p>	<p>O RELATÓRIO DO PRÓ-MÚSICA BRASIL MOSTROU QUE, EM 2024, O MERCADO FONOGRÁFICO BRASILEIRO SEGUIU EXPANDINDO E TEVE UM FATURAMENTO 21,7% MAIOR</p>

<p><b>SONORA ÉLOI</b> GC Elói Moreno, radialista</p>	<p>35"</p>	<p>QUE NO ANO ANTERIOR.</p> <p>ESSE CRESCIMENTO FOI IMPULSIONADO PELO SEGMENTO DIGITAL.</p> <p>O STREAMING REPRESENTA 88% DA RECEITA TOTAL DO SETOR, ENQUANTO AS VENDAS FÍSICAS SÃO RESPONSÁVEIS POR 0,6%.</p> <p>ISSO NÃO QUER DIZER QUE OS ARTIGOS FÍSICOS PERDERAM SUA IMPORTÂNCIA, MAS NÃO SÃO MAIS PRIORIDADE PARA OS FÃS.</p> <p>A PARTIR DO MOMENTO QUE A GENTE PASSOU A TER AS REDES SOCIAIS E PASSOU A TER ESSA CONDIÇÃO DE FACILIDADE DE DISTRIBUIÇÃO DAS MÚSICAS E TUDO MAIS, EU ACHO QUE A IDEIA PERMANECEU A MESMA, MAS O CONCEITO MUDOU, QUE É EXATAMENTE O QUE VOCÊ COMENTOU.</p> <p>HOJE VOCÊ NÃO VAI COMPRAR UM CD DA BANDA, SE NÃO VAI QUE NÃO EXISTE, ATÉ TEM, TEM MUITOS ARTISTAS QUE ESTÃO LANÇANDO VINIL NOVAMENTE, MAS SÃO POUCOS, AINDA NÃO É MUITO RELEVANTE DENTRO DESSE PAPO QUE A GENTE ESTÁ TENDO. A MAIORIA VOCÊ VAI OUVIR, OU SEJA, LÁ PELAS PLATAFORMAS DE MÚSICA, OU VOCÊ VAI ACOMPANHAR O CLIPE DO YOUTUBE, ENFIM.</p>
<p><b>SONORA STÉFANO</b></p>	<p>24"</p>	<p>É QUE TAMBÉM ESTÁ MAIS DIFÍCIL DE ACHAR HOJE EM DIA,</p>

<p><b>SONORA FERNANDA</b></p>	<p>14"</p>	<p>MAS EU TENHO VONTADE DE TERMINAR A COLEÇÃO DOS CDS. FALTA OS DOIS ÚLTIMOS. TALVEZ EU COMPRE SIM. DOS CDS PARA TERMINAR DE TER OS CDS.</p> <p>QUANDO COMEÇOU A FICAR MUITO FÁCIL, EU JÁ NÃO TINHA MAIS ESSE APEGO DE TER UM ÁLBUM FÍSICO, PORQUE TAMBÉM COMEÇOU A FICAR MAIS FÁCIL DE OUVIR NO SPOTIFY, OU NO YOUTUBE, OU QUALQUER OUTRA DESSAS PLATAFORMAS.</p>
<p><b>SONORA ARIANE</b></p>	<p>17"</p>	<p>O STREAMING É BOM PORQUE EU TENHO ACESSO ÀS MÚSICAS DELA DA FORMA QUE EU QUISE, NA HORA QUE EU QUISE E TAL. MAS SE EU PUDESSE TER MAIS COISAS DELA, TIPO MAIS DISCOS, MAIS CDS, MAIS MERCH DELA, ESSAS COISAS EU GOSTARIA DE TER.</p>
<p><b>OFF</b> [Imagens de Linha do tempo chegando no spotify.]</p>	<p>10"</p>	<p>E ENTÃO, EM 2025, COMO VOCÊS FAZEM PARA OUVIR AS MÚSICAS DOS SEUS ÍDOLOS NO DIA A DIA?</p>
<p><b>SONORA ARIANE</b></p>	<p>11"</p>	<p>NO SPOTIFY. TODOS OS DIAS EU ESTOU OUVINDO ELA NO SPOTIFY. SE VOCÊ PEGAR MEU TOP 5 DO SPOTIFY DE TODOS OS MESES, DESDE O COMEÇO DO ANO, ELA ESTÁ LÁ.</p>

