



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas

Públicas

Departamento de Administração

JÉSSICA MONTEIRO DE SÃO JOSÉ

**INFLUÊNCIA DE ATRIBUTOS DE MARCA DE  
CELEBRIDADE SOBRE O DESEMPENHO DO MÚSICO:  
comparando estilos musicais**

Brasília - DF

2018

JÉSSICA MONTEIRO DE SÃO JOSÉ

**INFLUÊNCIA DE ATRIBUTOS DE MARCA DE CELEBRIDADE SOBRE O  
DESEMPENHO DO MÚSICO: comparando estilos musicais**

Monografia apresentada ao Departamento de  
Administração como requisito parcial à obtenção  
do título de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Dr. Rafael Barreiros Porto

Brasília – DF

2018

JÉSSICA MONTEIRO DE SÃO JOSÉ

**INFLUÊNCIA DE ATRIBUTOS DE MARCA DE CELEBRIDADE SOBRE O  
DESEMPENHO DO MÚSICO: comparando estilos musicais**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do  
Curso de Administração da Universidade de Brasília do (a) aluno (a)

**Jéssica Monteiro de São José**

Dr. Rafael Barreiros Porto  
Professor-Orientador

Dra. Eluiza Alberto de Moraes Watanabe  
Professor-Examinador

Dra. Carla Peixoto Borges  
Professor-Examinador

Brasília, 29 de novembro de 2018.

## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Estevão e Meire, que não mediram esforços para que eu chegasse até esta etapa, sempre acreditando e investindo no meu futuro. Ao meu orientador, Rafael Porto, que sempre esteve disponível para esclarecer minhas dúvidas, por proporcionar fundamentos para a execução e crescimento desta pesquisa. Aos meus colegas da Terracap pelo acolhimento e, em especial, ao Luís Diego e Jesiel, por serem tão compreensivos e pacientes, sempre me motivando a acreditar no meu potencial. Aos meus amigos e familiares em geral pelo apoio mais que imprescindível, especialmente à Maria, Felipe, Suelen, Larissa, Gabriela, Beatriz, meus irmãos, Matheus e Letícia, e minha prima, Bia.

## RESUMO

Esta pesquisa tem o intuito de investigar a influência de atributos de marca de celebridade e do lançamento de música sobre o desempenho do músico, que pode estar ligado ao sucesso, comparando quatro estilos musicais distintos: eletrônica, rock, pop e hip hop. O delineamento metodológico quase experimental foi aplicado com recorte longitudinal ao longo de sete meses (janeiro a julho de 2018) com uso de dados primários, derivados de um questionário aplicado a 336 consumidores de música, e secundários, derivados de um acompanhamento mensal realizado para cada um dos 44 músicos selecionados, organizados em painel de estilos musicais. Os resultados apontam que o país de origem do músico, seguido dos fatores de valor de marca apresentam influência expressiva nas variáveis de desempenho, e, dentre elas, a quantidade de ouvintes em *streaming* é mais influenciada pelas variáveis independentes. Dessa forma, o estudo aponta novas evidências para o aprimoramento de estratégias de marketing em temas relacionados à música, além de fornecer um modelo de mensuração capaz de avaliar o valor da marca de celebridade baseado na percepção do consumidor.

Palavras-chave: Desempenho. Celebridade. Valor de Marca. Música. Consumer Based Brand Equity.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

Figura 1. Modelo teórico/conceitual da pesquisa .....	17
Figura 2. Fator de segunda ordem CBBE-celebridade .....	29
Figura 3. Ranking geral CBBE-Celebridade .....	32
Figura 4. Efeito total das variáveis independentes sobre a quantidade de ouvintes ....	35
Figura 5. Efeito total das variáveis independentes sobre a quantidade de shows.....	36

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1. Análise de Componentes Principais da popularidade nas redes sociais .....	22
Tabela 2. Média, Desvio Padrão e Percentual das Variáveis.....	23
Tabela 3. Influência direta dos estilos musicais sobre as variáveis de desempenho ...	25
Tabela 4. Validação fatorial confirmatória da escala de CBBE-celebridade.....	28
Tabela 5. CBBE-celebridade por estilos musicais.....	30
Tabela 6. Efeito dos atributos de marca de celebridade e do lançamento de música sobre o desempenho do músico por estilo musical.....	33

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
1.1	Contextualização .....	8
1.2	Formulação do problema.....	9
1.3	Objetivo geral .....	10
1.4	Objetivos específicos.....	10
1.5	Justificativa.....	10
2	REVISÃO TEÓRICA.....	12
2.1	Desempenho do músico.....	12
2.2	Influência de atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas no desempenho do músico.....	14
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA .....	18
3.1	Delineamento.....	18
3.2	Amostra .....	18
3.3	Caracterização e construção do instrumento de pesquisa.....	19
3.4	Definições e análises das variáveis.....	21
3.5	Procedimentos de Análise .....	25
4	RESULTADO .....	28
4.1	Validação fatorial confirmatória da escala de CBBE celebridade .....	28
4.2	Efeito dos atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas sobre o desempenho do músico para cada estilo musical .....	33
5	DISCUSSÃO .....	37
6	CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÃO.....	39
	REFERÊNCIA.....	41
	Apêndice – Questionário.....	44

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Contextualização

As marcas de celebridades de diversos campos culturais como TV, esporte, cinema e música, sendo este último referente a este trabalho, são ativos importantes na mídia e na indústria de entretenimento. Através da capacidade de atrair interesse do consumidor em larga escala, elas contribuem substancialmente para o sucesso dessa indústria (Mathys, Burmester, & Clement, 2016). No contexto da indústria musical, é observado um surto de crescimento que bateu novos recordes de consumo no primeiro semestre de 2018, o que levou a receitas elevadas (Crawford, 2018).

Para conhecer o que o consumidor almeja, um músico deve estar disposto a se “reinventar” para manter-se atualizado nas tendências e não cair no esquecimento e na depreciação de sua marca, o que revela uma “faceta um tanto comercial desse sistema” (Rodrigues & Soares, 2015, p.1). Logo, atrelado à ótica do marketing, as marcas de músico entram em um cenário competitivo e isso lhes dá um contexto de desempenho (Porto, 2018), no qual obtêm sucesso aqueles que se sobressaem comercialmente (Allen, 2018).

O desempenho de um músico pode ser representado e medido por diversos indicadores, sendo relevante para o melhor direcionamento e avaliação gerencial e, de forma concomitante, presume-se que os atributos de marca de celebridade podem exercer influência sobre ele (Meirelles, 2015). No âmbito desta pesquisa, foram considerados indicadores de desempenho de músico a quantidade de ouvintes em *streaming* e a quantidade de shows, haja vista que essas variáveis geram algumas expectativas quanto à sobrevivência e ao crescimento da indústria da música e assumem um caráter remunerativo, no qual a realização de shows se configura como principal fonte de receita para a maioria dos músicos (Naveed, Watanabe, & Neittanmaki, 2017).

As perspectivas teóricas tradicionais acerca de marcas de produtos e serviços devem ser adaptadas e estendidas para as marcas de celebridade devido às propriedades humanas (Moraes, 2016). Portanto, esta pesquisa valida uma escala de mensuração do CBBE (*Consumer Based Brand Equity*) para celebridades, sendo empregada uma nova perspectiva para que seja viável aferir uma medida do valor da

marca de uma celebridade com base na percepção daquele que é determinante para o sucesso: o consumidor.

Atualmente, um dos principais meios de comunicação entre o consumidor e a marca de músico têm sido as redes sociais, utilizadas com intuito de facilitar a promoção de conteúdo (Ponte, 2017) que, em consonância à popularidade do músico nesse meio, pode atuar no desempenho (Saboo, Kumar, & Ramani, 2016). Outra questão que pode ter papel significativo para impulsionar o músico é o país de origem, com base na premissa de que o brasileiro tende a valorizar o “estrangeiro” (Machado & Teixeira, 2016). Além disso, o advento da digitalização tem alterado o planejamento para o lançamento de músicas, estratégia também utilizada como medida para elevar o desempenho (Essling, Koenen, & Peukert, 2017).

## 1.2 Formulação do problema

Da mesma forma que as marcas de produtos, as celebridades constroem e apresentam um conjunto de atributos de marca que podem influenciar nas aspirações e decisões de compra dos consumidores. Essa influência hipotética é uma área de estudo que ainda apresenta inúmeras lacunas de pesquisa, haja vista que a maioria enfoca a questão do endosso de celebridades, tendo como base perspectivas tradicionais de comunicação que não abordam a importante função de modelagem de papéis que as celebridades conquistaram na sociedade (Moraes, 2016).

Saboo et al. (2016) propuseram que, na indústria da música, os consumidores se envolvem em três atividades de mídia social: reproduzir música, acompanhar artistas musicais, e comentar nas mídias sociais dos artistas. A partir desse engajamento, verificaram como o processo de compra do consumidor e, portanto, o desempenho em vendas de música, é influenciado pelas atividades de mídia social. Entretanto, não levou em conta aspectos como a popularidade nas redes sociais e o país de origem do músico, atributos de marca de celebridade que poderiam atuar como outros influenciadores potenciais. Além disso, não houve comparação entre estilos musicais, que poderia fornecer uma compreensão mais rica do fenômeno analisado.

Já Chen, De e Hu (2015) examinaram o uso organizacional de mídias sociais, especificamente, do conteúdo gerado por músicos, e quantificaram o impacto das atividades de transmissão de músicos no *MySpace* sobre as vendas musicais,

constatando que a popularidade do músico gera benefícios significativos para essa medida de desempenho. Trata-se de uma análise que se limitou aos atributos de marca inerentes a uma única rede social, não considerando a distinção de estilos musicais.

Dubois (2017) investigou o efeito do conteúdo publicado em mídia social sobre o desempenho comercial, representado pelas vendas musicais, posição do artista em ranking de popularidade e quantidade mensal de shows, de 11 músicos pertencentes ao estilo musical eletrônica. Foi observado que os atributos de marca relacionados ao lançamento de músicas e atividades em rede social exercem impacto positivo no desempenho do músico, inclusive para a quantidade de shows, o que pode representar uma tendência mesmo quando investigadas sob outra perspectiva. Um indicador de desempenho que poderia ser incrementado é o número de ouvintes em plataformas de *streaming*, além de um atributo de marca que fizesse referência à popularidade em redes sociais integradas.

Dessa forma, a fim de preencher as lacunas apresentadas e viabilizar novas evidências, esta pesquisa pretende responder a seguinte questão: Qual a influência de atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas sobre o desempenho do músico, comparando estilos musicais distintos?

### **1.3 Objetivo geral**

Investigar a influência de atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas sobre o desempenho dinâmico do músico comparando estilos musicais distintos.

### **1.4 Objetivos específicos**

Validar a escala de valor da marca de celebridade pela percepção do consumidor.

Analisar a influência de atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas sobre o desempenho do músico, em quatro estilos musicais.

### **1.5 Justificativa**

Esta pesquisa contribui para o campo científico a medida em que fornece informações para um tema que é pouco explorado (Moraes, 2016) e confronta com

questões atuais, como o advento dos serviços de *streaming* e a consolidação das mídias sociais. Além disso, válida uma escala para medir o valor de marca de celebridade, um mecanismo que possibilita a geração de novas evidências, podendo estar ou não relacionadas ao âmbito desse trabalho.

Na prática, este estudo é relevante principalmente para músicos e empresários do ramo, haja vista que colabora para a compreensão dos atributos que podem influenciar no desempenho do músico. Dessa forma, possui implicações gerenciais no sentido de que faz um levantamento acerca do valor da marca da celebridade pela percepção do consumidor, que pode servir de insumo para o aprimoramento de estratégias de marketing em se tratando de questões relacionadas.

## **2 REVISÃO TEÓRICA**

Esta seção tem o intuito de realizar uma revisão teórica sobre os temas que serão abordados nesta pesquisa. Inicialmente, serão levantadas considerações acerca do desempenho do músico e, em seguida, da influência dos atributos de celebridade e do lançamento de músicas, com enfoque no valor de marca.

### **2.1 Desempenho do músico**

O desempenho possui uma esfera conceitual muito ampla e relativa, podendo ter uma estrutura multifatorial, a depender do contexto em que está inserido. De certa forma, infere-se que o sucesso pode se configurar como sendo uma medida positiva de desempenho, sendo inclusive um dos termos mais utilizados por parte das pesquisas que investigaram os aspectos envolvidos na carreira de um músico como uma medida de resultado.

O sucesso pode ser interpretado de diversas formas dentro do mercado musical. Para alguns, o fato de o artista conseguir fazer da música sua única profissão já é sinônimo de sucesso; para outros, está atrelado à fama e fortuna. O sucesso pode, ainda, estar ligado à autorrealização e satisfação do músico com as atividades que desenvolve (Kitamura & Ribeiro, 2018). Todavia, a principal e mais frequente medida de sucesso é a riqueza, no sentido de que, por mais que a música esteja conectada à paixão de um indivíduo, ela não se torna comercial até que seja boa para os negócios (Allen, 2018). Assim, o sucesso, na sociedade atual, é resultado de uma construção financeira (Moraes, 2016).

Os três pilares que delineiam o sucesso de um músico estão relacionados a estipular estratégias de carreira a longo prazo (como estabelecer conexões e um relacionamento com o consumidor), definir a marca pessoal a ser percebida pelo público e ser ativo com compromissos e performances (Rosenfied, 2016). Nesse contexto, Allen (2018) sustenta que a indústria da música pode oferecer altas recompensas para aqueles que têm uma medida de sucesso, enfatizando que a gestão de um músico deve usar a ciência, os negócios e uma boa dose de criatividade para alcançá-lo.

Para Papiés e van Heerde (2017), o modelo de negócios para músicos depende da venda de músicas gravadas e da venda de ingressos para shows. Entretanto, Essling

et al. (2017) observaram que o advento dos meios de comunicação e da digitalização tem alterado o planejamento estratégico das empresas e que a indústria da música é um exemplo de setor que foi fundamentalmente afetado. Em concomitância, Naveed et al. (2017) afirmaram que o *streaming*, acompanhado pelos ganhos em shows, podem ser a força motriz por trás da sobrevivência e do novo crescimento dessa indústria.

