

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
INSTITUTO DE ARTES - CAMPUS SÃO PAULO

BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN

**O STREAMING MUSICAL NA ADOLESCÊNCIA:
um estudo com base no Spotify**

SÃO PAULO
2023

BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN

**O STREAMING MUSICAL NA ADOLESCÊNCIA:
um estudo com base no Spotify**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Música, na área de concentração Música: processos, práticas e teorizações em diálogos, do Instituto de Artes da Universidade Estadual Paulista (UNESP), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Música.

Linha de pesquisa: Música, Epistemologia, Cultura

Especialidade: Educação Musical

Orientadora: Prof. Dra. Marisa Trench de Oliveira Fonterrada

SÃO PAULO
2023

Ficha catalográfica desenvolvida pelo Serviço de Biblioteca e Documentação do
Instituto de Artes da Unesp. Dados fornecidos pelo autor.

M645s Millan, Bruno Teixeira de Mello,

O streaming musical na adolescência : um estudo com base no
Spotify / Bruno Teixeira de Mello Millan. -- São Paulo, 2023.
240 f. : il. color.

Orientadora: Profª. Drª. Marisa Trench de Oliveira Fonterrada.
Dissertação (Mestrado em Música) – Universidade Estadual
Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Instituto de Artes.

1. Música e adolescentes. 2. Música - Instrução e estudo. 3.
Indústria musical. 4. Tecnologia streaming (Telecomunicação). 5.
Internet e adolescentes. I. Fonterrada, Marisa Trench de Oliveira. II.
Universidade Estadual Paulista, Instituto de Artes. III. Título.

CDD 780.835

Bibliotecária responsável: Laura M. de Andrade - CRB/8 8666

BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN

**O STREAMING MUSICAL NA ADOLESCÊNCIA:
um estudo com base no Spotify**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Música, na área de concentração em Educação Musical do Instituto de Artes da Universidade Estadual Paulista (UNESP), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Música.

Dissertação aprovada em: ____/____/____

Banca Examinadora

Profa. Dra. Marisa Trench de Oliveira Fonterrada
IA-UNESP - Orientadora

Prof. Dr. Samuel Campos de Pontes
Pesquisador independente

Prof. Dr. Gilberto Assis de Oliveira Rosa
EMAC-UFG

AGRADECIMENTOS

Poder cursar o Mestrado em Música e escrever esta dissertação foi uma aventura inesperada, que fico muito feliz de ter vivido, e que não teria sido possível sem a ajuda de pessoas muito especiais. Gostaria de deixar, então, meus agradecimentos:

À minha família que, estando perto ou longe, sempre me apoiou no caminho da música e neste trabalho.

Aos meus pais, Pat e Beto, que sempre incentivaram os meus estudos, o meu caminho musical, que eu seguisse meus sonhos e que me proporcionaram a chance de fazer o que amo.

À querida Hamyd, que sempre me apoia em todas as minhas decisões, por mais malucas que sejam, que me incentivou a iniciar o Mestrado e que está sempre por perto, mesmo nos momentos mais difíceis.

À Busca Busca, por me apoiar ao longo da minha vida inteira e por sempre estar pronta para tomar um cafezinho gostoso conversando sobre o que for.

À Marcela, pelo apoio que me dá desde sempre e pela revisão do meu texto antes da Qualificação.

À minha orientadora, Marisa Fonterrada, por ter concordado em fazer parte deste momento tão importante da minha vida, que me proporcionou tanto crescimento.

Aos membros da banca de Defesa e de Qualificação, titulares e suplentes: Samuel Campos de Pontes, Gilberto Assis Rosa, Paula Maria Aristides de Oliveira Molinari, Sergio Leal e Leonardo Martinelli.

Aos membros do G-Pem – Grupo de Pesquisa em Educação Musical, por todos os encontros que me fizeram aprender e crescer muito, tanto como educador quanto como pessoa.

Aos jovens que se interessaram por esta pesquisa e, então, se tornaram voluntários, permitindo que ela fosse realizada da forma que eu imaginava, e às suas famílias, que permitiram a sua participação.

Aos professores e todos aqueles que compõe o Instituto de Artes da UNESP, em especial os que fazem parte do programa de Pós-Graduação em Música.

Aos alunos queridos, que me ensinam muito mais do que imaginam.

À CAPES, pelo financiamento a esta pesquisa (o presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001)

A todos os demais amigos e colegas.

Obrigado de verdade!

“Crianças [e adolescentes] gostam de fazer perguntas sobre tudo.
Nem todas as respostas cabem num adulto.”

Arnaldo Antunes – Tudos

RESUMO

O presente trabalho visa investigar de que maneiras o uso de serviços de *streaming* de áudio, com foco no Spotify, pode influenciar os hábitos de escuta, o livre arbítrio em relação à seleção de músicas a serem escutadas e a formação do gosto musical de adolescentes. Para isso, foi realizado um estudo bibliográfico a respeito do *streaming* musical e de seu espaço na indústria fonográfica, além de pesquisas acerca do Spotify, por meio de consulta a artigos, da análise das diferentes seções do *site* do próprio serviço e, também, da observação, de sua plataforma para computador e celular. Após essa etapa, foram estudadas questões ligadas à construção do gosto musical na adolescência, e às formas pelas quais a música afeta as relações sociais, a autopercepção e a identidade dos jovens. Também foram realizadas dez entrevistas semiestruturadas individuais com adolescentes, de doze a quinze anos de idade e a criação de um grupo focal, que contou com oito integrantes. Por meio dessas dinâmicas, procurou-se obter informações acerca das opiniões dos jovens em relação às plataformas de *streaming* musical, de seus hábitos de escuta e das maneiras pelas quais utilizam o serviço. Foi realizada, então, a análise desse material com base no levantamento bibliográfico realizado anteriormente e no estudo de referências do campo da Psicologia, da Estética Musical e da Ecologia Acústica, de forma a entender o impacto que o Spotify e outras plataformas de *streaming* podem ter sobre adolescentes. Após isso, são propostos possíveis usos dessa pesquisa na educação básica, por meio de sugestões de algumas práticas pedagógicas que auxiliem os jovens no desenvolvimento de hábitos, ferramentas e habilidades relacionadas à escuta atenta e crítica e à criatividade, de maneira a promover a construção consciente de seu gosto musical.

Palavras-chave: Educação Musical; *Streaming*; Spotify; Juventude e adolescência; Escuta (psicologia); Gosto musical; Algoritmo.

ABSTRACT

This paper aims to investigate in which ways the usage of audio streaming services, focused on Spotify, can influence the listening habits, free will in relation to the selection of songs to be listened to and the formation of musical taste in adolescents. For this, a bibliographical study regarding music streaming and its space in the music industry, as well as research on Spotify, was made, by consulting articles, analyzing the different pages of the service's website and also by observing its mobile and computer platforms. After this step, issues related to the construction of musical taste in adolescence and the ways by which music affects their social relationships, self-perception and identity were studied. Ten individual semi-structured interviews were carried out with voluntaries aged between twelve and fifteen years, and a focus group, consisting of eight members was created. Through these dynamics, we sought to obtain information about the opinions of the adolescents in relation to music streaming platforms, their listening habits and the ways in which they use the service. An analysis of this material was then carried out based on the previously made bibliographical research, and on the study of references in the field of Psychology, Musical Aesthetics and Acoustic Ecology, in order to understand the impact that Spotify and other streaming platforms can have on teenagers. After that, possible uses of this research in basic education are proposed, through suggestions of some pedagogical practices that may help adolescents to develop habits, tools and skills related to attentive and critical listening and creativity, in order to promote the conscious construction of their musical taste.

Keywords: Music Education; Audio streaming; Spotify; Adolescence and youth; Listening (psychology); Music taste; Algorithm.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1 - Exemplo de playlist “feita para Bruno Millan”	37
Figura 2 - Playlist “Corra numa Boa”	40
Figura 3 - Playlist “Coração Partido”	41
Figura 4 - Playlist “Hits Felizes”	41
Figura 5 - Playlist “Friozinho”	42
Figura 6 - Playlist “Foco no Estudo”	42
Figura 7 - O que você pensa quando ouve a palavra streaming? (Somatória das respostas das duas turmas em que a dinâmica foi realizada).....	66
Figura 8 - Nuvem de palavras que definem a relação dos voluntários com a música...	118

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Arrecadações globais, em bilhões de dólares, da indústria fonográfica (1999-2021).....	27
Gráfico 2 - Engajamento de diferentes grupos etários às plataformas de streaming de áudio, em 2019, em relação ao ano anterior.....	29
Gráfico 3 - Mercado mundial de streaming por assinatura, segundo bimestre de 2021	30
Gráfico 4 - Você utiliza alguma plataforma de streaming de áudio? (Somatória das respostas das duas turmas em que a dinâmica foi realizada).....	67
Gráfico 5 - Relação entre gosto pela música, atenção na escuta e atenção em outros objetos.....	174
Gráfico 6 - Relação entre gosto pela música, atenção na escuta e atenção em outros objetos, envolvendo momentos sem a presença de músicas, ou de outros objetos.....	177

QUADROS

Quadro 1 - <i>Playlist</i> gerada a partir do álbum “O Grande Circo Místico”	53
Quadro 2 - <i>Playlist</i> gerada a partir do álbum “Djesse Vol. 2”	55

Quadro 3 - O <i>streaming</i> pode influenciar na formação do gosto musical?.....	82
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 PANORAMA SOBRE O SPOTIFY E O STREAMING MUSICAL.....	24
2.1 A ASCENSÃO DO SPOTIFY E DAS PLATAFORMAS DE STREAMING MUSICAL.....	26
2.2 PLAYLISTS E SUAS POSSÍVEIS FORMAS DE ESCUTA.....	32
2.2.1 Playlists de usuário.....	33
2.2.2 Playlists algorítmicas ou personalizadas.....	35
2.2.3 Playlists editoriais.....	39
2.3 RECOMENDAÇÕES E PARCERIAS.....	45
2.4 FUNCIONAMENTO DO SPOTIFY GRATUITO.....	50
3 RELAÇÃO ENTRE ADOLESCENTES E O STREAMING DE ÁUDIO.....	58
3.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS BASEADAS EM PESQUISAS ANTERIORES.....	60
3.1.1 Influência da idade na formação do gosto musical.....	60
3.1.2 Gosto musical, autopercepção e identidade de adolescentes.....	61
3.2 METODOLOGIA DE ENTREVISTAS, GRUPO FOCAL E RECRUTAMENTO DE VOLUNTÁRIOS.....	63
3.2.1 Amostragem.....	63
3.2.2 Divulgação da pesquisa e contato inicial com os estudantes.....	64
3.2.3 Dificuldades ao longo do processo de recrutamento.....	68
3.2.4 Preparação e metodologia das dinâmicas com os voluntários.....	70
3.3 REALIZAÇÃO DE REUNIÕES E DESCRIÇÃO DAS RESPOSTAS.....	76
3.3.1 Perfil dos voluntários.....	77
3.3.2 Características do Spotify, e formas de influência intrínsecas.....	81
3.3.3 Influências externas ao Spotify.....	84
3.3.4 Playlists.....	96
3.3.5 Hábitos de escuta e atenção.....	99
3.3.6 Opiniões a respeito de não usuários de serviços de streaming musical....	

