Grupo 5

CYNTHIA FERNANDES DE BRITO SILVA

GIOVANNA SANTOS YOKOYAMA

HELENA BRUGAROLAS SALVO FLEURY DA ROCHA

**PROPOSTA DE TRABALHO**

***Lives* Shows**

**INTRODUÇÃO**

Segundo dados de um levantamento da conferência SIM São Paulo, realizado em março de 2020 (SIM São Paulo, 2020), mais de 8 mil shows e apresentações foram cancelados ou adiados em 21 estados do Brasil neste ano, devido à pandemia do novo vírus COVID-19. Assim, os palcos passam a ser substituídos por transmissões ao vivos chamadas de *lives* que acontecem normalmente nas redes sociais. Por ser um dos assuntos mais comentados atualmente e por estar bem em alta entre os jovens, faz-se necessário avaliar os impactos deste novo meio de interação.

Nesse sentido, o trabalho tem como objetivo analisar a influência que as *lives*-show possuem na mudança de hábito dos telespectadores, a sua utilização como uma forma de lazer durante a quarentena e a importância dessas *lives* como uma forma de caridade e solidariedade.

Os resultados obtidos com esse trabalho poderão ser utilizados como base para pesquisas futuras referentes ao tema, além de servir como conscientização a respeito do impacto que essas *lives* tiveram em um cenário de pandemia bem como divulgação e difusão de uma nova forma de lazer emergente e mais acessível ao público.

**BASE TEÓRICA**

A observação das pesquisadoras identificou que no início da quarentena, as apresentações eram realizadas de uma forma mais despojada com o cantor filmando na tela de seu celular em um cômodo de sua casa e um violão. Na segunda quinzena de março, por iniciativa do jornal O Globo, dois festivais virtuais reuniram *lives* de dezenas de músicos brasileiros de diversos gêneros. O Festival Fico em Casa e o #tamojunto foram transmitidos a partir dos perfis no Instagram dos artistas (Sympla, 2020).

Em paralelo ao movimento, artistas como Jorge e Mateus e Gusttavo Lima apostaram em uma maior produção com câmeras, iluminação, cenografia e patrocínio (Uol, 2020 a). Tal estilo de produção inovadora não se viu em transmissões de estrelas estrangeiras que, gravavam seus shows a partir da cozinha de suas casas, como foi o caso do cantor inglês Elton John (Bnc, 2020).

Segundo notícia da uol, o pioneiro da “super-*live*” foi o Gusttavo Lima que fez uma transmissão usando a plataforma YouTube (Uol, 2020 a). A transmissão de cerca de cinco horas chegou a ter mais de 700 mil espectadores simultâneos. O cantor bateu o recorde ultrapassando a marca da cantora americana Beyoncé, que tinha chegado a 458 mil em 2018 com sua apresentação no festival Coachella (Uol 2020 b). Uma semana depois, o mesmo jornal publica que a dupla sertaneja Jorge e Mateus, usando o novo modelo de apresentação, superou a quantidade de pessoas chegando a marca de 3,1 milhões de espectadores simultâneos na plataforma do Youtube. No dia 8 de abril com o pico em 3.3 milhões de espectadores simultâneos, Marília Mendonça conseguiu bater o recorde da dupla sertaneja utilizando a mesma plataforma, virando manchete no G1 (2020, a).

As transmissões, além de proporcionarem entretenimento, concorrendo com o passatempo de ler um livro ou ver um filme, também estão com um objetivo beneficente arrecadando alimentos e equipamentos de segurança para o combate ao corona vírus. As doações estão sendo direcionadas para instituições, hospitais e famílias carentes. De acordo com o levantamento feito pelo G1 (2020 a), as principais transmissões ao vivo e cifras divulgadas pelas próprias equipes dos artistas, arrecadam ao menos 1,4 mil toneladas de alimentos e quase 1 milhão de reais.

