



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO SERTÃO  
PERNAMBUCANO – CAMPUS FLORESTA  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TECNOLOGIA DA  
INFORMAÇÃO**

**CÍNTIA VILARIM LIMA OLIVEIRA**

**A IMPORTÂNCIA DAS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS COMO FORMA DE  
CONTORNAR OS IMPACTOS DA COVID-19 NO CENÁRIO MUSICAL  
BRASILEIRO.**

**FLORESTA - PE**

**2022**

CÍNTIA VILARIM LIMA OLIVEIRA

A IMPORTÂNCIA DAS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS COMO FORMA  
DE CONTORNAR OS IMPACTOS DA COVID-19 NO CENÁRIO MUSICAL  
BRASILEIRO.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do curso de Gestão da Tecnologia da Informação, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano - *Campus* Floresta, como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Gestão da Tecnologia da Informação.

Orientador: Prof. Ayane Gonçalves.

FLORESTA - PE

2022

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

O48a Oliveira, Cintia Vilarim Lima  
A importância das ferramentas tecnológicas como forma de contornar os impactos da covid-19 no cenário musical brasileiro / Cintia Vilarim Lima  
Oliveira - Floresta, 2022.

41 f. il.

Orientadora: Ayane Maria Gonçalves da Silva.  
Trabalho de Conclusão de Curso – Tecnólogo em Gestão da Tecnologia da Informação Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano – Campus Floresta.

1. Coronavírus. 2. Mercado musical. 3. Tecnologia.

I. Silva, Ayane Maria Gonçalves da. II. Título.

CDD 780

CÍNTIA VILARIM LIMA OLIVEIRA

A IMPORTÂNCIA DAS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS COMO FORMA  
DE CONTORNAR OS IMPACTOS DA COVID-19 NO CENÁRIO MUSICAL  
BRASILEIRO.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Coordenação do curso de Gestão da Tecnologia  
da Informação, do Instituto Federal de Educação,  
Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano -  
*Campus* Floresta, como requisito parcial à  
obtenção do título de Tecnólogo em Gestão da  
Tecnologia da Informação.

Aprovado em: 18/02/2022.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Ayane Maria Gonçalves da Silva  
Orientador(a)  
IF Sertão PE – Campus Floresta

---

Prof. Elis Magalhães Santos Freitas  
IF Sertão PE – Campus Floresta

---

Prof. Florisvaldo Cunha Cavalcante Junior  
Instituto Federal da Bahia- IFBA

FLORESTA – PE

2022

Aos meus pais, Sueli e Jaildo, pelo incentivo,  
apoio e motivação de sempre!

## **AGRADECIMENTOS**

Meus mais sinceros e profundos agradecimentos a Deus por me conceder saúde mental e física tanto para realizar este curso por completo, como para desenvolver este trabalho de conclusão de curso.

Agradeço também a minha família: meus pais, minha querida irmã e a Gutemberg, por sempre incentivar meus estudos.

Agradeço de todo meu coração aos meus queridos professores que fizeram parte de toda minha trajetória acadêmica, em especial à Ayane Gonçalves, orientadora deste trabalho, que me conduziu ao longo desta pesquisa e, também, ao meu orientador de estágio e bolsa Severino Paiva, por todo apoio e ensinamentos.

Não poderia deixar de agradecer aos meus colegas de turma, pela amizade, parceria e conhecimentos trocados ao longo da graduação.

“A mente que se abre a uma nova ideia,  
jamais voltará ao seu tamanho original”  
(Albert Einstein)

## RESUMO

A crise do novo Coronavírus desde 2020 vem impactando o mercado musical não só no Brasil, mas no mundo inteiro, impedindo aglomerações de pessoas, impossibilitando, assim, shows ao vivo. O setor foi afetado em diferentes áreas desse ramo, como por exemplo, produtoras de festivais, agências de artistas, casas de shows e barzinhos. Todas essas incertezas e dificuldades foram capazes de estimular a criatividade fazendo com que músicos e artistas usassem a tecnologia em favor da divulgação dos seus produtos/serviços para sobrevivência e enfrentamento da doença. Neste contexto, o objetivo deste trabalho é analisar quais estratégias tecnológicas foram utilizadas pelos músicos atuantes do Sertão do Pajeú em época de pandemia, com a finalidade de continuar seus trabalhos em meio ao isolamento social. Quanto à metodologia, esta pesquisa é caracterizada como descritiva e quantitativa, e foi aplicado questionários com os músicos atuantes no Sertão do Pajeú. Na análise dos resultados, dentre outros pontos, pode-se verificar que a maioria dos entrevistados possuem de 30 a 34 anos, são do sexo masculino e atuam a menos de 5 anos neste setor, tendo realizado, sua grande maioria, de 0 a 5 *lives* na época de pandemia. Vale destacar que todos os entrevistados concordaram que as redes sociais são uma importante ferramenta de divulgação, além de serem consideradas de fácil uso, mas a maioria dos entrevistados alegaram que a visibilidade das *lives* está diretamente relacionada a altos investimentos em sua elaboração e divulgação. Em linhas gerais, esse trabalho reforça a importância da tecnologia para a sociedade e para o desenvolvimento econômico.

**Palavras-chave:** Coronavírus. Mercado Musical. Tecnologia.

## ABSTRACT

The crisis of the new coronavirus since 2020 has been impacting the music market not only in Brazil, but worldwide, preventing crowds of people, thus making it impossible for live shows. The sector was affected in different areas of this branch, such as festival producers, artist agencies, concert halls and bars. All these uncertainties and difficulties were able to stimulate creativity, making musicians and artists use technology in favor of promoting their products/services for survival and coping with the disease. In this context, the objective of this work is to analyze which technological strategies were used by musicians working in Sertão do Pajeú during a pandemic, in order to continue their work in the midst of social isolation. As for the methodology, this research is characterized as descriptive and quantitative, and questionnaires were applied to musicians working in Sertão do Pajeú. In the analysis of the results, among other points, it can be seen that the majority of respondents are between 30 and 34 years old, are male and have worked in this sector for less than 5 years, having performed, for the most part, from 0 to 5 years. lives in the time of a pandemic. It is worth noting that all respondents agreed that social networks are an important dissemination tool, in addition to being considered easy to use, but most respondents claimed that the visibility of lives is directly related to high investments in their preparation and dissemination. In general terms, this work reinforces the importance of technology for society and for economic development.

**Keywords:** Coronavirus. Music Market. Technology.

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – <i>Lives</i> mais assistidas do mundo.....	26
Figura 2 – Resumo de doações Live Marília Mendonça.....	27.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Idade dos participantes.....	25
Gráfico 2 - Gênero dos participantes.....	26
Gráfico 3 - Escolaridade dos participantes.....	26
Gráfico 4 - Tempo de experiência desenvolvendo trabalhos remunerados no setor musical.....	27
Gráfico 5 - Quantidade de lives já realizadas em tempos de pandemia.....	27
Gráfico 6 - As redes sociais tornaram-se uma importante ferramenta de divulgação do setor musical em tempos de pandemia.....	28
Gráfico 7 - As redes sociais são de fácil uso e acessível para todas as idades e níveis de instrução.....	29
Gráfico 8 - A visibilidade das lives está relacionada a altos investimentos em sua elaboração e divulgação.....	29
Gráfico 09 - Os profissionais independentes do setor musical foram os mais afetados pela pandemia.....	30
Gráfico 10 - É impossível monetizar com as visualizações e engajamento das músicas postadas nas plataformas sociais.....	30
Gráfico 11 - Para a realização das lives é necessário poucos equipamentos e infraestrutura.....	31
Gráfico 12 - Considero que, no retorno gradativo das atividades presenciais, houve um aumento na procura dos profissionais do setor musical.....	31

**LISTA DE TABELAS**

Tabela 1	- Escala Likert de pontos.....	31
----------	--------------------------------	----

**LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABCR Associação Brasileira de Captação e Recursos

AM Amplitude Modulada

CUFA Central Únicas das Favelas

EUA Estados Unidos da América

FM Frequência Modulada

G1 Portal de Notícias da Globo

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	17
<b>1.1</b>	<b>Problema Pesquisa</b>	18
<b>2.</b>	<b>Objetivos</b>	18
<b>2.1</b>	<b>Objetivo geral</b>	18
<b>2.1.2</b>	<b>Objetivos específicos</b>	18
<b>2.1.3</b>	<b>Justificativa</b>	19
<b>3</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b>	20
<b>3.1</b>	<b>Avanços tecnológicos e internet como tecnologia de divulgação musical</b>	20
<b>3.1.2</b>	<b>O avanço crescente da tecnologia</b>	20
<b>3.1.3</b>	<b>O avanço da internet e seu impacto no cenário musical</b>	21
<b>3.1.4</b>	<b>Lives no contexto da pandemia</b>	23

<b>4</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>28</b>
<b>5</b>	<b>ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>29</b>
<b>6</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>37</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>39</b>
	<b>APÊNDICE A – VARIÁVEIS DO PERFIL ENTREVISTADO.....</b>	<b>41</b>
	<b>APÊNDICE B - PERGUNTAS DO QUESTIONÁRIO.....</b>	<b>42</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A Organização Mundial de Saúde (OMS) foi advertida, em dezembro de 2019, de vários casos relacionados a uma pneumonia originária da cidade de Wuhan, localizada na China. De acordo com a Organização Pan-Americana da Saúde (2020), era algo extremamente novo, que ainda não havia sido identificado antes em seres humanos. Tratava-se de um novo vírus de alta transmissão e, na maioria dos casos, letal, chamado pelo nome de Coronavírus (Covid-19).

O planeta enfrenta, desde fevereiro de 2020, a pandemia do novo Coronavírus, e seguindo todos os protocolos de prevenção, o isolamento e distanciamento social foram definidos como fundamentais para evitar a transmissão rápida do vírus. E com essa mudança repentina, o cenário social e econômico mundial foi afetado radicalmente.

Logo que os casos começaram a se espalhar pelo continente asiático, os primeiros setores a cancelar suas atividades e eventos, por tempo indeterminado, foi o setor musical. Segundo o Portal de Notícias da Globo (G1, 2020), assim que o Brasil foi afetado pela pandemia, shows, festivais, gravação e lançamentos de filmes foram cancelados ou adiados desde o começo de março devido ao coronavírus. Os impactos negativos que a pandemia trouxe ocasionou uma grande crise no âmbito musical.

No mundo todo, os músicos sofreram com o surgimento da pandemia, desde os pequenos até os grandes eventos musicais, como, por exemplo, o Lollapalooza, que se trata de um festival de música alternativa que acontece anualmente e atrai em média 246 mil pessoas. Ele é composto por gêneros como rock alternativo, heavy metal, punk rock, grunge e performances de comédia e danças, além de estandes de artesanato.

Outro exemplo é o festival Coachella, que é denominado o festival mais importante da música pop nos EUA; esse evento atrai, anualmente, cerca de 1,5 milhão de pessoas ao longo de dois fins de semana. Os profissionais amadores, que

não dispõem de recursos e investimentos expressivos, como cantores e músicos atuantes em barzinhos, pequenos produtores de eventos, dentre outros, foram uns dos maiores afetados com as políticas de lockdown e distanciamento social.

Diante do exposto, este trabalho tem como finalidade analisar as estratégias tecnológicas utilizadas pelos músicos atuantes no Sertão do Pajeú em época de pandemia. O Sertão do Pajeú fica localizado no Sertão Pernambucano, em área de 10.828 m<sup>2</sup>, que representa 8,78% do território estadual e com uma população de aproximadamente 300.000 habitantes.

### **1.1 Problema de Pesquisa**

O mercado musical, desde 2020, vivencia um momento delicado, resultante dos cancelamentos de eventos e readequação nas agendas. Com base nesse cenário, a tecnologia foi uma grande aliada para contornar essa situação. As transmissões ao vivo (em formato de lives) tornaram-se um meio de garantir a divulgação e propagação desse setor, com segurança.

Através das lives e dos patrocínios foi possível arrecadar doações, divulgar produtos/serviços, e levar um pouco de alegria para as inúmeras famílias afetadas direta ou indiretamente pela covid-19.

Em entrevista prestada à Folha de São Paulo, Márcia Woods (2020), presidente da Associação Brasileira de Captação de Recursos (ABCR), pontuou que as lives são uma nova modalidade de captação de recursos, que devido ao isolamento social não podem ser presenciais.

Diante do exposto, emerge, como questão problema para essa pesquisa: **quais as estratégias tecnológicas utilizadas para contornar os impactos ocasionados pela pandemia do coronavírus no cenário musical?**

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo Geral**

Analisar as estratégias tecnológicas adotadas pelos músicos do Sertão do Pajeú para contornar os impactos ocasionados pela pandemia do coronavírus na indústria musical.

### 2.1.2 Objetivos Específicos

- Analisar os impactos financeiros na indústria da música causados pela pandemia;
- Apresentar as soluções tecnológicas que ajudaram os artistas do Sertão do Pajeú a continuar seus trabalhos nesse momento de crise;
- Analisar como as plataformas de mídias sociais se tornaram essenciais para transmissões de *lives* e divulgação do trabalho desses profissionais.

### 2.1.3 Justificativa

A indústria musical foi uma das mais prejudicadas pela Covid-19, com a impossibilidade de realização de shows ao vivo, devido a proibição de aglomeração de pessoas, então, os artistas tiveram que buscar alternativas para continuar sobrevivendo economicamente e alcançar pessoas que se encontravam em casa, cumprindo a quarentena. Segundo o Canaltech (2020, p.2):

Não há dúvidas que o setor de áudio profissional e eventos foi um dos primeiros a ser afetado e seguramente será o último a retomar a plena atividade. É realmente um impacto brutal nos negócios do setor e na vida de muitas famílias que sobrevivem deste mercado.

Apesar da quarentena ser algo muito difícil, o distanciamento social é uma das medidas mais eficazes para reduzir a propagação da pandemia. A transmissão ocorre de pessoa para pessoa, pelo ar ou pelo contato com gotículas contaminadas. Segundo o Ministério da Saúde (2020, p.2):

Limitar o contato próximo entre pessoas infectadas e outras pessoas é importante para reduzir as chances de transmissão do SARS-CoV-2. Principalmente durante a pandemia, devem ser adotados procedimentos que permitam reduzir a interação entre as pessoas com objetivo de diminuir a velocidade de transmissão do vírus.

Ainda de acordo com o Ministério da Saúde, além do distanciamento social, a higienização das mãos, o uso de máscaras, limpeza e desinfecção de ambientes, o isolamento de casos suspeitos e confirmados e quarentena dos contatos dos casos de covid-19, são práticas necessárias para conter o avanço da doença.

Com o mercado da música profundamente afetado pela pandemia da COVID-19, foi preciso pensar em estratégias/ferramentas tecnológicas para amenizar os impactos causados nesse setor, e, de lá até aqui, podemos perceber que as ferramentas de mídias digitais foram os únicos caminhos para o mercado musical dar segmento aos seus serviços neste momento, através de plataformas de transmissão.

Os fatores mais relevantes para a realização deste projeto é analisar a crise no mercado musical ocasionada pela pandemia do novo Coronavírus e apresentar de maneira clara e sucinta como a tecnologia se fez tão essencial neste momento de isolamento social, contribuindo assim para a divulgação de produtos/serviços de artistas musicais.