106	
3.3.7 Silêncio.....	108
3.3.8 Educação musical em ambientes formais e não formais de ensino-aprendizagem.....	110
3.3.9 Perguntas diretas.....	113
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO A RESPEITO DOS MATERIAIS LEVANTADOS.....	122
4.1 RELAÇÃO COM PECULIARIDADES DO SPOTIFY E INFLUÊNCIAS EXTERNAS.....	124
4.1.1 Opiniões e especulações a respeito de quem vive “do outro lado”.....	124
4.1.2 Análise das opiniões dos adolescentes a respeito de aspectos específicos do Spotify.....	132
4.2 MÚSICA E RELAÇÕES INTERPESSOAIS.....	146
4.3 RELAÇÃO ENTRE A ESCUTA MUSICAL E DIFERENTES CONTEXTOS.....	157
4.3.1 Relação entre música e expressão de sentimentos.....	157
4.3.2 Playlists e músicas sensíveis a contextos.....	171
4.4 OS EFEITOS DA REPETIÇÃO NO GOSTO MUSICAL.....	183
5 POSSIBILIDADES DE APLICAÇÕES DO RESULTADO DESTA PESQUISA EM CONTEXTOS PEDAGÓGICOS.....	196
5.1 EDUCAÇÃO MUSICAL NA ADOLESCÊNCIA.....	198
5.2 POSSIBILIDADES DE UTILIZAÇÃO DESTA PESQUISA EM AMBIENTES FORMAIS DE ENSINO-APRENDIZAGEM.....	203
5.2.1 Utilização de sonoridades encontradas nos materiais presentes no espaço para a construção de diferentes estruturas musicais.....	205
5.2.2 Construção de texturas musicais que busquem remeter a determinadas sonoridades encontradas nas faixas analisadas.....	206
5.2.3 Composição a partir de elementos sorteados.....	206
5.2.4 Musicalização de poemas.....	206
5.3 POSSÍVEIS UTILIZAÇÕES PEDAGÓGICAS DO SPOTIFY.....	208
5.3.1 Análise crítica de playlists algorítmicas.....	208
5.3.2 Análise de playlists editoriais voltadas a sentimentos ou contextos específicos...	209

5.3.3 O estudante como Spotify.....	210
5.3.4 Utilização de outras mídias fonográficas.....	211
5.4 CONSIDERAÇÕES A RESPEITO DAS DINÂMICAS PROPOSTAS.....	214
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	217
REFERÊNCIAS.....	224
ANEXOS.....	235
ANEXO 1 - Parecer consubstanciado do CEP.....	236
ANEXO 2 - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).....	239
ANEXO 3 - Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE).....	240

1 INTRODUÇÃO

Acredito que cada momento da minha vida, desde a infância até o presente, influenciou a forma que esta pesquisa foi desenvolvida. Ao mesmo tempo, assim como bell hooks¹, também eu, "nas minhas aulas, não quero que os alunos corram nenhum risco que eu [mesmo] não vou correr, não quero que partilhem nada que eu (...) [mesmo] não partilharia" (hooks, 2013, p. 35). Portanto, trago, aqui, um breve relato a respeito de como foi a minha relação com a música durante a adolescência, de maneira semelhante às contribuições dadas pelos voluntários desta pesquisa.

Durante a adolescência, tive meu repertório musical focado em músicas de gêneros específicos. Embora conhecesse profundamente, para alguém de minha idade, a discografia de alguns artistas desses gêneros, era preconceituoso em relação a outros estilos. Em casa, havia uma espécie de *loudness war*² entre as músicas reproduzidas no meu quarto e no quarto da minha irmã, uma vez que um não queria escutar os mesmos estilos que o outro, mas ambos se recusavam a utilizar fones de ouvido. Já a escuta com os meus pais se dava, geralmente, apenas durante longas viagens de carro, em que estávamos cansados. Por essa razão, poucas vezes as músicas escolhidas por eles eram verdadeiramente apreciadas por mim.

A música fazia parte da minha vida em diversos âmbitos. Minha maior diversão era tocar o meu instrumento, o baixo elétrico, e quando estava com meus amigos, o assunto principal das conversas era as músicas que escutávamos. Estas, nem sempre, eram novos lançamentos. Na verdade, geralmente, vinham de algum álbum "descoberto" pelos colegas do grupo. Os arquivos mp3 das faixas, por vezes em baixíssima qualidade, baixadas do YouTube ou de *sites* duvidosos, eram compartilhados entre todos. Quando alguém fazia aniversário, CDs de álbuns clássicos eram os presentes mais comuns. Suas músicas eram copiadas, então, para o computador, também em arquivos mp3, mas na melhor qualidade possível, e compartilhadas com todos. Era comum que, durante os intervalos da escola, dividíssemos fones de ouvido ou cantássemos juntos. A música influenciava a nossa forma de vestir, nos definia como grupo e influenciava os locais que frequentávamos.

¹ A autora utiliza seu pseudônimo, bell hooks, em letras minúsculas, de maneira a levar a atenção às suas ideias em vez de sua identidade. Portanto, ele também será grafado dessa forma neste trabalho.

² O termo em inglês pode ser traduzido como "guerra de volume", e simboliza uma espécie de disputa que ocorre entre diferentes gravadores, com o intuito de levar aos ouvintes a percepção de que as músicas de seus artistas são reproduzidas em volume mais alto em relação às outras. Isso se dá, geralmente, por meio de uma severa compressão de áudio, principalmente durante o momento da masterização de cada faixa.

Até mesmo os nossos jogos de *videogame* preferidos eram baseados em nossos estilos musicais favoritos. Por outro lado, as músicas que não faziam parte desse estreito leque de gêneros, em geral, não eram consideradas boas, a não ser que estivessem atreladas a contextos específicos.

Ao longo dos anos, com o estudo de música, tanto em ambientes de aprendizagem formal como informal, passei a abrir os horizontes do meu gosto musical. Comecei a escutar estilos que, antes, sequer sabia que existiam. Passei a prestar atenção em cada elemento musical durante a minha escuta. Tornei-me fã de artistas que eu não me identificava em minha adolescência, perdi o interesse por outros e passei a gostar ainda mais de alguns dos meus músicos favoritos. Ao mesmo tempo, percebi como o preconceito que tive durante grande parte de minha vida me impediu de ter inúmeras experiências musicais interessantes.

Intrigado com essa questão, escrevi, ao final do meu curso de Licenciatura em Educação Artística – Música, o TCC “Gosto se discute: desenvolvimento de pedagogias voltadas à construção consciente do gosto musical na atualidade” (2020). Nesse trabalho, foi proposta uma discussão a respeito de diferentes aspectos da formação do gosto musical. Foi proposto, também, um planejamento de atividades pedagógicas, para serem realizadas com adolescentes, relacionadas à escuta musical ativa e crítica.

Durante o desenvolvimento do trabalho, percebi que havia poucos textos em português que abordassem o *streaming* de áudio – principal forma de acesso à música na atualidade – a partir de conceitos ligados à formação do gosto e à área da Educação Musical. Procurei, então, desenvolver, por meio desta dissertação de Mestrado, uma pesquisa em que o mais popular dos serviços de *streaming* – o Spotify – fosse analisado em profundidade. Além disso, houve interesse em estabelecer diálogo com adolescentes, de maneira que fosse possível analisar os impactos desse tipo de serviço com base em seus relatos, levando em conta suas experiências individuais.

A prática musical existe em nossa sociedade há tempo indeterminado. Embora seja impossível datar exatamente o seu início, uma vez que para fazer música nem sempre são necessários instrumentos, pesquisas arqueológicas indicam a existência de instrumentos feitos antes mesmo da existência do ser humano moderno, a partir de ossos e outros materiais naturais. Um exemplo, é uma

flauta feita de osso de urso, por neandertais, há cerca de 60 mil anos (NARODNI MUSEJ SLOVENIJE, 2019). Por essa razão, é possível afirmar que a escuta musical é intrínseca à espécie humana desde sua origem. Ao longo do tempo, porém, ela passou por diversas mudanças, como, por exemplo, na forma de ser praticada, nos contextos nos quais se encaixa e nos locais em que ocorre. Mas era, prioritariamente, um ato social, compartilhado pela comunidade.

Em um dado momento, a prática musical, a depender de seu contexto, transformou-se em espetáculo. Já no período barroco existia a prática da venda de ingressos (RAYNOR, 1981, p. 196), limitando a pagantes o público de determinadas execuções musicais. A possibilidade da música ser encarada como um bem de consumo se intensificou após o advento da gravação, que possibilitou, por diversas vezes, a sua reprodução. Isso criou possibilidades de ela não estar atrelada à sua prática ao vivo e de ser comercializada fisicamente de diferentes maneiras, de forma que o consumidor passou a poder possuí-la para si. Lembre-se, porém, que, embora a partitura impressa existia desde o século XV (RAYNOR, 1981, p. 118) e pudesse, também, ser comercializada, tratava-se de uma série de instruções para sua execução por um músico, fosse amador ou profissional, e não uma versão pronta, que não demanda esforços e que pode ser repetida diversas vezes, de forma tecnicamente idêntica, por diferentes consumidores. Com a possibilidade de gravação, criou-se, também, um fenômeno que Schafer chamou de esquizofonia (2001, p. 131), ou seja, foi permitida a presença da música em locais onde não seria originalmente encontrada e em que, inclusive, sua reprodução ao vivo poderia ser impossível. Um exemplo disso é a reprodução de música dentro dos carros, inicialmente realizada por meio da utilização de fitas K7 ou do rádio, que permitiu que a escuta musical fosse realizada não apenas em um local em que não seria possível ocorrer a sua execução ao vivo, mas, também, em movimento.

Como os aparelhos de som necessários para a reprodução de músicas eram bastante caros e, por vezes, era difícil de se encontrar determinadas gravações, existia o costume de as pessoas se encontrarem nas casas umas das outras para ouvir música, além de emprestarem e replicarem fonogramas. Com o barateamento desses equipamentos, a escuta individual se tornou mais fácil de ser realizada. Esta, poderia ocorrer tanto com a utilização de caixas de som como de fones de ouvido – prática denominada escuta portátil que, inicialmente, se baseava em mídias físicas, como as fitas K7 e, depois, passou a utilizar arquivos de mídia digitais.

Com essa capacidade de armazenamento e transporte para diferentes contextos, a música passou a ser reproduzida com frequência, também, em ambientes públicos, de maneira a se tornar, por vezes, um pano de fundo que escutamos sem prestar atenção, ou nem sequer percebemos que estamos ouvindo (QUIÑONES, KASSABIAN, BOSCHI, 2013).

Nesta Dissertação de Mestrado, será explorada uma espécie de difusão musical recente, possibilitada pelo avanço tecnológico, chamada *streaming* – especificamente, o Spotify, plataforma mais popular a oferecer esse tipo de serviço – que não se baseia no conceito de *posse*, mas na possibilidade de acesso a um amplo catálogo de fonogramas.

Esta pesquisa foi motivada pelo questionamento acerca das possíveis maneiras pelas quais o Spotify poderia influenciar a formação do gosto musical, dos hábitos de escuta e o exercício do livre arbítrio de adolescentes em relação à sua própria escuta. Ela teve como objetivo investigar as peculiaridades do serviço de *streaming*, de maneira a realizar um levantamento dessas formas de influência para, então, a partir desse conhecimento, propor práticas pedagógicas no campo da Educação Musical que contribuam para a sua utilização de forma saudável e benéfica aos estudantes.

Teve-se, por hipótese, que a influência do Spotify poderia ser diferente da exercida por formas de acesso à música anteriores, como, por exemplo, o rádio e a televisão. Essa indagação se deu por conta da personalização automática da plataforma de *streaming* para cada um de seus usuários, realizada a partir de recomendações algorítmicas do que escutar; do agrupamento de diferentes músicas em listas, acompanhadas de descrições subjetivas, relacionadas a sentimentos ou impressões que deveriam, supostamente, ser transmitidas por meio delas; e por sua similaridade a plataformas de redes sociais, com a possibilidade de compartilhamento de listas de reprodução e visualização do que outros usuários escutam. O incentivo à escuta ativa, atenta aos elementos musicais presentes em cada faixa a fim de se saber os motivos para que sejam recomendadas, assim como o exercício criativo, de composição, a partir das características observadas, são vistos como possibilidades para promover o olhar crítico em relação à influência exercida pela plataforma.

Embora esta pesquisa tenha como foco os adolescentes, as práticas aqui propostas podem ser utilizadas com turmas de diferentes idades, desde o Ensino

Fundamental II até grupos de adultos, ou adaptadas a públicos mais jovens. É importante ressaltar, também, que apesar de essas práticas terem sido desenvolvidas tendo em mente as influências que o Spotify pode ter sobre seus usuários, podem ser realizadas, também, com não usuários do serviço, sem que haja qualquer problema.

A escolha de adolescentes como faixa etária a ser estudada se deu, inicialmente, por eu ter tomado contato com estudos de Stephens-Davidowitz (2018) e Holbrook e Schindler (1989). Nesses textos, é apontado que a época da juventude é aquela em que as músicas que conhecemos têm mais chance de se tornarem as preferidas por toda a vida, o que sugere ser esse um período crítico para a formação do gosto musical. Ao longo da pesquisa, por meio do contato com diferentes referências no campo da Psicologia, a relação dos adolescentes com a música se mostrou, também, importante para o estabelecimento e a afirmação da identidade dos jovens, assim como para conhecer a sua relação com diferentes grupos de colegas e seu comportamento em diferentes âmbitos e circunstâncias.

