

**O fenômeno das *lives* como estratégias de solidariedade,
entretenimento e monetização durante a pandemia**

*The transmissions "live" phenomenon as strategy of solidarity,
entertainment and monetization during the pandemic*

Robson Lima de ARRUDA¹

Resumo

Em meio ao cenário devastador da pandemia da Covid-19, a classe artística se tornou uma das mais afetadas pelas medidas de distanciamento/isolamento físico. Nesse contexto, o presente trabalho discorre sobre o fenômeno das *lives*, considerando sua forte ascensão durante o período da “quarentena”. Trata-se de um estudo qualitativo de natureza exploratória que analisa como as *lives* ultrapassaram as trilhas do entretenimento e se transformaram, também, em canais de solidariedade para ajudar vítimas da pandemia. Entretanto, a pesquisa mostra que a monetização se tornou o foco das *lives*, o que nos possibilita repensar o uso desse tipo de comunicação durante a pandemia e depois da crise imposta pela Covid-19.

Palavras-Chave: Pandemia. *Lives* musicais. Cibercultura. Entretenimento e informação.

Abstract

In the midst of the devastating scenario of the Covid-19 pandemic, the artistic class has become one of the most affected by the measures of distance / physical isolation. In this context, the present work discusses the live transmissions phenomenon, considering its strong rise during the “quarantine” period. This is a qualitative study of an exploratory nature that analyzes how transmissions live overcame the trails of entertainment and also became channels of solidarity to help victims of the pandemic. However, research shows that monetization has become the focus of live transmissions , which allows us to rethink the use of this type of communication during the pandemic and after the crisis imposed by Covid-19.

Keywords: Pandemic. Musical live transmission. Cyberculture. Entertainment and information.

¹ Mestre em Formação de Professores pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Integrante dos grupos de pesquisa Comunicação, Cultura, Desenvolvimento e Comunicação (DECOM/UEPB) e Tecnologias, Culturas e Linguagens (TECLIN/UEPB). E-mail: robsonlima13@hotmail.com

Introdução

No ano de 2020, o aparecimento de um vírus modificou a vida da população em todo o planeta. A Covid-19 espalhou-se rapidamente pelo mundo demandando novos modos de organização em todas as esferas sociais. Termos como *lockdown*, isolamento e distanciamento social passaram a fazer parte do vocabulário cotidiano das pessoas e se tornaram medidas estratégicas e eficazes na contenção do contágio da doença. Entretanto, à medida que o distanciamento mitigou as possibilidades de contaminação, também produziu alguns efeitos colaterais, acentuando as assimetrias socioeconômicas existentes no Brasil (SENHORAS, 2020). Desse modo, “a quarentena não só torna mais visíveis, como reforça a injustiça, a discriminação, a exclusão social e o sofrimento imerecido” (SANTOS, 2020, *n.p.*).

Qualquer justificativa apontada para definir ou avaliar quem mais sofreu com os impactos da pandemia não poderá se sobrepor àqueles que perderam a vida e ao sofrimento dos parentes enlutados e órfãos da presença dos que não se salvaram da doença. Somente depois desses é que nos parece fazer algum sentido discutir outras perdas e consequências provocadas pela pandemia da Covid-19. Ainda assim, “qualquer tentativa de aprisionar [a pandemia] analiticamente está condenada ao fracasso, dado que a realidade vai sempre adiante do que pensamos ou sentimos sobre ela” (SANTOS, 2020, *n.p.*). Sobrepor o valor da vida a qualquer outro tipo de perda é um contraponto ao negacionismo neoliberal que coloca o lucro e a economia acima da saúde, muito embora, entendemos que o trabalho também está associado às condições de sobrevivência. Nesse contexto:

qualquer iniciativa na direção de eliminar medidas de distanciamento social de forma indiscriminada e que não ofereçam proteção especial para as populações de mais baixa renda podem ter resultados desastrosos tanto do ponto de vista econômico quanto de saúde pública, levando a novas ondas de contágio, sobrecarga dos sistemas de saúde e óbitos. (BRASIL... 2020, p. 75).

Até o fechamento deste trabalho, no Brasil, o número de vidas perdidas para a pandemia atingia a triste marca de 321.515 óbitos e os casos de contaminação já ultrapassavam os 12 milhões de casos. Além das vidas devastadas pela doença, uma das discussões mais polêmicas e conflitantes no cenário pandêmico brasileiro refere-se às

consequências negativas na economia, provocando um efeito cascata que inicia com o fechamento ou queda dos estabelecimentos comerciais, em função das regras de isolamento, causando demissões e o aumento do desemprego, do subemprego e da informalidade que, por sua vez, elevam os níveis de pobreza extrema no país (BRASIL... 2020).