### **3. REFERENCIAL TEÓRICO**

#### **3.1 AVANÇOS TECNOLÓGICOS E INTERNET COMO TECNOLOGIA DE DIVULGAÇÃO MUSICAL**

##### **3.1.2 O avanço crescente da tecnologia**

No decorrer dos anos, o mundo inteiro vem passando por várias transformações tecnológicas. Devido a esse crescente avanço, hoje, pode-se afirmar que a tecnologia está inserida em absolutamente tudo ao nosso redor; na nossa maneira de nos comunicarmos com outras pessoas, na forma como consumimos conteúdos e na maneira com que se compartilha informações, entre outras.

Para compreender essas novas e crescentes mudanças, vale a pena lembrar o período histórico no qual todas essas modificações tecnológicas se deram início. No início da década de 1980, após o fim da denominada Era Industrial, se iniciou um novo período chamado Era Digital (Era da Informação) e essa nova era trazia tecnologias inovadoras, como, por exemplo, microprocessadores, redes de

computadores, fibra óptica, computador pessoal, etc. De acordo com Content (2019, p.1):

A Era da Informação é caracterizada especialmente pela popularização da Internet e de novas tecnologias. Indústrias como robótica e informática ganham mais relevância nesse contexto. Isso traz modificações sociais, culturais, comportamentais e de consumo a diferentes mercados e setores de um negócio.

A tecnologia tem evoluído velozmente e a sociedade fez com que ela se encontrasse presente em todos os campos, sistema financeiro, assim como na economia, cultura, entretenimento, indústrias de telecomunicação e no dia-a-dia das pessoas, como já citado anteriormente. Segundo Fernanda Del Claro (2009, p.2):

A tecnologia trouxe, com o passar dos anos, uma modernização nos utilitários de produção, comunicação, estudo e interação. O avanço nos aparelhos eletrônicos como telefones celulares, computadores, câmeras fotográficas, aparelhos de som são alguns exemplos dessa modernização obtida pela melhoria da tecnologia. Ela também veio a influenciar o mundo econômico incentivando a competitividade global, já que as inovações tecnológicas servem de suporte para o desenvolvimento econômico, estando presente na administração e produção de pequenas e grandes empresas.

Através do desenvolvimento da tecnologia passou a existir a internet, trazendo consigo um avanço de sistemas informatizados, na qual se consolidou um mercado digital global que realiza atividades econômicas virtualmente, onde vem ajudando pessoas e empresas a comercializar seus produtos e serviços em várias plataformas no ambiente digital, incluindo sites, redes sociais e e-mail. Isso ajuda a economizar e personalizar suas ações.

### **3.1.3 O avanço da internet e seu impacto no cenário musical**

Segundo Fernanda Del Claro (2009, p.2):

Assim a internet passou a ser usada como entretenimento humano e desencadeou o comércio online. A internet também passou a ser um meio de comunicação entre seus navegadores, possibilitando que se tenha acesso às informações sobre os acontecimentos mundiais de uma forma

muito mais aprofundada do que outros meios de comunicação e em tempo real.

A busca por informações sempre fez parte do cotidiano dos humanos. O sistema mais antigo de comunicação em massa é o rádio, que consegue, por meio de frequências (AM/FM), levar conteúdos a milhares de pessoas. Logo após, novas inovações foram feitas, e o sucessor do rádio passou a ser a televisão, que além de áudio, transmite imagem. Mas, como sempre as pessoas estão em busca de mais formas de socialização e troca de conhecimentos, o rádio e a televisão não foram suficientes.

Então, um dos maiores avanços da humanidade, até a década atual, relacionado à busca e troca de informações foi a internet. Relacionando este parágrafo ao tema desta pesquisa, surge a seguinte pergunta: como a internet e as novas invenções tecnológicas, incluindo as redes sociais, têm contribuindo no universo musical?

As redes sociais têm contribuído fortemente com a indústria musical, ela funciona como uma troca em tempo real do artista com o seu público. É de extrema importância cada artista ter um perfil em cada rede social, e estar sempre gerando conteúdos atrativos, pois a propagação de seus conteúdos abrangerá mais pessoas em menos tempo.

De acordo com Romi (*apud*, Marteleto, 2001, p. 14)

Uma rede social refere-se a um conjunto de pessoas (organizações ou entidades) conectadas por relacionamentos sociais, motivadas pela amizade, relação de trabalho ou troca de informação – uma representação formal de atores e suas relações. O fenômeno da conectividade é que constitui a dinâmica das redes e existe apenas na medida em que as conexões são estabelecidas.

As redes de compartilhamento são como cartões de visitas, é por meio delas que as pessoas irão conhecer melhor sobre os trabalhos e as personalidades dos artistas. Fazer uso dessas plataformas de streaming torna possível um trabalho mais assertivo, além de promover um contato mais rápido com as pessoas, incluindo aquelas que não se caracterizam apenas como fãs.

De acordo com Magrão (2021, p.1):

Elas vieram para ajudar no trabalho de divulgação de um artista, antes você só sabia sobre a vida dele quando rolava alguma entrevista, as coisas eram mais devagar. Quem quer estar nesse universo precisa desde o início já estar familiarizado com todas as ferramentas e suas funções.

Para que se possa ter melhor compreensão, vamos brevemente destacar as principais redes sociais e suas ferramentas:

- Facebook - Criada pelos desenvolvedores Mark Zuckerberg, Chris Hughes, Dustin Moskovitz e o brasileiro Eduardo Saverin, o facebook é uma página onde é possível adicionar amigos à sua rede, além de permitir o envio e recebimento de mensagens, compartilhamento de vídeos/imagens e transmissões ao vivo (lives).
- Instagram - Plataforma de compartilhamento de conteúdo, incluindo imagens, vídeos, anúncios e transmissões ao vivo, além de possuir um chat para interação entre pessoas, mais conhecido por direct.
- YouTube - Plataforma para compartilhamento de vídeos e transmissões ao vivo. No YouTube, os vídeos estão disponíveis para qualquer pessoa que queira assistir. Também é possível adicionar comentários sobre o vídeo. O site foi fundado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim.

Ainda falando sobre as plataformas de streaming, vale a pena citar o exemplo do cantor João Gomes, que deu início aos seus trabalhos compartilhando conteúdos na plataforma Tik Tok , que se tornou um fenômeno após postar o hit de composição própria “Meu Pedaco de Pecado”. O cantor comentou em seu perfil do Instagram: “Eu não imaginava todo esse sucesso, é bem mais do que eu pedi a Deus. É muito bom ver a galera ouvindo o som, dedicando a alguém, isso não tem preço”.

Outro fenômeno da atualidade é a cantora Mari Fernandez, que também se consolidou no mercado da música através do Tik Tok, conquistando o Brasil inteiro com sua composição “Não, não vou” na plataforma e foi um sucesso de visualizações. “A gente soltou o primeiro vídeo no TikTok, mas foi orgânico, com a ajuda de Deus e do meu público a música aconteceu”, frisou a cantora.

Pode-se verificar, portanto, que as novas ferramentas tecnológicas de transmissão e o uso das mídias sociais tem encurtado distâncias e aproximando pessoas, principalmente no cenário musical, divulgando produtos/serviços, em especial nesta época de isolamento social.

### **3.1.4 Lives no contexto da pandemia**

Na quarentena o mundo virou uma *live* e isso se tornou um grande modelo de negócios que auxiliou milhares de artistas no mundo inteiro a continuar produzindo e transmitindo seus conteúdos. De acordo com o TechTudo (2020, p.1):

Live em português significa, no contexto digital, "ao vivo". Na linguagem da Internet, a expressão passou a caracterizar as transmissões ao vivo feitas por meio das redes sociais. As lives são feitas de forma simples e ágil, geralmente sem limites de tempo de exibição ou de quantidade de espectadores. Geralmente há um espaço específico criado para a transmissão e os seguidores do perfil recebem notificações de que ela está acontecendo naquele momento.

Elas não são novidades, mas ganharam mais proporção em época de pandemia. A covid-19, colocou o mundo todo em isolamento social, única alternativa para conter a propagação do vírus. Dessa forma, o modo de as pessoas consumirem conteúdo, entretenimento e interagir com as pessoas foi modificado.