Para responder à questão da pesquisa, referente às maneiras pelas quais o Spotify pode influenciar os hábitos de escuta e a formação do gosto musical de adolescentes, inicialmente foi realizado um estudo bibliográfico a respeito do serviço de *streaming*, de suas funções e posicionamento no mercado fonográfico, além de aspectos relacionados à escuta musical na atualidade. Foram utilizadas, para isso, as informações presentes no próprio site do serviço, trabalhos de institutos como a International Federation of the Phonographic Industry³ (IFPI) e MIDiA Research, além de aproximação ao trabalho de pesquisadores, como, por exemplo, Anja Hagen (2015), que discorre a respeito da utilização de listas de reprodução em aplicativos de *streaming*.

Após esse estudo preliminar, buscou-se saber como se daria a utilização do Spotify entre adolescentes. Então, decidiu-se, como metodologia, recrutar voluntários, adeptos ou não ao uso do serviço, assim como de outras plataformas de *streaming* exclusivamente de áudio. Foi realizada uma dinâmica em grupo focal e conduzidas entrevistas individuais semiestruturadas. Dessa maneira, foi possível investigar questões relacionadas à temática e perceber a existência de diferenças entre os hábitos de usuários e não usuários do serviço, além de impressões

³ Federação Internacional da Indústria Fonográfica. Tradução nossa.

relacionadas à sua utilização, e verificar as formas de influência apresentadas pelo Spotify, em relação às questões exploradas.

É importante ressaltar que a influência do Spotify, no que se refere à formação do gosto musical aqui tratada, diz respeito às formas pelas quais cada indivíduo entra, ou deixa de entrar em contato com as músicas de que gosta e, também, com outras que, possivelmente, não escutaria de forma espontânea. Não houve a intenção de se aprofundar em questões estéticas relacionadas à qualidade das músicas envolvidas nesse processo. O que interessa a este pesquisador é a descoberta de possíveis padrões na formação do gosto musical dos voluntários de acordo com seu contexto, ou nas sugestões dadas pelo próprio Spotify, para participantes que tenham gostos aparentemente diferentes. Neste trabalho, não se procurou, tampouco, descobrir a incidência, de forma numérica ou percentual, de efeitos específicos do Spotify, hipotetizados após a pesquisa bibliográfica e a análise da plataforma, e de sua influência no público escolhido. Buscou-se, tão somente, o levantamento de *possibilidades diversas* de impactos que o serviço de *streaming* pode ter sobre os adolescentes, mesmo que essa afirmação não se aplique a todos eles. Decidiu-se, então, utilizar uma metodologia de pesquisa qualitativa, que busca tratar de assuntos complexos e subjetivos, levando em conta a importância de fenômenos individuais, expressivos e emocionais.

Foram utilizados, como referência para o estudo a respeito desse tipo de abordagem, Demo (2013) e Lüdke e André (1986), que discorrem a respeito da aplicação de diferentes metodologias de entrevistas, inclusive as semiestruturadas, em pesquisas na área da Educação, e Minayo (2002), que trata de diferentes aspectos da pesquisa em Ciências Sociais. Para o estudo específico acerca da metodologia de grupos focais, foram utilizadas como referência Dias (2000) e Gatti (2005).

A análise das interações ocorridas nas dinâmicas com os voluntários foi feita, então, com base em estudos de diferentes áreas. São trabalhados textos de Marisa Fonterrada (1991) e Murray Schafer (2001), que trazem uma perspectiva histórica da possibilidade de a música ser encarada de duas maneiras, conforme expressado por diferentes pensadores: ser considerada uma linguagem que expressa emoções e sentimentos ou, em vez disso, ter caráter não representativo, abstrato. O comportamento de adolescentes relacionado à formação de seu gosto musical, aos seus hábitos de escuta, e às formas pelas quais a música afeta suas vidas pessoais

e em relação aos outros também foi estudado. Para isso, foram tomados como referência diversos estudos de autores do campo da Psicologia como, por exemplo, David Hargreaves e Mark Tarrant. Já para a relação das maneiras pelas quais os voluntários desta pesquisa experienciam a escuta com o campo da Estética Musical, foram utilizados textos de Edson Zampronha (1998) e Adorno (ADORNO, SIMPSON, 2000).

Uma das justificativas para a realização da presente pesquisa é o fato de o *streaming* musical ter ganhado relevância ao longo da última década, a ponto de se tornar a forma mais popular de escuta musical, mas ainda assim serem escassos estudos em português que o relacionem com o campo da Educação. Foi realizado um levantamento bibliográfico em busca de trabalhos de Pós-Graduação e publicações em português em revistas ou periódicos científicos reconhecidos, que relacionassem o *streaming* de áudio ao campo da Educação Musical, por meio da utilização dos bancos de dados das bibliotecas da UNESP (Athena), USP (PBi) e UNICAMP (Acervus). Uma busca avançada pelos termos “Spotify” e “*streaming*” foi feita utilizando, no campo relacionado ao assunto, o termo “Educação”. Os resultados encontrados, porém, não se mostraram relevantes. A maior parte deles, se referia a plataformas de *streaming* de vídeo ou a transmissões ao vivo chamadas *livestreams*, popularmente conhecidas como *lives*. Um artigo (SILVA, 2015), embora não mencionasse as plataformas de *streaming* de áudio, defendia, em seus últimos parágrafos, a importância de os educadores musicais dialogarem com o campo tecnológico, especialmente o da internet, uma vez que ela é uma realidade na vida de grande parte dos jovens. Já os que mencionavam o *streaming* de áudio ou o próprio Spotify, os retratavam apenas como possíveis canais para atividades como, por exemplo, a divulgação de *podcasts* relacionados ao assunto da pesquisa.

Foi realizada, então, a pesquisa simples pelo termo Spotify nas bases de dados da UNESP, USP e UNICAMP, e *streaming* nas bases da UNESP e UNICAMP, sem qualquer termo no campo relacionado ao assunto. Foram encontrados, então, 11 resultados em que ocorria a descrição, em diferentes graus, do funcionamento do Spotify. Nenhum deles, porém, se relacionava ao campo da Educação e apenas um deles (MOSCHETTA, VIEIRA, 2018) contava com entrevistas voltadas à obtenção de relatos de voluntários a respeito de suas próprias experiências com o serviço de *streaming*. Os voluntários dessa pesquisa, porém, eram adultos, com idade entre 22 e 32 anos. Por esse motivo, as formas pelas quais tiveram acesso à escuta musical

ao longo da vida se mostraram bastante diferentes das relatadas pelos voluntários desta pesquisa e, portanto, foram apresentadas, também, relações bastante diferentes com a escuta musical.

Optou-se por não fazer a análise dos resultados para o termo *streaming* na base de dados da USP, uma vez que, devido a um possível problema com a ferramenta de pesquisa, também foram apresentados resultados que continham, em qualquer campo do texto, a palavra *stream* ou suas possíveis traduções para o português. A busca resultou, então, em 564.109 resultados, uma vez que foram exibidos diversos trabalhos que continham a palavra “correnteza” ou “fluxo”, muitos deles ligados à área da engenharia hidráulica.⁴

Espera-se que esta Dissertação de Mestrado possa auxiliar educadores musicais a identificar questões que ocorrem em ambientes de ensino-aprendizagem que possam ter relação com o uso do Spotify pelos estudantes, de forma que eles possam ser amparados para lidar com elas e utilizar o espaço para trabalhar competências relacionadas, de maneira a incentivar o pensamento crítico em relação às recomendações de músicas oferecidas por terceiros, bem como o diálogo a respeito das preferências musicais de cada um. Além disso, pais ou responsáveis por adolescentes da idade pesquisada terão a oportunidade de compreender, por meio deste trabalho, o funcionamento de uma plataforma de uso cada vez mais comum e que se diferencia de formas de escuta musical originadas anteriormente, como, por exemplo, a que se dá por meio de mp3 *players* ou pelo rádio.

Este trabalho é organizado em seis capítulos, sendo o primeiro deles esta introdução. No capítulo 2, “Panorama sobre o Spotify e o *streaming* musical”, é discutido o crescimento em popularidade que o *streaming* de áudio teve ao longo de sua história e as características gerais do meio. São abordados, então, recursos e peculiaridades específicas do Spotify, como, por exemplo, o funcionamento das *playlists*, e formas pelas quais elas podem afetar a escuta dos usuários, o algoritmo de recomendações personalizadas e, também, o funcionamento do Spotify gratuito.

No capítulo 3, “Relação entre adolescentes e o *streaming* de áudio”, inicialmente são exploradas pesquisas anteriores, relacionadas às formas pelas quais a música pode afetar a vida social e a formação da identidade de jovens, além

⁴ As pesquisas nas bases de dados da UNESP e UNICAMP foram realizadas nos dias 09/01 e 11/01/2023, respectivamente. Já na base da USP, elas foram realizadas, primeiramente, no dia 10/01/2023, mas, depois, no dia 27/05, foi conferido o número de resultados obtidos ao se pesquisar o termo *streaming*.

de diferentes fatores que podem influenciar o desenvolvimento de seu gosto musical. É abordada, então, a metodologia utilizada no grupo focal e nas entrevistas, e o processo de recrutamento de voluntários. As respostas obtidas por meio das dinâmicas são, então, relatadas, seguindo uma divisão por tópicos.

No capítulo 4, “Análise dos materiais levantados e possíveis repercussões desta pesquisa” é realizada a análise das respostas relatadas anteriormente, com base em conceitos do campo de Estética Musical, Ecologia Acústica e Psicologia além das informações a respeito do Spotify apresentadas no segundo capítulo, a fim de demonstrar os efeitos que a utilização do serviço pode exercer em jovens da faixa etária dos voluntários.

O capítulo 5, “Possibilidades de aplicações dos resultados desta pesquisa em contextos pedagógicos” se utiliza dos materiais levantados anteriormente na pesquisa para iniciar uma discussão a respeito da importância da Educação Musical nas escolas. São propostas, então, diferentes atividades e abordagens pedagógicas, planejadas para serem aplicadas em turmas da educação básica, mas que também podem ser trabalhadas em ambientes de aprendizagem não formal. Elas se baseiam na escuta e na composição, e são voltadas ao desenvolvimento da atenção, da criatividade e do pensamento crítico relacionado às recomendações musicais dadas por terceiros. São apresentadas, também, sugestões de maneiras de utilizar o próprio Spotify e outros formatos de mídia dentro do ambiente de ensino-aprendizagem para atividades criativas.

Por fim, é realizada a recapitulação do estudo, com breves considerações do autor a respeito dos resultados relatados em cada um dos capítulos. São indicadas, também, expectativas deste pesquisador para a repercussão desta pesquisa em diferentes âmbitos.

2 PANORAMA SOBRE O SPOTIFY E O *STREAMING* MUSICAL

Ao longo deste capítulo, é feita uma introdução às plataformas de acesso à música e difusão musical por *streaming*. É trazida a definição do termo e sua maneira de funcionamento, em conjunto com um panorama histórico, referente à sua recente ascensão no mercado fonográfico mundial e brasileiro. Após isso, é feito o aprofundamento nas funcionalidades do Spotify, principal serviço da categoria, e objeto de estudo deste trabalho, de forma a promover a discussão acerca das suas semelhanças e diferenças em relação às plataformas de escuta musical anteriores. Alguns dos aspectos tratados, aqui, são o funcionamento das *playlists*, o algoritmo de recomendações e a maneira pela qual se dá a promoção de diferentes artistas dentro do serviço de *streaming*.