Para Costa (2020, p. 972):

além da crise sanitária, uma das consequências da pandemia é o aumento do desemprego e, portanto, a elevação da informalização do trabalho, dos terceirizados, dos subcontratados, dos flexibilizados, dos trabalhadores em tempo parcial e do subproletariado. Essa população precisará ser assistida com políticas voltadas a protegê-la da fome e da pobreza, ou seja, necessitará ser inserida numa rede de proteção social.

Apesar de ter afetado toda a população mundial, deve-se afirmar que a pandemia da Covid-19 prejudicou, sobremaneira, as classes sociais mais vulneráveis que, inclusive, encontram dificuldades em manter os protocolos higiênicos contra a doença, devido às condições precárias de acesso a moradias e saneamento básico, por exemplo (BRASIL...2020). É um paradoxo, afinal, é para evitar mortes que as medidas restritivas e sanitárias são tomadas.

Em meio a esse imbróglio causado pela pandemia, a perda de vidas tem sido o fator mais dramático e difícil de lidar. Porém, os impactos perpassam a educação, a saúde mental, economia, a cultura, etc. Impossível é dizer quem não se sentiu atingido.

Para fins de delimitação, o presente artigo tem por objetivo discorrer sobre os impactos da pandemia no âmbito artístico-musical. Para isso, apresenta uma discussão sobre o fenômeno das *lives* musicais como alternativa frente à crise instalada neste setor. Trata-se de um estudo qualitativo de natureza exploratória cuja finalidade consiste em uma aproximação ou familiaridade com um determinado problema, tornando-o mais explícito, possibilitando construir hipóteses sobre ele (PRADNOV & FREITAS, 2013; GERHARDT & SILVEIRA, 2009). As discussões se apoiam em alguns trabalhos desenvolvidos acerca do tema por autores como Lupinacci (2020), Brandão (2015), Almeida & Alves (2020), entre outros. Além disso, fizemos uso do método on-line (FLIK, 2013), através da netnografia (KOZINETTS, 2014) em que o pesquisador utiliza a observação participante a partir de *lives* assistidas no período de abril a junho de 2020, no intuito de compreender representações etnográficas do fenômeno cultural

pesquisado. Tais aspectos observados estão presentes na escrita mesma deste texto e fazem parte das motivações iniciais deste trabalho.

Cumpramos ressaltar que este trabalho não pretende esgotar ou apresentar dados exaustivos acerca do tema. Ademais, a pandemia da Covid-19 tem especificidades nunca vistas em outras pandemias ou nas crises econômicas recentes, o que requer outros aprofundamentos face à volatilidade e dinâmica do atual cenário (DELOITTE, 2020).

Fecham-se os palcos e abrem-se as telas

Em tempos de conectividade em massa, operada através das redes tecnológicas da informação e comunicação (CASTELLS, 2005), utilizar o termo distanciamento social parece não ser a forma mais adequada para se referir à impossibilidade de estar em contato físico com os outros. Nesse entendimento, se considerarmos as inúmeras alternativas de estar presente mesmo através das redes conectadas à internet, deveríamos optar pelo termo distanciamento ou isolamento físico e não distanciamento ou isolamento social.

Anterior à pandemia, nossas relações eram marcadas pela aproximação física nos diversos espaços e contextos: atividades culturais, de lazer, entretenimento, etc. Em outras palavras, somos afeitos à aglomeração e esta, por sua vez, é, talvez, a principal marca dos eventos em que os artistas e produtores da cultura realizam seu trabalho (CALABRE, 2020). No contexto da pandemia, novos arranjos sociais requisitaram desses trabalhadores a reinvenção e transformação dos modos de difusão dos bens culturais que produzem. Tais mudanças são reflexos do cancelamento ou adiamento de eventos, shows e apresentações em todo o país como medida para mitigar as possibilidades de disseminação da Covid-19. Nesse contexto, as portas dos setores que dependem da presença do público/clientes foram fechadas, abrindo-se lacunas econômicas que impactam, também, na subjetividade desses trabalhadores diante das impossibilidades e limitações de, não apenas, produzir cultura, mas de não poder relacionar-se com o público e prover o seu sustento.