Os shows ao vivo tornaram-se cada vez mais populares pela disseminação da internet e valiosos pela experiência que proporcionam aos consumidores e, embora pareça improvável que os concertos ao vivo possam servir como o único fluxo de receita para um modelo viável da indústria musical, seu rápido crescimento oferece novas e valiosas oportunidades (Naveed et al., 2017). Dessa forma, muitos músicos estão sendo capazes de substituir a perda de receitas em vendas de álbuns e faixas com receitas de performances ao vivo (Papies & van Heerde, 2017).

Apesar de não gerar significativos impactos nas receitas dos artistas por conta da baixa remuneração paga aos músicos, a difusão dos serviços de *streaming* de música vem sendo considerado como uma fonte de “remuneração indireta”, ou seja, como uma ferramenta de promoção do trabalho musical (Morel, 2017). Entretanto, segundo o Relatório Semestral da Nielsen (Crawford, 2018), a atividade de *streaming* de música está alcançando novos marcos, com volume ultrapassando os 400 bilhões, o que, de certa forma, também vem compensando os declínios nas vendas de álbuns e faixas.

Dentre as plataformas de *streaming*, o Spotify domina o mercado no cenário de consolidação, apresentando estimativas de controle da maior parte da indústria musical, que cresce significativamente (Trainer, 2018). Ademais, em se tratando do volume total de *streamings* por estilos musicais, foi verificado que 36,4% vem do hip-hop, 17,7% do rock, 15,7% do pop e 4,2% da eletrônica. Além disso, foram alvos de destaque no primeiro semestre de 2018, no cenário americano, músicos como Drake, Post Malone, Cardi B, Bruno Mars, Camila Cabello, Ed Sheeran, Justin Timberlake, Imagine Dragons e Bon Jovi. (Crawford, 2018).

Em síntese, a popularização dos serviços de *streaming* de música tem contribuído positivamente para o mercado de shows, no sentido de que funciona como uma plataforma de degustação ao consumidor, podendo torná-lo mais propenso a pagar para assistir o músico ao vivo (Morel, 2017). Portanto, devido a essa tendência, os músicos provavelmente encontrarão o maior sucesso na promoção de sua música

através dos serviços de *streaming* e da realização de shows (Naveed et al., 2017) e, à vista disso, a quantidade de ouvintes em *streaming* e a quantidade de shows foram consideradas nesta pesquisa como medidas de desempenho para o músico.

## **2.2 Influência de atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas no desempenho do músico**

Por atributos, entendem-se os recursos que caracterizam uma marca, que podem estar relacionados ao desempenho, influenciando-o, ou à personalidade da mesma (Meirelles, 2015). Dessa forma, cada atributo representa uma característica que contribui para a formação da imagem da marca humana (Carlson & Donovan, 2013). No âmbito desta pesquisa, os atributos de marca de celebridade englobam o valor de marca, a popularidade nas redes sociais, o país de origem do músico e o lançamento de músicas.

Grande parte do sucesso da indústria de mídia e entretenimento depende das fortes relações entre os consumidores e as marcas humanas (Ismail & Ali, 2013). À vista disso, a gestão do músico, que também pode ser realizada por terceiros, é supervisionada como uma marca, que assume um papel de criadora de experiências de arte e entretenimento (Allen, 2018).

A marca humana (celebridade) refere-se a qualquer personalidade bem conhecida que seja objeto de esforços de comunicação de marketing. Nesse sentido, o relacionamento entre consumidor e marca gera, de certa forma, um “apego emocional” que pode prever o compromisso e a disposição do consumidor a fazer sacrifícios, inclusive financeiros, por ela. Por exemplo, os consumidores são capazes de interagir com suas celebridades favoritas em shows e/ou segui-las em diferentes sites de redes sociais (Ismail & Ali, 2013).

A criação de valor da marca de celebridade, que seja socialmente influente e bem-sucedida, é um processo complexo e pode ser mais desafiador do que de marcas de produtos tradicionais. Para tanto, são exigidos atributos para criar uma marca de celebridade de destaque e torná-la comercializável (Moraes, 2016). A presente pesquisa tem como intuito validar uma escala de mensuração do valor de marca da celebridade a partir das várias dimensões de atributos percebidos pelo consumidor.

Celebridades são “produtos manufaturados” da indústria da mídia, entretanto, como resultado de diferenças substanciais entre marcas humanas e marcas de

produtos tradicionais, medidas existentes de personalidade da marca devem ser revisadas. Deve-se, portanto, levar em conta as complexidades das marcas humanas, especialmente considerando as relações sociais e os traços emocionais, que são muito mais entrelaçados do que em marcas de produtos comuns (Moraes, 2016).

A esfera do talento de uma celebridade é muito subjetiva e, por vezes, controversa, haja vista que é construída socialmente, ou seja, diferentes indivíduos têm diferentes percepções de talento, que são, em parte, derivados da admiração. Para uma marca de celebridade ser admirada, é importante que a competência da mesma seja percebida pelo consumidor, no intuito de legitimar a posição de prestígio em que se encontra (Moraes, 2016). A competência da marca é avaliada com base na qualidade do que ela oferece, que visa atender aos critérios demandados pelo mercado (Portal, Abrat, & Bendixen, 2018). Nesse contexto, a reputação também é um atributo que interfere na percepção de talento e, por isso, há um gerenciamento e controle dos aspectos e comportamentos profissionais da marca pessoal da celebridade que serão vendidos ao público. Entretanto, apesar da grande relevância, ser percebido como talentoso não é o único fator determinante para a criação de uma marca de celebridade forte (Moraes, 2016).

Outro atributo ainda não utilizado para medir o valor de marca de celebridade, mas que talvez possa fornecer informações úteis, é o carisma, pelo fato de que é baseado na relação com o público. Para ser carismática, a marca precisa ser capaz de expressar comportamentos, ideias e atitudes adequadas às expectativas do consumidor (Moraes, 2016). Ademais, a atratividade e a simpatia também são atributos que incrementam a marca da celebridade, no sentido de que, haja vista o ambiente de competição, os indivíduos atraentes e simpáticos são mais propensos a se conectarem emocionalmente com o público (Moraes, 2016), cativando-o.

Ademais, verifica-se que os avanços nas tecnologias dos meios de comunicação, principalmente em se tratando da imagem visual e da disseminação de informações, contribuíram para a proliferação de nomes e rostos em todo o mundo, o que tem refletido no processo para uma marca se tornar famosa. Na esfera nacional, esses meios assumem um papel ainda mais importante, no sentido de que media a relação público-celebridade e cria uma lista de celebridades famosas para cada país, que geralmente são mais presentes na mídia local. Assim, uma marca tende a ser mais famosa no seu país de origem do que uma marca internacional estrangeira nesse mesmo país. Quando uma pessoa se torna conhecida, a imagem de marca é criada a

partir da percepção do público e, à medida que esse relacionamento se desenvolve, a marca vai se tornando cada vez mais popular, concebendo implicações importantes para o marketing (Moraes, 2016).

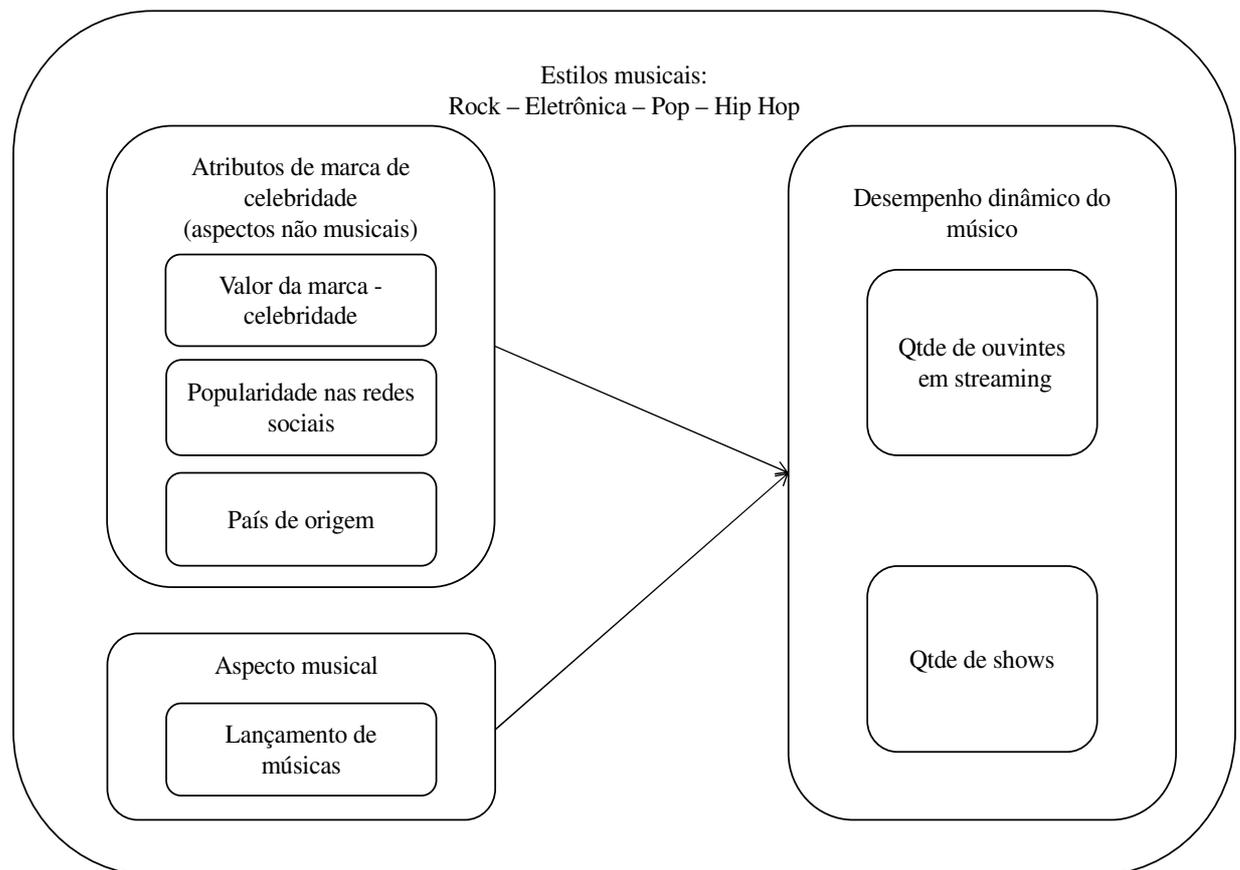
Nesse âmbito, as redes sociais, como o Facebook e o Youtube, são ferramentas indispensáveis de comunicação, cujo crescimento ocorre tanto para o número de usuários quanto para o tempo dispendido para acessar as mesmas. Esses fatores representam oportunidades para a construção de relacionamentos com atuais e potenciais consumidores, o que facilita a promoção de conteúdo (Ponte, 2017). Dessa forma, o comportamento de compra do consumidor é influenciado pelas atividades de mídias sociais, isto é, em se tratando da indústria musical, o engajamento dos consumidores para com os músicos em suas redes sociais funciona como mediador para um melhor desempenho nas vendas de música, por exemplo (Saboo et al., 2016). Assim, a gestão direcionada ao desempenho comercial do músico a partir das redes sociais requer planejamento estratégico por parte dos responsáveis pela gestão e geração de conteúdo (Dubois, 2017).

Apresentado como um atributo, o país de origem potencialmente poderia apresentar vários efeitos diretos e indiretos sobre a avaliação da marca (Meirelles, 2015) o que, conseqüentemente, também atuaria sobre o desempenho. Machado e Teixeira (2016) verificaram que a valorização do que vem de fora é um traço inerente à cultura brasileira, sendo observada uma espécie de “adoração do estrangeiro”. Nesse âmbito, Porto e da Silva Soyer (2018) demonstraram haver influência direta do estrangeirismo e sua interação com o país de origem sobre a percepção de valor do consumidor.

No que se refere ao fornecimento de conteúdo pelas marcas, observa-se que, com o advento da digitalização, as gravadoras passaram a descompactar músicas dos álbuns, ou seja, a lançar *singles* esporadicamente, em detrimento de um lançamento único de um álbum. Isso tem desempenhado um papel importante para a determinação do sucesso, haja vista que é uma forma de elevar e manter a atenção dos consumidores voltada para o músico. Dessa maneira, é realizado um planejamento estratégico para o lançamento de conteúdo que interage em um nível competitivo e age como medida para elevar o desempenho comercial (Essling et al., 2017).

Ante o exposto e levando em conta as definições e as lacunas observadas, o modelo teórico/conceitual desta pesquisa é apresentado na Figura 1. Assim, será analisada a influência dos atributos de marca de celebridade (valor da

marca-celebridade baseado na percepção do consumidor, popularidade nas redes sociais, país de origem) e do lançamento de músicas sobre o desempenho dinâmico do músico, representado pela quantidade de ouvintes em *streaming* e quantidade de shows, considerando os quatro estilos musicais selecionados: rock, eletrônica, pop e hip hop.



**Figura 1.** Modelo teórico/conceitual da pesquisa

### 3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

#### 3.1 Delineamento

O delineamento metodológico quase-experimental (Cozby, 2003) foi utilizado com recorte longitudinal e uso de dados primários e secundários organizados em painel de estilos musicais e de músicos. Dessa forma, o lançamento de músicas assume como a variável manipulada, haja vista que pode ser gerencialmente controlada pelo próprio músico, e as variáveis consequentes, que representam o desempenho musical, seriam a quantidade de ouvintes em *streaming* e a quantidade de shows. O recorte longitudinal deve-se ao fato de que a coleta dos dados foi realizada ao longo de sete meses, de janeiro a julho de 2018. Os dados primários são originários da aplicação de um questionário aos consumidores de música, localizado no Apêndice, e os secundários a partir de um acompanhamento mensal que foi realizado para cada músico.

#### 3.2 Amostra

Foram selecionados, por conveniência, um total de 44 músicos, sendo 11 para cada estilo musical dentre pop, hip hop, eletrônica e rock. Os estilos musicais foram selecionados com base intuitiva, cujo principal critério seria o reconhecimento mundial e a presença de músicos brasileiros e estrangeiros em cada estilo. Já a seleção dos músicos consistiu na tentativa de englobar, em cada estilo, brasileiros e estrangeiros, sejam já consolidados ou promissores, e teve como principal parâmetro a disponibilidade dos dados que seriam objeto de análise.