2.1 A ASCENSÃO DO SPOTIFY E DAS PLATAFORMAS DE *STREAMING* MUSICAL

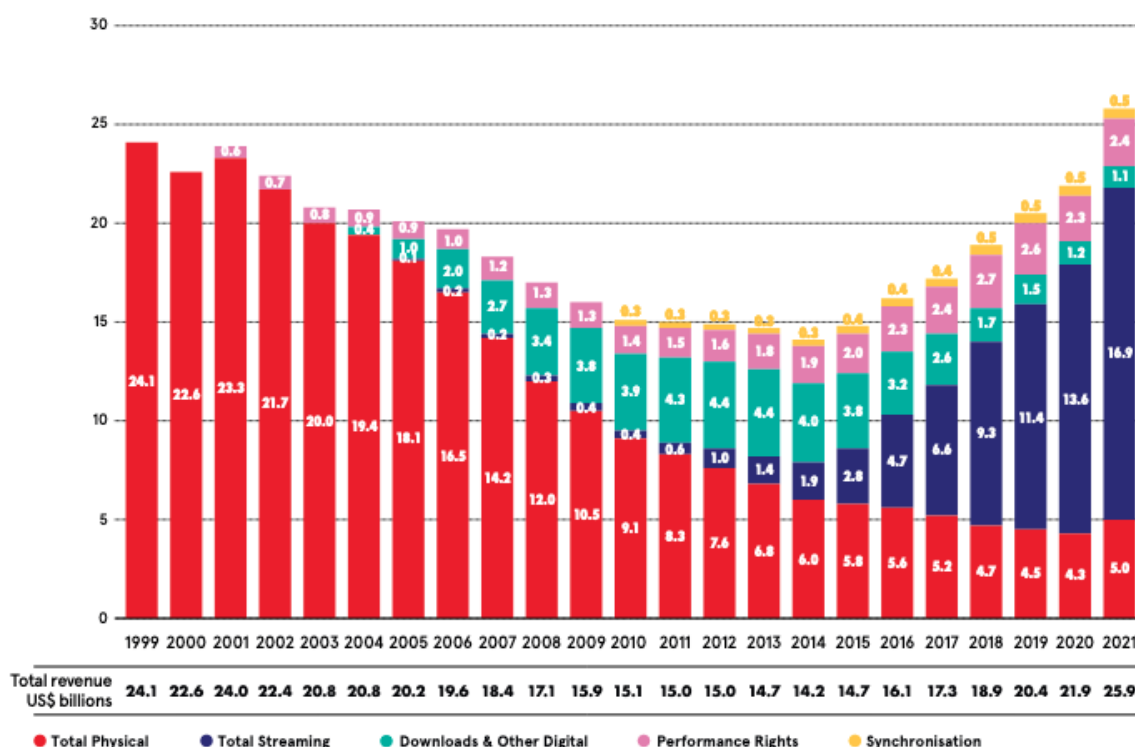
O termo da língua inglesa, *stream*, originalmente, significa correnteza, fluxo. A partir da década de 1980, porém, a palavra *streaming*, que, se traduzida literalmente, seria a transformação do termo anterior em um verbo, como o ato de se produzir uma correnteza, passou a ser utilizada para se referir à utilização de fluxos de dados digitais. Mais especificamente, à “reprodução de mídias digitais sem a necessidade de baixá-las completamente” (Oxford English Dictionary, 2014, apud. MORRIS & POWERS, 2015, p. 107, tradução nossa). Ao longo da última década, o termo recebeu cada vez mais destaque por motivo da utilização crescente de plataformas voltadas, especificamente, para esse tipo de serviço, geralmente para arquivos de natureza específica, como, por exemplo, audiovisuais⁵ ou de áudio. Tais plataformas, geralmente, se baseiam em um modelo *over the top*, ou seja, os conteúdos são transmitidos diretamente aos consumidores sem a necessidade de um provedor, o que aumenta a possibilidade de fornecimento de conteúdo diferenciado para cada um de seus usuários, e podem funcionar de forma gratuita ou mediante diferentes modalidades de pagamento (VIEIRA, 2015, pp. 2).

A versão de 2022 da pesquisa anual realizada pela International Federation of the Phonographic Industry (IFPI)⁶, voltada a mapear o desenvolvimento do mercado fonográfico ao redor do mundo, apontou o crescimento de arrecadações por meio de assinaturas de *streaming* de áudio como a principal razão para que, mesmo com a diminuição da receita gerada por apresentações ao vivo e pela venda de música em mídias físicas, a indústria fonográfica tenha mantido o seu crescimento no ano de 2020 (IFPI, 2021b, p. 10). Em 2021, houve uma diminuição nas arrecadações por meio de mídias digitais que não fossem o *streaming*. Por outro lado, ocorreu um aumento para todas as outras modalidades estudadas. O *streaming* foi o tipo de mídia que apresentou o maior aumento em suas arrecadações (IFPI, 2022, p. 10).

⁵ Tal serviço é explorado para a transmissão de filmes e séries televisivas, em plataformas como Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max e Disney Plus.

⁶ A Fundação Internacional da Indústria Fonográfica (tradução nossa) promove, por meio de diversos estudos e relatórios, “os interesses da indústria fonográfica mundial” (IFPI, 2020a, tradução nossa), contando com mais de 8 mil membros, sendo estes, segundo relatórios da própria empresa, companhias consolidadas ou independentes. No Brasil, os membros inscritos são a Globo Comunicação e Participações S/A (Som Livre), Sony Music Entertainment do Brasil, Universal Music Brazil e Warner Music Brazil. (IFPI, 2020b)

Gráfico 1 - Arrecadações globais, em bilhões de dólares, da indústria fonográfica (1999-2021)⁷



Fonte: IFPI, 2022, p. 11

O gráfico 1 mostra a migração das arrecadações entre diferentes tipos de mídia, com a sua diminuição por meio de mídias físicas do ano de 2001 até 2020 e o constante crescimento do *streaming*, desde sua primeira aparição na pesquisa, em 2005. Observa-se também que, em 2019, as arrecadações advindas do *streaming* superaram, pela primeira vez, a receita gerada por todas as outras formas de distribuição musical. Tal comportamento se manteve nos anos seguintes e, em 2021, as arrecadações realizadas pelo serviço foram 24,3% maiores do que no ano anterior.

Segundo a IFPI, o ano de 2020 apresentou não apenas um acréscimo de 19,9% nas arrecadações por meio do *streaming* em comparação ao ano anterior, como também uma queda na receita gerada por *downloads* e outras mídias digitais, vendas de mídias físicas, direitos autorais e sincronização, que desceram em 15,7; 4,7; 10,1 e 9,4 pontos percentuais, respectivamente. Com exceção de *downloads* e

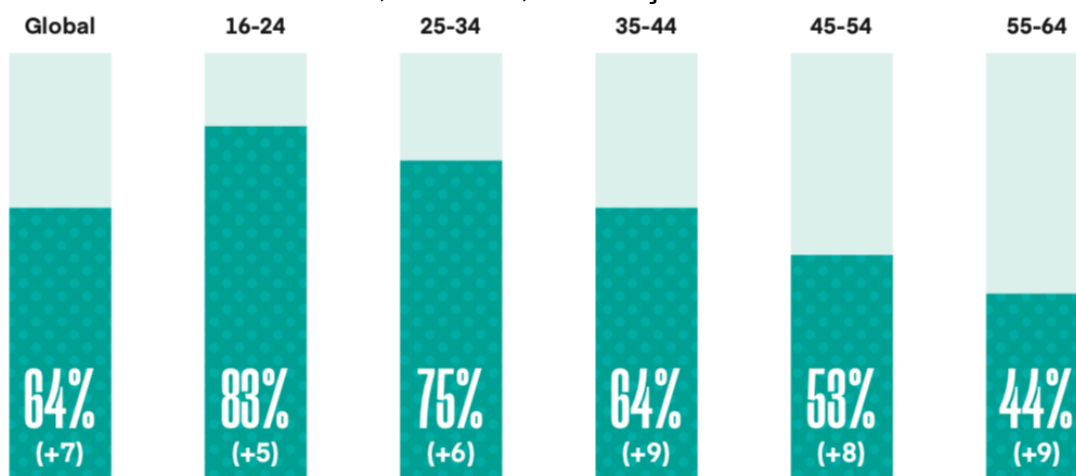
⁷ Na legenda, respectivamente: Total em mídias físicas (vermelho), total em *streaming* (azul escuro), *downloads* e outras mídias digitais (azul claro), direitos autorais (rosa) e sincronização (amarelo). Tradução nossa. Sincronização se define como “o uso da música em anúncios, jogos, filmes e televisão” (IFPI, 2021b, p. 13, tradução nossa).

outras mídias digitais que não o *streaming*, todas as formas de distribuição musical voltaram a apresentar crescimento no ano seguinte.

Em 2021, as arrecadações vindas do *streaming* contaram com 65% da receita total da indústria fonográfica. Essa porcentagem se refere à soma dos 47,3% obtidos por meio do *streaming* por assinatura, e 17,7% de *streams ad-supported* (IFPI, 2021b, p. 11), ou seja, quando o serviço é oferecido de forma gratuita ou com custos reduzidos pelas plataformas, mas o usuário tem contato com publicidade, além de possíveis limitações nas funcionalidades do serviço. O Spotify, por exemplo, oferece, além de seu plano pago, outro, em modalidade *ad-supported*, conhecido como Spotify gratuito. Suas diferenças em relação ao plano por assinatura são exploradas no subcapítulo 2.4 “Funcionamento do Spotify gratuito” (p. 50).

A mesma pesquisa apontou o Brasil como o país com a maior indústria musical da América Latina, continente no qual o *streaming* dominou no ano de 2021 85,9% das arrecadações (IFPI, 2022, p. 15). Já em 2019, o país foi apontado como o décimo com a maior indústria musical dentre os pesquisados em todo o mundo (IFPI, 2020, p. 13). Outro levantamento realizado pela IFPI no mesmo ano demonstrou, mundialmente, um aumento da utilização dos serviços de *streaming* em todas as faixas etárias pesquisadas (gráfico 2), englobando usuários de 16 a 64 anos de idade, que colocaram o “acesso instantâneo a milhões de músicas”, a possibilidade de “ouvir o que eu quiser, quando eu quiser” e a sua conveniência superior à dos outros meios de escuta musical como as principais características que os fazem utilizarem-nas (IFPI, 2019, p. 9, tradução nossa).

Gráfico 2 - Engajamento de diferentes grupos etários às plataformas de *streaming* de áudio, em 2019, em relação ao ano anterior



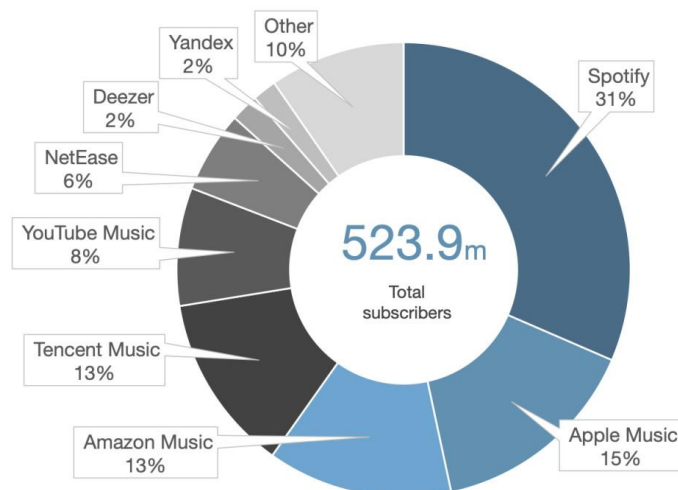
Fonte: IFPI, 2019, p. 9

Segundo o relatório da MIDiA Research (MULLIGAN, 2022), os serviços de *streaming* de áudio tiveram um total de 523,9 milhões de assinantes. Os que possuem o maior número deles são, respectivamente, o Spotify (31%), o Apple Music (15%) e o Amazon Music (13%). As plataformas dos três estavam disponíveis oficialmente no Brasil no momento desta pesquisa. O gráfico a seguir mostra como se deu a divisão dos assinantes de diferentes serviços de *streaming* de áudio, mundialmente, no segundo bimestre de 2021:

Gráfico 3 - Mercado mundial de *streaming* por assinatura, segundo bimestre de 2021

Global streaming music subscription market, Q2 2021

Global streaming music subscription market, Q2 2021, global



Source: MIDiA Research Music Subscriber Market Share Model 11/21

MIDiA.

Fonte: MIDiA Research Music Subscriber Market Share Model 11/21 apud. MULLIGAN, 2022

Dentre esses serviços, o Spotify foi escolhido como o foco desta pesquisa devido à sua popularidade e à existência de materiais disponíveis, em diferentes línguas, a respeito de suas funcionalidades e possíveis impactos sobre seus usuários.