<b>SONORA STÉFANO</b>	04"	É, TENHO CDS, EU TENHO TOCA DISCO, MAS EU VOU NO STREAMING. (RISADAS)
<b>ENCERRAMENTO</b>	26"	JÁ PERCEBEU COMO A RELAÇÃO COM SEU ÍDOLO FOI MUDANDO E PODE MUDAR AINDA MAIS?  ATUALMENTE, ALGUNS ARTISTAS PRODUZEM MÚSICAS PENSANDO COMO ELAS PODEM VIRALIZAR NAS REDES SOCIAIS, E NÃO É SÓ ISSO, A IA TAMBÉM ESTÁ TRANSFORMANDO O MUNDO DA MÚSICA.
<b>ARTE</b> [QUANDO FALA OUTRO FORMATO E O VÍDEO VIRA, COLAR EM UM MOCKUP DE CELULAR E VIRAR TAMBÉM, "ARRASTAR VÍDEO PRA CIMA" NO FINAL. ]		MAS PODE FICAR TRANQUILO QUE ISSO É ASSUNTO PRA OUTRO DIA, OUTRA REPÓRTAGEM E, QUEM SABE, ATÉ OUTRO FORMATO...

Quadro 6- Roteiro

Após o desenvolvimento do roteiro e a montagem da reportagem em vídeo, com as mesclagem das sonoras, offs, passagem e encerramento, foi desenvolvida toda a parte gráfica do trabalho.

A identidade visual do produto foi desenvolvida pensando em trazer a linguagem divertida, descolada e dinâmica, inspirada na estética marcante do canal MTV, ícone da cultura pop musical dos anos 1990/2000. A ideia é conectar o passado e o presente, utilizando elementos nostálgicos, mas com uma estética mais atual.

Figura 2- Trecho reportagem- GC

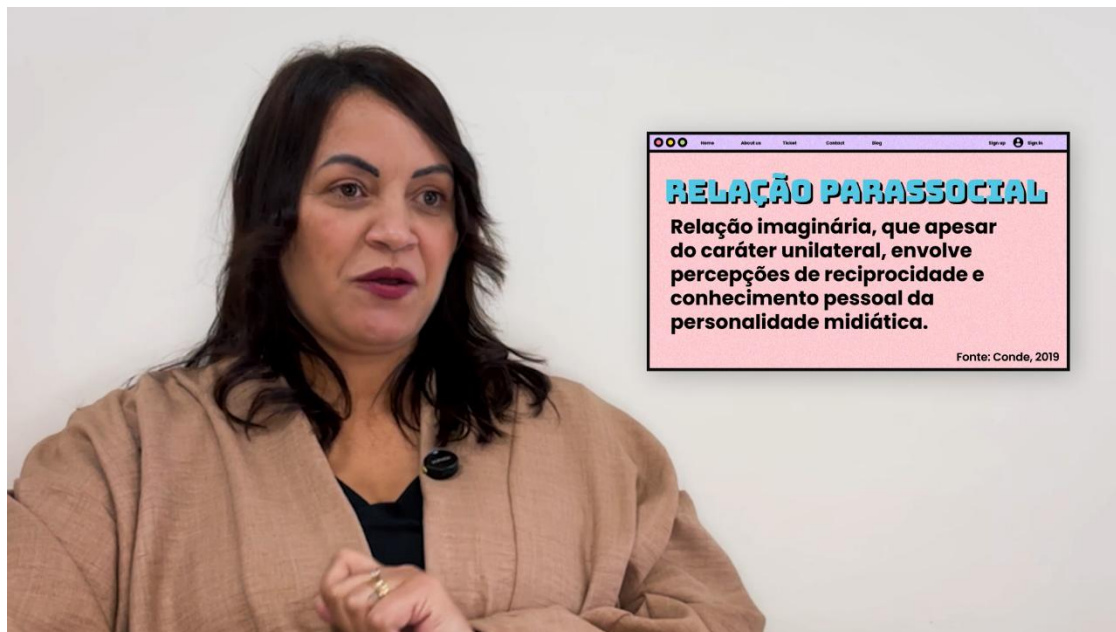


Fonte: Autoral, 2025

A tipografia escolhida para os GCs apresenta letras maiúsculas, mais grosseiras e arredondadas, que remetem ao estilo jovem e retrô. Além disso, o intuito também é transmitir leveza e uma linguagem mais jovial, sem comprometer a leitura.