Plataformas de compartilhamento como YouTube, Facebook e Instagram já tinham a ferramenta de fazer transmissão ao vivo, mas foi nessa época que elas passaram a ser mais essenciais no sentido de transmitir *lives*. Músicos de diversos gêneros musicais começaram a fazer *lives* para dar continuidade aos seus trabalhos para não congelar, por assim dizer, suas rotinas, não perder o contato com o público e arrecadar recursos com a finalidade de doar aos mais atingidos pelos danos causados pela pandemia.

No contexto musical as *lives* são muito importantes pois atingem um público maior que os shows presenciais. No Brasil, a partir de junho de 2020 foi possível fazer lives monetizadas por meio da rede social Instagram, através de selos e metas.

Os selos foram criados para incentivar criadores de conteúdos a produzir sempre mais e serem recompensados pelos seus fãs pela qualidade do material

produzido. Para monetizar uma *live* pelo Instagram, a plataforma possibilita que o espectador compre selos como demonstração de apoio ao conteúdo transmitido.

Os selos são divididos em três categorias: 1 coração: R\$5,49, 2 corações: R\$10,99 e 3 corações: R\$25,99. O pagamento pode ser feito pela Google Pay, pela Apple Store ou pelo MercadoPago. No decorrer da *live* é possível acompanhar quem comprou os selos. Para ativar a monetização da *live* é necessário ir nas configurações da conta comercial e acessar o menu Empresa, ao abrir a página é só clicar em selos.

A plataforma de streaming YouTube também conta com a monetização de lives, apesar deste objetivo ser mais difícil de alcançar para canais que ainda estão iniciando na rede social, é possível monetizar diretamente a partir de suas *lives*.

Para isso, o canal precisa fazer parte do YouTube Partner Program, que possui algumas regras, tais como: respeitar todas as políticas de monetização do YouTube, morar em uma região coberta pelo programa de parcerias, apresentar mais de 4.000 horas de exibição públicas, ou seja, ter mais de 4 mil horas assistidas em 12 meses; ter mais de 1000 assinantes e possuir uma conta no Google AdSense.

E, ainda para garantir a monetização, você pode permitir em seu espaço a inserção de propagandas, oferecer materiais especiais aos públicos e seguidores de forma paga e utilizar o Super Chat, em que seguidores pagam para ter suas mensagens postas em evidência durante a *live*.

Shows através das plataformas de transmissão se tornaram importantes fontes de arrecadação de fundos para organizações sociais que apoiam as populações mais vulneráveis. Ainda segundo Márcia Woods, “as *lives* trouxeram inovação ao setor, recursos necessários e uma forma de engajar e aproximar artistas, celebridades e o mais importante: aproximar a sociedade das organizações e as suas causas” (Woods, 2014, p.2).

De acordo com a Folha de São Paulo (2020), uma das maiores arrecadações por meio de *lives* foi a da cantora Anitta, que ocorreu no dia 10 de maio de 2020, dia das mães. A apresentação tinha como título “Com Amor, Anita”, onde chegou ao total de R \$1 milhão em doações, e seu principal objetivo era ajudar

o projeto social Mães da Favela, realizado pela Cufa (Central Única das Favelas), em parceria com a UNESCO.

A cantora já havia realizado outra *live* antes, em abril 26 de abril de 2020, intitulada: “Ao Vivo Pela Vida”, onde foi arrecadado vários alimentos e um valor de R\$330 mil, revertidos 100% aos necessitados. Referente às arrecadações de sua primeira *live*, a artista usou seu perfil no Instagram para agradecer a todos que contribuíram com as doações e aos que assistiram sua apresentação. “330 mil doados. Meu Deus, muito obrigada. Obrigada, Ao Vivo pela Vida e Enzo Celulari, pelo convite. Obrigada a todos os amigos que doaram. Obrigada às pessoas de fé que mandaram mensagens lindas, cada um na sua crença, para nos deixar leves neste domingo”, relatou.

A cantora Marília Mendonça (In Memoriam) foi considerada a artista mais relevante do Brasil no cenário de *lives*. Sua primeira apresentação online ocorreu no dia 08 de abril de 2020, intitulada: “Live Local em Casa” chegando ao pico de 3,31 milhões de visualizações, sendo a *live* mais vista da história do YouTube.

Segundo o Portal de Notícias da Globo (G1, 2020), um levantamento feito pelo YouTube, uma espécie de ranking, constatou que a *live* da cantora Marília Mendonça foi a transmissão musical com maior audiência de todos os tempos na plataforma. Para essa pesquisa, o YouTube considerou o pico de visualizações simultâneas de cada uma das *lives*. Ele representa o número de dispositivos conectados naquela transmissão pela plataforma ao mesmo tempo.

Figura 01 - *Lives* mais assistidas do mundo

## Veja, abaixo, a lista de lives mais assistidas do mundo em 2020 no YouTube

1. **Marília Mendonça** - #LiveLocalMariliaMendonca (8 de abril): 3,31 milhões de visualizações
2. **Jorge & Mateus** - Live na Garagem (4 de abril): 3,24 milhões de visualizações
3. **Andrea Bocelli** (12 de abril): 2,86 milhões de visualizações
4. **Gusttavo Lima** (11 de abril): 2,77 milhões de visualizações
5. **Sandy & Junior** (21 de abril): 2,55 milhões de visualizações
6. **Leonardo** - #CabareEmCasa (1º de maio): 2,52 milhões de visualizações
7. **BTS** (18 de abril): 2,31 milhões de visualizações
8. **Marília Mendonça** - #TodosOsCantosDeCasa (9 de maio): 2,21 milhões de visualizações
9. **Henrique & Juliano** (19 de abril); 2,06 milhões de visualizações
10. **Bruno e Marrone** (16 de maio): 2,05 milhões de visualizações

Fonte: G1 Portal de Notícias da Globo - [www.g1.globo.com/](http://www.g1.globo.com/)

A cantora Marília Mendonça arrecadou mais de 422 mil reais, além de 100 toneladas de alimentos, 10 mil litros de álcool, 50 mil máscaras, 1 tonelada em produtos de limpeza e outros itens, conforme se evidencia na figura 02.

Figura 02 - Resumo de doações Live Marília Mendonça



Fonte: Revista Quem - [www.revistaquem.globo.com/QUEM](http://www.revistaquem.globo.com/QUEM)

"Estou muito feliz porque acabei de receber o resultado das arrecadações e foi bastante coisa. Estou passando para agradecer o público que doou em casa, as empresas que doaram, os contratantes que doaram. Muito obrigada por isso. Vocês não têm noção do bem que estamos fazendo juntos pelo Brasil, pelas pessoas que estão precisando da nossa ajuda agora", publicou Marília em seu perfil do Instagram.

Outro exemplo de *live* que quebrou o recorde em arrecadações foi a dupla Sandy e Junior, além da audiência, a apresentação arrecadou uma boa quantia em recursos alimentares destinados ao projeto Mesa Brasil, um banco de alimentos ao redor do Brasil. Foram quase R\$2 milhões em dinheiro e 1 mil de toneladas de alimentos doados pelo público.

A *live* contou com o apoio da Fundação Casas Bahia; a cada R\$1,00 doado pelo público, a empresa doava o mesmo valor. Como o objetivo ultrapassou as 300 toneladas em alimentos, a organização triplicou a quantia, chegando a 1 toneladas revertidos à população mais vulnerável economicamente.

### **3.1.5 Características dos músicos do Sertão do Pajeú**

O Sertão do Pajeú conta com diversos perfis de músicos, desde os independentes, que são aqueles que atuam somente em shows de barzinhos, até aqueles que atuam em bandas.

Esta região possui artistas de variados gêneros: Forró, Sertanejo, Pagode, etc. A música nesta localidade é algo muito importante, conta com a tradição de Missa de Vaqueiro, Carnaval, São João, entre outras comemorações que não podem faltar para o povo do Sertão do Pajeú.