Não raro, alguns artistas têm afirmado, em suas redes sociais, programas de TV, de rádio e em eventos on-line, que a classe artística está sendo a mais afetada com a pandemia. Todavia, essa narrativa precisa ser problematizada, considerando as

assimetrias existentes em cada grupo que compõe uma determinada classe trabalhadora. Desse modo, ao afirmar que uma ou outra classe foi a mais afetada, pode-se pensar no todo enquanto categoria profissional, mas ao adentrar nas particularidades e especificidades de alguns grupos não será difícil reconhecer distinções quando se analisa os impactos da pandemia entre um/uma artista de menor porte e outro/outra artista de sucesso que goza de privilégios e vantagens em decorrência do alcance e fama que possui, por exemplo.

De acordo com Calabre (2020), o cenário desolador que acomete a classe artística no país é reflexo de uma política de intolerância, autoritarismo, obscurantismo e conservadorismo que encontrou seu apogeu no governo Bolsonaro, mas já vinha acontecendo desde 2016. No contexto da pandemia da Covid-19 a sensação de abandono se acentuou mesmo que as artes tenham sido utilizadas como:

canais de escape fundamentais da solidão, como alimento da alma, como alento e esperança de tempos e vidas sãs. Seja através de suportes já consagrados, como os livros impressos, os CD de música, seja através da internet em um volume muito maior, ou ainda nas janelas e varandas das casas, por todo mundo, temos assistido à ampliação do consumo de produtos culturais, da valorização da cultura e do uso do tempo diário com atividades de arte e cultura (CALABRE, 2020, p.11).

Diante do fechamento de cortinas, provocado pela pandemia, uma luz se acendeu no palco vazio e escuro que o isolamento físico deixou. Trata-se das transmissões ao vivo ou *lives*, uma estratégia que possibilitou a diversos artistas se (re)conectar com seu público de diferentes formas e com objetivos diversos.

Entendendo o fenômeno das *lives*

No cenário pandêmico instalado pela pandemia, as tecnologias desempenham papel preponderante na reorganização de algumas atividades sociais através do aumento do consumo de produtos através de serviços de *delivery*, ampliação das interações em sites, aplicativos e redes sociais, viabilização da telemedicina e terapias *on-line*, realização do *home-office*, do ensino remoto e atividades de lazer através do consumo de jogos, séries, filmes, músicas e shows transmitidos ao vivo, ou seja, as *lives*.

Antes de adentrar sobre o conceito de *live*, é preciso estabelecer uma associação entre esse termo e a ideia de transmissão ao vivo, muito embora, cada um deles possui características próprias, se pensadas em função de suas materialidades e contextos.

As transmissões ao vivo estão associadas ao aparecimento da televisão brasileira e passaram “a fazer parte do portfólio das mais populares plataformas de mídias sociais da contemporaneidade” (LUPINACCI, 2020, p.2). Inaugurada em 18 de setembro de 1950, a primeira transmissão da TV brasileira foi realizada com uma programação completamente ao vivo. À época, a improvisação e criatividade eram as principais marcas da programação, adaptando linguagens do rádio para a TV, os dois principais veículos eletrônicos de comunicação e entretenimento da época (BRANDÃO, 2015).

Para Lupinacci (2020), a experiência do ao vivo é entendida por como a copresença entre *performers* e audiência ao mesmo tempo ou uma transmissão feita em tempo real, sem atrasos. Ou seja, o ao vivo é marcado pela relação entre quem produz o conteúdo e quem recebe. Entretanto, antes do aparecimento da internet, as transmissões ao vivo pela TV limitavam a interação do público a uma audiência passiva ou, quando muito, a interações por enquetes e jogos, através da participação por telefone, compra de produtos ou através de *links* jornalísticos (BRANDÃO, 2015).

Num cenário em que as possibilidades de interação em rede estão ampliadas (CASTELLS, 2005), as *lives* aumentam a sensação de testemunhar os acontecimentos em tempo real, à medida que, também, os internautas conseguem interagir com o conteúdo por meio de mecanismos síncronos interligados com as redes sociais, sites e páginas oficiais das emissoras ou dos artistas, tornando possível, além de assistir, criar e compartilhar postagens, comentá-las etc. (BRANDÃO, 2015). Desse modo, as *lives* são entendidas como transmissões síncronas de conteúdo audiovisual *on-line* que se materializam em diversas metodologias, temáticas e objetivos compartilhados por atores e espectadores que interagem mediados pelas plataformas de *streaming* (ALMEIDA & ALVES, 2020).