A aplicação do questionário aos consumidores de música, para a validação do instrumento de valor de marca – celebridade, obteve um total de 336 respondentes brasileiros, selecionados aleatoriamente. Desse total, 27,4% responderam sobre pop (92 pessoas), 24,4% responderam sobre hip hop (82 pessoas), 23,5% responderam sobre rock (79 pessoas) e 24,7% responderam sobre eletrônica (83 pessoas). Ademais, o sexo feminino representou 85,4% da amostra, com média de 25,6 anos e desvio padrão de 6,5, renda familiar predominante entre R\$ 955 a R\$ 5.724 (61,6% da amostra) e maior atitude positiva em relação ao estilo musical pop.

A base de dados secundários é constituída por 308 amostras mensais, derivadas do acompanhamento de 44 músicos pelo período de 7 meses (janeiro a

julho de 2018). A partir dessa base, foram constituídas as variáveis popularidade nas redes sociais, lançamento de música recente, país de origem, quantidade de shows e quantidade de ouvintes em *streaming*.

O poder amostral para a análise fatorial confirmatória da validação do instrumento contou com 24 graus de liberdade ( $\alpha = 0.05$ ), hipótese nula para RMSEA de 0.08 e alternativa Hipótese RMSEA de 0,06 foi da ordem de 96.19%, um bom parâmetro para evitar o Erro Tipo 2, que ocorre quando a hipótese nula é falsa e não é rejeitada. Já o poder amostral para as análises de regressão (Poisson e função Gamma log) foi na ordem de 99.62%, novamente bom o suficiente para reduzir as chances de ocorrência do Erro Tipo 2.

### **3.3 Caracterização e construção do instrumento de pesquisa**

Esta pesquisa é baseada em um amplo leque de investigação que mede o valor de marca, que geralmente encontra-se com o intuito de medir produtos e serviços, e não pessoas. Fleck, Korchia e Le Roy (2012), que apuraram questões relacionadas à congruência entre marca e celebridade, afirmaram que seria interessante verificar as associações ligadas à própria celebridade, para que determinados conteúdos possam ser discutidos com mais clareza. Moraes (2016) afirma que essa área de estudo requer mais pesquisas, haja vista que não há uma medida amplamente aceita para o valor de marca de celebridade, que deve ser distinto ao de produtos e serviços tradicionais a medida em que se considera o fator humano. Assim, a construção do instrumento de pesquisa dos dados primários consistiu na tentativa de desenvolver uma escala que pudesse medir o CBBE-celebridade com base em adaptações de itens em pesquisas anteriores que melhor representaram o constructo, além de acréscimos da revisão de literatura acerca do valor de marca de celebridade.

Dessa forma, foi desenvolvido um questionário contextualizado para músicos, com 9 itens, que foram derivados de uma adaptação do instrumento de pesquisa de percepção de celebridades de Bicalho (2017) e alguns foram aplicados com base em métricas do CBBE de produtos e serviços (Porto, 2018). Em síntese, os itens constituíram medidas de conhecimento, popularidade, presença na mídia, reputação, qualidade do trabalho, competência, atratividade, simpatia e carisma de cada músico. A escala com cinco pontos para cada item variou de “nada” a “extremamente”, com exceção de “reputação”, que variou de “péssima” a “ótima”

O questionário, instrumento de coleta dos dados primários, foi aplicado por meio de formulário online, sendo 9 perguntas para averiguar o CBBE-celebridade junto aos consumidores e 3 para demais informações. A coleta dos dados ocorreu no período entre 3 e 19 de agosto de 2018 através de divulgação e compartilhamento em redes sociais.

A primeira questão verificou a atitude quanto aos estilos musicais, na qual foi solicitado ao respondente que assinalasse o quanto gosta de cada um com base em uma escala de “detesto” a “gosto muito”, com cinco pontos. A segunda questão teve como objetivo designar cada respondente a um dentre os quatro estilos musicais e, para isso, contou com aleatorização baseada no trimestre do aniversário, onde os indivíduos que fazem aniversário entre janeiro e março, responderam sobre os 11 músicos correspondentes ao pop, abril a junho sobre hip hop, julho a setembro sobre rock e de outubro a dezembro sobre eletrônica.

Após, foram averiguadas questões relativas ao CBBE-celebridade, que trataram sobre conhecimento, popularidade, presença na mídia, reputação, qualidade do trabalho, competência, atratividade, simpatia e carisma de cada um dos onze músicos do estilo musical designado. Por fim, foram coletados dados referentes a sexo, idade e renda domiciliar mensal.

As respostas foram tabuladas em Excel e codificadas conforme o grau averiguado em cada item. Quanto aos dados secundários, as informações coletadas ao longo dos setes meses foram registradas em planilhas mensais, sendo lançamento de música e país de origem em codificação binária e as demais variáveis em dados numéricos. A análise dos dados primários e secundários foi realizada no software IBM SPSS Statistics (Pacote Estatístico para as Ciências Sociais).

Os dados secundários, que constituíram as demais variáveis desta pesquisa, foram obtidos a partir de um acompanhamento mensal realizado ao longo de 7 meses para cada um dos 44 músicos. Em suma, foram coletados dados referentes à quantidade de shows, lançamento de músicas, país de origem do músico, popularidade nas redes sociais e quantidade de ouvintes.

A quantidade de shows foi obtida a partir do acompanhamento mensal de divulgação da agenda nos *sites* e redes sociais de cada músico. Não foram contabilizadas participações em premiações como Billboard Music Awards, Grammy Awards e Radio Disney Music Awards, dentre outras premiações que ocorreram durante o período de janeiro a julho de 2018. De forma semelhante, lançamento de

música também teve como base as redes sociais do músico, principalmente o canal no Youtube, no qual o registro se deu pelo fato de ocorrer ou não lançamento de música/clipe durante o mês, ou seja, não foi ponderada a quantidade, mas a ocorrência. O país de origem foi identificado conforme resumo biográfico de cada músico disponibilizado no *Google*, considerando-se apenas o fato de ser brasileiro ou estrangeiro. A popularidade nas redes sociais foi derivada da composição de quatro outras variáveis: número de seguidores no Spotify, número de inscritos no Youtube e número de seguidores e curtidores no Facebook.

A quantidade de ouvintes mensais foi registrada com base nos dados disponibilizados pelo serviço de *streaming* Spotify no perfil do músico. Ouvintes mensais são o total de ouvintes únicos que escutam a música de um determinado músico durante um período de 28 dias. Essa estatística é atualizada todos os dias e aparece no perfil do artista no Spotify. A janela contínua de 28 dias é utilizada porque o número de dias em um mês do calendário pode variar e porque as pessoas ouvem música de maneira diferente dependendo do dia da semana. Ademais, os ouvintes são únicos, ou seja, cada consumidor será contado apenas uma vez, por mais que reproduza a música de um mesmo músico várias vezes nesse período. Além disso, os fluxos de reprodução são contados quando uma música é transmitida por mais de 30 segundos (<https://artists.spotify.com>, recuperado em 7, novembro, 2018).

### **3.4 Definições e análises das variáveis**

Esta etapa teve como objetivo definir as variáveis utilizadas para a composição da variável que foi posteriormente nomeada como popularidade nas redes sociais e os resultados da técnica de análise utilizada. Além disso, são apresentados os valores de média e desvio padrão para as variáveis desta pesquisa: quantidade de shows, quantidade de ouvintes, lançamento de música recente, popularidade nas redes sociais, CBBE-celebridade (dividido em CBBE\_Talentoso, CBBE\_Famoso, CBBE\_Cativante) e país de origem. Por fim, foi realizada uma análise acerca da influência direta dos estilos musicais sobre as variáveis de desempenho.

Para compor a variável popularidade nas redes sociais, foi aplicada a técnica de Análise em Componentes Principais (ACP), que tem como objetivo transformar um conjunto de variáveis correlacionadas em um conjunto menor de variáveis independentes (Ponte, 2017), ou seja, é realizada uma tentativa de agrupar variáveis.

A ACP realizada acusou que as variáveis nas redes sociais (seguidores no Spotify, inscritos no Youtube e seguidores e curtidores no Facebook) poderiam ser agrupadas em uma estrutura unifatorial ( $Eigenvalue \geq 1$ ) e, dessa maneira, elas foram agrupadas e o fator foi nomeado como popularidade nas redes sociais.

A Tabela 1 apresenta informações referentes a comunalidades, variância explicada, alpha de cronbach e índice de adequação da amostra de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). Na análise dos dados, o escore do fator foi salvo pelo método regressão. A comunalidade é uma medida de proporção da variância explicada pelos fatores extraídos. Na Tabela 1, observa-se que são apresentadas comunalidades relativamente elevadas (acima de 0,7), o que significa que os quatros indicadores extraídos representam bem a variável constructo. O alpha de Cronbach é uma ferramenta estatística que quantifica de 0 a 1 a confiabilidade dada a proximidade de correlação dos itens, no qual o valor mínimo aceitável para se considerar confiável é de 0,7 ( $\alpha < 0,7$ ), ou seja,  $\alpha = 0,84$  é confiável. O índice de adequação da amostra de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) indica a proporção da variância que pode ser atribuída como comum a todas as variáveis. O valor desse índice pode variar entre 0 e 1 e, tendo em vista que valores acima de 0,5 já são considerados como aceitáveis,  $KMO = 0,69$  indica que os dados são adequados para a análise (Ponte, 2017).

Tabela 1.

**Análise de Componentes Principais da popularidade nas redes sociais**

<b>Popularidade nas redes sociais</b>	<b>Comunalidades</b>
Seguidores Spotify	0.73
Inscritos Youtube	0.81
Curtidores Facebook	0.87
Seguidores Facebook	0.88
Variância explicada = 81.18%	
Alpha de Cronbach = 0.84	
KMO = 0.69	

Assim, a variável popularidade nas redes sociais foi obtida a partir do agrupamento dos indicadores relacionados ao número de seguidores no Spotify, número de inscritos no Youtube e número de seguidores e curtidores no Facebook. Cada indicador foi derivado de dados retirados das próprias redes sociais, conforme

disponibilização dos números correspondentes a cada músico, mensalmente pelo período de 7 meses.

Os seguidores Spotify são determinados pelo número de usuários ou, conforme o termo utilizado pelo serviço, ouvintes (atualizado na rede social uma vez por dia) que optam por seguir o perfil do músico com o intuito de receber notificações e acompanhar os lançamentos. Os inscritos no Youtube são contabilizados a partir dos usuários que possuem conta na plataforma e que optam por acompanhar e receber notificações do canal que o músico utiliza para divulgar seus vídeos (<https://support.google.com/youtube> recuperado em 7, novembro, 2018).

Os números de seguidores e curtidores do Facebook ficam disponíveis para qualquer pessoa que visualize a página do músico, mesmo que não seja usuário da rede social, e são atualizados constantemente. Os seguidores são os usuários do Facebook que optam por acompanhar as atualizações da página do músico (lançamentos, vida pessoal, eventos, premiações, dentre outras interações) e, dessa forma, o usuário irá receber as atualizações da mesma no *Feed de Notícias*. Os curtidores são aqueles usuários que, além de receber o conteúdo das atualizações, optam por apoiar a página também. Os usuários que curtem uma página a seguem automaticamente, mas, a qualquer momento, podem optar por retirar a opção de seguir (<https://pt-br.facebook.com/help>, recuperado em 7, novembro, 2018). Assim, estão disponíveis as opções de curtir e seguir, apenas curtir ou apenas seguir uma página.

Na Tabela 2, são apresentados valores relativos à média e desvio padrão das variáveis relativas à quantidade de shows, ouvintes mensais (*streaming*), lançamento de música, popularidade nas redes sociais e dos três fatores que compõem o valor da marca-celebridade: CBBE\_Talentoso, CBBE\_Famoso e CBBE\_Cativante, e, também, os valores relativos ao percentual do país de origem (estrangeiro) e da quantidade de músicos para cada estilo musical.

Tabela 2.

**Média, Desvio Padrão e Percentual das Variáveis**

Variáveis	Média	Desvio Padrão	Percentual
Quantidade de shows	34.70	23.73	
Ouvintes mensais ( <i>streaming</i> )	16573013.75	14310690.46	
Lançamento de música	3.00	1.70	
Popularidade nas redes sociais	0.00	1.00	
CBBE_Talentoso	-0.07	0.43	

CBBE_Famoso	-0.24	0.59	
CBBE_Cativante	-0.09	0.30	
País de origem (estrangeiro)			70.50%
Qtde de músicos (eletrônica)			25.00%
Qtde de músicos (hip hop)			25.00%
Qtde de músicos (pop)			25.00%
Qtde de músicos (rock)			25.00%

---

Os valores da média e do desvio padrão para a quantidade de shows, ouvintes mensais (*streaming*) e lançamento de música são correspondentes ao período de sete meses. Assim, a média é dada pelo somatório de todos os dados coletados para cada variável dividido pelo total de músicos e o desvio padrão é a medida do grau de dispersão em relação à média.

A análise descritiva acusou que, para a quantidade de shows, a média por músico é de 34,70 com desvio padrão de 23,73, relativamente elevado devido ao fato de que haviam, ao mesmo tempo, músicos que estavam em turnê e músicos que não estavam realizando shows por motivos diversos. A variável ouvintes mensais, cujos dados foram extraídos do serviço de *streaming* Spotify, apresentou média de 16.573.013,75 e desvio padrão de 14.310.690,46. O desvio padrão para o número de ouvintes é elevado pelo fato de que foram selecionados tanto músicos que estão em evidência quanto músicos que não estão e, por isso, são menos ouvidos, elevando o grau de dispersão.

Lançamento de música apresentou média 3.00, ou seja, um músico fez em torno de três lançamentos em um período de sete meses, com desvio padrão de 1.70, haja vista que, na amostra, nem todos lançaram músicas durante o período. Já popularidade nas redes sociais apresentou média 0,00 e desvio padrão de 1,00 devido à padronização da variável.

Quanto aos três fatores correspondentes ao valor da marca, que fazem parte da validação da escala apresentada nos resultados, a média foi negativa principalmente devido à composição da amostra dos músicos, na qual grande parte não é consagrada, ou seja, não é extremamente famosa, talentosa ou cativante. Dessa forma, os grandes músicos se sobressaem positivamente, mas, como a maioria não é de grande renome na música, a média cai e firma de maneira negativa. O fator CBBE\_Famoso apresentou grau de dispersão mais elevado, com desvio padrão de 0,59 e média de -0,24, seguido de CBBE\_Talentoso, com desvio padrão de 0,43 e média de -0,07 e CBBE\_Cativante, com desvio padrão de 0,30 e média de -0,09.