## **4. METODOLOGIA**

### **4.1.1 Tipo de pesquisa**

De acordo com o ponto de vista metodológico, uma pesquisa científica pode ser definida em vários aspectos. Segundo Gressler (1979, p. 20), uma pesquisa descritiva descreve sistematicamente fatos e características presentes em uma determinada população ou área de interesse.

Quanto ao objetivo, esta pesquisa se caracteriza como descritiva por buscar descrever como a tecnologia foi um suporte essencial para os músicos atuantes do Sertão do Pajeú. Quanto ao procedimento técnico, a pesquisa de levantamento é aquela na qual os dados existentes são buscados diretamente no ambiente, através de observações, medições, questionários e entrevistas. Depois de tabuladas essas informações, podem ser tomadas conclusões sobre causas e efeitos (WAZLAWICK, 2014).

Quanto ao tratamento dos dados levantados, essa pesquisa se caracteriza como quantitativa. Entendemos que o trabalho é quantitativo, conforme esclarece Fonseca (2002, p. 20): diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa.

### **4.1.2 Instrumento de coleta de dados**

Para avaliar como as ferramentas tecnológicas foram fontes de auxílios para os músicos atuantes do Sertão do Pajeú, fez-se necessário a elaboração de um questionário contendo 12 perguntas, aplicada na plataforma Google Forms.

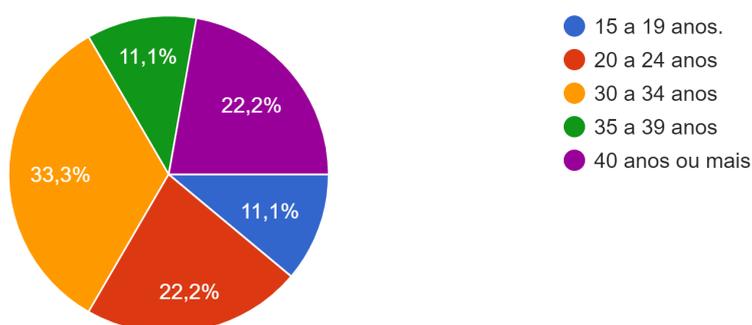
Após a elaboração do questionário precisou-se entrar em contato com alguns músicos da região, e para isso, foi utilizado o Instagram. Perfis de alguns desses músicos foram buscados na rede social, e, logo após, foi enviado o questionário para alguns desses profissionais, via direct, para mensurar a percepção de cada um deles quanto a inserção das estratégias tecnológicas no cenário musical. No total, 8 pessoas participaram da pesquisa.

## 5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Serão apresentados nesta seção os gráficos obtidos a partir da análise dos resultados do questionário aplicado aos artistas do Sertão do Pajeú, permitindo uma análise de como a tecnologia se fez tão essencial neste momento de pandemia.

O gráfico 01 expõe as idades de todos os participantes desta pesquisa. No total, 08 pessoas participaram, chegando assim ao seguinte resultado: 11,1% é um público entre 15 a 19 anos, 22,2% 20 a 24 anos, 33,3% 30 a 34 anos, 11,1% 35 a 39 anos e 22,2% 40 anos ou mais.

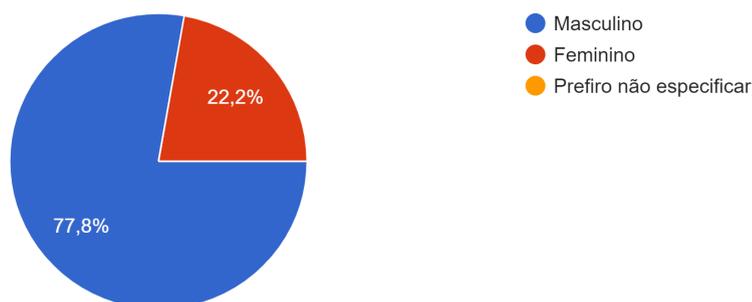
Gráfico 01 - Idade dos participantes



Fonte: Elaborado pela autora

Neste gráfico 02 tem-se os dados referentes ao gênero de todos participantes, chegando ao resultado de que dos 8 envolvidos 77,8% são do público masculino e 22,2% do público feminino.

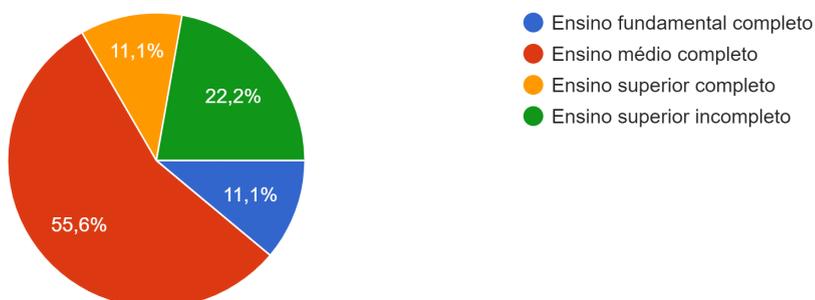
Gráfico 02 - Gênero dos participantes



Fonte: Elaborado pela autora

O gráfico 03 discerne sobre informações referentes à escolaridade de cada participante, onde 11,1% possui ensino superior completo, 22,2% ensino superior incompleto, 11,1% ensino fundamental completo e 55,6% ensino médio completo.

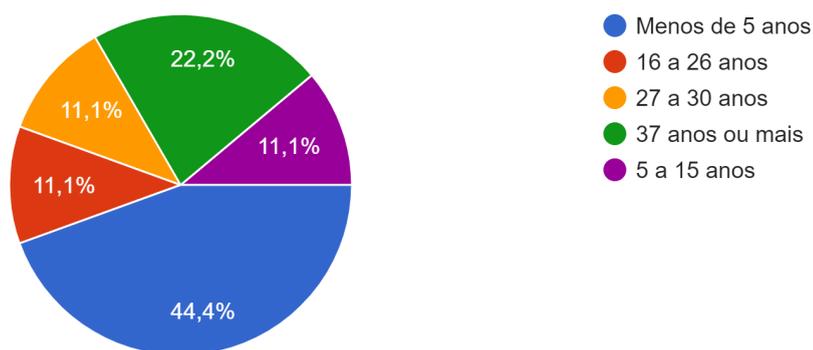
Gráfico 03 - Escolaridade dos participantes



Fonte: Elaborado pela autora

O gráfico 04 retrata o tempo de experiência desses profissionais no tocante ao desenvolvimento de trabalhos musicais remunerados. Nele observou-se que 44,4% há menos de 5 anos, 11,1% entre 16 a 26 anos, 11,1% 27 a 30 anos, 22,2% 37 anos ou mais e 11,1% entre 5 a 15 anos.

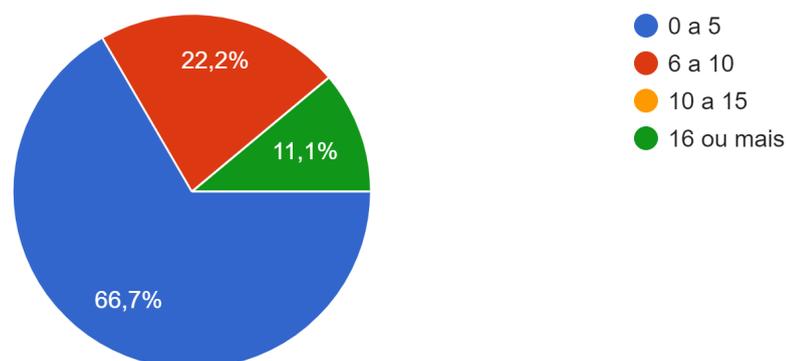
Gráfico 04 - Tempo de experiência desenvolvendo trabalho musical



Fonte: Elaborado pela autora

Neste gráfico 05 pode-se observar a quantidade de *lives* feitas pelos entrevistados em época de pandemia. Logo, pode-se observar que 66,7% realizou entre 0 a 5 *lives*, 22,2% entre 6 a 10 *lives* e 11,1% 16 *lives* ou mais.