Com um catálogo de “mais de 82 milhões de faixas, incluindo mais de 3,6 milhões de (...) *podcasts*” (ABOUT, 2018, tradução nossa), o Spotify tem sua sede em Estocolmo, na Suécia, e se originou em 2006, tendo sido lançado oficialmente no Brasil em 2014 (MOSCHETTA, VIEIRA, 2018). Atualmente, está disponível em mais de 230 países (WHERE, 2022) e pode ser acessado por meio de diferentes dispositivos, como celulares, computadores, carros, televisões, videogames e outros. Os serviços de *streaming*, de maneira geral, têm alguns diferenciais em relação às plataformas anteriores. Neles, o usuário pode ter acesso a um vasto acervo musical de forma rápida e fácil, desde que tenha um dispositivo compatível e conexão estável com a internet. Há, também, a possibilidade da existência de algoritmos de recomendação de músicas, que se baseiam no comportamento dos ouvintes dentro da plataforma. Cada um desses recursos pode funcionar de maneiras diferentes a depender do serviço em que se encontra. No que diz respeito à análise desses recursos, este trabalho se foca nas funcionalidades do Spotify, de

forma a poder estudá-las de maneira aprofundada. Ainda assim, embora existam diferenças em relação às outras plataformas de *streaming*, elas têm intuitos semelhantes. A análise do Spotify pode, portanto, contribuir, também, para a compreensão acerca dos outros serviços de *streaming* de áudio.

2.2 PLAYLISTS E SUAS POSSÍVEIS FORMAS DE ESCUTA

Ao longo dos anos, foram criados diversos formatos de compressão de arquivos de áudio. O mp3, mais popular entre eles, “adotado como padrão em 1991” (QUIÑONES in: QUIÑONES, KASSABIAN, BOSCHI, 2013, p. 110, tradução nossa), embora não seja utilizado no Spotify, é utilizado em diversos serviços de *streaming* e outras aplicações e, devido à sua influência histórica nas possibilidades de escuta e acesso à música, merece ser contextualizado. Assim como outros formatos de compressão de áudio, o mp3 tem como característica uma perda de qualidade em relação aos áudios não comprimidos. Essa perda, porém, é praticamente imperceptível quando a escuta se dá em determinadas condições como, por exemplo, com a presença de ruídos de fundo, em equipamentos de baixa qualidade ou em determinados tipos de fones de ouvido. No entanto, é importante considerar que arquivos mp3 ocupam um espaço de armazenamento cerca de doze vezes menor do que os áudios presentes em CDs, sendo possível, então, armazenar um número elevado de músicas em um espaço relativamente pequeno. Essa característica, em conjunto com a facilitação no processo de pirataria, fez com que se popularizasse a utilização de aparelhos portáteis de reprodução musical, como, por exemplo, os mp3 *players* (WITT, 2015). Embora no Spotify não seja utilizado o formato mp3, mas o AAC, dos mesmos desenvolvedores, este mantém as características consideradas positivas do mp3, porém com maior qualidade de áudio em arquivos de baixas taxas de bits, ou seja, os mais comprimidos. A compatibilidade do AAC com diferentes dispositivos, porém, é menor que a do mp3, que pode ser reconhecido em praticamente qualquer software de reprodução de mídias digitais.

Outra repercussão da utilização de arquivos mp3 foi “o estabelecimento do status de arquivos de áudio individuais como unidades musicais primárias” (QUIÑONES in: QUIÑONES, KASSABIAN, BOSCHI, 2013, p. 112, tradução nossa) e, conseqüentemente, a facilitação de sua organização em *playlists*, ou seja, listas de reprodução de diversos áudios. Essas listas já eram utilizadas em diferentes plataformas de difusão musical e acesso à música anteriormente. Álbuns musicais, por exemplo, podem ser considerados um dos tipos mais tradicionais de *playlists*. Elas também podem ser encontradas no rádio, quando é feita uma seleção de músicas para a sua programação. Além disso, podem ser montadas listas das

músicas anunciadas como as mais pedidas pelos ouvintes, ou as mais populares no momento. Outro exemplo de possibilidade de criação de *playlists* anterior às mídias digitais, é a elaboração das chamadas *mixtapes*, por meio da gravação de músicas que tocavam no rádio em fitas K7. Já se tratando de mídias digitais, as *playlists* podem ser montadas, também, no computador, por meio da separação de arquivos de áudio em diferentes pastas ou, mesmo, de funções específicas para a sua elaboração em softwares reprodutores de mídia, como o iTunes.

As *playlists* são um dos principais recursos do Spotify. Em vez de serem apenas agrupamentos de músicas, elas se dividem em três categorias, exploradas a seguir, que promovem diferentes possibilidades de escuta, sendo assim responsáveis por grande parte da experiência dos usuários do serviço.

2.2.1 Playlists de usuário

A primeira categoria a ser explorada neste trabalho é a das *playlists* de usuário. Como o próprio nome indica, elas são inteiramente criadas pelos usuários do serviço, que adicionam músicas ou podcasts a elas e são indicados como seus proprietários. No entanto, saliente-se que outras músicas, relacionadas às selecionadas, são sugeridas, pelo Spotify, para fazerem parte da lista. Essas *playlists* podem ser privadas ou públicas. Caso sejam públicas, sua visualização e acesso são disponibilizados a outros usuários, que terão autorização para segui-las e receber notificações quando ocorrerem atualizações, o que pode promover uma espécie de experiência social dentro do aplicativo. As músicas adicionadas às listas dessa categoria alimentam o algoritmo do Spotify, o que será abordado no subcapítulo seguinte.

Quando um usuário exclui uma *playlist*, ela não é completamente apagada da plataforma, de forma a continuar disponível para os outros usuários que tinham acesso a ela. É como se seu proprietário houvesse apenas deixado de segui-la e, caso deseje, existe a opção de voltar atrás e segui-la novamente (WORKING, 2014).

Anja Nylund Hagen é professora de Música e Mídia na Universidade de Oslo. Em seu PhD, abordou “experiências de usuários com serviços de streaming musical” e, atualmente, desenvolve uma pesquisa de pós-doutorado sobre “a digitalização da indústria musical” (ACADEMIA, 2021, tradução nossa). Em “The Playlist Experience: Personal Playlists in Music Streaming Services,” (2015) ela descreve, a partir de

dados obtidos em entrevistas com 12 utilizadores do Spotify, WiMP Music e de observações próprias, diversas possibilidades de interação dos usuários com as listas.

Existe a possibilidade de organizar as *playlists* por meio da simulação de uma coleção de mídias físicas, como álbuns ou discografias, de forma a criar listas estáticas, com músicas definidas, sem que haja a pretensão de modificá-las no futuro. Como as faixas, nas plataformas de *streaming*, são imateriais, podem estar presentes em diversas listas simultaneamente, sem qualquer espécie de complicação, o que possibilita outras formas de organização. Em sua pesquisa, Hagen também menciona a possibilidade de *playlists* sensíveis a determinados contextos; alguns exemplos são as listas montadas pelos próprios usuários, escolhidas por remeterem a momentos significativos de suas vidas, como uma viagem; atividades, exercícios físicos; ou temas específicos, como músicas que envolvem alguma técnica característica de um instrumento, úteis para o seu estudo, ou que tenham letras a respeito uma mesma temática. Essas formas de utilização das *playlists* também puderam ser observadas nesta pesquisa, e são abordadas de forma profunda no subcapítulo 4.3 “Relação entre a escuta musical e diferentes contextos” (p. 157). Ao observar páginas e perfis de redes sociais, pode-se perceber, também que alguns usuários utilizam as *playlists* para criar *memes*⁸ por meio da formação de frases com os nomes das músicas.

As *playlists* podem ser compartilhadas com outros usuários. Estes recebem permissão para editá-las, adicionando ou removendo músicas. Não existe, porém, propriedade coletiva para uma lista; o proprietário será sempre o perfil que a criou originalmente (WORKING, 2014). Quando compartilhadas, as listas se tornam privadas, disponíveis, apenas, aos perfis com permissão para editá-las; além disso, não podem ser publicadas. É importante notar que há uma diferença entre o compartilhamento dos direitos de edição de uma *playlist* com outro usuário, como mencionado anteriormente, e do compartilhamento de uma lista pública com diversas pessoas, para que possam escutá-la, mesmo que não possam realizar edições. Em ambos os casos, o compartilhamento é um recurso que pode se utilizar do “potencial comunicacional” (HAGEN, 2015 p. 16, tradução nossa) das listas, para que os usuários possam expressar sua personalidade.

⁸ “Uma ideia, imagem, vídeo, etc. que é espalhada muito rapidamente pela internet” (MEME, s.d., tradução nossa).

Existe a opção, para cada perfil dentro do Spotify, de permitir que usuários que o seguem não apenas tenham acesso às suas *playlists* públicas, mas, também, saibam qual música está sendo ou foi a última escutada por ele. A conta do indivíduo no serviço de *streaming* pode ser vinculada, também, a um perfil do Facebook⁹, de maneira a habilitar a possibilidade de seguir (e ser seguido por) todos os amigos usuários do Spotify presentes na rede. Esses dois recursos combinados podem trazer à plataforma de *streaming* um caráter parecido com o de uma rede social, em que cada um tem contato com as atividades dos outros. Isso se intensifica com a possibilidade de, após conectar a plataforma a uma conta do Facebook, compartilhar músicas por meio de publicações ou *stories*.¹⁰

2.2.2 *Playlists* algorítmicas ou personalizadas

Uma segunda modalidade de *playlists* é a das listas algorítmicas, ou personalizadas. Elas são geradas pelo próprio Spotify e se mostram diferentes para cada usuário. Isso ocorre porque é feita uma personalização automática a partir da coleta de dados, durante todo o tempo de utilização da plataforma. Esses dados são um conjunto de mais de mil sinais referentes ao comportamento de todos os usuários. Alguns exemplos são o momento do dia em que cada faixa geralmente é escutada (AMPLIFYING, 2020), além de as músicas que eles “tocam, salvam, curtem, compartilham, avançam, etc. (...) e os hábitos de pessoas com gostos similares” (TYPES, 2021, tradução nossa). Todos esses dados são, então, analisados pelo algoritmo da plataforma para que, assim, sejam selecionadas músicas com características semelhantes, que possam agradar o ouvinte.

É importante mencionar que não é possível utilizar o Spotify sem acessar uma conta, seja ela na modalidade gratuita ou paga,¹¹ o que faz com que a coleta de dados pessoais seja imperativa, caso se deseje usufruir do serviço de *streaming*. Um resultado interessante disso, e não necessariamente desejável, é a inabilidade do algoritmo em perceber se uma música foi tocada em um momento de apreciação

⁹ Facebook é uma rede social voltada à conexão com pessoas e comunidades. Para saber mais, conferir META, 2022.

¹⁰ *Stories* são uma categoria de publicação presente em redes sociais da empresa Meta, como por exemplo o Facebook e Instagram. Nas plataformas, aparecem em locais especificamente designados para eles, separados de outras publicações. Após serem publicados, permanecem disponíveis por apenas 24 horas (INSTAGRAM, 2016; META, 2019).

¹¹ As diferenças entre as modalidades são exploradas no subcapítulo 2.4: Funcionamento do Spotify gratuito

musical do usuário ou para outros fins não relacionados ao seu gosto musical, como, por exemplo, para ser utilizada em uma aula de música, em uma festa, ou caso outra pessoa tenha realizado a escolha do que escutar. Isso pode resultar em sugestões desconexas ao gosto musical do usuário nas *playlists* personalizadas. Uma forma de evitar esse problema é iniciar uma sessão particular: função desabilitada por padrão e que se desliga sozinha todas as vezes que o aplicativo é reiniciado ou “depois de um longo período de inatividade” (PRIVATE, 2022, tradução nossa). Ela impede outros usuários de verem o que se escuta no momento, e não alimenta o banco de dados do ouvinte para recomendações.

Para definir o grau de semelhança ou diferença entre músicas, o algoritmo do Spotify se baseia em diversos recursos de áudio. Alguns dos que são citados na parte voltada para desenvolvedores no site da plataforma serão listados a seguir:

- a) Acústica: se a música é feita com instrumentos acústicos ou elétricos;
- b) Dançabilidade: o quão dançante a música é;
- c) Duração: duração total em tempo;
- d) Energia: uma “medida de intensidade e atividade. Tipicamente, faixas enérgicas parecem rápidas, altas e barulhentas”;
- e) Instrumentalidade: o quão vocal ou instrumental a música é;
- f) Tonalidade;
- g) Modo: a escala utilizada na música. Essa análise é feita de forma binária, considerando-se, apenas, os modos “maior” ou “menor”;
- h) Fala: se a faixa conta com voz falada. Esse parâmetro pode diferenciar uma música de um podcast, por exemplo, mas engloba, também, diferentes gêneros musicais
- i) Andamento: contado em batimentos por minuto - BPM
- j) Fórmula de compasso: curiosamente, só são consideradas as fórmulas de compasso “de ‘3/4’ até ‘7/4’”
- k) Valência: a positividade de cada faixa. “Faixas com alta valência soam mais positivas [por exemplo: felizes, animadas, eufóricas] enquanto faixas com baixa valência soam mais negativas [por exemplo: triste, depressivas, raivosas]”

(WEB, 2021, tradução nossa para todos os nomes de recursos e descrições citadas).