As *lives* podem ser individuais ou coletivas, com interação direta, através do diálogo entre pessoas, ou indireta, por meio de interfaces entre redes sociais e plataformas ou *chats*, por exemplo, e são destinadas a entreter, informar, instruir etc. Uma de suas principais características é a possibilidade de alcançar um grande público

através dos compartilhamentos e divulgação ampliada. Além disso, as *lives* são práticas que permitem “estar juntos”, mesmo impossibilitados do contado presencial. Através delas, é possível comunicar-se de forma síncrona (em tempo real), ou através de uma comunicação assíncrona (em tempos diferentes), uma vez que as plataformas que hospedam esses conteúdos os disponibilizam para que sejam acessados a qualquer momento (LUPINACCI, 2020).

Antes da pandemia, as *lives* eram práticas secundarizadas no âmbito das comunicações mediadas pelo uso das tecnologias. Entretanto, de acordo com Silva, Lima & Couto (2020), elas se tornaram fenômenos ciberculturais e importantes pedagogias culturais que ocuparam destaque no entretenimento durante o período de isolamento e distanciamento físico. A propósito do conceito de pedagogia cultural, os autores destacam que se trata de espaços onde a produção de saberes e formas de pensar e agir evocam memórias festivas e reforçam ou constroem conexões (SILVA, LIMA & COUTO, 2020). Já no que tange ao conceito de cibercultura, Levy (1999) afirma que é “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LEVY, 1999, p.16). Por sua vez, o ciberespaço ou rede diz respeito às interconexões existentes na rede mundial de computadores e engloba “não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ele abriga” (LEVY, 1999, p.16). Depreende-se daí que a sociabilidade no ciberespaço ocorre de forma não presencial possibilitando aos participantes interagir de diversos lugares e momentos (NASCIMENTO; LIMA, 2019), através de experiências coletivas em rede mantendo o convívio social, ainda que remotamente (SILVA, LIMA & COUTO, 2020).

“Fique em casa e cante comigo!”

Antes de virar um fenômeno e se espalhar pelo país, as transmissões ao vivo já vinham ocorrendo em proporções menores e despretensiosas. Muitas delas eram caseiras, no intuito de manter comunicação durante a pandemia, através de postagens em plataformas como o *Snapchat*, *Instagram* e *Facebook*. Esse tipo de conteúdo possui a marca da espontaneidade e serve para “encorajar o compartilhamento espontâneo, para que pessoas ‘sejam elas mesmas’ e postem ‘qualquer coisa, a qualquer hora’”

(LUPINACCI, 2020, p.6). Entretanto, o advento das *lives* teve como principal disseminador, a rede social *YouTube* que, segundo Brandão (2015), provocou uma revolução na maneira de assistir vídeos *on-line*. Junior *et al* (2020) destacam que a transição das *lives* para a plataforma *YouTube*, através do projeto “#FiqueEmCasa e Cante Comigo”, deu uma nova tônica a esse movimento cibercultural durante a pandemia.

De acordo com Lupinacci (2020), as *lives* podem ser divididas nas seguintes categorias: musical, conversacional, instrutivo, de pronunciamento e de companhia. Como recorte deste estudo, vamos abordar as *lives* musicais, definidas pela autora como “a transmissão ao vivo que tem como foco principal uma performance sonora, realizada por um artista fonográfico ou banda” (LUPINACCI, 2020, p.7). Para ela, esse tipo de comunicação:

é utilizado para caracterizar o senso de presença em um contexto remoto; de proximidade em contextos de separação física; de imersão em contextos de domesticidade; de improvisação em contextos de programação; de simultaneidade em contextos de assincronia; de coletividade em contextos de solidão (LUPINACCI, 2020, p.12).

O principal objetivo da *live* musical é atrair o público para consumir um produto artístico. Entretanto, o engajamento das pessoas que assistem a esse tipo de transmissão possibilita ganhos secundários e não menos importantes: a ampliação de seguidores ou adeptos ao perfil dos artistas em suas redes sociais, o aumento no acesso às plataformas de *streaming* e a comercialização de produtos e marcas que patrocinam o evento e a monetização dos artistas.