O percentual para o país de origem (estrangeiro) foi de 70,50%, isto é, dentre os 44 músicos selecionados, 31 são estrangeiros e, conforme já determinado previamente para a realização desta pesquisa, a quantidade de músicos teve percentual de 25% para cada estilo, haja vista que foram divididos igualmente dentre os quatro estilos musicais: pop, rock, hip hop e eletrônica.

A influência direta dos estilos musicais sobre as variáveis de desempenho foi previamente analisada com o intuito de verificar se os estilos musicais são diferentes entre si, conforme observa-se na Tabela 3, na qual o rock foi designado como estilo musical de referência. Dessa forma, observa-se que todos os estilos musicais exerceram efeito significativo, evidenciando que são diferentes entre si, para ambas as variáveis. O estilo que apresentou maior quantidade de ouvintes foi o pop ( $B=0,99$ ;  $p \leq 0.01$ ), seguido por hip hop ( $B=0,88$ ;  $p \leq 0.01$ ) e, por último, eletrônica ( $B = 0,64$ ;  $p \leq 0.01$ ), representando que os músicos de cada um desses estilos possuem mais ouvintes em proporção aos do rock. Posteriormente, verifica-se que pop ( $B=0,40$ ;  $p \leq 0.01$ ) e eletrônica ( $B=0,20$ ;  $p \leq 0.01$ ) apresentaram maior quantidade de shows, com exceção do hip hop, que apresentou efeito negativo, ( $B=-0,18$ ;  $p \leq 0.03$ ), ou seja, os músicos do hip hop realizam menos shows em relação aos músicos do rock.

Tabela 3.

**Influência direta dos estilos musicais sobre as variáveis de desempenho**

Estilos musicais	VD: Qtde de ouvintes			VD: Qtde de shows		
	B	Std. Error	Sig.	B	Std. Error	Sig.
Intercepto	15.93**	0.10	0.00	1.47**	0.05	0.00
Eletrônica	0.64**	0.14	0.00	0.20**	0.07	0.01
Hip Hop	0.88**	0.14	0.00	-0.18*	0.08	0.03
Pop	0.99**	0.14	0.00	0.40**	0.07	0.00

Categoria de referência: Rock

Nota.\*  $p \leq 0.05$ ; \*\*  $p \leq 0.01$

### 3.5 Procedimentos de Análise

#### 3.5.1 Análise Fatorial Confirmatória

A técnica de Análise Fatorial Confirmatória (AFC) foi utilizada para validar e mensurar a escala de valor da marca de celebridade pela percepção do consumidor. Segundo Ahire, Golhar e Waller (1996), a AFC proporciona maior controle para

avaliar a unidimensionalidade e está mais adequada para o processo geral de validação de construto. Dessa forma, essa análise foi aplicada com o intuito de confirmar se os itens averiguados no questionário realmente estão associados aos três fatores pressupostos (Famoso, Talentoso e Cativante) e se efetivamente medem o CBBE-celebridade.

Para tal, é relevante averiguar as validades convergente e discriminante para confirmar a qualidade dessa medida. A validade convergente tem como intuito verificar se os itens agrupados estão correlacionados o suficiente para compor um fator (Valentini & Damasio, 2016) e a validade discriminante tem o papel de examinar se os fatores são diferentes entre si (Fornell & Larcker, 1981).

As análises univariada e multivariada (Índice Mardia) obtiveram valores univariados para a curtose que foram abaixo de 1.0, com exceção do indicador competente. Porém, os resultados indicaram não normalidade multivariada dos dados com razão crítica de 38.89 e, por esse motivo foi utilizada a Modelagem Parcial de Mínimos Quadrados.

### 3.5.2 *Análise de Regressão Dinâmica*

A partir do método de Equações de Estimativas Generalizadas (EEG), a técnica de Análise de Regressão Dinâmica foi utilizada para verificar a influência dos atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas sobre o desempenho do músico, em painel de estilos musicais ao longo de sete meses. Esse método facilita a análise de medidas longitudinais com variáveis dependentes que não são normalmente distribuídas, estimando parâmetros de regressão B mais eficientes e erros padrão que podem ser aplicados para testar efeitos, interações e influências.

As EEG visam estimar, com máxima verossimilhança, os parâmetros de regressão (B) e a variância calculada usando uma função de transformação que permite que a variável dependente seja expressa como um vetor de estimativas de parâmetros na forma de um modelo aditivo. Além disso, permitem a especificação de distribuições exponenciais, como Gamma e Poisson, relativas a esta pesquisa.

Para a maior verossimilhança dos resultados, foi realizada a análise em Gamma log para a quantidade de ouvintes, haja vista a abordagem com números decimais, e Poisson log para a quantidade de shows por se tratar de números inteiros. Dessa forma, como a função de link de log foi especificada, a interpretação do valor

das estimativas dos parâmetros requer que elas sejam exponenciadas levando o log das médias dos coeficientes B (Ballinger, 2004).

## 4 RESULTADO

### 4.1 Validação fatorial confirmatória da escala de CBBE celebridade

O resultado da análise fatorial confirmatória (AFC), para validar a escala de valor da marca de celebridade pela percepção do consumidor, apresentou ajustes muito bons para a estrutura reflexiva de primeira ordem: Qui-quadrado igual a 168,22 ( $p \leq 0,01$ ); CFI igual a 0,97; RMSEA igual a 0,06; GFI igual a 0,97; AGFI (ajustado pelo GFI) igual a 0,95, SRMR igual 0,04. As cargas fatoriais dos itens da validação confirmatória variaram entre 0,70 e 0,92, revelando boa qualidade (Hair et al, 2009). Para tanto, adotou-se a estrutura reflexiva dos indicadores para o fator de primeira ordem.

Além disso, foram calculadas a validade convergente e discriminante da medida proposta do CBBE de celebridade. Os valores da Variância Média Extraída (AVE - aceito  $>0.50$ ) e da Confiabilidade Composta (CC - aceito  $>0.70$ ) apresentaram índices que atendem aos critérios de confirmação da validade convergente (Valentini & Damasio, 2016). Além disso, os dados para a análise da validade discriminante também foram satisfatórios (Fornell & Larcker, 1981), haja vista que todos os valores de correlação ao quadrado para cada par de fatores foram menores que o AVE. Portanto, os resultados mostram que a escala possui validade de construto, ou seja, os três fatores (Famoso, Talentoso e Cativante) representam efetivamente o construto CBBE-celebridade. Esses dados podem ser vistos na Tabela 4.

Dessa forma, os itens averiguados no questionário aplicado aos consumidores de música, referentes a conhecimento, popularidade, presença na mídia, reputação, qualidade do trabalho, competência, atratividade, simpatia e carisma, foram distribuídos em três fatores nomeados como famoso, talentoso e cativante. Assim, conhecimento, popularidade e presença na mídia formam o fator famoso; reputação, qualidade do trabalho e competência compõem o fator talentoso e, por último, atratividade, simpatia e carisma formam o fator cativante.

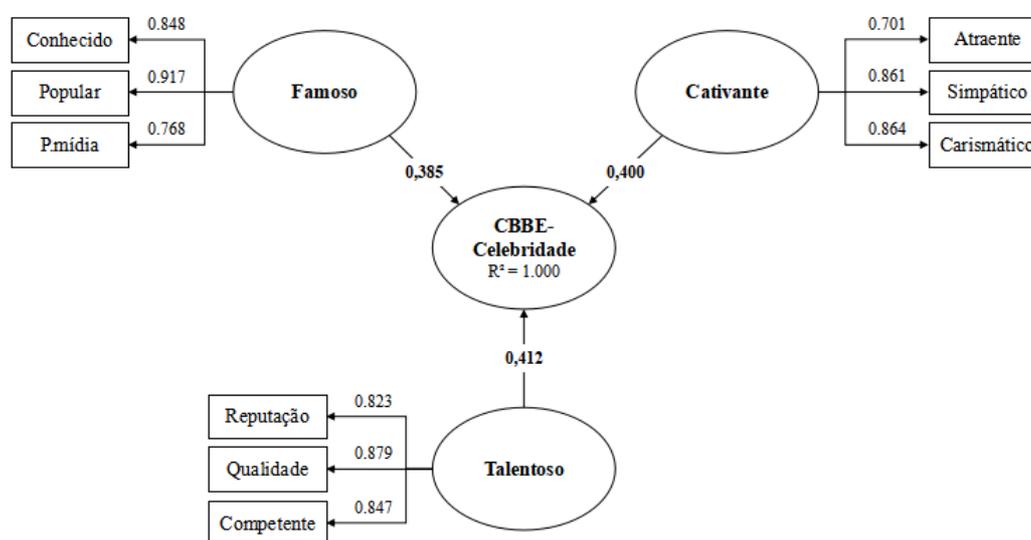
Tabela 4.

#### Validação fatorial confirmatória da escala de CBBE-celebridade

Validade convergente	Famoso	Talentoso	Cativante
Conhecimento	0.85		
Popularidade	0.92		
Presença na mídia	0.77		

Reputação		0.82	
Qualidade do trabalho		0.88	
Competência		0.85	
Atratividade			0.70
Simpatia			0.86
Carisma			0.86
Variância extraída Média (AVE - aceito > 0.50)	0.72	0.72	0.66
Confiabilidade Composta (CC - aceito > 0.70)	0.88	0.89	0.85
Validade discriminante (Fornell-Larcker)	Famoso	Talentoso	Cativante
Famoso	<b>0.72</b>		
Talentoso	0.30	<b>0.72</b>	
Cativante	0.24	0.36	<b>0.66</b>

Após, foi calculado o fator de segunda ordem do CBBE – celebridade. Ele apresentou uma estrutura formativa e quase equilibrada entre os fatores, sendo que o fator Talento foi o que apresentou maior peso relativo (0.41), seguido do fator Cativante (0.40) e por fim, do fator Famoso (0.39). Dessa forma, os três fatores compõem o fator CBBE celebridade e pode ser visto na Figura 2. Os escores de cada fator foram salvos pelo método regressão e inseridos nas equações de predição.



**Figura 2.** Fator de segunda ordem CBBE-celebridade

O valor do CBBE-celebridade e de cada um de seus fatores para cada marca de músico pesquisado pode ser visto na Tabela 5. Os valores estão dispostos na ordem decrescente de valor do CBBE-celebridade de cada músico, levando em conta a divisão por estilos musicais.

Tabela 5.  
**CBBE-celebridade por estilos musicais**

Estilos musicais	Marcas de músicos	CBBE-celebridade	Famoso	Talentoso	Cativante
Pop	Shakira	0.51	0.58	0.35	0.59
	Anitta	0.42	0.98	-0.03	0.32
	Madonna	0.37	0.54	0.38	0.29
	Katy Perry	0.29	0.46	0.10	0.42
	Ed Sheeran	0.08	0.27	0.21	0.06
	Justin Timberlake	0.08	0.22	-0.03	0.31
	Bruno Mars	0.06	0.17	0.24	0.08
	Iza	-0.07	-0.03	-0.10	0.31
	Camila Cabello	-0.36	-0.27	-0.36	0.13
	Pablo Vittar	-0.44	0.59	-1.07	-0.31
	Dua Lipa	-0.47	-0.31	-0.36	-0.09
Hip Hop	Drake	0.14	0.43	0.21	0.01
	Projota	0.08	0.46	0.04	0.02
	Marcelo D2	-0.09	0.38	0.01	-0.27
	Hungria Hip Hop	-0.10	0.19	0.09	-0.17
	Nicki Minaj	-0.13	0.42	-0.39	-0.04
	Eminem	-0.22	0.33	-0.06	-0.46
	Tribo da Periferia	-0.31	0.03	-0.15	-0.27
	Cardi B	-0.51	-0.30	-0.62	0.07
	Post Malone	-0.59	-0.09	-0.45	-0.51
	Young Thug	-0.81	-0.44	-0.71	-0.41
	Future	-0.98	-0.89	-0.60	-0.43
Rock	U2	0.57	0.55	0.79	0.37
	Bon Jovi	0.50	0.46	0.78	0.30
	Guns N' Roses	0.38	0.53	0.66	0.06
	Capital Inicial	0.27	0.47	0.30	0.20
	Pearl Jam	-0.05	-0.02	0.33	-0.07
	Iron Maiden	-0.08	0.15	0.29	-0.26
	Paramore	-0.33	-0.35	-0.03	-0.02
	Imagine Dragons	-0.34	-0.39	-0.02	-0.02
	NxZero	-0.41	-0.13	-0.34	-0.16
	Scalene	-0.48	-0.44	-0.26	-0.05
	Arctic Monkeys	-0.62	-0.78	0.04	-0.31
Eletrônica	Alok	0.77	0.83	0.61	0.69
	David Guetta	0.46	0.59	0.61	0.22
	Vintage Culture	-0.13	-0.23	0.21	0.08
	Alan Walker	-0.28	-0.31	0.09	-0.06
	Major Lazer	-0.28	-0.18	-0.02	-0.10
	The Chainsmokers	-0.37	-0.39	0.02	-0.12
	Alesso	-0.41	-0.31	-0.05	-0.23
	Clean Bandit	-0.55	-0.65	-0.06	-0.19
	Gabriel Boni	-0.85	-1.01	-0.45	-0.15
	Daft Punk	-0.89	-0.68	-0.49	-0.55
	Pet Shop Boys	-0.96	-0.88	-0.44	-0.55

Para o estilo musical pop, observa-se que Anitta é percebida como a mais famosa (0,98), Madonna como a mais talentosa (0,38) e Shakira como a mais cativante (0,59). Em contrapartida, Dua Lipa é percebida como a menos famosa (-0,31), Pablo Vittar como a menos talentosa (-1,07) e, também, menos cativante

(-0,31). No geral, o CBBE-celebridade, que advém da composição dos três fatores, Shakira foi melhor percebida pelos consumidores (0,51) e Dua Lipa, pior (-0,47).