As fontes são: Poppins, pois traz simplicidade e clareza em contraste com o tema, além disso, o uso de uma fonte neutra e objetiva cria equilíbrio. E Bungee Regular, que traz uma estética inspirada em letreiros urbanos e conexão com cultura pop e música. A Bungee foi criada com referência a letreiros de rua, fachadas de lojas e placas luminosas, elementos fortemente ligados à cultura musical, shows, casas de espetáculo, festivais e cenas urbanas.

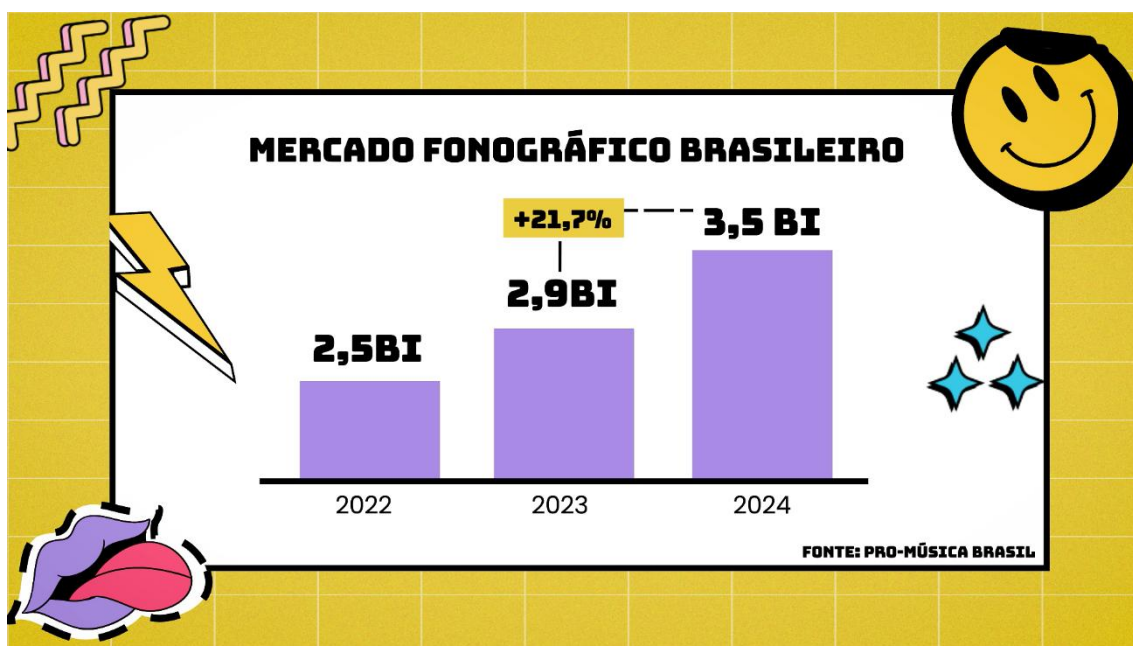
Figura 3- Trecho reportagem- caixa de texto



Fonte: Autoral, 2025

A mesma família tipográfica foi usada na caixa de texto para a explicação de outros dados e informações da reportagem, assim criando um padrão visual para o produto.

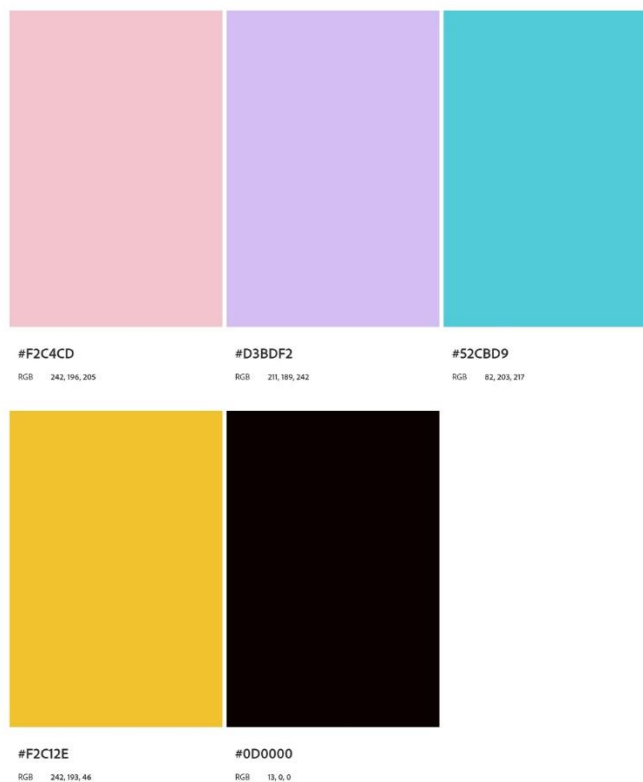
Figura 4- Trecho reportagem- gráfico



Fonte: Autoral, 2025

As telas dos gráficos, possuem o fundo amarelo padronizado, com os elementos que se repetem durante toda a reportagem, para que não perca o objetivo divertido e não fuja da identidade visual. O fundo complementar é branco para que não prejudique a leitura das informações.