No contexto da pandemia, as *lives* foram realizadas em diversos formatos. No início, era comum que acontecessem em espaços privados, cujo cenário era o próprio ambiente doméstico dos artistas (sala, cozinha, varanda), com toques de iluminação e itens minimalistas que ajudam a compor a estética cenográfica. A propósito da exibição de ambientes privados e domésticos, Lupinacci (2020) caracterizou como possibilidade de mercantilização da vida íntima “em que a intimidade é posta a serviço de objetivos capitalistas, e personalidades, relacionamentos, hobbies, e até mesmo quartos, salas e cozinhas são trazidos ao olhar público e convertidos em ‘conteúdo’” (LUPINACCI, 2020, p.12). Outra proposta de apresentação das *lives* ocorreu em ambientes externos ou estúdios, variando de uma produção minimalista até superproduções a altura de gravações de DVD. Em todos os casos, estão presentes aspectos da espontaneidade e

improviso, além da sociabilidade e interação possibilitadas pela interface entre as redes sociais e os canais de transmissão ao vivo.

Além do entretenimento

No decorrer deste trabalho destacamos as *lives* como alternativas estratégicas de enfrentamento às limitações impostas pela pandemia ao setor artístico-musical. Entretanto, as transmissões ao vivo desempenharam papéis e objetivos diversos que vão além do entretenimento.

Analisando os textos que embasam este trabalho e tendo observado de modo participativo (KOZINETS, 2014) algumas *lives* que ocorreram durante o primeiro semestre de 2020, percebemos que esse tipo de comunicação cumpriu três principais funções: contribuíram para o isolamento/distanciamento físico, incentivando as pessoas a ficarem em casa podendo acessá-las como opção de entretenimento; promoveram a solidariedade em rede ao propor campanhas de arrecadação para pessoas e famílias mais afetadas pela pandemia e permitiram que artistas e produtores faturassem através dos cachês patrocinados em parcerias firmadas com empresas e apoiadores.

A respeito do isolamento/distanciamento físico, as *lives* serviram como alento para o público impossibilitado de frequentar casas de shows, eventos presenciais, festivais de música, entre outros. O mesmo sentido vale para os artistas, músicos e produtores, impossibilitados de produzir seu trabalho e acessar seu público nos eventos presenciais. Nesse contexto, as *lives* serviram de reforço à campanha do “fique em casa”, promovendo uma agenda diversa, dinâmica e gratuita de shows em que, de modo síncrono, o público foi estimulado a participar ativamente engajando-se nos comentários, curtidas, compartilhamentos e postagens (SÁ & BITTENCOURT, 2014).

Outro aspecto que merece ser destacado é a questão da “solidariedade em rede” protagonizada pela arrecadação de alimentos e de dinheiro para ajudar famílias e setores da sociedade mais afetados pela pandemia (JUNIOR *et al*, 2020). O quadro 1 mostra o *ranking* de arrecadação das *lives* no Brasil, de acordo com levantamento feito pela Associação Brasileira de Captadores de Recursos – ABCR:

Quadro 1 – Ranking de arrecadação em *lives* musicais no Brasil, em 2020.

| Artista | Data | Valor arrecadado |
|---------------|-------------|------------------|
| Sandy & Jr. | 21 de abril | R\$ 5 milhões |
| Amigos | 20 de abril | R\$ 1,7 milhões |
| Anita | 10 de maio | R\$ 1 milhão |
| Emicida | 10 de maio | R\$ 807 mil |
| Ivete Sangalo | 25 de abril | R\$ 400 mil |

Fonte: Associação Brasileira de Captadores de Recursos².

Elaboração própria.

Cumpre destacar que outras inúmeras *lives* foram realizadas em todo o país, promovendo campanhas de arrecadação com proporções menores que as mencionadas no quadro acima, mas que compõem uma rede que apoia instituições e projetos voltados aos menos favorecidos ou grupos e comunidades especialmente afetadas pela crise que se instalou durante a pandemia. Nesse contexto, enquanto a classe política discutia se o valor de um auxílio emergencial seria de R\$ 200 ou R\$ 600, a arte assume papel preponderante ao cumprir a função de apoiar pessoas a conhecer e ajudar o mundo, esclarecendo-os e incitando-os à ação (FISCHER, 1987).