Além disso, algumas *lives* contaram com um pronunciamento exclusivo do ex-Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, com recomendações e informações sobre a quarentena. Tal ministro, apareceu nas *lives* do Jorge e Mateus e da Marília Mendonça, relembrando a importância de permanecer em casa e elogiou a ação dos artistas.

Precisa incluir obras de caráter científico que tratem de:

Lazer – tipos e características

Relação das pessoas com ídolos

Shows como forma de lazer

Música e lazer

Sem este embasamento as análises dos resultados serão apenas descrição de % sem tem informações para justificar ou analisar os resultados obtidos.

**METODOLOGIA**

As *lives*-show se tornaram popular e comentada durante a quarentena, como meio de entretenimento domiciliar. Diante disso, o levantamento dos dados presentes na base teórica será feito de acordo com as informações que os artistas estão publicando em suas contas oficiais e as matérias de portais verificados de notícias online.

A pesquisa tem a função de adquirir dados sobre a contribuição e o engajamento das *lives*-show em relação a expectativa das pessoas em busca de lazer nessa quarentena.

Para a coleta de dados sobre o público, será elaborado um questionário por meio do Google Forms e que será divulgado em redes sociais, posto que é o meio mais eficiente de obter engajamento com o público. Ele conterá perguntas e alternativas simples, diretas e de fácil entendimento, de modo que qualquer pessoa com acesso à internet poderá responder e contribuir.

A finalidade do questionário é de obter informações a respeito da participação da sociedade nas *lives*, seja por meio de doação ou apenas visualização. Além de analisar o motivo que leva as pessoas a tirarem um tempo de sua rotina para assisti-las. Depois que o questionário for publicado e todas as respostas forem devidamente contabilizadas, ele será utilizado como uma forma de dar embasamento à pesquisa, ajudando a comprovar as informações aqui levantadas, além de contribuir no entendimento do funcionamento da *lives* e sua relação diretamente com o público.

* **Cronograma semanal:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Atividades** | **Semanas** | | | | | | | | |
| 21/4 | 27/4 | 04/5 | 11/6 | 18/5 | 25/5 | 01/6 |  |  |
| Elaboração Introdução | X | X |  |  |  |  |  |  |  |
| Elaboração  Base teórica | X | X | X |  |  |  |  |  |  |
| Redação da metodologia | X | X |  |  |  |  |  |  |  |
| Entrega do pré-teste e coleta dos dados de campo | X | X |  |  |  |  |  |  |  |
| Coleta de dados de campo |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Análise de dados |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Redação de resultados |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Apresentação de resultados |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Últimas correções |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Envio da versão final |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**REFERÊNCIAS**

Data SIM. ***COVID-19: Impacto no mercado da música no Brasil.*** Disponível em: <<http://www.simsaopaulo.com.br/news/520_veja_pesquisa_sobre_impactos_da_covid-_no_mercado_brasileiro>>. Data de publicação: Mar, 2020.

Acesso em: 10 de abril de 2020.

Sympla. ***Festival Fico em Casa BR.*** Disponível em: < <https://www.sympla.com.br/festival-fico-em-casa-br__827027>>. Data de publicação: Mar, 2020. Acesso em: 10 de abril de 2020.

Folha de S.Paulo. ***Superproduzidas, lives dos sertanejos lucram e causam polêmica na pandemia.*** São Paulo, 2020.Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/04/superproduzidas-lives-dos-sertanejos-lucram-e-causam-polemica-na-pandemia.shtml> Data de publicação: Abr, 2020. Acesso em: 10 de abril de 2020

Brasil Norte Comunicação Amazonas. ***Lady Gaga, Elton John e outros no show-live imperdível de hoje.*** Amazonas, 2020. Disponível em: < <https://bncamazonas.com.br/rapidinhas/gaga-elton-john-show-live/>> Data de publicação: Abr, 2020. Acesso em: 10 de abril de 2020.