Figura 5- Paleta de cores



Fonte: Autoral, 2025

As cores amarelo, roxo, rosa e azul foram escolhidas por serem cores mais vibrantes, lembrando a estética dos anos 1990 e 2000 e trazendo uma referência ao mundo da cultura pop.

O amarelo representa energia e entusiasmo, a cor rosa remete à criatividade, já o azul representa a confiança e serenidade, e o roxo a modernidade, a fim de trazer à tona essa transição de gerações, muito citada na reportagem.

*Figura 6- Trecho reportagem- transição*



Fonte: Autoral, 2025

As transições são rápidas e levam as cores padrões usadas em todo o produto. O formato arredondado traz uma sensação de movimento e descontração, fazendo referência ao arco-íris, elemento presente na reportagem por representar diversidade e alegria, características do mundo pop.

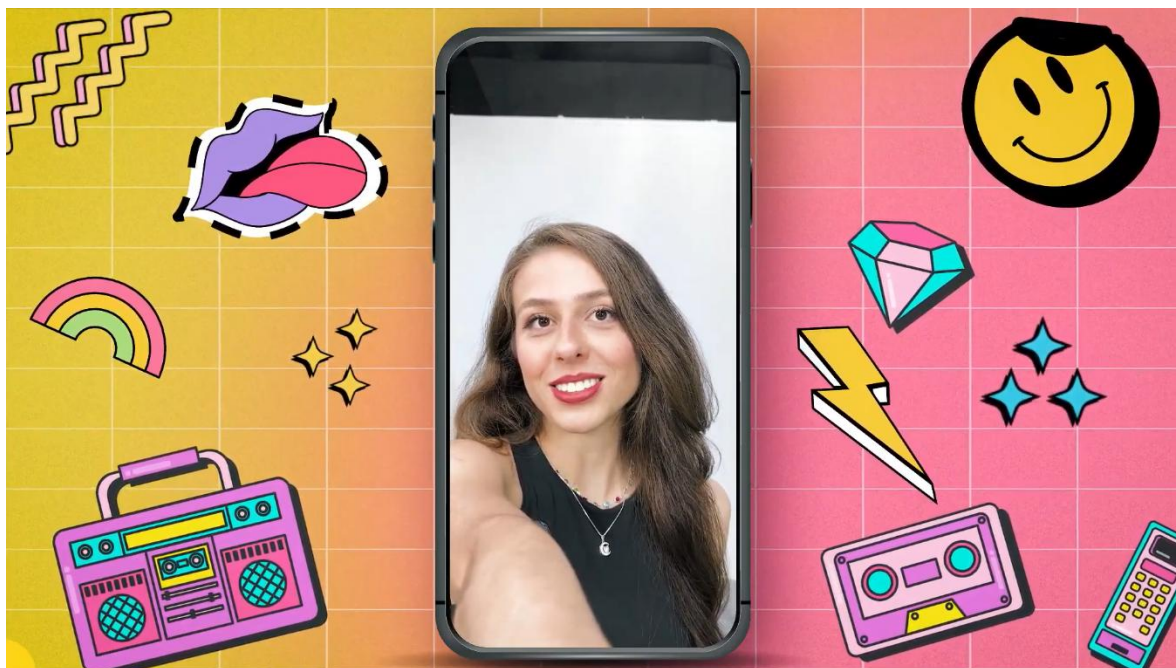
Figura 7- Trecho reportagem- linha do tempo



Fonte: Autorial, 2025

A linha do tempo traz o fundo e as escritas com as cores padrões do produto, além de poucos elementos para que a informação principal não fique perdida, facilitando a visualização das informações.

Figura 8- Trecho reportagem- encerramento



Fonte: Autoral, 2025

O encerramento utiliza todos os elementos e cores presentes na reportagem. A ideia do celular é trazer o material para os dias atuais e mostrar a evolução da tecnologia e da indústria fonográfica, fazendo alusão ao futuro, como as novidades que chegarão ao mundo da música nos próximos anos.