O último e não menos importante ponto a ser destacado refere-se ao patamar mercadológico de retorno financeiro para artistas e bandas, proporcionado pelas *lives* (SILVA, LIMA & COUTO, 2020). Esse aspecto atingiu seu ápice quando, em 28 de março de 2020, o cantor sertanejo Gustavo Lima alcançou o pico de 750 mil acessos simultâneos e mais de 10 milhões de visualizações em sua primeira *live* intitulada “Boteco em casa”, chegando a quebrar o recorde da cantora americana Beyoncé no evento Coachella. À época, o cantor também atingiu um pico de 28,5 milhões de seguidores no *Instagram*, elevando-o a cantor mais seguido na rede social mencionada. Em 04 de abril de 2020 foi a vez da dupla Jorge & Matheus atingir a marca dos 3,1 milhões de espectadores simultâneos na *live* “Pelo amor de Deus Jorge & Matheus”. Quatro dias depois, a cantora Marília Mendonça atingiu o pico máximo chegando aos 3,2 milhões de acessos em sua *live* “*Live Local*” se tornando a artista com a *live* mais assistida do mundo em 2020. Além disso, o *Instagram* da cantora atingiu a quantidade de 30 milhões de seguidores e 34 de suas músicas ficaram entre as mais ouvidas no *Spotify* Brasil (JUNIOR, *et al*, 2020).

² Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2020/06/lives-levantaram-r-176-milhoes-em-doacoes-durante-a-pandemia.shtml>. Acesso em: 21 de março de 2021.

A propósito das *lives* recordistas em acessos simultâneos, o *YouTube*, plataforma mais utilizada para esse tipo de comunicação, fez um levantamento³ baseado no pico de visualizações de cada transmissão. Entre as 10 *lives* mais assistidas no mundo, oito são brasileiras.

Quadro 2 – Ranking das dez *lives* mais assistidas no mundo em 2020

| Artista | Data | País | Pico de acessos simultâneos |
|--------------------------|-------------|---------------|-----------------------------|
| Marília Mendonça | 8 de abril | Brasil | 3,31 milhões |
| Jorge & Mateus | 4 de abril | Brasil | 3,24 milhões |
| Andrea Bocelli | 12 de abril | Itália | 2,86 milhões |
| Gusttavo Lima | 11 de abril | Brasil | 2,77 milhões |
| Sandy & Junior | 21 de abril | Brasil | 2,55 milhões |
| Leonardo e Eduardo Costa | 1º de maio | Brasil | 2,52 milhões |
| BTS | 18 de abril | Coreia do Sul | 2,31 milhões |
| Marília Mendonça | 9 de maio | Brasil | 2,21 milhões |
| Henrique & Juliano | 19 de abril | Brasil | 2,06 milhões |
| Bruno & Marrone | 16 de maio | Brasil | 2,05 milhões |

Fonte: *YouTube*. Elaboração própria.

De acordo com os dados acima, o período de pico das *lives* se deu entre abril e maio, quando a pandemia atingia o triste posto de segundo país com mais casos de Covid-19 no mundo, chegando a 29.341 mortos e 514.992 casos confirmados em 31 de maio⁴. Após esse período, mesmo com a continuidade das *lives*, o engajamento do público foi ficando menor, refletindo o desinteresse dos patrocinadores. A excessiva quantidade de transmissões simultâneas pode ser entendida como um dos fatores de queda no entusiasmo do público pelas *lives* (ALMEIDA; ALVES, 2020). Segundo o site Metrôpoles⁵, no dia 10 de maio de 2020, foram realizadas 15 *lives* de artistas conhecidos nacionalmente, entre eles, Ivete Sangalo, Zeca Pagodinho, Anitta, Michel Teló, Zezé di Camargo & Luciano e Maria Rita. Algumas dessas apresentações

³ Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/12/02/8-das-10-lives-mais-vistas-em-2020-sao-brasileiras-marilia-mendonca-ganha-de-bts-e-andrea-bocelli.ghtml>. Acesso em: 25 de março de 2021.

⁴ CASOS de coronavírus e número de mortes no Brasil em 31 de maio. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/05/31/casos-de-coronavirus-e-numero-de-mortes-no-brasil-em-31-de-maio.ghtml>. Acesso em: 21 de março de 2021.

⁵ EXCESSO de lives faz audiência de shows on-line cair durante a quarentena. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/excesso-de-lives-faz-audiencia-de-shows-on-line-cair-durante-a-quarentena>. Acesso em: 23 de março de 2021.

ocorreram, inclusive, no mesmo horário, o que fez com que nenhum dos artistas atingisse mais de 1 milhão de visualizações simultâneas.