Gráfico 05 - Quantidade de *lives* já realizadas em tempos de pandemia



Fonte: Elaborado pela autora

Após delimitar as variáveis de perfil do entrevistado, na segunda parte do questionário foi exposto algumas assertivas de modo que o entrevistado respondesse de acordo com seu grau de concordância, utilizando a escala Likert de 5 pontos, conforme detalhado na tabela 01.

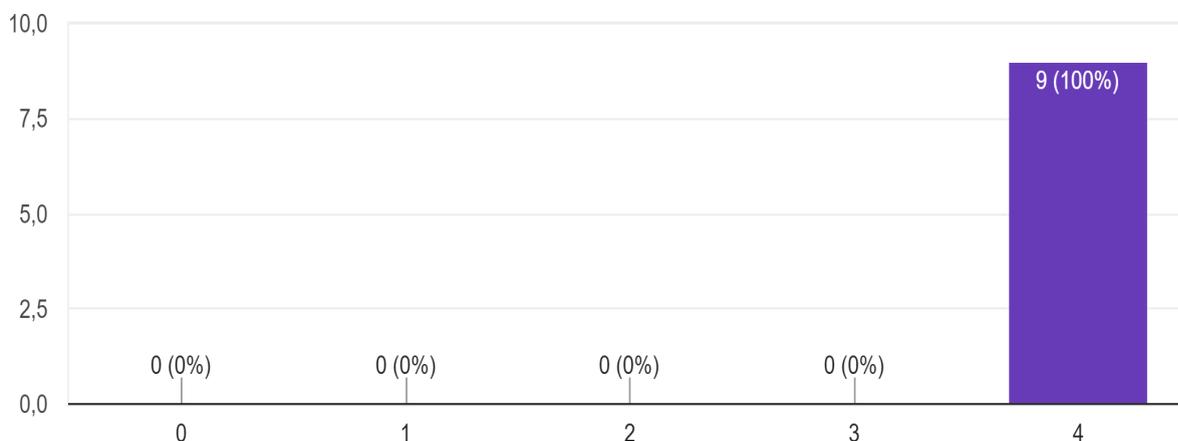
Tabela 01 - Escala Likert de 5 pontos

0	1	2	3	4
<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo parcialmente</b>	<b>Indiferente</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Concordo totalmente</b>

Fonte: Elaborado pela autora para coleta de dados

O gráfico abaixo mostra que todos os participantes concordam que as redes sociais foram importantes para a divulgação dos trabalhos musicais em época de pandemia, totalizando assim 100%.

Gráfico 06 - As redes sociais tornaram-se uma importante ferramenta de divulgação do setor musical em tempos de pandemia.

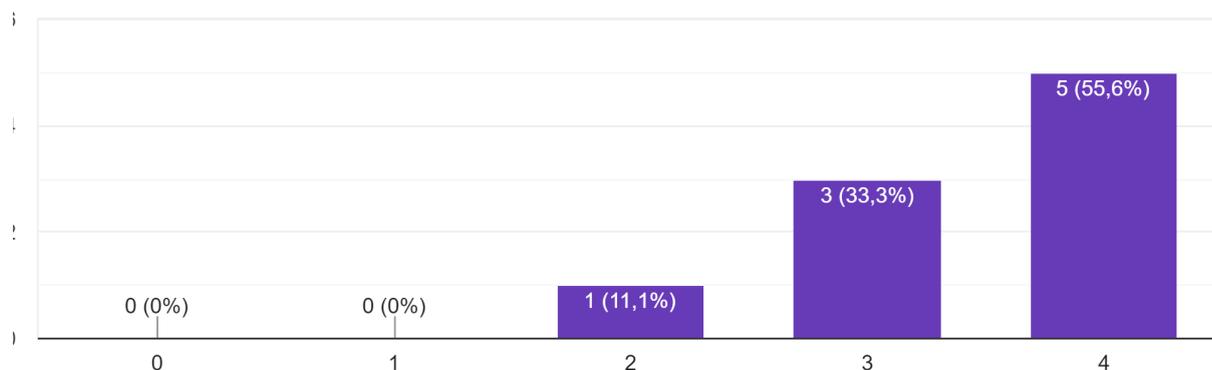


Fonte: Elaborado pela autora.

O gráfico 07 fornece informações sobre o grau de facilidade/dificuldade que cada um tem em relação às redes sociais, onde 11,1% corresponde a indiferente, 33,3% concordam parcialmente e 55,6% concordam totalmente. Pode-se verificar, portanto, que a maioria dos entrevistados concorda que as redes sociais são de fácil

uso e é acessível para todos os públicos, independente de idade e nível de instrução.

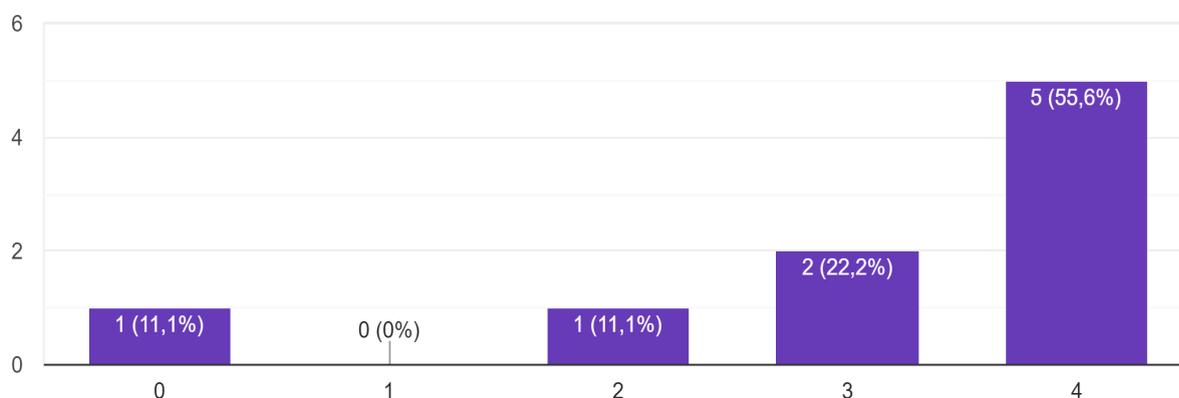
Gráfico 07 - As redes sociais são de fácil uso e acessível para todas as idades e níveis de instrução.



Fonte: Elaborado pela autora

O gráfico 08 mostra a percepção de cada um a respeito da visibilidade de lives, se é preciso ter altos investimentos para que elas sejam mais visíveis. 11,1% discorda totalmente, 11,1% indiferente, 22,2% concordam parcialmente e 55,6% concordam totalmente.

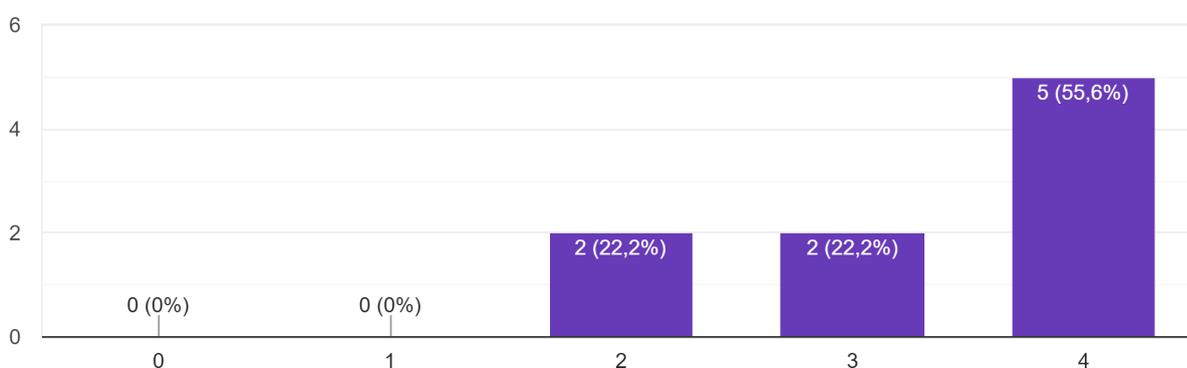
Gráfico 08 - A visibilidade das *lives* está relacionada a altos investimentos em sua elaboração e divulgação



Fonte: Elaborado pela autora

O gráfico 09 apresenta a percepção dos entrevistados quanto à assertiva de que os profissionais independentes do ramo musical foram os mais afetados pelo isolamento social. Dentre os entrevistados, 22,2% mostraram-se indiferentes a essa assertiva, 22,2% concordam parcialmente e 55,6% concordam totalmente.