Segue aqui o link para acesso ao produto desenvolvido:

[https://drive.google.com/file/d/1eOM5spWa\\_kJutzjaPEMw3\\_P24F9IKApw/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1eOM5spWa_kJutzjaPEMw3_P24F9IKApw/view?usp=drive_link)

## 6 CRONOGRAMA

Ano	2024				2025										
Mês	AGO	SET	OUT	NOV	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV
Início da pesquisa	X	X													
Definição do tema			X												
Desenvolvimento				X											
Entrega do pré-TCC				X											
Pesquisa bibliográfica					X	X									
Elaboração escrita							X	X	X						
Produção da pauta									X						
Conversa com personagens										X					
Organização de orçamento					X										
Pré-banca										X					
Entrevista											X	X	X		
Gravação											X	X			
Edição														X	X
Banca															X

Quadro 7- Cronograma

## REFERÊNCIAS

Abreu, Karen. História e Tecnologias da Televisão. UFSM, 2012. Disponível em: <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/abreu-silva-historia-e-tecnologias-da-televisao.pdf>.

Acesso em: 18 out 2025.

Almeida, Ana Carolina. “Novos clássicos”? Disney Mania, cultura pop e versões musicais. Academia.edu. Disponível em:

[https://www.academia.edu/2569186/Novos cl%C3%A1ssicos disney e o mercado fonogr%C3%A1fico contempor%C3%A2neo](https://www.academia.edu/2569186/Novos_cl%C3%A1ssicos_disney_e_o_mercado_fonogr%C3%A1fico_contempor%C3%A2neo). Acesso em: 05 maio 2025.

Caifa, Janice. Movimento Punk na cidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahard Editora Ltda, 1985.

CHAVEZ, Alejandro. Brasil: O sexto país mais obcecado por música do mundo. YouGov, 2024. Disponível em: <https://business.yougov.com/pt/content/49587-brasil-sexto-pais-mais-obcecado-musica-mundo-maio-2024>. Acesso em: 20 maio 2025

CLUBE DO POP, A história da música pop, Youtube, 28 de março de 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=e16rgEIOaS0>. Acesso em: 2 dez. 2024

Cunha, Maria. A figura do fã enquanto criador. Biblioteca online de ciências da comunicação, 2007. Disponível em: <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/cunha-ines-figura-fa-criador.pdf>. Acesso em 28 nov. 2024.

Deezer, 2025. ANOS 2020. DISPONÍVEL EM: <https://www.deezer.com/br/channels/2020s>. Acesso em: 08 maio 2025.

Fruet, Luiza. A Cultura Digital e o Fã-Ativismo: um estudo de caso dos fã-sites Oh Sehun Brazil e 5SOS Brasil. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2018. Disponível em:

<https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2018/resumos/R62-0030-1.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2024.

Garcia, Isaira. Fãs e artistas: relações de amor e consumo. Curitiba: Brasil Publishing, 2019.

Gomes, Isabelly. Diferenciação como estratégia: um estudo de caso da Apple. E-Acadêmica 2(3), 11 de novembro de 2021. Disponível em:

<https://www.eacademica.org/eacademica/article/view/67/79>. Acesso em: 23 mar. 2025.

Gomes, Rodrigo. Do Fonógrafo ao MP3: Algumas Reflexões sobre Música e Tecnologia. Revista Brasileira de Estudos da Canção, 2014. Disponível em: [https://rbec.ect.ufrn.br/data/uploaded/artigo/N5/RBEC\\_N5\\_A6.pdf](https://rbec.ect.ufrn.br/data/uploaded/artigo/N5/RBEC_N5_A6.pdf). Acesso em: 10 abr. 2025.

Gonçalves, Isabel. O Rádio: uma história de resistência. Narrativas e vivências em construção, 2020. Disponível em: <https://www.precog.com.br/bc-texto/obras/2021pack1081.pdf#page=35>. Acesso em: 17 de set. 2025.

Gutmann, Juliana. Performances em contextos midiáticos MTV BR & SSA. Editora da Universidade Federal da Bahia, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/35584/1/performances-em-contextos-midiaticos-repositorio.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2025.