Com o passar dos dias, as visualizações das *lives* foram caindo. A campeã no ranking mundial, Marília Mendonça, caiu de 3,3 milhões para 2,2 milhões da primeira para segunda transmissão. Jorge & Mateus, por exemplo, caíram de 3,16 milhões para 2,1 milhões na segunda *live*⁶. Ainda assim, os artistas que mais faturaram com as *lives* são exatamente os que ocupam uma posição financeira privilegiada em decorrência do sucesso e da grande projeção do seu trabalho.

Segundo levantamento do Jornal Extra⁷, as cotas de patrocínio do cantor Gustavo Lima variam de R\$ 400 mil a R\$ 1 milhão e só em sua terceira *live* o sertanejo teria faturado o equivalente a R\$ 3 milhões. Em 15 shows presenciais que eram feitos, em média, por mês, o cantor recebia cerca de R\$ 10,5 milhões, valor que em apenas 3 *lives* foi praticamente alcançado, com menos desgaste e menos trabalho. Como se pode notar, a monetização e o faturamento dos artistas mais bem sucedidos financeiramente são maiores do que, provavelmente, os artistas de menor porte e baixo alcance de público. Não obstante, inexistem, até o momento, pesquisas que apontem dados mais concretos sobre as assimetrias entre artistas que gozam de certo “conforto”, mesmo paralisados pela pandemia, e artistas que se encontram expostos a situações mais graves de desemprego e miserabilidade. Pela lógica do mercado, faz sentido que os artistas que estão no topo das paradas sejam os mais cogitados e bem pagos para vender marcas e divulgar produtos. No entanto, é preciso reconhecer que quando mencionamos os efeitos da pandemia para este grupo, não nos referimos a sujeitos que ocupam o mesmo lugar.

Considerações finais

As discussões aqui propostas destacam que o distanciamento físico, enquanto medida de contenção da Covid-19, trouxe rupturas dramáticas para o setor de

⁶ *Idem.*

⁷ GUSTAVVO Lima fatura cerca de R\$ 10 milhões com lives e é o sertanejo que mais lucra com mercado criado na pandemia. Disponível em: <https://extra.globo.com/famosos/gusttavo-lima-fatura-cerca-de-10-milhoes-com-lives-e-sertanejo-que-mais-lucra-com-mercado-criado-na-pandemia-24442160.html>. Acesso em 19 de março de 2021.

entretenimento, sobretudo aqueles marcados por grandes aglomerações, como é o caso dos shows musicais. Entretanto, nesse, e em outros setores, os prejuízos causados pela pandemia não atingem a todos na mesma intensidade. Por isso, ainda que nosso intuito não tenha sido projetar uma escala de quem sofreu menos ou mais com a pandemia, vale ressaltar que as desigualdades estão em todos os campos e precisam ser identificadas e reconhecidas na estrutura social atual.

Entre os meses de abril e maio de 2020, o Brasil viveu o apogeu das *lives* quando ocorreram os maiores alcances de acessos simultâneos nesse tipo de evento virtual. Utilizados como válvula de escape diante das tensões e impossibilidades de uma vida social normal, as *lives* ultrapassaram a linha do entretenimento e se puseram como alternativa para colaborar com o difícil cenário instalado pela crise financeira que assolava famílias e trabalhadores em todo o país, sobretudo a classe artística. Nesse contexto, os próprios artistas se valeram de sua audiência para incentivar o público a ficar em casa, a serem solidários e, além disso, conseguiram faturar com publicidades e parcerias comerciais, além da monetização que as plataformas de *streaming* realizam de acordo com o alcance da transmissão. No entanto, à medida que as *lives* foram ficando excessivas, a quantidade de acessos foi diminuindo e, aos poucos, as campanhas solidárias foram desaparecendo. Tal momento coincide com o aparecimento do auxílio emergencial e com o “afrouxamento” de algumas regras de isolamento, fazendo com que determinados artistas, inclusive, voltassem a se apresentar em eventos abertos ao público, utilizando metodologias como o *drive thru*, por exemplo, ou em bilheterias e apresentações mais intimistas com público limitado.

No decorrer deste trabalho, percebemos que as *lives* musicais evoluíram de comunicações despreziosas para se tornar um mercado promissor, capaz de abrigar múltiplas funções e metodologias. Nessa perspectiva, a retórica da conexão, da participação e da comunidade abriga um novo interesse que emerge quando as *lives* ultrapassam a espontaneidade, simplicidade e privacidade dos artistas para se tornar instrumento de novas possibilidades comerciais, sobretudo no cenário pandêmico que a Covid-19 impôs. Contudo, estas questões poderão ser aprofundadas em outros estudos e pesquisas, sobretudo para discutir qual será o futuro das *lives* num cenário pós-pandemia, por exemplo. Por hora, este texto se lança no propósito de problematizar e provocar o debate acerca dessa pedagogia cultural tão importante em tempos difíceis como os que vivemos na pandemia.

