

Projeto de pesquisa: Novas plataformas de visualização audiovisual e sua relação com as plataformas antecessoras

Introdução:

Desde criança sempre me interessei por materiais audiovisuais, sejam eles filmes ou mesmo séries e, portanto ir ao cinema ou ver filmes através de VHSs, e posteriormente DVDs, sempre foram bastante frequentes em minha vida. Perdi a conta de quantas vezes enfrentei filas enormes para comprar ingressos para as famosas salas de cinema de shoppings que inundam minha cidade e quando entrava, encontrava quase sempre todos os assentos devidamente ocupados. Além dessa experiência, convivi muito com o ato de procurar algum filme nas locadoras próximas de casa e me deparar com outras pessoas a procura daquele mesmo DVD. Sem contar aquela ansiedade de acompanhar pela televisão e esperar o próximo episódio de uma série que só sairia na próxima semana.

Porém, de uns tempos para cá, essa realidade me pareceu um pouco mais distante a medida que outras formas de consumir conteúdos audiovisuais foram surgindo como a plataforma de visualização *Netflix* que oferece grande quantidade de filmes, séries, documentários, entre outros, a partir de sua assinatura mensal. Além do *Netflix*, outras plataformas como *Popcorn Time*, que oferece praticamente o mesmo tipo de serviço, porém de graça; e a crescente quantidade de sites que disponibilizam *stream* de séries transmitidas em outros países em tempo real, acabam por fazer com que cada vez mais pessoas tenham, ao mesmo tempo, acesso a mais e mais conteúdo audiovisual e, também a comodidade de não sair de casa para poder assistir aquilo que deseja, deixando os cinemas e as locadoras de lado.

A facilidade em encontrar filmes, séries e outros tipos de programas na internet - de maneira ilícita ou não - também contribui para a se deixar de lado sair de casa a procura desses conteúdos. E assim, muitos acreditam que as salas de cinema possam vir a desaparecer futuramente, colocando em pauta o fato de que cada vez mais as pessoas consigam consumir seus programas favoritos sem precisarem se deslocar até um sala de cinema, ou locadora.

A iniciativa da Netflix de disponibilizar filmes e séries de televisão para exibição, na internet, é apenas o começo de uma revolução que deve transformar a indústria do entretenimento (...) (MCKEE, 2014)

E compartilhando da mesma opinião:

(...) alguns milhares de títulos já estão disponíveis online e, conforme seu plano, você pode também assisti-los por streaming. Onde há banda larga de verdade, é como ter em mãos um DVD. É com uma DVDteca de milhares de títulos para escolher e assistir onde quiser, na hora que quiser. Acho que agora você entende porque não acredito muito no futuro das locadoras de DVDs tradicionais. (CHERTO, 2012)

Entretanto, outros acreditam que ir ao cinema não é apenas pelo filme em si, e sim pela experiência de assisti-lo e de sair de casa para desfrutar da qualidade de uma tela grande e de um saco de pipocas.

A partir disso, procura-se com esse trabalho estudar as consequências causadas pela criação dessas novas plataformas de visualização de conteúdo audiovisual com relação ao movimento nos cinemas e nas locadoras das grandes cidades, como São Paulo. As pessoas deixaram de ir aos cinemas? Deixaram de alugar DVDs de filmes ou séries? Essas perguntas poderão ser respondidas a partir da análise de um questionário que será aplicado em uma faixa etária mediana: os jovens, que consomem material audiovisual de maneira intensa em diversos ambientes.

Objetivo Geral:

O artigo tem por objetivo verificar se o movimento dos cinemas e locadoras do bairro do Ipiranga foi afetado após a criação e popularização das plataformas Netflix e Popcorn Time, além de sites de download, que disponibilizam quantidade exorbitante de conteúdo midiático.

Objetivos Específicos:

- 1) Avançar na pesquisa sobre plataformas de visualização de materiais audiovisuais e meios de consumo dos mesmos.
- 2) Determinar a amostra da população que fará parte do estudo.
- 3) Elaborar um questionário com perguntas majoritariamente no formato de múltipla escolha para melhor visualização e análise da pesquisa a ser feita.
- 4) Testar o questionário
- 5) Aplicar o questionário a um grupo de jovens de 15 a 21 anos.
- 6) Analisar as respostas obtidas pelos questionários e articulá-las em tabelas e/ou gráficos.
- 7) Elaborar o artigo sobre a pesquisa.
- 8) Entregar o artigo.
- 9) Apresentação do artigo.