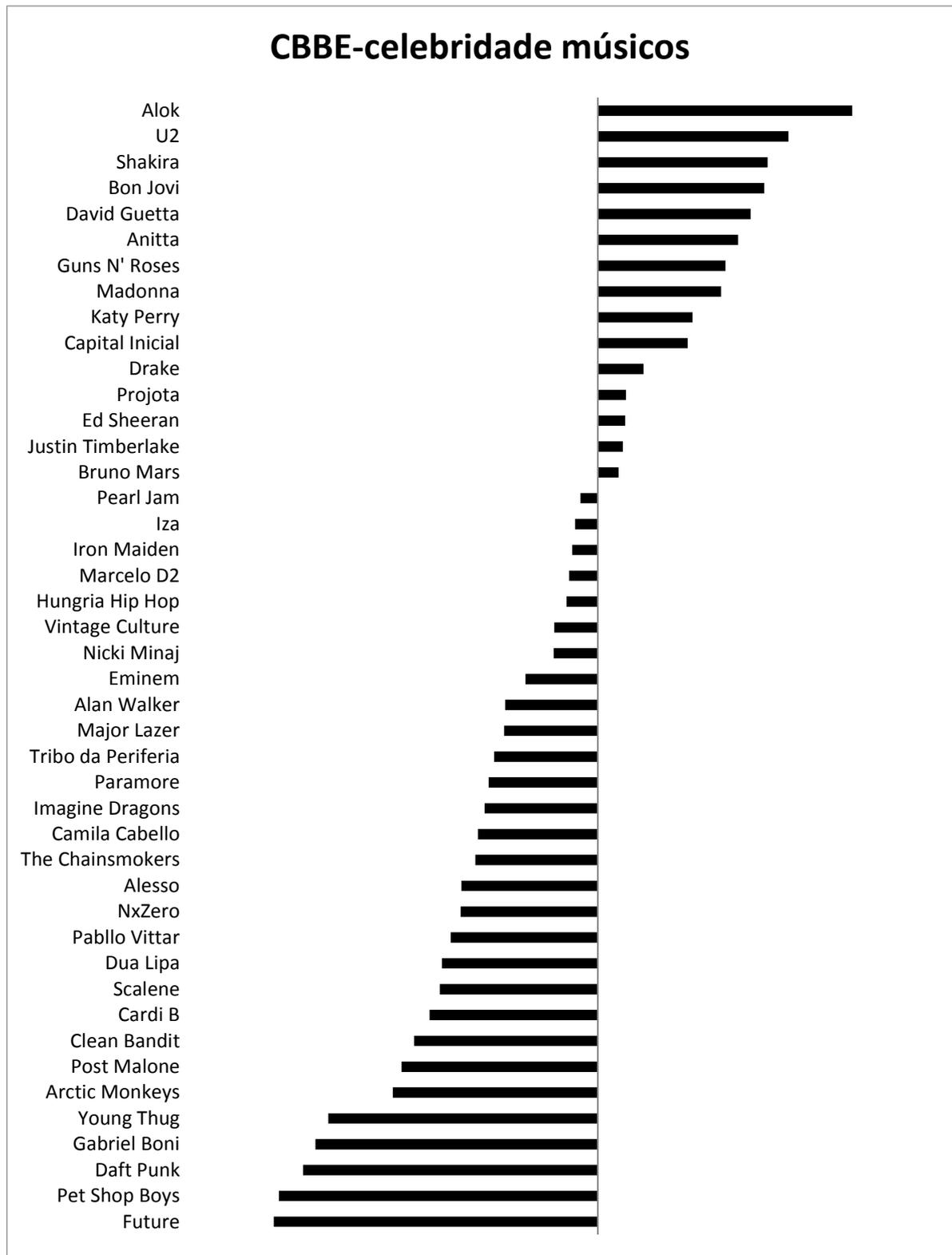
No hip hop, Projota foi percebido como o mais famoso (0,46), Drake como o mais talentoso (0,21) e Card B como a mais cativante (0,07). Já Future como o menos famoso (-0,89), Young Thug como o menos talentoso (-0,71) e Post Malone como o menos cativante (-0,51). Para o CBBE-celebridade geral, Drake foi melhor percebido (0,14) e Future, o pior (-0,98).

Para o rock, U2 se sobressaiu em todos os três aspectos, sendo percebido como o mais famoso (0,55), mais talentoso (0,79) e mais cativante (0,37). Por outro lado, Arctic Monkeys foi percebido como o menos famoso (-0,78) e menos cativante (-0,31) e NxZero como o menos talentoso (-0,34). Na composição dos três fatores, U2 foi melhor percebido pelos consumidores (0,57) e Arctic Monkeys, o pior (-0,62).

Por fim, para o estilo musical eletrônica, Alok também se sobressaiu nos três aspectos, como o mais famoso (0,83), mais talentoso juntamente com David Guetta (0,61), e mais cativante (0,69). Em contrapartida, Gabriel Boni foi percebido como o menos famoso (-1,01), Daft Punk como o menos talentoso (-0,49) e empatados como os menos cativantes, Daft Punk e Pet Shop Boys (-0,55). No geral, Alok foi melhor percebido (0,77) e Pet Shop Boys, o pior (-0,96).

Ademais, é válido ressaltar que o valor negativo não expressa que o músico não seja famoso, talentoso ou cativante, mas que esses fatores são menos expressivos em relação aos outros músicos selecionados nesta pesquisa. Isso se deve ao fato de que os grandes músicos se sobressaem positivamente e como grande parte não são músicos consolidados, os valores tendem a ficar predominantemente negativos.

O ranking geral pode ser visto na Figura 3. Os músicos foram classificados com base nos valores encontrados em relação ao índice CBBE-celebridade, mas independente do estilo musical. Dessa forma, observa-se que apresentaram valores mais elevados, em ordem decrescente, Alok, U2, Shakira e Bon Jovi e, em contrapartida, Future, Pet Shop Boys, Daft Punk e Gabriel Boni apresentaram valores negativos mais expressivos. Chama-se atenção que, na pesquisa para averiguar o CBBE-celebridade junto a consumidores, controlaram-se, a partir da Análise de Covariância (ANCOVA), aspectos referentes ao sexo, idade, renda familiar e atitude aos estilos musicais, mas, ainda assim, a avaliação parece ser influenciada pela valorização de músicos que estão em grande evidência no cenário brasileiro.



**Figura 3.** Ranking geral CBBE-Celebridade

## 4.2 Efeito dos atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas sobre o desempenho do músico para cada estilo musical

Os resultados da análise da influência de atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas sobre o desempenho do músico, em quatro estilos musicais são apresentados na Tabela 6. Observa-se que os dados estão melhor ajustados para a quantidade de ouvintes, com  $R^2$  exponencial de 91,7%, enquanto que, para a quantidade de shows, o  $R^2$  é de 32,5%, o que mostra que a quantidade de ouvintes é mais influenciada pelas variáveis independentes desta pesquisa do que a quantidade de shows.

Tabela 6.

### Efeito dos atributos de marca de celebridade e do lançamento de música sobre o desempenho do músico por estilo musical

Estilo musical	Variáveis independentes	VD: Qtde de ouvintes			VD: Qtde de shows		
		B	Erro padrão	Sig.	B	Erro padrão	Sig.
Eletrônica	Intercepto	14.05**	0.43	0.00	0.19	0.27	0.47
	Lançamento de música recente	0.20**	0.05	0.00	0.34**	0.11	0.00
	País de origem (estrangeiro)	3.34**	0.45	0.00	-0.24	0.21	0.25
	CBBE_Talentoso	0.47	1.05	0.65	2.17**	0.53	0.00
	CBBE_Famoso	0.64*	0.27	0.02	-1.55**	0.19	0.00
	CBBE_Cativante	1.62	1.01	0.11	1.76**	0.52	0.00
	Popularidade nas redes sociais	-0.24	0.23	0.31	0.12	0.10	0.26
Hip Hop	Intercepto	13.17**	0.42	0.00	-1.05*	0.46	0.02
	Lançamento de música recente	0.04	0.04	0.36	-0.30	0.15	0.06
	País de origem (estrangeiro)	4.54**	0.42	0.00	1.34**	0.40	0.00
	CBBE_Talentoso	1.13*	0.54	0.03	1.61*	0.75	0.03
	CBBE_Famoso	0.79*	0.35	0.02	0.90*	0.43	0.03
	CBBE_Cativante	0.85*	0.38	0.03	-0.13	0.40	0.76
	Popularidade nas redes sociais	-0.37**	0.14	0.01	-1.11**	0.21	0.00
Pop	Intercepto	15.30**	0.67	0.00	1.53**	0.24	0.00
	Lançamento de música recente	0.40**	0.13	0.00	0.02	0.10	0.85
	País de origem (estrangeiro)	1.42**	0.70	0.04	-0.40*	0.20	0.05
	CBBE_Talentoso	0.07	0.54	0.90	-0.16	0.20	0.44
	CBBE_Famoso	-0.17	0.70	0.81	-0.70**	0.17	0.00
	CBBE_Cativante	0.29	0.71	0.68	-0.09	0.27	0.75
	Popularidade nas redes sociais	0.06	0.22	0.80	0.28**	0.07	0.00
Rock	Intercepto	15.05**	0.22	0.00	-0.66*	0.33	0.04
	Lançamento de música recente	0.24**	0.04	0.00	0.66**	0.12	0.00
	País de origem (estrangeiro)	2.15**	0.36	0.00	1.33**	0.45	0.00
	CBBE_Talentoso	-0.38	0.45	0.41	-1.72**	0.60	0.00

CBBE_Famoso	0.25	0.26	0.33	0.25	0.35	0.47
CBBE_Cativante	0.71**	0.29	0.01	1.39**	0.42	0.00
Popularidade nas redes sociais	1.40**	0.20	0.00	0.17	0.26	0.52
Variância explicada (exponencial)	R <sup>2</sup> = 91.7%			R <sup>2</sup> = 32.5%		

Nota.\*  $p \leq 0.05$ ; \*\*  $p \leq 0.01$

Para o estilo musical eletrônica, observa-se que a variável que exerceu maior impacto positivo significativo na quantidade de ouvintes foi o país de origem ( $B=3,34$ ;  $p \leq 0,01$ ), isto é, se o músico for estrangeiro, a quantidade de ouvintes aumenta. Em seguida, a variável CBBE\_Famoso ( $B=0,64$ ;  $p \leq 0,02$ ), demonstra que quanto mais famoso, maior a quantidade de ouvintes e, com menor influência, mas ainda assim positiva, lançamento de música ( $B=0,20$ ;  $p \leq 0,01$ ), ou seja, quanto mais o músico lançar música, maior será a quantidade de ouvintes.

Na quantidade de shows, três variáveis exerceram impacto positivo significativo, sendo a mais influente CBBE\_Talentoso ( $B=2,17$ ;  $p \leq 0,01$ ), seguida por CBBE\_Cativante ( $B=1,76$ ;  $p \leq 0,01$ ), o que denota que quanto mais talentoso e cativante for o artista de música eletrônica, mais shows ele faz, e, em um grau de menor influência, lançamento de música recente ( $B=0,34$ ;  $p \leq 0,01$ ). Além disso, verifica-se que a variável CBBE\_Famoso ( $B=-1,55$ ;  $p \leq 0,01$ ) exerceu impacto negativo significativo, representando que quanto maior a fama, menos shows.

Na quantidade de ouvintes do estilo musical hip hop, o país de origem do músico exerceu maior influência ( $B=4,54$ ;  $p \leq 0,01$ ), seguido por CBBE\_Talentoso ( $B=1,13$ ;  $p \leq 0,03$ ), CBBE\_Cativante ( $B=0,85$ ;  $p \leq 0,03$ ) e CBBE\_Famoso ( $B=0,79$ ;  $p \leq 0,02$ ), ou seja, ser estrangeiro, talentoso, cativante e famoso elevam o número de ouvintes. Em contrapartida, a popularidade nas redes sociais ( $B=-0,37$ ;  $p \leq 0,01$ ) produziu efeito negativo. Já para a quantidade de shows, novamente exerceram impacto positivo significativo, em ordem de relevância, CBBE\_Talentoso ( $B=1,61$ ;  $p \leq 0,03$ ), país de origem ( $B=1,34$ ;  $p \leq 0,01$ ) e CBBE\_Famoso ( $B=0,90$ ;  $p \leq 0,03$ ), e, ainda exercendo impacto negativo, a popularidade nas redes sociais ( $B=-1,11$ ;  $p \leq 0,01$ ), o que denota que, para elevar o número de ouvintes ou de shows, não convém para o artista de hip hop ser popular nas redes sociais.

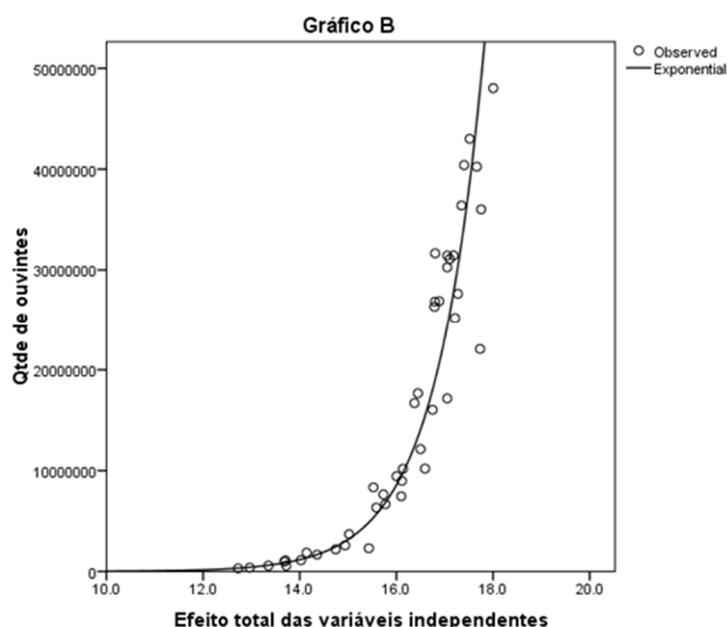
Para o pop, país de origem ( $B=1,42$ ;  $p \leq 0,01$ ) e lançamento de música recente ( $B=0,40$ ;  $p \leq 0,01$ ) exerceram impacto positivo significativo para a quantidade de ouvintes, ou seja, ser estrangeiro e lançar música aumentam o número de ouvintes. Já para a quantidade de shows, apenas a popularidade nas redes sociais ( $B=0,28$ ;  $p \leq 0,01$ )

exercer impacto positivo significativo, enquanto CBBE\_Famoso ( $B=-0,70$ ;  $p\leq 0,01$ ) e país de origem ( $B=-0,40$ ;  $p\leq 0,05$ ) exercem efeito contrário, denotando que, para o músico pop, ser famoso e estrangeiro reduz a quantidade de shows na ordem de  $-0,70$  e  $-0,40$ , respectivamente.