Pode-se perceber que diversos desses parâmetros, como por exemplo “positividade”, são relativos, e não são explicitados os critérios para a sua avaliação. Ao mesmo tempo, outros deles promovem uma análise incompleta. É o caso de, por exemplo, “modo”, em que músicas atonais ou com modulações e utilização de diferentes escalas são conformadas dentro de um único modo “maior” ou “menor”. Algo parecido ocorre com a avaliação do algoritmo referente à fórmula de compasso, que não engloba qualquer opção que não esteja entre 3/4 e 7/4, não sendo, assim, explicado de que forma é feita a análise de fórmulas com denominadores diferentes de quatro, compassos compostos, ou que tenham menos de três ou mais de sete tempos.

As *playlists* personalizadas se encontram em categorias com nomes como “feito para ...”, com a inserção do nome de usuário e “100% você”. Sempre que são acessadas, pode ser visualizada a mensagem “feita para ...”, novamente com o perfil do usuário, como demonstrado a seguir:

Figura 1 - Exemplo de *playlist* “feita para Bruno Millan”



Fonte: aplicativo do Spotify para celular Android, 07 abr. 2022

Algumas delas acompanham descrições, como, por exemplo, “As músicas que você está curtindo agora”, “Criamos uma playlist personalizada para você relembrar as músicas que marcaram o seu ano”, “Um mix de músicas e notícias feito para você” e “Sua mixtape semanal cheia de novas descobertas e pérolas musicais escolhidas só pra você. Atualiza toda segunda”, pertencentes, respectivamente, às listas “No Repeat”, “Sua Máquina do Tempo”, “Caminho Diário” e “Descobertas da Semana”.¹² Uma parte delas é focada em trazer retrospectivas da escuta do usuário, enquanto a outra é na descoberta de músicas ainda não escutadas, mas que se relacionem com a análise da plataforma do que seria o seu gosto musical.

Existem outros recursos no Spotify que envolvem recomendações, além das *playlists* que já vêm prontas na plataforma. Uma delas é a função “rádio”. As rádios são exibidas entre as listas do perfil dos artistas, mas podem ser geradas também a partir da seleção de álbuns, de outras *playlists* ou mesmo de músicas individuais. Ao selecionar a opção de criar uma rádio, é gerada uma lista que traz uma seleção de repertório supostamente similar ao material escolhido. Outra função, que utiliza o algoritmo do Spotify, é a de enriquecer as *playlists*. Ao selecionar essa opção, em qualquer lista de usuário, são adicionadas a ela recomendações algorítmicas, que podem ser, então, somadas à *playlist* de forma definitiva ou removidas. Existe também um recurso chamado “ordem aleatória inteligente”, que surgiu durante o período de escrita deste texto e aparenta estar em fase de implementação. Ao utilizá-lo para a reprodução de uma *playlist* da qual o próprio usuário é proprietário, são reproduzidas, junto das músicas presentes nela, recomendações. Diferentemente da função “enriquecer”, elas só são exibidas no momento de sua reprodução, não aparecendo como parte da lista. Há, porém, a possibilidade de salvá-las, como qualquer música no Spotify, mas isso deve ser feito de forma manual. Curiosamente, as listas que contam com a função “enriquecer” não têm a possibilidade de serem reproduzidas utilizando a ordem aleatória inteligente, assim como as que podem ser escutadas com a utilização dessa função não podem ser enriquecidas. Um possível motivo para isso é o fato de que a ordem aleatória inteligente foi introduzida há pouco tempo no serviço e, por isso, pode funcionar de maneira indevida.

¹² Todos os títulos e descrições de *playlists* citados foram observados no aplicativo do Spotify para celular, computador e em sua versão para navegador de internet no dia 15 de março de 2022.

Há também a função *Match*, que é uma espécie de *playlist* algorítmica para duas ou mais pessoas (RECOMENDAÇÕES, 2022), embora tenha sido descrito, enquanto estava em sua fase beta, que ela “é mais do que uma *playlist* – é uma experiência dentro do aplicativo” única em relação aos seus outros recursos (MEET, 2021, tradução nossa). Ela também se encontra na seção “feito para você” do Spotify. O usuário pode convidar até nove amigos para participarem dela por meio de um *link*. São geradas, então, segundo o Spotify, recomendações baseadas no gosto musical de cada um, as quais ficam disponíveis para todos os seus integrantes. Ao lado de cada música, aparece a foto de perfil do usuário no qual o Spotify se baseou para recomendá-la, e existe a possibilidade de haver a seleção de mais de um perfil para a mesma faixa. Alguns artistas disponibilizam *links* para que as pessoas criem um *match* com eles e vejam se têm o gosto musical semelhante (THE MORE, 2022). Há a opção de compartilhar os *matches* em redes sociais, assim como de criar o *story* do *match*: uma publicação montada especialmente para ser compartilhada que, primeiro, mostra a porcentagem de semelhança entre o gosto musical dos participantes e, depois, a música que os “une”. Ao experimentar o recurso para esta pesquisa, foi possível descobrir que nem sempre, porém, essa música é conhecida por todos os participantes, o que gerou uma dúvida em relação aos critérios para a seleção da música pela plataforma.

Caso um usuário faça mais de três *matches* separados, com amigos diferentes, é criada a *playlist* “*Mix dos amigos*”, compartilhada com eles, e que envolve recomendações baseadas no gosto de todos.

Outra questão interessante refere-se ao nome do recurso. Nas plataformas do Spotify em inglês, em vez de se chamar *match*, que, traduzido para o português seria “combinação” ou “equivalência”, se chama *blend*, que se traduz como “mistura”. É curiosa a decisão da equipe do Spotify de substituir um termo em inglês por outro na mesma língua, porém com significado diferente, na versão brasileira da plataforma, em vez de traduzi-lo para o português ou mantê-lo.

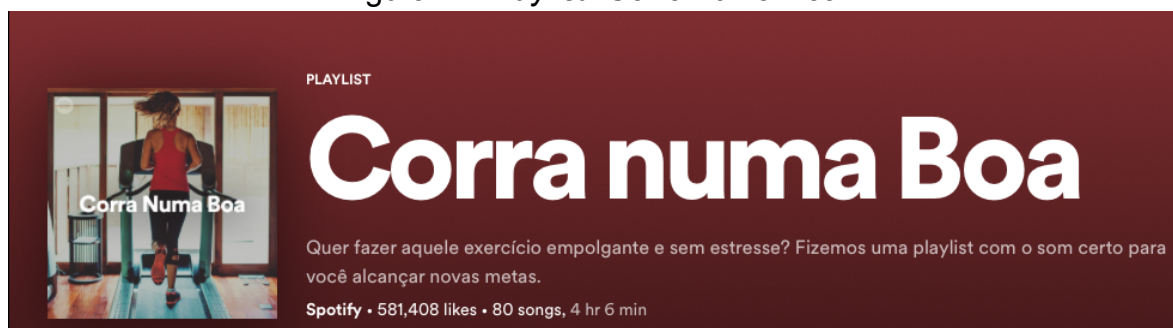
2.2.3 *Playlists* editoriais

O último tipo de *playlist* disponível no Spotify é o editorial. Para a sua criação, é feita uma curadoria por uma equipe de pessoas. Diferentemente das algorítmicas, que são listas individuais, criadas para cada ouvinte, as editoriais são pensadas para

uma audiência. Os dados de comportamento dos usuários também são utilizados pelos seus editores, que as modificam, segundo o Spotify, de acordo com os interesses do público. Dessa forma, músicas que aparecem em listas menores e fazem sucesso dentro delas podem ser incluídas entre outras mais populares, de maneira a possibilitar um aumento de seu alcance. Isso ocorre de forma similar ao crescimento de artistas nas *playlists* algorítmicas, porém sem ser de uma maneira automática e, sim, por decisão da equipe de curadoria.

Uma peculiaridade das *playlists* editoriais é o fato de que, enquanto parte delas tem sua curadoria realizada a partir de parâmetros objetivos, resultando, por exemplo, em listas formadas apenas por músicas de artistas LGBTQIA+, de lugares específicos, ou das faixas mais tocadas em um determinado período de tempo, outra parte é criada, segundo a equipe do Spotify, “para todo humor, momento e atividade” (SPOTIFY FOR ARTISTS, 2018, 0’39”). Ao observá-las, é possível perceber que, de fato, diversas delas são nomeadas de acordo com tais categorias, além de trazerem imagens de capa e descrições. A seguir, tem-se alguns exemplos:

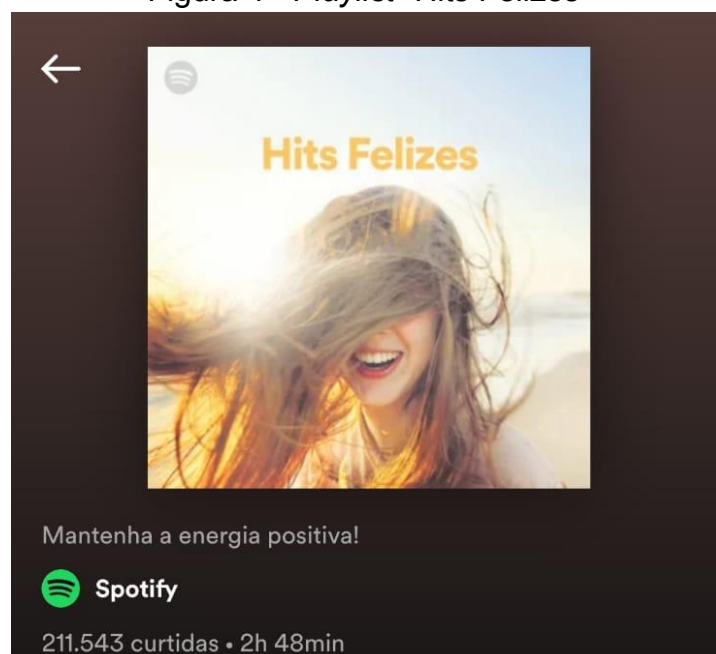
Figura 2 - *Playlist* “Corra numa Boa”



Fonte: Spotify *web player*, 31 mar. 2022

Figura 3 - *Playlist* “Coração Partido”

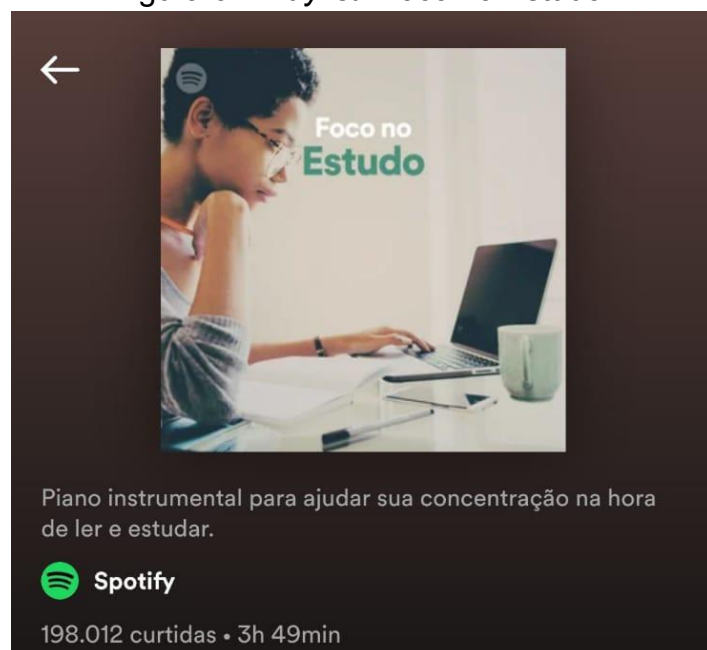
Fonte: aplicativo do Spotify para celular Android, 31 mar. 2022

Figura 4 - *Playlist* “Hits Felizes”

Fonte: aplicativo do Spotify para celular Android, 31 mar. 2022

Figura 5 - *Playlist* “Friozinho”

Fonte: aplicativo do Spotify para celular Android, 31 mar. 2022

Figura 6 - *Playlist* “Foco no Estudo”

Fonte: aplicativo do Spotify para celular Android, 31 mar. 2022

Será que a música que é aconchegante ou feliz para um indivíduo, também é para o outro? Será que todo mundo que está com um coração partido se sentirá melhor ao ouvir músicas de amor? Uma seleção de músicas *pop* e eletrônicas não pode fazer com que determinadas pessoas se estressem ao realizar exercícios

físicos? Não existem pessoas que se sentem menos concentradas em seus estudos ao ter uma música tocando?