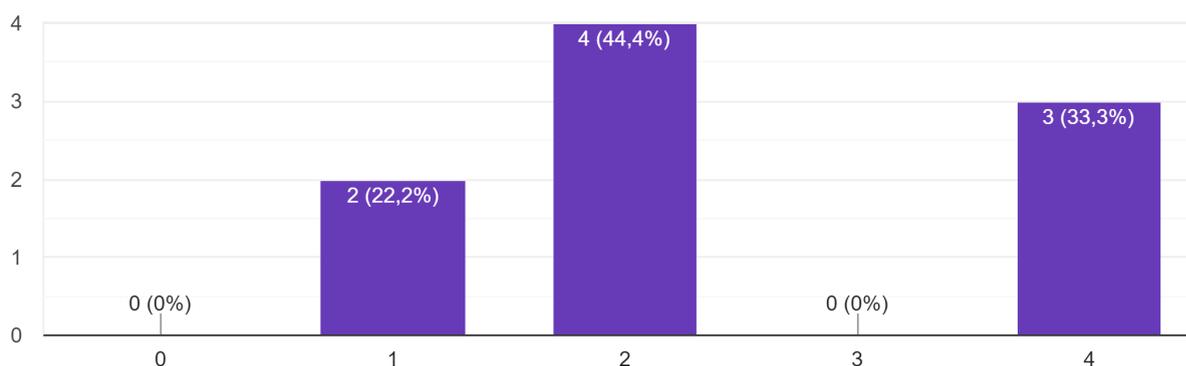
Gráfico 09 - Os profissionais independentes do setor musical foram os mais afetados pela pandemia.



Fonte: Elaborado pela autora

Neste gráfico 10, 22,2% discordam parcialmente, 44,4% indiferente e 33,3% concordam totalmente. Percebe-se, na análise deste item, que ainda não é de fácil percepção as formas e os meios que podem ser utilizados no gerenciamento das mídias sociais como veículo de monetização das transmissões e conteúdos postados.

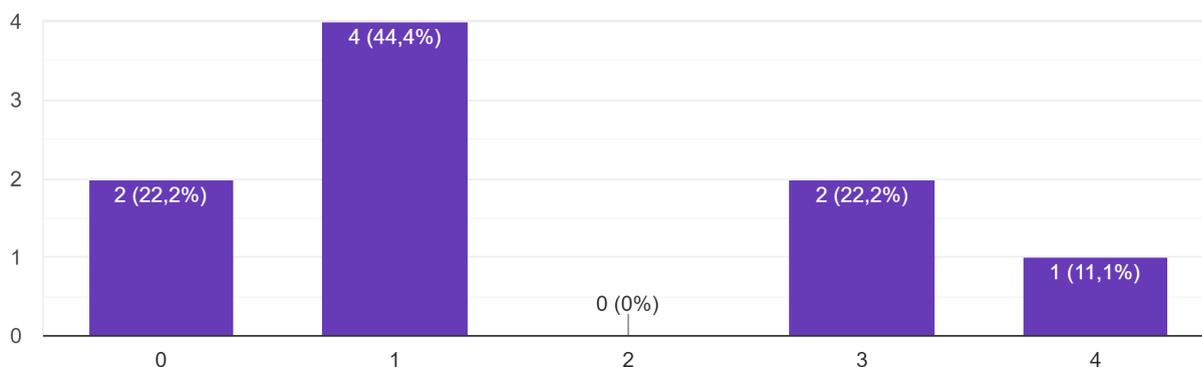
Gráfico 10 - É impossível monetizar com as visualizações e engajamento das músicas postadas nas plataformas sociais.



Fonte: elaborada pelo autor

O gráfico 11 mostra que para a pergunta: “para a realização das lives é necessário poucos equipamentos e infraestrutura?” o grau de concordância foi de 22,2% discordo totalmente, 44,4% discordo parcialmente, 22,2% concordo parcialmente e 11,1% concordo totalmente.

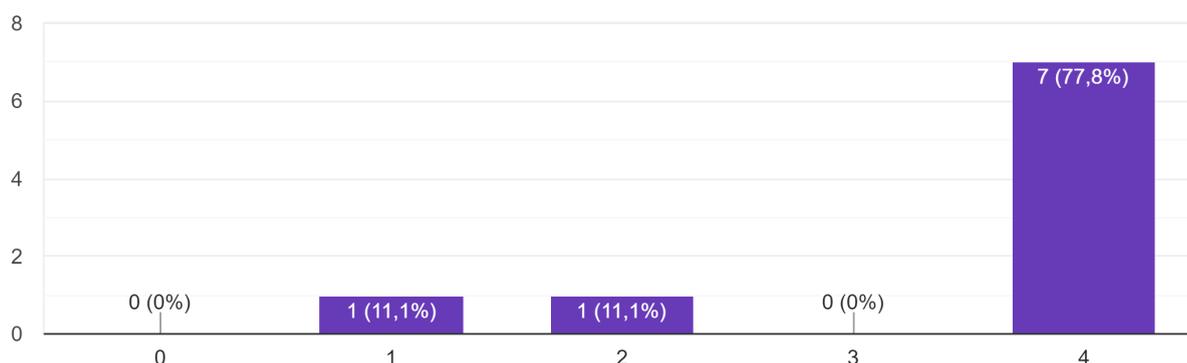
Gráfico 11 - Para a realização das *lives* é necessário poucos equipamentos e infraestrutura.



Fonte: Elaborada pela autora

O gráfico 12 apresenta que para esta pergunta, 11,1% discordam parcialmente, 11,1% indiferente e 77,8% concordam totalmente.

Gráfico 12 - Considero que, no retorno gradativo das atividades presenciais, houve um aumento na procura dos profissionais do setor musical.



Fonte: Elaborada pela autora

De maneira geral, pode-se explicar os seguintes pontos:

- Através dessa pesquisa pode-se observar que os artistas do Sertão do Pajeú se empenharam em levar shows ao vivo;
- A pandemia causou impactos financeiros no setor musical;
- A tecnologia se fez grande suporte aos músicos do Sertão do Pajeú nesta época de pandemia;
- As lives foram instrumentos importantes e essenciais para divulgação desses artistas;
- Pode-se concluir que as redes sociais tiveram um papel importante no que se diz respeito à divulgação musical em época de pandemia;
- As redes sociais são ferramentas fáceis de serem utilizadas;
- A visibilidade de uma *live* não está diretamente ligada a altos investimentos em sua preparação e divulgação. Para aumentar o engajamento nas lives é preciso avisar/divulgar com antecedência, como por exemplo, fazer um post nas redes sociais, assim as pessoas irão se preparar para assistir a transmissão;
- Por meio dessa análise, foi possível perceber que os profissionais independentes foram os mais afetados pela pandemia;
- Destaca-se, também, que o processo de monetização de lives pelas plataformas de streaming não é algo que ocorre com facilidade. Esse ainda é um ponto crítico no âmbito musical;

- No que se refere à infraestrutura e equipamentos, é necessário bons aparelhos, planejamento e um pouco de conhecimento técnico. É importante trabalhar com equipamentos profissionais para que a live saia dentro dos padrões desejados pelo público. Câmera de vídeo de uma boa resolução, microfone, mesa de som e iluminação de qualidade são equipamentos indispensáveis para uma live de caráter profissional;
- No retorno gradativo das atividades presenciais a busca por profissionais da música foi bem evidente.