Por fim, para o estilo musical rock, exerceram impacto positivo significativo sobre a quantidade de ouvintes, em ordem decrescente de influência, país de origem ( $B=2,15$ ;  $p\leq 0,01$ ), popularidade nas redes sociais ( $B=1,40$ ;  $p\leq 0,01$ ), CBBE\_Cativante ( $B=0,71$ ;  $p\leq 0,01$ ) e lançamento de música recente ( $B=0,24$ ;  $p\leq 0,01$ ). Para a quantidade de shows, influenciaram positivamente CBBE\_Cativante ( $B=1,39$ ;  $p\leq 0,01$ ), país de origem ( $B=1,33$ ;  $p\leq 0,01$ ) e lançamento de música recente ( $B=0,66$ ;  $p\leq 0,01$ ). Contudo, o CBBE\_Talento ( $B=-1,72$ ;  $p\leq 0,01$ ) exerceu impacto negativo, isto é, quanto mais talentoso o artista de rock, menos shows são realizados.

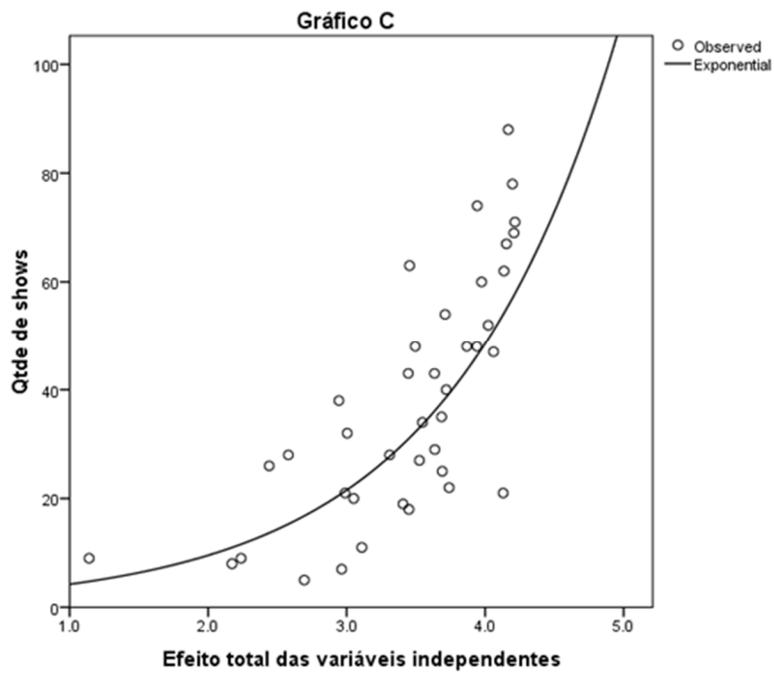
Os Gráficos B e C, respectivamente Figuras 4 e 5, ilustram os resultados da influência dos atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas para cada uma das variáveis de desempenho: quantidade de ouvintes e quantidade de shows; no qual cada ponto representa um músico. Observa-se que ambos apresentam movimento curvilíneo em formato exponencial, ou seja, quanto maior os atributos de marca, maior o desempenho em exponencial.

Os resultados da influência dos atributos de marca de celebridade sobre a quantidade de ouvintes podem ser vistos na Figura 4.



**Figura 4.** Efeito total das variáveis independentes sobre a quantidade de ouvintes

Os resultados da influência dos atributos de marca de celebridade sobre a quantidade de shows podem ser vistos na Figura 5.



**Figura 5.** Efeito total das variáveis independentes sobre a quantidade de shows

## 5 DISCUSSÃO

Os resultados apresentados nesta pesquisa demonstram que as variáveis de atributos de marca de celebridade e o lançamento de músicas podem impactar de diversas formas o desempenho do músico, em se tratando da quantidade de ouvintes e da quantidade de shows. Em termos gerais, foi detectado que todos os atributos e o lançamento de música exercem influência sobre as variáveis de desempenho selecionadas. Em ordem decrescente, mostraram-se mais atuantes: país de origem do músico, lançamento de música, CBBE\_Famoso, CBBE\_Talentoso, CBBE\_Cativante e popularidade nas redes sociais.

O país de origem foi o atributo que apresentou maior incidência e influência significativa sob as variáveis de desempenho, considerando os quatro estilos musicais. Esse resultado complementa observações anteriores (Meirelles, 2015; Machado & Teixeira, 2016; Porto & da Silva Soyer, 2018) no sentido de que demonstrou que o músico estrangeiro apresenta um desempenho melhor que o brasileiro pelo mero fato de ser estrangeiro, ou seja, a interação do músico com o país de origem pode intervir na percepção de valor do consumidor brasileiro.

Em consonância com as afirmações de Essling et al. (2017), os resultados desta pesquisa demonstraram e, de certa forma, confirmaram que o lançamento de músicas age como medida para elevar as chances de sucesso, no sentido de que mantém a atenção dos consumidores voltada para o músico. Isso ressalta a importância do controle gerencial e estratégico para a forma de disponibilização de conteúdo para o público (Dubois, 2017), haja vista que a ocorrência de um lançamento influencia, mesmo que não exclusivamente, o desempenho do músico.

Os fatores do valor de marca-celebridade revelaram a importância da percepção do consumidor para o desempenho do músico, sendo que, no geral, CBBE\_Famoso foi o mais incidente. Na esfera desse fator, observou-se que os músicos brasileiros se sobressaíram em relação aos estrangeiros, com exceção do estilo musical rock. Por outro lado, ser famoso não apresentou significância nas variáveis de desempenho desse estilo. Para CBBE\_Talentoso, verifica-se que os músicos que podem ser considerados consolidados se destacaram, ou seja, aqueles que têm, de certa forma, a posição de prestígio legitimada pela admiração do público. Por fim, é observado que, para o CBBE\_Cativante, os músicos do hip hop apresentaram valores inferiores em relação aos outros no geral, inclusive

expressivamente mais negativos, com algumas exceções. Talvez isso se deva aos estereótipos musicais como, por exemplo, a agressividade, que é ligada ao hip hop (Santiago & Ivenicki, 2017), o que, de certa forma, inibe o estabelecimento de conexões emocionais com o público, podendo afastá-lo ao invés de cativá-lo. Ademais, no geral, infere-se que os resultados apontaram e complementaram aspectos relativos aos estudos de Moraes (2016).

A popularidade nas redes sociais apresentou relevâncias pontuais nos estilos musicais, evidenciando um contraste com relação ao hip hop. O efeito negativo observado em ambas as variáveis de desempenho pode ser derivado de uma certa resistência por parte do público quanto à mundialização do hip hop (Macedo, 2011). Ademais, essa variável foi relevante para a quantidade de ouvintes apenas no rock e para a quantidade de shows apenas no pop, o que não contradiz as considerações de Saboo et al. (2016), mas que pode ser proveniente das redes sociais selecionadas, no sentido de que outras que não foram levadas em conta nesta pesquisa como, por exemplo, o Instagram e o Twitter, poderiam apresentar resultados mais expressivos.

Além disso, verifica-se que as variáveis de desempenho são medidas limitadas, haja vista que pondera o desempenho do músico em partes. A quantidade de ouvintes em *streaming* (exclusivamente procedente do Spotify nesta pesquisa), pode ser derivada de engajamentos em outros serviços de *streaming*, como o Apple Music, Deezer, dentre outros. A quantidade de shows é limitada pelo fato de que não foi mensurado o porte do evento, ou seja, o fato de um músico fazer muitos shows não representa necessariamente que tenha um desempenho melhor que outro que faz menos. Isso pode ser inferido, em partes, através dos resultados negativos encontrados nos fatores do valor de marca para a quantidade de shows, no sentido de que um músico com valor de marca elevado faz menos shows porque pode tender a priorizar a realização de grandes eventos em detrimento de vários de menor porte.

## 6 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÃO

Esta pesquisa teve como principal objetivo investigar a influência de atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas sobre o desempenho dinâmico do músico entre estilos musicais distintos. Especificamente, foi realizada a validação da escala de valor da marca de celebridade pela percepção do consumidor e a análise da influência de atributos de marca de celebridade e do lançamento de músicas sobre o desempenho do músico, em quatro estilos musicais.

Foi revelado o fatorial confirmatório para a validação da escala de valor da marca de celebridade baseado na percepção do consumidor, que apresentou ajustes muito bons para a estrutura. Dessa forma, é disponibilizado um instrumento de mensuração do CBBE-celebridade capaz de avaliar marcas humanas, podendo ser aplicado em novos estudos, relacionados ou não à mesma esfera, por pesquisadores ou gestores de celebridades.

O valor da marca de celebridade pode revelar-se significativa ainda para os gestores de produtos e serviços, haja vista que as celebridades são capazes de transferir valores para as marcas por meio do endosso (Bicalho, 2018) e que o relacionamento do consumidor com uma marca humana pode gerar compromisso derivado do “apego emocional” (Ismail & Ali, 2013). Isso representa que as empresas podem aprimorar o valor de marca dos seus produtos e/ou serviços por meio da seleção de endossante (Carlson & Donovan, 2013). Assim, a escala do valor da marca de celebridade pode se apresentar como uma metodologia mais adequada para a designação da endossante, a medida em que possibilita prever eventuais prejuízos derivados de uma escolha equivocada.

As estratégias de marketing para músicos podem assumir diferentes posicionamentos a partir da identificação dos atributos que delineiam a percepção do consumidor, permitindo avaliar o desempenho de uma determinada marca em comparação a outras em um mesmo cenário. Assim, o marketing de marca de celebridades tornou-se mais complexo, pois a percepção do público sobre os atributos de marca das celebridades precisa ser moldada e desenvolvida (Moraes, 2016).

Os atributos de marca de celebridade e o lançamento de músicas exerceram influência sobre o desempenho de um músico, tornando-se mais ou menos expressivos a medida em que considera a variável de desempenho e o estilo musical. A variável de lançamento de música demonstra a relevância da gestão do

planejamento, haja vista que pode ser controlada estrategicamente pela equipe responsável, ou pelo próprio músico, e possui um direcionamento voltado para o aumento do desempenho. No entanto, considerando que a quantidade de lançamentos de músicas potencialmente também poderia exercer efeitos significativos no desempenho do músico, verifica-se que essa variável é limitada, haja vista que foi ponderado apenas o fato de ocorrer ou não um lançamento em cada mês.

A identidade da marca está intimamente ligada ao que é derivado das percepções dos consumidores, o que enfatiza a necessidade de monitoramento constante desse relacionamento ao longo do tempo, para que seja gerida com sucesso. Dessa forma, o risco de cobertura negativa da mídia e/ou outras fontes pode ser atribuído à má gestão da marca, que perde oportunidades de agregar valor e melhorar o desempenho (Bendisch, Larsen, & Trueman, 2013).

Os resultados apresentados deixam em aberto campo para o desenvolvimento de outros trabalhos, tendo em vista as limitações e o instrumento disponibilizado. Futuras pesquisas podem realizar um levantamento de fatores específicos que podem impactar o desempenho do músico, como o porte e o tipo de show (podendo levar em conta inclusive participações em premiações), a quantidade de lançamentos individuais e a análise de outras plataformas e/ou redes sociais. Além disso, o instrumento de mensuração do CBBE-celebridade, validado nesta pesquisa, fornece insumos para novas avaliações, seja para músicos ou marcas de celebridade de outros campos culturais como TV, esporte, cinema e outros.

## REFERÊNCIA

- Ahire, S. L., Golhar, D. Y., & Waller, M. A. (1996). *Development and validation of TQM implementation constructs*. *Decision Sciences*, 27(1), 23-56.
- Allen, P. (2018). *Artist management for the music business*. Routledge.
- Ballinger, G. A. (2004). Using generalized estimating equations for longitudinal data analysis. *Organizational research methods*, 7(2), 127-150.
- Bendisch, F., Larsen, G., & Trueman, M. (2013). Fame and fortune: A conceptual model of CEO brands. *European Journal of Marketing*, 47(3/4), 596-614.
- Bicalho, L. M. V. (2018). Efeito do endosso publicitário: influência da atratividade física e do valor da marca da celebridade na atitude em relação à marca.
- Carlson, B. D., & Donovan, D. T. (2013). Human brands in sport: Athlete brand personality and identification. *Journal of Sport Management*, 27(3), 193-206.
- Chen, H., De, P., & Hu, Y. J. (2015). IT-enabled broadcasting in social media: An empirical study of artists' activities and music sales. *Information Systems Research*, 26(3), 513-531.
- Cozby, P. C. (2003). Métodos de pesquisa em ciências do comportamento. [trad.]. *Paula Inez Cunha GOMIDE, Emma OTTA e José de Oliveira SIQUEIRA. São Paulo: Atlas*.
- Crawford, E. (2018) U.S. MUSIC MID-YEAR REPORT 2018. *Nielsen Music*. Recuperado de <https://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2018-reports/us-midyear-music-report-2018.pdf>
- Dubois, P. G. (2017). Efeito do conteúdo publicado em mídia social sobre o desempenho comercial de artistas da Eletronic Dance Music (EDM).
- Essling, C., Koenen, J., & Peukert, C. (2017). Competition for attention in the digital age: The case of single releases in the recorded music industry. *Information Economics and Policy*, 40, 26-40.
- Fleck, N., Korchia, M., & Le Roy, I. (2012). Celebrities in advertising: looking for congruence or likability?. *Psychology & Marketing*, 29(9), 651-662.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 39-50.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman Editora.