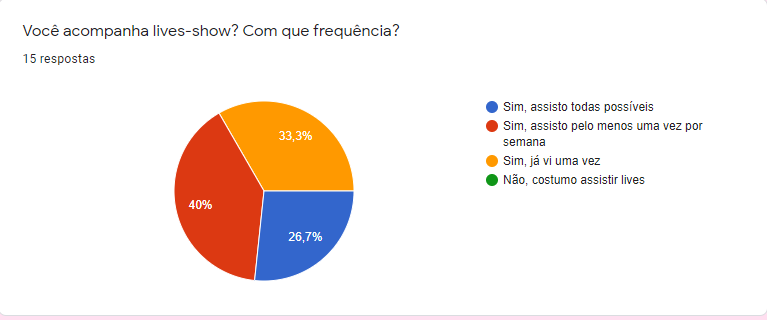
G1. ***Mais que views... Lives arrecadam ao menos 1,4 mil toneladas de alimentos e quase R$ 1 milhão.*** São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/04/09/mais-que-views-lives-arrecadam-ao-menos-14-mil-toneladas-de-alimentos-e-quase-r-1-milhao.ghtml>> Data de publicação: Abr, 2020. Acesso em: 10 de abril de 2020.

**RESULTADO E ANÁLISE DO PRÉ-TESTE**

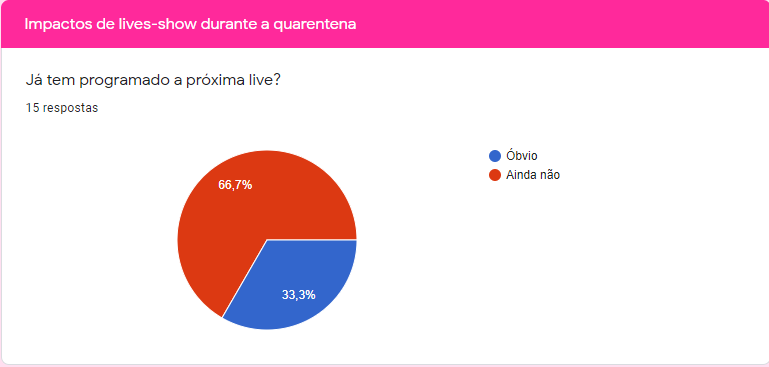
**Este texto vai para metodologia**

O pré-teste do questionário foi aplicado durante os dias 25 e 26 de abril, contando com 15 respostas. De acordo com as respostas obtidas, pode-se concluir que o questionário está cumprindo com os objetivos para o qual ele foi elaborado que são: analisar a influência que as *lives*-show possuem na mudança de hábito dos telespectadores, a sua utilização como uma forma de lazer durante a quarentena e a importância dessas *lives* como uma forma de caridade e solidariedade. As perguntas que compunham o questionário do pré-teste e os resultados apontados foram:

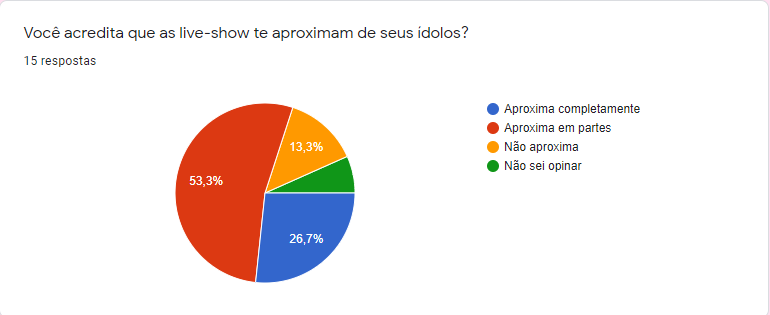
**Questão 1:** A questão 1 seria um espécie de “questão filtro”, onde as pessoas que respondessem a alternativa “Não, não costumo assistir *lives*” seriam direcionadas diretamente para o final do questionário, posto que ele foi elaborado para ser respondido por quem assiste *lives* com frequência ou que já assistiram alguma vez. Quem marcasse em qualquer uma das outras alternativas seria direcionado para a seção 2 do questionário. No caso do pré-teste, todas as respostas foram direcionadas para a seção 2, já que todos que responderam assistiam à *lives*.