Kischinhevsky, Marcelo. Em busca da música infinita: os serviços de streaming e os conflitos de interesse no mercado de conteúdos digitais. Revista fronteira- estudos midiáticos, 2015. Disponível em: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45098379/Musica\\_infinita\\_Kischinhevsky\\_Vicente\\_DeMarchi-libre.pdf?1461673957=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMusica\\_infinita\\_os\\_servicos\\_de\\_streaming.pdf&Expires=1733418675&Signature=QbCLirddBUwT2R0526ARIASRS-C6oYgsMwZ5PI1wghkIEPknV1CzPE1OxwrCQ~oIYdMm-hdmfIOROop475HZY8czxuZmMtGRWiHRWQfVSB3slir9p-i0orBIOgMCdjhtvME8vHFyDh2Rntv4B5nARFLwc4~I1~kO6teSEU3VTtjiaq3y93XfTkJjEiJ7nijMIINn859-Sm7O6v8~M6dNenxJwxS8JyFfqDFLLv9ustxwbgA4HgSPvDCmBOWF8~PNxJ4za~8nMPOinIHVtdZTj1beWKM60bXMvPrNrth-Hzhvr-YXL1d6vozUQrBf5odGr3cuMMvou9yg8kRa~ydA\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/45098379/Musica_infinita_Kischinhevsky_Vicente_DeMarchi-libre.pdf?1461673957=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMusica_infinita_os_servicos_de_streaming.pdf&Expires=1733418675&Signature=QbCLirddBUwT2R0526ARIASRS-C6oYgsMwZ5PI1wghkIEPknV1CzPE1OxwrCQ~oIYdMm-hdmfIOROop475HZY8czxuZmMtGRWiHRWQfVSB3slir9p-i0orBIOgMCdjhtvME8vHFyDh2Rntv4B5nARFLwc4~I1~kO6teSEU3VTtjiaq3y93XfTkJjEiJ7nijMIINn859-Sm7O6v8~M6dNenxJwxS8JyFfqDFLLv9ustxwbgA4HgSPvDCmBOWF8~PNxJ4za~8nMPOinIHVtdZTj1beWKM60bXMvPrNrth-Hzhvr-YXL1d6vozUQrBf5odGr3cuMMvou9yg8kRa~ydA_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA). Acesso em 26 nov. 2024.

Krunfli, Mariana. Taylor Swift é a Artista Mais Escutada Globalmente Pelo 2º Ano Consecutivo. Forbes, 2024. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-mulher/2024/12/taylor-swift-e-a-artista-mais-escutada-globalmente-pelo-2o-ano-consecutivo/>. Acesso: 05 maio 2025.

Michel, Carlos. MTV BRASIL: PIONEIRISMO E LEGADO PARA A TV BRASILEIRA. UFRJ, 2017. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/8450/1/CMoncken.pdf>. Acesso em: 18 out 2025.

Michaelis. Dicionário brasileiro da língua portuguesa. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/fanatico>. Acesso em 5 de nov. de 2024.

Marchi, Leonardo. A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2005. Disponível em: <https://e-compos.org.br/e-compos/article/view/29/30>. Acesso em: 23 mar. 2025.

Ramos, André. A palavra “fã” é uma abreviatura da palavra inglesa “fan”. 29 de outubro de 2024. Instagram: @andramosreal. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DBuZqVkOrxq/>. Acesso em : 27 nov. 2024

Saba, Gustavo. No domínio do Rock: da antologia à ontologia de um gênero musical. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1808-5245.29.131509>. Acesso em: 10 abr. 2025.

Silva, Renata. Cultura da celebridade, fãs e a nova mídia: um estudo sobre a promoção da imagem e trabalho de Justin Bieber. Vozes e Diálogos, 2016. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/vd/article/view/8589/5326>. Acesso em: 07 maio 2025.

Soares, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. Editora da Universidade Federal da Bahia, 2015. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Ariane-Holzbach-2/publication/366808636\\_Heavy\\_Metal\\_X\\_Funk\\_disputas\\_de\\_genero\\_na\\_cultura\\_pop\\_a\\_partir\\_do\\_canal\\_Mamilos\\_Molengas/links/63b2e488a03100368a496488/Heavy-Metal-X-Funk-disputas-de-genero-na-cultura-pop-a-partir-do-canal-Mamilos-Molengas.pdf#page=20](https://www.researchgate.net/profile/Ariane-Holzbach-2/publication/366808636_Heavy_Metal_X_Funk_disputas_de_genero_na_cultura_pop_a_partir_do_canal_Mamilos_Molengas/links/63b2e488a03100368a496488/Heavy-Metal-X-Funk-disputas-de-genero-na-cultura-pop-a-partir-do-canal-Mamilos-Molengas.pdf#page=20). Acesso em: 24 abr. 2025.