Percebe-se que, embora existam construções sociais relacionadas às sensações que diferentes tipos de música podem nos despertar (como por exemplo, o clichê de tonalidades maiores serem consideradas felizes enquanto tonalidades menores serem tristes), a proposta de selecionar músicas que se relacionem com determinadas atividades ou estados de humor é carregada de subjetividade. Em diversos momentos, porém, ela é reforçada pelo Spotify como um de seus diferenciais. Na aba “sobre” de seu *site* oficial, por exemplo é exibido o texto a seguir:

Com o Spotify, é fácil encontrar a música ou podcast ideal para cada momento, seja no celular, no computador, no tablet ou em outros dispositivos.

O Spotify tem milhões de músicas e episódios de podcasts. Então você sempre encontra algo ótimo para ouvir, não importa se está dirigindo ou fazendo exercícios, em clima de festa ou relaxando em casa. Escolha o que quer escutar ou deixe o Spotify te surpreender.

Você também pode explorar as coleções montadas por amigos, artistas e celebridades ou criar uma estação de rádio e deixar o som rolar.

Crie a trilha sonora para a sua vida com o Spotify. Faça uma assinatura ou crie uma conta grátis. (SOBRE, 2013)

A busca por uma demonstração da expertise do serviço em fazer com que seus usuários escutem músicas específicas em determinados momentos também é explorada em sua página inicial voltada a anunciantes, em que é exibida a mensagem “Alcance pessoas enquanto elas Cozinham/Estudam/Viajam/Malham/Fazem streaming do que mais gostam” (SPOTIFY ADVERTISING, 2020), com as diferentes ações indicadas – cozinhar, estudar, viajar, malhar e fazer *streaming* – aparecendo uma por vez, no lugar da anterior.

É definida a missão do Spotify de possibilitar que seus ouvintes criem “a trilha sonora” para suas vidas a qualquer momento e em qualquer lugar, de forma que, em uma das páginas sobre a plataforma, é afirmado que a “ubiquidade está no centro de tudo que” é feito por eles (FIVE, 2021, tradução nossa). Pode-se perceber que,

tanto no texto quanto na frase presente na página voltada a anunciantes, a música é citada como uma espécie de acompanhamento ou facilitador para outras atividades, da mesma forma como é possível observar nos títulos e descrições das *playlists* editoriais. No único momento em que a escuta musical por si só é considerada uma possibilidade, ao final da segunda frase, ela não é indicada diretamente, sendo substituída pelo termo “fazer *streaming*”. É interessante observar, também, a transposição, no texto, do termo “trilha sonora”, geralmente utilizado para se referir às músicas e sons produzidos durante produções cinematográficas ou peças de teatro, para o contexto da vida cotidiana, de forma a relacioná-la a um espetáculo.

2.3 RECOMENDAÇÕES E PARCERIAS

Ao acessar qualquer *playlist* que não seja de usuário, isto é, as listas personalizadas, editoriais, ou qualquer categoria do Spotify que envolva recomendações dadas pela plataforma e clicar em um botão de opções, surgem as possibilidades de curti-la, adicioná-la a uma outra *playlist* (caso a categoria já seja uma *playlist*, todas as suas músicas serão adicionadas à outra), compartilhá-la, adicionar à fila de músicas que serão tocadas e, por fim, saber mais sobre as recomendações do Spotify.¹³ Ao selecionar a última opção, tem-se acesso ao seguinte texto:

Nossas recomendações te ajudam a encontrar conteúdos que você vai gostar: pode ser aquela música antiga que você tanto ama ou um programa que nunca imaginou que ia curtir.

Nossos editores no mundo todo sabem muito sobre música e cultura. E eles garantem que nossas playlists sejam criadas pensando na melhor experiência possível para nossos ouvintes.

Nossas recomendações personalizadas são feitas especialmente para você. Consideramos diversos fatores: o que você ouve e quando, o que as pessoas com gostos semelhantes ao seu (tanto para música quanto para podcasts) estão escutando e o conhecimento dos nossos especialistas nesses assuntos.

Em alguns casos, nossas recomendações podem ser influenciadas por questões comerciais. Mas a satisfação do ouvinte é nossa prioridade, então apenas recomendamos conteúdos que achamos que você vai querer ouvir. Nossas recomendações se baseiam nos sinais que você manda. Então, continue ouvindo as músicas e os podcasts que você ama! (SPOTIFY, 20?)

Primeiramente, é interessante mencionar a falta de cuidado com a escrita presente na mensagem acima. No caso, essa mensagem, em português, mas que muda de idioma dependendo das configurações do usuário no aplicativo, mistura pronomes da segunda e terceira pessoa em uma única frase (te e você, respectivamente), talvez para dar a impressão de informalidade ou, simplesmente, por descuido no momento em que o texto foi traduzido. O descuido com a escrita é

¹³ Dependendo do dispositivo utilizado e do tipo de *playlist*, surgem outras opções, como adicionar um atalho para a lista na tela inicial do dispositivo (apenas em dispositivos móveis). A opção de saber mais sobre as recomendações, porém, sempre aparece por último na lista.

perceptível em outros textos presentes nos *sites* do Spotify, mesmo quando redigidos na língua inglesa. Percebe-se também a repetida utilização da palavra “você”, que pode ser fundamentada no objetivo de a plataforma convencer seus usuários de que existe uma adaptação única e especial para cada um deles, e que seu bem-estar é a prioridade.

Além da rápida menção no último parágrafo da mensagem anterior, não há nenhuma explicação, dentro do Spotify, sobre as “questões comerciais” que podem afetar as recomendações dadas. Morris e Powers (2015), porém, trazem um argumento que contradiz a afirmação da plataforma, citada anteriormente, de que seu objetivo é “a satisfação do ouvinte”:

Utilizando os dados sobre popularidade de artistas e comportamento do usuário para ajudar a guiar suas decisões, o Spotify faz parceria com artistas e selos específicos para ajudar a aumentar sua exposição na plataforma (Spotify Reveals... 2013). Quando (...) são escolhidos como artistas destaque, seu trabalho é proeminentemente anunciado pela plataforma Spotify na aba ‘descobertas’, em suas páginas principais, ou recebe destaque em *Spotify Sessions* ‘exclusivas’.¹⁴ (...) Devido à falta de transparência nas formas pelas quais as recomendações e ‘descobertas’ são apresentadas, recorrentemente não é claro se elas são mensagens promocionais; em vez disso, parecem ser descobertas baseadas nos hábitos e padrões de escuta anteriores do usuário. (MORRIS; POWERS, 2015. p. 113, tradução nossa)

Mesmo na referência utilizada por Morris e Powers (2015), não há uma explicação clara de como são feitas as parcerias entre o Spotify e os artistas. Nela, consta apenas uma lista de artistas dos quais o serviço apostava que seriam grandes no ano seguinte de sua publicação, 2014, e com quem o Spotify havia “trabalhado em conjunto e dado apoio nos meses recentes” à publicação (SPOTIFY REVEALS, 2013, tradução nossa). Dessa forma, não é possível saber exatamente como funciona esse trabalho, apenas que as músicas recomendadas aos usuários podem não ser necessariamente relacionadas aos seus hábitos de escuta, por mais que exista um apelo do serviço de *streaming* para convencer os ouvintes de que as questões comerciais não interferem na sua experiência, sem qualquer embasamento técnico explícito.

¹⁴ Spotify Sessions são gravações, em áudio, de apresentações ao vivo disponibilizadas exclusivamente para o Spotify, sendo algumas delas gravadas em estúdios da própria plataforma.

Com exceção do texto vago sobre as recomendações, nenhuma das informações citadas está presente dentro da plataforma. Para obtê-las, é necessária a realização de uma pesquisa com objetivo específico, que envolva a leitura de artigos científicos e materiais disponibilizados pelo Spotify especificamente para artistas, desenvolvedores, marqueteiros, ou que já foram disponibilizados para o público geral, mas que foram tirados do ar.¹⁵ Ainda assim, não é possível saber claramente quais os critérios para que uma determinada música seja apresentada ao ouvinte ou promovida pelo serviço. Os ambientes em que o texto mencionado anteriormente é exposto e que, portanto, pode-se acreditar que sejam os lugares em que as promoções são vinculadas, são diversos. Em cada um deles, a prática pode trazer consequências específicas aos usuários, exploradas no tópico 4.1.2 deste trabalho (p. 132).

Essa espécie de promoção, embora feita de uma forma específica no Spotify, pode ser relacionada com a prática do jabá nas rádios. “Originário da palavra *jabaculê* (gorjeta, propina, dinheiro)” (BRASIL, 2003), ele consiste na “compra de espaço em rádio ou televisão, para a difusão de artistas, sem que o público saiba” (SUMAN, 2006), podendo essa compra ser feita com dinheiro ou mesmo outros produtos, como por exemplo brindes a serem sorteados pela emissora para os ouvintes ou apresentações dos artistas sem que recebam pagamento, ou que estes sejam reduzidos. Entre os anos de 2005 e 2006, nos Estados Unidos, país em que tal prática é considerada crime, a Universal, Sony BMG e Warner Music, três das maiores gravadoras do mundo, estiveram envolvidas em processos milionários por terem se utilizado do jabá (SUMAN, 2006). É importante mencionar que juntas, elas detiveram uma parte estimada de 63% das músicas presentes no Spotify em 2020 (INGHAM, 2021). Não é possível saber se essa conduta de promoções é mantida, por elas, dentro do serviço, uma vez que tal prática, embora considerada um crime no meio das rádios nos Estados Unidos, não é regulada no *streaming*. No Brasil, foi criado o projeto de lei 1048/2003 para criminalizá-la também, mas, embora tenha passado por diferentes comitês, ainda não chegou a ser aprovado no plenário, portanto o jabá ainda não é considerado um crime no país (PODCAST, 2022). Mesmo com diversas semelhanças entre as duas práticas, a promoção dentro do

¹⁵ Esse é o caso da página “Spotify reveals the artists under the Spotify Spotlight for 2014” (2013), referenciada por Morris e Powers (2015), que só pôde ser acessada para esta pesquisa por meio da utilização de ferramentas que disponibilizam a visualização de *websites* em datas passadas, mesmo que não estejam mais disponíveis.

Spotify não se enquadra tecnicamente no conceito de jabá, uma vez que este se limita apenas ao rádio e à televisão.

Algo importante de ser mencionado é a forma em que as promoções afetam a difusão de faixas nas *playlists* algorítmicas, uma vez que a quantidade de listas dessa categoria nas quais as músicas de um artista aparecem é diretamente proporcional ao seu número de seguidores na plataforma (TYPES, 2021). Isso abre a possibilidade da criação de uma espécie de ciclo vicioso em que um artista, ao ser promovido por alguma parceria com o Spotify, aparece em mais *playlists*, tem suas músicas escutadas por mais pessoas e, conseqüentemente, aumenta a sua quantidade de seguidores. Isso, por sua vez, faz com que as músicas do artista apareçam em ainda mais listas, de forma a dá-lo uma grande vantagem do ponto de vista de divulgação, em relação a artistas não promovidos.

O ciclo não se interrompe, porém, no âmbito das listas personalizadas. Entre as *playlists* editoriais, há uma categoria completa chamada “paradas”, que é formada por listas que contêm as músicas mais tocadas em determinados períodos de tempo ou em certas localidades. Se os artistas recebem a vantagem das promoções, também têm, conseqüentemente, mais chances de entrar nessas listas, de forma a aumentar sua exposição e o número de seguidores. Com a subjetividade intrínseca à categoria editorial, músicas promovidas podem ser inseridas com facilidade. Dessa maneira, não é possível saber se os materiais se relacionam de alguma forma com as temáticas propostas ou se são “encaixados”, apenas para aumentar sua exposição, prática que diminuiria a credibilidade da curadoria.