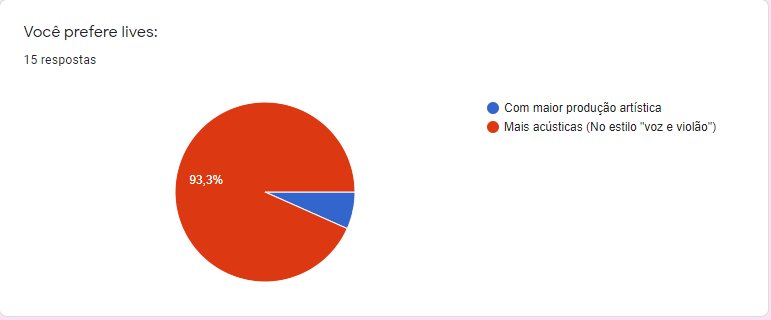
**Questão 2:** Essa é a primeira questão da Seção 2 do questionário (destinada apenas ao público que assiste ou já assistiu a alguma *live*) e tem o propósito de verificar se as pessoas costumam se programar com antecedência para assistir às *lives*-show.

****

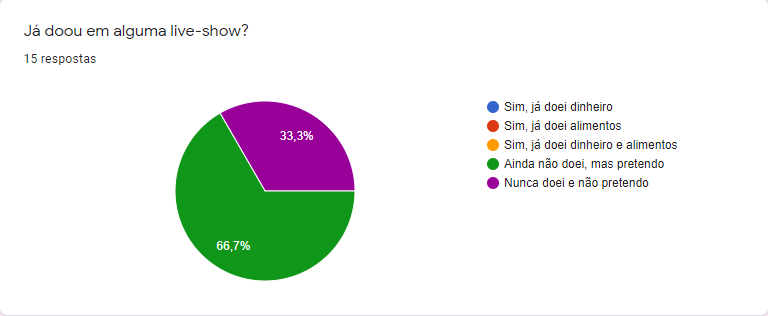
* **Questão 3:** Essa questão tem como intuito analisar se o público acha que as *live*-show cumprem com o papel de aproximar os telespectadores de seus artistas favoritos.



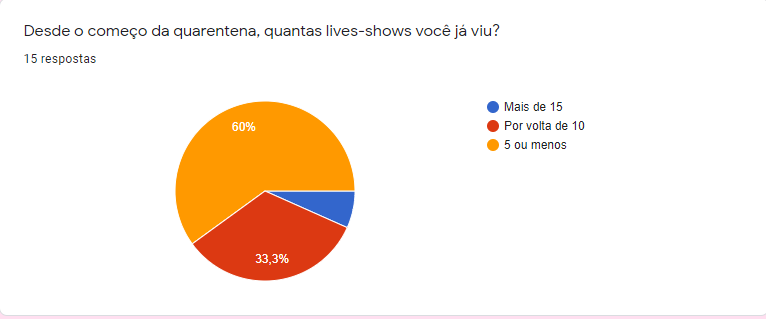
* **Questão 4:** Essa questão visa analisar a preferência do público pelo cenário e produção das *lives*.

****

* **Questão 5:** A questão tem como propósito analisar as *lives* como uma ferramenta de caridade e solidariedade durante a quarentena. Com os resultados obtidos no pré-teste é possível perceber que a maior parte das pessoas pode ser influenciada a doar por causa das *live*-show.



* **Questão 6:** A questão tem como intuito analisar a frequência com que os entrevistados assistem às *lives*.

****

* **Questão 7:** A última questão do questionário foi elaborada com o propósito de verificar a motivação principal para que o público opte por assistir a uma *live*. A questão é de múltipla escolha, então os entrevistados podem marcar mais de uma opção, além de contar com a opção “Outros”, onde a pessoa que estiver respondendo o questionário pode incluir uma motivação diferente das que já continham no formulário. Com os resultados obtidos no pré-teste, pode-se perceber que a maioria das pessoas encaram as *lives*-show com uma forma de lazer e entretenimento alternativo durante a quarentena.