Referências

ALMEIDA, Beatriz; ALVES, Lynn. *Lives*, educação e covid-19: estratégias de interação na pandemia. **Interfaces científicas**, v.10, n.1, p.149-163, 2020.

BRANDÃO, Eduardo Rangel. **Rotinas de uso de computadores, smartphones e/ou tablets para acessar formatos de conteúdos relacionados à TV sob o ponto de vista do design centrado no usuário**. Rio de Janeiro: PUC-RIO, 2015. 256f. Tese (Doutorado em Design). Programa de Pós-Graduação em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

BRASIL e o mundo diante da Covid-19 e da crise econômica [recurso eletrônico]. Curitiba, PR: PET Economia – UFPR, 2020. Disponível em: <<https://www.ufpr.br/portalufpr/wp-content/uploads/2020/07/Brasil-e-o-mundo-diante-da-Covid-19-e-da-crise-economica.pdf>> Acesso em 21 março 2020.

CALABRE, Lia. A arte e a cultura em tempos de pandemia: os vários vírus que nos assolam. **Extraprensa**, v.13, n.2, p.7-21, jan./jun. 2020.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (Orgs.). A Sociedade em Rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. **A sociedade em rede: do conhecimento à ação política**. Conferência. Belém (Por): Imprensa Nacional, 2005. p.17-30.

COSTA, Simone. Pandemia e desemprego no Brasil. **Revista de Administração Pública**, v.54, n.4, p.969-978, jul./ago. 2020.

DELOITTE TOUCHE TOHMATSU. **Covid-19 e os impactos nos setores econômicos: um olhar atento às projeções**. Relatório. São Paulo: junho de 2020. 34p. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/about-deloitte/Deloitte-Covid-Impacto-Setores-junho.pdf>> Acesso em 21 março 2021.

FISCHER, Ernest. **A necessidade da arte**. 9. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.

FLICK, U. **Introdução à metodologia da pesquisa: um guia para iniciantes**. Porto Alegre: Penso, 2013.

GERHARDT, Tatiana; SILVEIRA, Denise. **Métodos de pesquisa**. Coord. pela UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

JOÃO JUNIOR et al. “#Fique em casa e cante comigo”: estratégia de entretenimento musical durante a pandemia de covid-19 no Brasil. **Boletim de Conjuntura**, v.2, n.4, p.72-85, 2020.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LUPINACCI, L. “Da minha sala pra sua”: teorizando o fenômeno das lives em mídias sociais. **Scielo Préprint**. Disponível em: <<https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/960>> Acesso em 12 março 2021.

NASCIMENTO, Robéria; LIMA, Verônica. Dimensões entrelaçadas do afeto e do saber: a educação de um novo tempo. In: LIMA, Verônica; NASCIMENTO, Robéria; ESCOLA, Joaquim (Orgs.). **Conhecimento, sociabilidade e humanidade**: prenúncios de um novo tempo. Campina Grande: EDUEPB, 2019.

OLIVEIRA, Fabiane Lopes. Educação transformada em EAD durante a pandemia: quem e o que está por trás dessa ação? In: AUGUSTO, C. B.; SANTOS, R.D. (Orgs.). **Pandemias e pandemônio no Brasil**. 1.ed. São Paulo: Tirant lo Blanch, 2020. p.247-260.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SÁ, Simone; BITTENCOURT, Luiza. Espaços urbanos e plateias virtuais: o YouTube e as transmissões de espetáculos ao vivo. **Logos**, n.24, v.1, 1º semestre, 2014.
SANTOS, Boaventura de Sousa. **A Cruel Pedagogia do Vírus**. Coimbra: Almedina, 2020.

SENHORAS, Elói Martins. Coronavírus e educação: análise dos impactos assimétricos. **Boletim de Conjuntura**, v.2, n.5, p.128-136, 2020.

SILVA, Patrícia; LIMA, Danilo; COUTO, Edvaldo. *Lives* de festas nos tempos da covid-19: arranjos, vínculos e performances. **Rev. Bras. de Pesquisa (Auto)Biográfica**, v.5, n.16, p.1503-1517, 2020.