Teixeira, Rafael. Meio de década: os 10 artistas mais marcantes de 2020 até 2025 no streaming. Tenho Mais Discos Que Amigos, 2025. Disponível em: <https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2025/04/23/artistas-mais-marcantes-anos-2020/>. Acesso em: 08 maio 2025.

Vicente, Eduardo. Indústria da música ou indústria do disco? A questão dos suportes e de sua desmaterialização no meio musical. Revistas USP, Rumores, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/55300/58927>. Acesso em: 05 abr. 2025.

Zani, Juliana. O gênero grande reportagem: uma análise possibilitada pelo diálogo entre o ISD e aportes teóricos dos textos orais. Eutomia revista de literatura e linguística, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/index.php/EUTOMIA/article/download/560/486/1594>. Acesso em 4 dez. 2024

## **ANEXO A: GLOSSÁRIO**

*Story*: Recurso de redes sociais que exibe fotos ou vídeos por tempo limitado.

*Playlists*: Listas de músicas organizadas por tema, gênero ou preferência do usuário.

*Offline*: Modo que permite ouvir músicas sem conexão à internet.

*Videoclipes*: Produções audiovisuais que acompanham músicas para divulgação artística.

*MP3 player*: Dispositivo portátil usado para reproduzir arquivos de áudio em formato MP3.

*Streaming*: Tecnologia que permite a transmissão de áudio e vídeo em tempo real pela internet, sem necessidade de download completo do arquivo.

*Pre-save*: Recurso que permite salvar músicas ou álbuns antes do lançamento.

*Blues*: Gênero musical afro-americano com melodias melancólicas e letras emocionais.

*Rhythm and Blues*: Estilo musical que mistura blues e jazz, com ritmo dançante e vocais marcantes.

*Country*: Gênero musical originado no interior dos Estados Unidos, que combina influências do folk e do blues. É caracterizado pelo uso de instrumentos como violão, banjo e violino.

*Spotify*: Plataforma de streaming musical que permite ouvir faixas sob demanda.

*Compact Disc*: Mídia digital em formato de disco usada para armazenar e reproduzir áudio e dados.

*Pendrive*: Unidade de armazenamento portátil conectada via USB para guardar e transferir arquivos digitais.

*Influenced-rock pop*: Estilo musical pop que incorpora elementos e sonoridades característicos do rock.

*Disco*: Gênero musical dançante dos anos 1970, marcado por batidas pulsantes, arranjos orquestrais e clima festivo.

*Piano-based pop*: *Estilo pop cuja base melódica e harmônica é construída predominantemente com piano.*

*Korean Pop*: Gênero musical sul-coreano conhecido por produções elaboradas, coreografias marcantes e forte presença visual.

## ANEXO B: FICHAS DE ORIENTAÇÃO



## FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Miranda Ferraz de Melo Ass.: Miranda F. Melo

Data: 24 10 2025

Temas discutidos:

Estrutura e tipos de trabalho

Desenvolvimento de referencial

Desenvolver:

Eu formalista

construção referencial

Próxima reunião: 28 10 2025

Assinatura do orientador:





### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Mizela Ferreira de Melo Ass.: Mizela F. Melo  
 Data: 23 10 2025

Temas discutidos:

Revisão do trabalho entregue em dezembro/2024

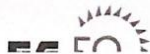
Referencial

Desenvolver:

Referencial de livros

Próxima reunião: 24 10 2025

Assinatura do orientador:





### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Vanilla Serrano de Melo Ass.: Vanilla S. Melo

Data: 28 / 03 / 2025

Temas discutidos:

Livros (Indicações de bibliografias)

Grande Reportagem

Espetáculo (livro)

Desenvolver:

Preferencial com as bibliografias indicadas.

Próxima reunião: 08 / 04 / 2025

Assinatura do orientador:



FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Mirela S. S. de Melo Ass.: Mirela S. de Melo

Data: 08 / 04 / 2025

Temas discutidos:

Etapas do Projeto + Roteiro e pauta

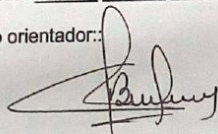
Desenvolver:

Etapas (Resumo preenchido)

Roteiro e parecer

Próxima reunião: 09 / 05 / 2025

Assinatura do orientador:



**FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL**

Aluno: Miriele Ferreira de Melo . Ass.: Miriele F. Melo

Data: 09 / 05 / 2025

Temas discutidos:

Modelo do TCC -

Introdução

Considerações ?