## 6. CONCLUSÃO

Muitas mudanças ocorreram no âmbito musical devido à crise do Covid-19, e também, com o surgimento das novas tecnologias, como a internet e as plataformas de streaming. A busca e o consumo de *lives* e eventos online apenas confirmam o interesse do público por música, seja ela gravada ou ao vivo.

Cancelamentos e alterações na agenda em decorrência da pandemia geraram uma crise imediata no setor musical, aumentando a produção de conteúdo online, apesar de as monetizações de *lives* não serem algo fácil de se obter. Esse ainda é um fator crítico no mercado musical.

Os artistas de todo Sertão do Pajeú e do mundo enfrentaram e enfrentam a pandemia se reinventando e se adaptando às novas formas de trabalho, migrando

assim para o digital, levando entretenimento às pessoas enquanto as aglomerações estiverem suspensas.

Esta pesquisa evidencia a força, resistência e resiliência do mercado da música em se reinventar e usar a criatividade para continuar com a produção e transmissão de produtos/serviços em meio a uma pandemia global. Reforçando, também, o quanto a tecnologia é importante para a sociedade e para o desenvolvimento econômico.

## REFERÊNCIAS

CASTELLS, M. A. **Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CANALTECH. **Meios de comunicação e o avanço da Internet**, 2015.

Disponível em:

<https://canaltech.com.br/telecom/meios-de-comunicacao-e-o-avanco-da-internet-46093/>. Acesso em: 30 de dezembro de 2021.

CANALTECH. **Especial - Como a pandemia afetou a indústria musical (parte 3)**, 2020.

Disponível em:

<https://canaltech.com.br/musica/especial-como-a-pandemia-afetou-a-industria-musical-parte-1-172156/>

Acesso em: 15 de dezembro de 2021.

CRIATIVA. **Descubra a importância que têm as redes sociais para a sua música**, 2021

Disponível em:

<https://criativaonline.com.br/a-importancia-das-redes-sociais-para-a-sua-music/>.

Acesso em: 30 de dezembro de 2021.

DEL CLARO, Fernanda. **O avanço tecnológico no mundo econômico**, 2009

Disponível em:

<https://img.fae.edu/galeria/getImage/45/5423643835714016.pdf>

Acesso em: 26 de dezembro de 2021.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Lives arrecadam R\$ 17,6 milhões em doações durante a pandemia**, 2020

Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2020/06/lives-levantaram-r-176-milhoes-em-doacoes-durante-a-pandemia.shtml> . Acesso em: 09 de dezembro de 2021.

G1. **Coronavírus: veja lista de shows, festivais e estreias de filmes cancelados por causa da pandemia**, 2020. Disponível em:

<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2020/03/13/coronavirus-veja-lista-de-shows-festivais-lancamentos-de-filmes-cancelados-por-conta-da-pandemia.ghtml>

Acesso em: 06 de dezembro de 2021.

G1. **8 das 10 lives mais vistas em 2020 são brasileiras; Marília Mendonça ganha de BTS e Andrea Bocelli**, 2020.

Disponível em:

<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/12/02/8-das-10-lives-mais-vistas-e-m-2020-sao-brasileiras-marilia-mendonca-ganha-de-bts-e-andrea-bocelli.ghtml>

Acesso em: 10 de dezembro de 2021.

GRESSLER, Loria Alice. **Pesquisa Educacional**. São Paulo: Edições Loyola, 1979.

ISTO É GENTE. **Anitta arrecada 330 mil em live beneficente e comemora: “Muito obrigada”**, 2020.

Disponível em:

<https://istoe.com.br/anitta-arrecada-330-mil-em-live-beneficente-e-comemora-muito-obrigada/> . Acesso em: 10 de dezembro de 2021.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Como se proteger?**, 2020.

Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/como-se-proteger>.

Acesso em: 15 de dezembro de 2021.

OPAS. **Histórico da pandemia de COVID-19**, 2020. Disponível em:

<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19> Acesso em: 26 de novembro de 2021.

REVISTA QUEM. **Marília Mendonça arrecada R\$422 mil em live: “Corrente do bem”**, 2020.

Disponível em:

<https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2020/04/marilia-mendonca-arrecada-r-422-mil-em-doacoes-em-live.html>

Acesso em: 10 de dezembro de 2021.

ROCKCONTENT BLOG **Entenda o que é a Era da Informação e quais os seus impactos no marketing**, 2019.

Disponível em:

<https://rockcontent.com/br/blog/era-da-informacao/>

Acesso em: 26 de dezembro de 2021.

WAZLAWICK, Raul Sidnei. **Metodologia de Pesquisa em Ciência da Computação**. 2ª Ed. Campus - Elsevier, 2014.

**APÊNDICE A - VARIÁVEIS DO PERFIL ENTREVISTADO**

1. Idade
  - 15 a 19 anos
  - 20 a 24 anos
  - 30 a 34 anos
  - 35 a 39 anos
  - 40 anos ou mais
  
2. Gênero dos participantes
  - Masculino
  - Feminino
  - Prefiro não informar
  
3. Escolaridade do participante
  - Ensino fundamental
  - Ensino médio completo
  - Ensino superior completo
  - Ensino superior incompleto
  
4. Tempo de experiência desenvolvendo trabalhos remunerados no setor musical
  - Menos de 5 anos
  - 16 a 26 anos
  - 27 a 30 anos
  - 5 a 15 anos
  
5. Quantidade de lives já realizadas em tempos de pandemia
  - 0 a 5 anos
  - 6 a 10 anos
  - 10 a 15 anos
  - 16 ou mais

## APÊNDICE B - PERGUNTAS DO QUESTIONÁRIO

1. As redes sociais tornaram-se uma importante ferramenta de divulgação do setor musical em tempos de pandemia.

0 - Discordo totalmente  
1 - Discordo parcialmente  
2 - Indiferente  
3 - Concordo parcialmente  
4 - Concordo totalmente

2. As redes sociais são de fácil uso e acessível para todas as idades e níveis de instrução

0 - Discordo totalmente  
1 - Discordo parcialmente  
2 - Indiferente  
3 - Concordo parcialmente  
4 - Concordo totalmente

3. A visibilidade das *lives* está relacionada a altos investimentos em sua elaboração e divulgação

0 - Discordo totalmente  
1 - Discordo parcialmente  
2 - Indiferente  
3 - Concordo parcialmente  
4 - Concordo totalmente

4. Os profissionais independentes do setor musical foram os mais afetados pela pandemia.

0 - Discordo totalmente  
1 - Discordo parcialmente  
2 - Indiferente  
3 - Concordo parcialmente  
4 - Concordo totalmente

5. É impossível monetizar com as visualizações e engajamento das músicas postadas nas plataformas sociais

- 0 - Discordo totalmente
- 1 - Discordo parcialmente
- 2 - Indiferente
- 3 - Concordo parcialmente
- 4 - Concordo totalmente

6. Para a realização das *lives* é necessário poucos equipamentos e infraestrutura

- 0 - Discordo totalmente
- 1 - Discordo parcialmente
- 2 - Indiferente
- 3 - Concordo parcialmente
- 4 - Concordo totalmente

7. Considero que, no retorno gradativo das atividades presenciais, houve um aumento na procura dos profissionais do setor musical

- 0 - Discordo totalmente
- 1 - Discordo parcialmente
- 2 - Indiferente
- 3 - Concordo parcialmente
- 4 - Concordo totalmente