- Ismail, Z., & Ali, S. (2013). Human Brands: Investigating Antecedents to Consumers' Strong Attachment to Celebrities. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 2(2), 53.
- Kitamura, D. T., & Ribeiro, R. (2018). Music business, carreira e sucesso: a importância de empreender na música. *Revista Fatec Sebrae em debate-gestão, tecnologias e negócios*, 5(08), 64-64.
- Macedo, I. (2011). A linguagem musical Rap: expressão local de um fenômeno mundial. *Tempos Históricos*, 15(1), 261-288.
- Machado, M. M., & Teixeira, M. L. M. (2016). Estrangeirismo: um fenômeno na contramão da interculturalidade entre brasileiros e os outros latino-americanos?. In *Anais do Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais*.
- Mathys, J., Burmester, A. B., & Clement, M. (2016). What drives the market popularity of celebrities? A longitudinal analysis of consumer interest in film stars. *International Journal of Research in Marketing*, 33(2), 428-448.
- Meirelles, F. D. S. (2015). A influência do país de origem na escolha de marcas desconhecidas: uma investigação sobre os atributos de marca de materiais esportivos.
- Moraes, M. (2016). *Entertainment celebrity human brands: the complex role of celebrities' attributes and consumer-celebrity relationships upon consumers' aspirations and buying behaviour* (Dissertação de Doutorado, Murdoch University).
- Morel, L. M. (2017). *Impactos das inovações em serviços no mercado brasileiro de música: o caso da tecnologia streaming* (Dissertação de Doutorado, Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro).
- Naveed, K., Watanabe, C., & Neittaanmaki, P. (2017). Co-evolution between streaming and live music leads a way to the sustainable growth of music industry—Lessons from the US experiences. *Technology in Society*, 50, 1-19.
- Papies, D., & van Heerde, H. J. (2017). The dynamic interplay between recorded music and live concerts: The role of piracy, unbundling, and artist characteristics. *Journal of Marketing*, 81(4), 67-87.
- Ponte, C. F. G. D. (2017). *As atitudes dos consumidores face à comunicação das marcas nas redes sociais e o impacto na intenção de compra e recomendação* (Dissertação de Mestrado).
- Portal, S., Abratt, R., & Bendixen, M. (2018). Building a human brand: Brand anthropomorphism unravelled. *Business Horizons*, 61(3), 367-374.
- Porto, R. B. (2018). Consumer-Based Brand Equity of Products and Services: Assessing a Measurement Model with Competing Brands. *Revista Brasileira de Marketing*, 17(2), 150-165.

- Porto, R. B., & da Silva Soyer, T. (2018). Is naming brands in English worth doing? Effects of foreignness and country of origin on brand equity. *Brazilian Business Review*.
- Rodrigues, E., & Soares, T. (2015). Confissões da Indústria Musical: Madonna e a Arte de se reinventar. In *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Anais do Intercom Nordeste. Natal* (pp. 1-15).
- Rosenfeld, J. (2016). Managing your own music career? The 3 pillars of success. Recuperado de <https://icadenza.com/music-career-3-pillars-success/>
- Saboo, A. R., Kumar, V., & Ramani, G. (2016). Evaluating the impact of social media activities on human brand sales. *International Journal of Research in Marketing*, 33(3), 524-541.
- Santiago, R., & Ivenicki, A. (2017). Diversidade musical e formação de professores (as): qual música forma o(a) professor(a) de música?. *Revista da FAEEBA-Educação e Contemporaneidade*, 26(48), 187-204.
- Trainer, D. (2018) Getting a handle on what spotify is really worth. *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2018/04/03/getting-a-handle-on-what-spotify-is-really-worth/>
- Valentini, F., & Damásio, B. F. (2016). Average Variance Extracted and Composite Reliability: Reliability Coefficients. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 32(2).

## Apêndice – Questionário

### Pesquisa sobre artistas musicais

Olá,

Gostaria de convidá-lo(a) a responder este questionário sobre percepção de artistas do ramo musical, cujo objetivo é identificar atributos de um músico valorizados pela população brasileira. A decisão de participar desta pesquisa é voluntária e as respostas são anônimas.

O questionário é composto por 12 questões e possui tempo estimado de resposta de 8 minutos. Não existem respostas certas ou erradas.

Essa pesquisa é conduzida pela graduanda Jéssica Monteiro de São José, sob orientação do Prof. Rafael Porto da Universidade de Brasília (UnB). Para esclarecer dúvidas, comentar ou conhecer os resultados dessa pesquisa, entre em contato pelo e-mail [jessicamsj@gmail.com](mailto:jessicamsj@gmail.com)

\* Required

#### 1) O quanto você gosta de cada categoria musical abaixo?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar as categorias de Detesto a Gosto muito, de acordo com a sua percepção. As categorias estão dispostas em ordem alfabética.

1. \*

Mark only one oval per row.

	Detesto	Não gosto	Tanto faz	Gosto	Gosto muito
Eletrônica	<input type="radio"/>				
Hip Hop	<input type="radio"/>				
Pop	<input type="radio"/>				
Rock	<input type="radio"/>				

#### 2) Qual é o mês do seu aniversário?

2. \*

Mark only one oval.

- Janeiro/Fevereiro/Março Skip to question 3.
- Abril/Maio/Junho Skip to question 4.
- Julho/Agosto/Setembro Skip to question 5.
- Outubro/Novembro/Dezembro Skip to question 6.

#### 3) O quanto cada artista do pop abaixo é conhecido entre os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Desconhecido(a) a Extremamente Conhecido(a), de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

3. \*

Mark only one oval per row.

	Desconhecido(a)	Pouco Conhecido(a)	Medianamente Conhecido(a)	Muito Conhecido(a)	Extremamente Conhecido(a)
Anitta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bruno Mars	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Camila Cabello	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dua Lipa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ed Sheeran	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IZA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Justin Timberlake	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Katy Perry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Madonna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pablo Vittar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shakira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Skip to question 7.

### 3) O quanto cada artista do hip hop abaixo é conhecido entre os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Desconhecido(a) a Extremamente Conhecido(a), de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

4. \*

Mark only one oval per row.

	Desconhecido(a)	Pouco Conhecido(a)	Medianamente Conhecido(a)	Muito Conhecido(a)	Extremamente Conhecido(a)
Cardi B	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drake	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eminem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Future	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hungria Hip Hop	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marcelo D2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nicki Minaj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Post Malone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Projota	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tribo da Periferia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Young Thug	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Skip to question 8.

### 3) O quanto cada artista do rock abaixo é conhecido entre os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Desconhecido(a) a Extremamente Conhecido(a), de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

5. \*

Mark only one oval per row.

	Desconhecido(a)	Pouco Conhecido(a)	Medianamente Conhecido(a)	Muito Conhecido(a)	Extremamente Conhecido(a)
Arctic Monkeys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bon Jovi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capital Inicial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guns N' Roses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imagine Dragons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iron Maiden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NxZero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paramore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pearl Jam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Scalene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
U2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Skip to question 9.

### 3) O quanto cada artista da eletrônica abaixo é conhecido entre os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Desconhecido(a) a Extremamente Conhecido(a), de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

6. \*

Mark only one oval per row.

	Desconhecido(a)	Pouco Conhecido(a)	Medianamente Conhecido(a)	Muito Conhecido(a)	Extremamente Conhecido(a)
Alan Walker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alesso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clean Bandit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Daft Punk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
David Guetta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gabriel Boni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Major Lazer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pet Shop Boys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The Chainsmokers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vintage Culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Skip to question 10.

### 4) O quanto cada artista do pop abaixo é popular entre os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Popular a Extremamente Popular, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

7. \*

Mark only one oval per row.

	Não sei avaliar	Nada Popular	Pouco Popular	Medianamente Popular	Muito Popular	Extremamente Popular
Anitta	<input type="radio"/>					
Bruno Mars	<input type="radio"/>					
Camila Cabello	<input type="radio"/>					
Dua Lipa	<input type="radio"/>					
Ed Sheeran	<input type="radio"/>					
IZA	<input type="radio"/>					
Justin Timberlake	<input type="radio"/>					
Katy Perry	<input type="radio"/>					
Madonna	<input type="radio"/>					
Pablo Vittar	<input type="radio"/>					
Shakira	<input type="radio"/>					

Skip to question 11.

#### 4) O quanto cada artista do hip hop abaixo é popular entre os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Popular a Extremamente Popular, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

8. \*

Mark only one oval per row.

	Não sei avaliar	Nada Popular	Pouco Popular	Medianamente Popular	Muito Popular	Extremamente Popular
Cardi B	<input type="radio"/>					
Drake	<input type="radio"/>					
Eminem	<input type="radio"/>					
Future	<input type="radio"/>					
Hungria Hip Hop	<input type="radio"/>					
Marcelo D2	<input type="radio"/>					
Nicki Minaj	<input type="radio"/>					
Post Malone	<input type="radio"/>					
Projota	<input type="radio"/>					
Tribo da Periferia	<input type="radio"/>					
Young Thug	<input type="radio"/>					

Skip to question 12.

#### 4) O quanto cada artista do rock abaixo é popular entre os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Popular a Extremamente Popular, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

9. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Popular	Pouco Popular	Medianamente Popular	Muito Popular	Extremamente Popular
Arctic Monkeys	<input type="radio"/>					
Bon Jovi	<input type="radio"/>					
Capital Inicial	<input type="radio"/>					
Guns N' Roses	<input type="radio"/>					
Imagine Dragons	<input type="radio"/>					
Iron Maiden	<input type="radio"/>					
NxZero	<input type="radio"/>					
Paramore	<input type="radio"/>					
Pearl Jam	<input type="radio"/>					
Scalene	<input type="radio"/>					
U2	<input type="radio"/>					

*Skip to question 13.*

#### 4) O quanto cada artista da eletrônica abaixo é popular entre os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Popular a Extremamente Popular, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

10. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Popular	Pouco Popular	Medianamente Popular	Muito Popular	Extremamente Popular
Alan Walker	<input type="radio"/>					
Alesso	<input type="radio"/>					
Alok	<input type="radio"/>					
Clean Bandit	<input type="radio"/>					
Daft Punk	<input type="radio"/>					
David Guetta	<input type="radio"/>					
Gabriel Boni	<input type="radio"/>					
Major Lazer	<input type="radio"/>					
Pet Shop Boys	<input type="radio"/>					
The Chainsmokers	<input type="radio"/>					
Vintage Culture	<input type="radio"/>					

*Skip to question 14.*

#### 5) O quanto cada artista do pop abaixo está presente nas mídias (ex.: televisão, revista, rádio, redes sociais) no Brasil?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Presente a Extremamente Presente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

11. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Presente	Pouco Presente	Medianamente Presente	Muito Presente	Extremamente Presente
Anitta	<input type="radio"/>					
Bruno Mars	<input type="radio"/>					
Camila Cabello	<input type="radio"/>					
Dua Lipa	<input type="radio"/>					
Ed Sheeran	<input type="radio"/>					
IZA	<input type="radio"/>					
Justin Timberlake	<input type="radio"/>					
Katy Perry	<input type="radio"/>					
Madonna	<input type="radio"/>					
Pablo Vittar	<input type="radio"/>					
Shakira	<input type="radio"/>					

**5) O quanto cada artista do hip hop abaixo está presente nas mídias (ex.: televisão, revista, rádio, redes sociais) no Brasil?**

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Presente a Extremamente Presente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

12. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Presente	Pouco Presente	Medianamente Presente	Muito Presente	Extremamente Presente
Cardi B	<input type="radio"/>					
Drake	<input type="radio"/>					
Eminem	<input type="radio"/>					
Future	<input type="radio"/>					
Hungria Hip Hop	<input type="radio"/>					
Marcelo D2	<input type="radio"/>					
Nicki Minaj	<input type="radio"/>					
Post Malone	<input type="radio"/>					
Projota	<input type="radio"/>					
Tribo da Periferia	<input type="radio"/>					
Young Thug	<input type="radio"/>					

**5) O quanto cada artista do rock abaixo está presente nas mídias (ex.: televisão, revista, rádio, redes sociais) no Brasil?**

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Presente a Extremamente Presente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

13. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Presente	Pouco Presente	Medianamente Presente	Muito Presente	Extremamente Presente
Arctic Monkeys	<input type="radio"/>					
Bon Jovi	<input type="radio"/>					
Capital Inicial	<input type="radio"/>					
Guns N' Roses	<input type="radio"/>					
Imagine Dragons	<input type="radio"/>					
Iron Maiden	<input type="radio"/>					
NxZero	<input type="radio"/>					
Paramore	<input type="radio"/>					
Pearl Jam	<input type="radio"/>					
Scalene	<input type="radio"/>					
U2	<input type="radio"/>					

**5) O quanto cada artista da eletrônica abaixo está presente nas mídias (ex.: televisão, revista, rádio, redes sociais) no Brasil?**

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Presente a Extremamente Presente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

14. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Presente	Pouco Presente	Medianamente Presente	Muito Presente	Extremamente Presente
Alan Walker	<input type="radio"/>					
Alesso	<input type="radio"/>					
Alok	<input type="radio"/>					
Clean Bandit	<input type="radio"/>					
Daft Punk	<input type="radio"/>					
David Guetta	<input type="radio"/>					
Gabriel Boni	<input type="radio"/>					
Major Lazer	<input type="radio"/>					
Pet Shop Boys	<input type="radio"/>					
The Chainsmokers	<input type="radio"/>					
Vintage Culture	<input type="radio"/>					

**6) Qual o grau da reputação de cada artista do pop abaixo para os brasileiros?**

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Péssima Reputação a Ótima Reputação, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

15. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Péssima Reputação	Má Reputação	Neutra	Boa Reputação	Ótima Reputação
Anitta	<input type="radio"/>					
Bruno Mars	<input type="radio"/>					
Camila Cabello	<input type="radio"/>					
Dua Lipa	<input type="radio"/>					
Ed Sheeran	<input type="radio"/>					
IZA	<input type="radio"/>					
Justin Timberlake	<input type="radio"/>					
Katy Perry	<input type="radio"/>					
Madonna	<input type="radio"/>					
Pablo Vittar	<input type="radio"/>					
Shakira	<input type="radio"/>					

*Skip to question 19.*

### 6) Qual o grau da reputação de cada artista do hip hop abaixo para os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Péssima Reputação a Ótima Reputação, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

16. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Péssima Reputação	Má Reputação	Neutra	Boa Reputação	Ótima Reputação
Cardi B	<input type="radio"/>					
Drake	<input type="radio"/>					
Eminem	<input type="radio"/>					
Future	<input type="radio"/>					
Hungria Hip Hop	<input type="radio"/>					
Marcelo D2	<input type="radio"/>					
Nicki Minaj	<input type="radio"/>					
Post Malone	<input type="radio"/>					
Projota	<input type="radio"/>					
Tribo da Periferia	<input type="radio"/>					
Young Thug	<input type="radio"/>					

*Skip to question 20.*

### 6) Qual o grau da reputação de cada artista do rock abaixo para os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Péssima Reputação a Ótima Reputação, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

17. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Péssima Reputação	Má Reputação	Neutra	Boa Reputação	Ótima Reputação
Arctic Monkeys	<input type="radio"/>					
Bon Jovi	<input type="radio"/>					
Capital Inicial	<input type="radio"/>					
Guns N' Roses	<input type="radio"/>					
Imagine Dragons	<input type="radio"/>					
Iron Maiden	<input type="radio"/>					
NxZero	<input type="radio"/>					
Paramore	<input type="radio"/>					
Pearl Jam	<input type="radio"/>					
Scalene	<input type="radio"/>					
U2	<input type="radio"/>					

*Skip to question 21.*

### 6) Qual o grau da reputação de cada artista da eletrônica abaixo para os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Péssima Reputação a Ótima Reputação, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

18. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Péssima Reputação	Má Reputação	Neutra	Boa Reputação	Ótima Reputação
Alan Walker	<input type="radio"/>					
Alesso	<input type="radio"/>					
Alok	<input type="radio"/>					
Clean Bandit	<input type="radio"/>					
Daft Punk	<input type="radio"/>					
David Guetta	<input type="radio"/>					
Gabriel Boni	<input type="radio"/>					
Major Lazer	<input type="radio"/>					
Pet Shop Boys	<input type="radio"/>					
The Chainsmokers	<input type="radio"/>					
Vintage Culture	<input type="radio"/>					

*Skip to question 22.*

### 7) Para os brasileiros, o quanto os trabalhos de cada artista do pop abaixo têm qualidade?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os trabalhos dos músicos de Nenhuma Qualidade a Extrema Qualidade, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

19. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nenhuma Qualidade	Baixa Qualidade	Mediana Qualidade	Alta Qualidade	Extrema Qualidade
Anitta	<input type="radio"/>					
Bruno Mars	<input type="radio"/>					
Camila Cabello	<input type="radio"/>					
Dua Lipa	<input type="radio"/>					
Ed Sheeran	<input type="radio"/>					
IZA	<input type="radio"/>					
Justin Timberlake	<input type="radio"/>					
Katy Perry	<input type="radio"/>					
Madonna	<input type="radio"/>					
Pablo Vittar	<input type="radio"/>					
Shakira	<input type="radio"/>					

*Skip to question 23.*

### 7) Para os brasileiros, o quanto os trabalhos de cada artista do hip hop abaixo têm qualidade?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os trabalhos dos músicos de Nenhuma Qualidade a Extrema Qualidade, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

20. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nenhuma Qualidade	Baixa Qualidade	Mediana Qualidade	Alta Qualidade	Extrema Qualidade
Cardi B	<input type="radio"/>					
Drake	<input type="radio"/>					
Eminem	<input type="radio"/>					
Future	<input type="radio"/>					
Hungria Hip Hop	<input type="radio"/>					
Marcelo D2	<input type="radio"/>					
Nicki Minaj	<input type="radio"/>					
Post Malone	<input type="radio"/>					
Projota	<input type="radio"/>					
Tribo da Periferia	<input type="radio"/>					
Young Thug	<input type="radio"/>					

*Skip to question 24.*

### 7) Para os brasileiros, o quanto os trabalhos de cada artista do rock abaixo têm qualidade?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os trabalhos dos músicos de Nenhuma Qualidade a Extrema Qualidade, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

21. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nenhuma Qualidade	Baixa Qualidade	Mediana Qualidade	Alta Qualidade	Extrema Qualidade
Arctic Monkeys	<input type="radio"/>					
Bon Jovi	<input type="radio"/>					
Capital Inicial	<input type="radio"/>					
Guns N' Roses	<input type="radio"/>					
Imagine Dragons	<input type="radio"/>					
Iron Maiden	<input type="radio"/>					
NxZero	<input type="radio"/>					
Paramore	<input type="radio"/>					
Pearl Jam	<input type="radio"/>					
Scalene	<input type="radio"/>					
U2	<input type="radio"/>					

*Skip to question 25.*

### 7) Para os brasileiros, o quanto os trabalhos de cada artista da eletrônica abaixo têm qualidade?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os trabalhos dos músicos de Nenhuma Qualidade a Extrema Qualidade, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

22. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nenhuma Qualidade	Baixa Qualidade	Mediana Qualidade	Alta Qualidade	Extrema Qualidade
Alan Walker	<input type="radio"/>					
Alesso	<input type="radio"/>					
Alok	<input type="radio"/>					
Clean Bandit	<input type="radio"/>					
Daft Punk	<input type="radio"/>					
David Guetta	<input type="radio"/>					
Gabriel Boni	<input type="radio"/>					
Major Lazer	<input type="radio"/>					
Pet Shop Boys	<input type="radio"/>					
The Chainsmokers	<input type="radio"/>					
Vintage Culture	<input type="radio"/>					

*Skip to question 26.*

### 8) Para os brasileiros, o quanto cada artista do pop abaixo possui competência naquilo que faz?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Competente a Extremamente Competente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

23. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Competente	Pouco Competente	Medianamente Competente	Muito Competente	Extremamente Competente
Anitta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bruno Mars	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Camila Cabello	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dua Lipa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ed Sheeran	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IZA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Justin Timberlake	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Katy Perry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Madonna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pablo Vittar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shakira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**8) Para os brasileiros, o quanto cada artista do hip hop abaixo possui competência naquilo que faz?**

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Competente a Extremamente Competente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

24. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Competente	Pouco Competente	Medianamente Competente	Muito Competente	Extremamente Competente
Cardi B	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drake	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eminem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Future	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hungria Hip Hop	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marcelo D2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nicki Minaj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Post Malone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Projota	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tribo da Periferia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Young Thug	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**8) Para os brasileiros, o quanto cada artista do rock abaixo possui competência naquilo que faz?**

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Competente a Extremamente Competente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

25. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Competente	Pouco Competente	Medianamente Competente	Muito Competente	Extremamente Competente
Arctic Monkeys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bon Jovi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capital Inicial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guns N' Roses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imagine Dragons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iron Maiden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NxZero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paramore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pearl Jam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Scalene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
U2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 8) Para os brasileiros, o quanto cada artista da eletrônica abaixo possui competência naquilo que faz?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Competente a Extremamente Competente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

26. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Competente	Pouco Competente	Medianamente Competente	Muito Competente	Extremamente Competente
Alan Walker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alesso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clean Bandit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Daft Punk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
David Guetta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gabriel Boni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Major Lazer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pet Shop Boys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The Chainsmokers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vintage Culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 9) O quanto cada artista do pop abaixo é fisicamente atraente para os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Atraente a Extremamente Atraente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

27. \*

Mark only one oval per row.

	Não sei avaliar	Nada Atraente	Pouco Atraente	Medianamente Atraente	Muito Atraente	Extremamente Atraente
Anitta	<input type="radio"/>					
Bruno Mars	<input type="radio"/>					
Camila Cabello	<input type="radio"/>					
Dua Lipa	<input type="radio"/>					
Ed Sheeran	<input type="radio"/>					
IZA	<input type="radio"/>					
Justin Timberlake	<input type="radio"/>					
Katy Perry	<input type="radio"/>					
Madonna	<input type="radio"/>					
Pablo Vittar	<input type="radio"/>					
Shakira	<input type="radio"/>					

Skip to question 31.

### 9) O quanto cada artista do hip hop abaixo é fisicamente atraente para os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Atraente a Extremamente Atraente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

28. \*

Mark only one oval per row.

	Não sei avaliar	Nada Atraente	Pouco Atraente	Medianamente Atraente	Muito Atraente	Extremamente Atraente
Cardi B	<input type="radio"/>					
Drake	<input type="radio"/>					
Eminem	<input type="radio"/>					
Future	<input type="radio"/>					
Hungria Hip Hop	<input type="radio"/>					
Marcelo D2	<input type="radio"/>					
Nicki Minaj	<input type="radio"/>					
Post Malone	<input type="radio"/>					
Projota	<input type="radio"/>					
Tribo da Periferia	<input type="radio"/>					
Young Thug	<input type="radio"/>					

Skip to question 32.

### 9) O quanto cada artista do rock abaixo é fisicamente atraente para os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Atraente a Extremamente Atraente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

29. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Atraente	Pouco Atraente	Medianamente Atraente	Muito Atraente	Extremamente Atraente
Arctic Monkeys	<input type="radio"/>					
Bon Jovi	<input type="radio"/>					
Capital Inicial	<input type="radio"/>					
Guns N' Roses	<input type="radio"/>					
Imagine Dragons	<input type="radio"/>					
Iron Maiden	<input type="radio"/>					
NxZero	<input type="radio"/>					
Paramore	<input type="radio"/>					
Pearl Jam	<input type="radio"/>					
Scalene	<input type="radio"/>					
U2	<input type="radio"/>					

*Skip to question 33.*

### 9) O quanto cada artista da eletrônica abaixo é fisicamente atraente para os brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Atraente a Extremamente Atraente, de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

30. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Atraente	Pouco Atraente	Medianamente Atraente	Muito Atraente	Extremamente Atraente
Alan Walker	<input type="radio"/>					
Alesso	<input type="radio"/>					
Alok	<input type="radio"/>					
Clean Bandit	<input type="radio"/>					
Daft Punk	<input type="radio"/>					
David Guetta	<input type="radio"/>					
Gabriel Boni	<input type="radio"/>					
Major Lazer	<input type="radio"/>					
Pet Shop Boys	<input type="radio"/>					
The Chainsmokers	<input type="radio"/>					
Vintage Culture	<input type="radio"/>					

*Skip to question 34.*

### 10) O quanto cada artista do pop abaixo é simpático aos brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Simpático(a) a Extremamente Simpático(a), de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

31. \*

Mark only one oval per row.

	Não sei avaliar	Nada Simpático(a)	Pouco Simpático(a)	Medianamente Simpático(a)	Muito Simpático(a)	Extremamente Simpático(a)
Anitta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bruno Mars	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Camila Cabello	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dua Lipa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ed Sheeran	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IZA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Justin Timberlake	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Katy Perry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Madonna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pablo Vittar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shakira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Skip to question 35.

### 10) O quanto cada artista do hip hop abaixo é simpático aos brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Simpático(a) a Extremamente Simpático(a), de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

32. \*

Mark only one oval per row.

	Não sei avaliar	Nada Simpático(a)	Pouco Simpático(a)	Medianamente Simpático(a)	Muito Simpático(a)	Extremamente Simpático(a)
Cardi B	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drake	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eminem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Future	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hungria Hip Hop	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marcelo D2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nicki Minaj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Post Malone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Projota	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tribo da Periferia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Young Thug	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Skip to question 36.

### 10) O quanto cada artista do rock abaixo é simpático aos brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Simpático(a) a Extremamente Simpático(a), de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

33. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Simpático(a)	Pouco Simpático(a)	Medianamente Simpático(a)	Muito Simpático(a)	Extremamente Simpático(a)
Arctic Monkeys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bon Jovi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capital Inicial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guns N' Roses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imagine Dragons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iron Maiden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NxZero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paramore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pearl Jam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Scalene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
U2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*Skip to question 37.*

### 10) O quanto cada artista da eletrônica abaixo é simpático aos brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Nada Simpático(a) a Extremamente Simpático(a), de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

34. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Nada Simpático(a)	Pouco Simpático(a)	Medianamente Simpático(a)	Muito Simpático(a)	Extremamente Simpático(a)
Alan Walker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alesso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clean Bandit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Daft Punk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
David Guetta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gabriel Boni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Major Lazer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pet Shop Boys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The Chainsmokers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vintage Culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*Skip to question 38.*

### 11) O quanto cada artista do pop abaixo tem carisma aos brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Sem Carisma a Extremamente Carismático(a), de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

35. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Sem Carisma	Pouco Carismático(a)	Medianamente Carismático(a)	Muito Carismático(a)	Extremamente Carismático(a)
Anitta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bruno Mars	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Camila Cabello	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dua Lipa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ed Sheeran	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IZA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Justin Timberlake	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Katy Perry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Madonna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pablo Vittar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shakira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*Skip to question 39.*

### 11) O quanto cada artista do hip hop abaixo tem carisma aos brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Sem Carisma a Extremamente Carismático(a), de acordo com a sua percepção. Os artista estão dispostos em ordem alfabética.

36. \*

*Mark only one oval per row.*

	Não sei avaliar	Sem Carisma	Pouco Carismático(a)	Medianamente Carismático(a)	Muito Carismático(a)	Extremamente Carismático(a)
Cardi B	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drake	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eminem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Future	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hungria Hip Hop	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marcelo D2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nicki Minaj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Post Malone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Projota	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tribo da Periferia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Young Thug	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*Skip to question 39.*

### 11) O quanto cada artista do rock abaixo tem carisma aos brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Sem Carisma a Extremamente Carismático(a), de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

37. \*

Mark only one oval per row.

	Não sei avaliar	Sem Carisma	Pouco Carismático(a)	Medianamente Carismático(a)	Muito Carismático(a)	Extremamente Carismático(a)
Arctic Monkeys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bon Jovi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capital Inicial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guns N' Roses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imagine Dragons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iron Maiden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NxZero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paramore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pearl Jam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Scalene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
U2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Skip to question 39.

### 11) O quanto cada artista da eletrônica abaixo tem carisma aos brasileiros?

Instruções: Na pergunta abaixo você deve classificar os músicos de Sem Carisma a Extremamente Carismático(a), de acordo com a sua percepção. Os artistas estão dispostos em ordem alfabética.

38. \*

Mark only one oval per row.

	Não sei avaliar	Sem Carisma	Pouco Carismático(a)	Medianamente Carismático(a)	Muito Carismático(a)	Extremamente Carismático(a)
Alan Walker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alesso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clean Bandit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Daft Punk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
David Guetta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gabriel Boni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Major Lazer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pet Shop Boys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The Chainsmokers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vintage Culture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Skip to question 39.

### 12) Informe seus dados:

39. Sexo \*

Mark only one oval.

- Feminino  
 Masculino

40. Idade (colocar só o número) \*

---

**41. Renda Domiciliar Mensal (soma da sua renda com a das pessoas que moram com você) \****Mark only one oval.*

- Até R\$954
  - De R\$955 a R\$2.862
  - De R\$2.863 a R\$5.724
  - De R\$5.725 a R\$8.586
  - De R\$8.587 a R\$11.448
  - De R\$11.449 a R\$14.310
  - De R\$14.311. a R\$17.172
  - Acima de R\$17.173
-