Metodologia:

Tipo de pesquisa: Qualitativa, quantitativa e estudo de caso.

Local: Escola de Idiomas Wizard Ipiranga, em São Paulo – SP.

População Envolvida: jovens de 15 a 21 anos de classe média que consomem em grande quantidade conteúdo audiovisual como filmes, séries, documentários, entre outros. A Escola de Idiomas Wizard Ipiranga foi escolhida como local devido ao fácil encontro com jovens da faixa etária determinada, além de esses jovens possuírem contato com o idioma inglês, que se mostra predominante nos materiais audiovisuais disponibilizados pelas plataformas de visualização e pelos sites de download na internet.

Descrição das ações:

- 1) **Avançar na pesquisa sobre plataformas de visualização de materiais audiovisuais e meios de consumo dos mesmos.**

A fim de se obter informações relevantes para aprofundamento do conhecimento do tema proposto e dos meios de visualização assim como a sustentação dos argumentos do artigo, será feita uma pesquisa a partir de pesquisa em sites da internet, sites oficiais dos criadores das plataformas, além de revistas e livros.

- 2) **Determinar a amostra da população que fará parte do estudo.**

O cálculo da amostra foi feito a partir da seguinte equação:

$$\eta = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + \sigma^2 \cdot p \cdot q} u$$

na qual:

η = amostra

e = erro máximo permitido

N = tamanho da população

σ = nível de confiança escolhido (desvio padrão)

p = percentagem com a qual o fenômeno se verifica

q = percentagem complementar

(GIL, 1999).

Portanto, a partir de um número total de 50 alunos (N); adotando 1(Z) como desvio padrão; espera-se que 80% da população responda às questões (p); erro máximo permitido é de 4%. Logo, o tamanho da amostra (η) é de aproximadamente 44 alunos.

3) Elaborar um questionário com perguntas majoritariamente no formato de múltipla escolha para melhor visualização e análise da pesquisa a ser feita.

O questionário será constituído majoritariamente com perguntas no formato de múltipla escolha devido a escolha de respostas padronizadas para melhor visualização quantitativa e facilidade na criação de gráficos e/ou tabelas explicativas a partir das respostas obtidas.

4) Testar o questionário

Testar o questionário em 4 pessoas escolhidas aleatoriamente para ver se ele está adequado a pesquisa.

5) Aplicar o questionário a um grupo de jovens de 15 a 21 anos.

A Escola de Idiomas Wizard Ipiranga me forneceu autorização para a aplicação do questionário com seus alunos da faixa etária escolhida.

6) Analisar as respostas obtidas pelos questionários e organiza-las em gráficos e/ou tabelas.

Por ser uma pesquisa predominantemente quantitativa, a escolha por organizar os dados em gráficos e/ou tabelas facilitaria a visualização dos resultados obtidos.

7) Elaborar o artigo sobre a pesquisa.

A partir das respostas do questionário e das pesquisas feitas sobre o tema, articular as informações obtidas na elaboração do artigo, com adição de análises e conclusões pessoais.

8) Entregar o artigo.

Entrega do artigo via Teleduc ao docente José Armando Valente.

9) Apresentação do artigo.

Breve apresentação do artigo em sala de aula.

Cronograma:

	29/0 3	01/0 4	04/0 4	06/0 4	08/0 4	09/0 4	13/0 4	15/0 4	20/0 4	01/0 5	03/0 5	04/0 5
Avançar na pesquisa	X	X										
Determinar amostra			X									
Elaborar Questionário				X								
Testar questionário				X								

Aplicar questionário					X	X						
Analisar respostas							X					
Elaborar artigo								X	X	X		
Entrega do artigo											X	
Apresentação do artigo												X

Referencias:

CHERTO, Marcelo. *Como enfrentar a crise no setor de locação de filmes?*, Revista Pequenas Empresas&Grandes Negócios, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI98547-17161,00-COMO+ENFRENTAR+A+CRISE+NO+SETOR+DE+LOCACAO+DE+FILMES.html>>. Acesso em: 25 março 2015.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Editora Atlas S.A., 1999.

KUSUMOTO, Meire. A TV e o cinema vão ser uma coisa só – na internet, diz guru dos roteiristas americanos. *Veja Entretenimento*, Rio de Janeiro, 9 de fev. 2014. Disponível em:<<http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/a-tv-e-o-cinema-vao-ser-uma-coisa-so-na-internet-diz-guru-dos-roteiristas-americanos>> Acesso em: 27 de março, 2015.