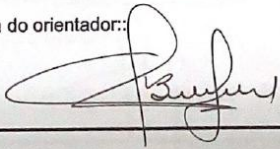
Desenvolver:

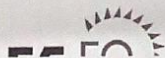
Introdução (final)

Tabela de Custos

Revisar Bibliografia

Próxima reunião: 29 / 05 / 2025

Assinatura do orientador: 





### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Infirida S. Moreira de Melo Ass.: Infirida S. Melo

Data: 29 / 05 / 2025

Temas discutidos:

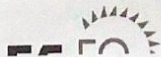
Estrutura do Projeto (Normas) e Roteiro

Desenvolver:

Roteiro e pautas

Próxima reunião: 02 / 06 / 2025

Assinatura do orientador::



## FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

*Mirela F. Melo*

Aluno: Mirela Ferreira de Melo \_\_\_\_\_, Ass.: \_\_\_\_\_

Data: 02 / 06 / 2025 .

Temas discutidos:

Orientações finais para apresentação da pré-banca.

---



---



---



---



---



---



---

Desenvolver:

Treinar tópicos para a apresentação, organizar os slides.

---



---



---



---



---




---



---

Próxima reunião: 14 / 08 / 2025

Documento assinado digitalmente  
 VANIA BRAZ DE OLIVEIRA  
 Data: 13/11/2025 15:46:35-0300  
 Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

## FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

*Mirela F. Melo*

Aluno: Mirela Ferreira de Melo \_\_\_\_\_, Ass.: \_\_\_\_\_

Data: 14 / 08 / 2025 .

Temas discutidos:

Tópicos que o avaliador da pré-banca pediu para que fossem melhorados e alinhamento dos personagens das entrevistas

---



---



---



---



---



---

Desenvolver:

Fazer as gravações com personagens e escrever sobre rádio e TV no referencial teórico.

---



---



---



---




---



---

Próxima reunião: 17 / 09 / 2025

Documento assinado digitalmente  

**VANIA BRAZ DE OLIVEIRA**  
 Data: 13/11/2025 15:46:35 -0300  
 Verifique em <https://validar.br.gov.br>

---

## FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

*Mirela F. Melo*

Aluno: Mirela Ferreira de Melo \_\_\_\_\_ Ass.: \_\_\_\_\_

Data: 17 / 09 / 2025 \_\_\_\_\_.

Temas discutidos:

Produção da reportagem e desenvolver sobre punk rock no referencial teórico

---

---

---

---

---

---

---

---

Desenvolver:

Roteiro da reportagem.

---

---

---

---

---

---

---

---

Próxima reunião: 17/10/2025



## FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL *Mirela F. Melo*

Aluno: Mirela Ferreira de Melo \_\_\_\_\_, Ass.: \_\_\_\_\_

Data: 17 / 10 / 2025 \_\_\_\_\_.

Temas discutidos:

Estrutura da reportagem, decupagem de entrevistas e roteiro.

---



---



---



---



---



---



---

Desenvolver:

Cortar as sonoras da reportagem, diminuir o tempo do material, desenvolver OFFs e passagem.

---



---



---



---



---



---



---

Próxima reunião: 12/11/2025 \_\_\_\_\_

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** YANIA BRAZ DE OLIVEIRA  
 Data: 13/11/2025 15:46:35 -0300  
 Verifique em <https://validar.it.gov.br>



Av. Shishima Hifumi, 2911 - 12244-000 - São José dos Campos - SP -  
[www.univap.br](http://www.univap.br)



## FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

*Mirela F. Melo*

Aluno: Mirela Ferreira de Melo \_\_\_\_\_ Ass.: \_\_\_\_\_

Data: 12/11/2025 \_\_\_\_\_

Temas discutidos:

Alterações na reportagem em vídeo e ajustes finais do relatório.

---



---



---



---



---



---



---

Desenvolver:

Finalizar relatório e preparar apresentação.

---



---



---



---



---



---



---

Próxima reunião: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

Documento assinado digitalmente:  
**gov.br** VANIA DRAZ DE OLIVEIRA  
 Data: 13/11/2025 15:16:35-0300  
 Verifique em <https://validar.it.gov.br>



Av. Shishima Hifumi, 2911 - 12244-000 - São José dos Campos - SP -  
[www.univap.br](http://www.univap.br)