É importante mencionar que as recomendações por meio de parcerias as quais tratamos neste subcapítulo são faixas inseridas em *playlists* ou nas indicações algorítmicas dadas aos usuários. Há, porém, outro tipo de recomendação, regulamentado dentro do serviço e que diferentes artistas podem utilizar, mediante um pagamento de, no mínimo, cem dólares, para promover suas músicas, chamada *Marquee*. Esta, em vez de se dar pela inserção de músicas em diferentes ambientes da plataforma, é exibida como uma propaganda, geralmente referente aos novos lançamentos dos artistas e grupos, em formato de *banner* na tela inicial do aplicativo do Spotify, tanto para usuários de seu plano gratuito como *premium*. Diferentemente de propagandas realizadas por outros meios de comunicação, a *Marquee* utiliza o algoritmo de recomendações do Spotify para atingir públicos-alvo específicos, de acordo com seus hábitos de escuta (CORNWALL, 2021). Além da *Marquee*, há,

também, outras propagandas presentes no Spotify, visíveis apenas aos usuários de seu plano gratuito. Essa modalidade de acesso à plataforma de *streaming* será explorada no subcapítulo a seguir.

2.4 FUNCIONAMENTO DO SPOTIFY GRATUITO

O Spotify pode ser dividido em duas modalidades. Uma delas, chamada *Premium*, pode ser adquirida em diferentes planos por assinatura ou de forma pré-paga. Como a contratação do plano e a escuta musical se dão em momentos diferentes, porém, pode-se criar a sensação de que a escuta, mesmo nessa modalidade, se dá de forma gratuita, diminuindo a cautela dos usuários no momento de escolher o que escutar (MOSCHETTA, VIEIRA, 2018). O Spotify oferece também uma opção gratuita, com diversas limitações, além de exposição a propaganda. Os anúncios podem ser exibidos de diversas formas. Alguns deles são apenas visuais, e por isso menos invasivos à experiência de escuta, enquanto outros envolvem exibições de vídeos ou áudios. As diferentes modalidades de propaganda dentro do Spotify são descritas, de forma resumida, a seguir, com base nos dados disponíveis na página de Soluções de Publicidade do Spotify (SOLUÇÕES, 2020). Optou-se por citar seus nomes exatamente como são exibidos na versão brasileira do *site*, ou seja, alguns em português e outros em inglês, sem traduzi-los:

- a) **Audio Everywhere:** exibição de anúncio em áudio entre músicas, combinado a alguma imagem com link clicável. Disponível nas plataformas para celular, tablet, computador, ou na versão *web*.
- b) **Sponsored Sessions:** um único anúncio audiovisual que precede 30 minutos de música sem interrupção. Só aparece quando a tela e o som do dispositivo estão ligados. Disponível nas plataformas de celular e tablet.
- c) **Video Takeover:** anúncios audiovisuais exibidos apenas durante uma navegação ativa do usuário pela plataforma. Disponível nas plataformas de celular, tablet e computador.
- d) **Leaderboard:** exibe, durante 30 segundos, uma tarja com material visual de publicidade na parte inferior da tela, sem interromper a reprodução de áudio. Disponível apenas na versão *web* e na plataforma para computador.
- e) **Overlay Desktop e Mobile:** Anúncio em imagem clicável que aparece quando o usuário abre o aplicativo no computador ou celular.
- f) **Homepage Takeover:** Um anúncio visual que ocupa uma grande parte da área da página inicial do Spotify, com a possibilidade de ter elementos interativos. Disponível apenas no aplicativo para computador.

- g) **Playlist Patrocinada:** Lista promovida por alguma marca ou empresa. Os usuários são direcionados à *playlist* por meio de anúncios nas modalidades *Homepage Takeover*, *Audio Everywhere*, *Overlay Everywhere* e *Leaderboard*. Uma vez dentro da lista, são exibidas propagandas nas modalidades *Áudio Everywhere*, *Video Takeover* e *Overlay Everywhere*, além de ocorrer a exibição do logo da empresa patrocinadora. O nome e as músicas da *playlist* são escolhidos pela marca promotora.

Embora os anúncios mencionados não estejam presentes no Spotify Premium, é importante mencionar que, nesse plano, mesmo que o ouvinte não tenha contato com propagandas durante a sua escuta musical, desde o ano de 2022 passaram a ser inseridos anúncios em áudio de produtos ou serviços durante a reprodução de *podcasts* (VALERI, 2022).

Baseado nos hábitos de escuta de seus usuários, o Spotify cria um “conjunto de insights e dados” (INSIDE, 202?) aos quais denominam Inteligência de *Streaming*. Esta, segundo o artigo *Inside Tracks*, disponibilizado no site da plataforma, é utilizada não apenas para sugerir determinadas músicas para seus usuários, mas também para fornecer aos anunciantes boas condições para a exibição de propagandas. Um exemplo disso é apresentado no depoimento do *head* de *marketing* brasileiro de uma empresa fabricante de produtos para limpar e tirar manchas de roupas (REMOVENDO, 2021). Segundo ele, além da inserção de anúncios nas modalidades *Audio Everywhere*, *Video Takeover Everywhere* e *Video Sponsored Sessions*, foram criadas *playlists* patrocinadas com o intuito de serem escutadas enquanto o ouvinte cozinhava ou fazia exercícios físicos, uma vez que a primeira das atividades envolve a possibilidade de as pessoas mancharem suas roupas com ingredientes ou comida, e a segunda envolve o suor, que também pode gerar manchas. Foi inserido, então, um anúncio audiovisual que continha um *jingle* baseado em uma das 20 músicas mais escutadas no Spotify no momento, além do logo da marca e descrições para as *playlists*, que recomendavam produtos específicos. Segundo o marqueteiro, ocorreu “um aumento expressivo em intensão de compra” (INSIDE, 202?) e reconhecimento de marca.

Para usuários desavisados, pode ser surpreendente perceber que além de serem expostos a diversos anúncios durante sua experiência de escuta musical no Spotify gratuito, existem outras limitações que podem ser inconvenientes. Uma delas

é a impossibilidade de se baixar músicas para o dispositivo, com o intuito de escutá-las em momentos em que não se tem acesso à internet – opção disponível no plano *Premium*. Há outras limitações, porém, que influenciam no poder de escolha do usuário em relação a quais músicas escutar. Com a exceção de uma seleção de 15 *playlists* (PORTER, 2021), há um limite de 6 faixas que podem ser avançadas por hora¹⁶ na versão para celular e não existe a opção de escutar uma música novamente do início, retornar à música anterior ou selecionar a faixa que quiser ouvir, havendo apenas a possibilidade de escutá-las em modo aleatório. Além disso, ao selecionar um álbum específico, em vez de escutá-lo em sua integridade e cronologia, o usuário é direcionado a uma *playlist* com as suas músicas, porém, junto com outras, de diferentes álbuns e artistas, dispostas de forma aleatória. A utilização da versão gratuita do serviço de *streaming* pode se assemelhar, em determinado grau, à escuta de música por meio de estações de rádio, em que o ouvinte tem a opção de escolher qual estação escutar, de acordo com suas preferências musicais, mas não tem o poder efetivo de escolher quais músicas serão reproduzidas.

No decorrer desta pesquisa, ao utilizar o Spotify gratuito, foi possível perceber que, em alguns casos, as músicas recomendadas pela plataforma não são sequer do mesmo gênero do álbum escolhido. O quadro 1 é um exemplo disso. Nele, estão expostas as dez primeiras músicas tocadas ao selecionar, no Spotify gratuito, o álbum “O Grande Circo Místico”, de Edu Lobo e Chico Buarque.

¹⁶ Caso o usuário tente avançar mais vezes, ele recebe uma mensagem na extremidade inferior da tela do celular escrito “Calma lá! Você só pode pular 6 faixas por hora”.

Quadro 1 - *Playlist* gerada a partir do álbum “O Grande Circo Místico”

	Música	Artista(s) indicado(s)	Álbum
1	MAJHE AALE	Ap Dhillon, Shinda Kahlon, Gurinder Gill, Gminxr, Vários intérpretes	Hidden Gems
	ANÚNCIO	Podcast promovido pela companhia Quinto Andar, com Nando Reis	
	ANÚNCIO	Diversos artistas sertanejos com músicas no Spotify	
	ANÚNCIO	Spotify Premium	
2	O Anjo Azul	Marcio Montarroyos	O Grande Circo Místico
3	AGAINST ALL ODDS	AP Dhillon, Gurinder Gill, Gminxr, Shinda Kahlon, Vários intérpretes	Hidden Gems
4	Na Carreira	Chico Buarque, Edu Lobo	O Grande Circo Místico
	ANÚNCIO	Podcast promovido pela companhia Quinto Andar, com Nando Reis	
	ANÚNCIO	Spotify Premium	
	ANÚNCIO	Spotify Premium (idêntico ao anterior)	
5	Dança de Lily Braun	Orquestra de Cordas	O Grande Circo Místico
6	A Dança Dos Banqueiros	Orquestra de cordas e tímpanos	O Grande Circo Místico
7	WAR	AP Dhillon, Gurinder Gill, Vários intérpretes	Hidden Gems
	ANÚNCIO	Podcast promovido pela companhia Quinto Andar, com Nando Reis	
	ANÚNCIO	<i>Playlist</i> Top Hits, promovida pelo perfil Topsify Brasil, que é administrado pela Warner Music Brazil	
8	Meu Namorado	Simone	O Grande Circo Místico
9	TERE TE	AP Dhillon, Gurinder Gill, Vários intérpretes	Hidden Gems
10	DESIRE	AP Dhillon, Gurinder Gill, Vários intérpretes	Hidden Gems
	ANÚNCIO	Podcast promovido pela companhia Quinto Andar, com Nando Reis	
	ANÚNCIO	Artistas da Sony Music	

Fonte: de autoria própria

É indicado como artista, para esse álbum, “Vários intérpretes”. Isso exemplifica uma confusão que pode ocorrer ao observar o catálogo do Spotify: os artistas indicados para cada música são sempre os intérpretes presentes na gravação, que podem ser, ou não, seus compositores.

Apenas a partir de 2018, (O SPOTIFY, 2018) foi disponibilizada a possibilidade de “mostrar créditos” para cada música. Inicialmente, isso era possível apenas no aplicativo do Spotify para computador. Depois a opção passou a existir nas outras plataformas do Spotify, tanto em sua versão gratuito como na paga, *premium*. Essa funcionalidade encontra-se disponível entre as opções de cada música. Ao selecioná-la, é exibida uma curta ficha técnica que contém apenas quatro seções: “interpretada por”, “escrita por”, “produzida por” e “fonte”, sendo que a última, geralmente, é a gravadora. Não é incomum que alguma delas encontre-se sem informações e, mesmo quando estas estão presentes, por vezes são vagas. No campo destinado aos intérpretes, por exemplo, encontram-se, geralmente, apenas o nome do grupo ou da banda, sem qualquer informação sobre seus integrantes ou demais participantes do projeto. Quando os nomes individuais estão presentes, não são indicados os seus papéis no processo de produção da música, o que faz

necessária uma pesquisa externa ao aplicativo caso se queira saber, por exemplo, quem estava tocando um determinado instrumento na gravação. Isso se torna um problema ainda maior, quando se trata de grupos com membros rotativos, ou que mudam de instrumento para diferentes músicas. Quando o intérprete é um artista solo, então, geralmente é exibido apenas o seu nome, sem que sejam dados os créditos aos outros músicos que o acompanharam na gravação. A seção de créditos de cada música no Spotify se mostra, então, bastante incompleta, de forma diferente do que geralmente se encontra, por exemplo, em embalagens ou encartes de CDs e discos de vinil.

No quadro 1, relacionado à *playlist* gerada, pelo Spotify gratuito, ao selecionar o álbum “O Grande Circo Místico”, os áudios observados podem ser divididos em três categorias: anúncios (em verde), músicas do álbum escolhido (em azul) e outras músicas (em branco). A primeira delas, contou com metade das faixas de toda a lista¹⁷ enquanto as outras duas se dividiram em igual quantidade. Isso fez com que apenas um quarto da lista fosse composto por músicas do álbum escolhido. As faixas da terceira categoria, curiosamente, foram todas do álbum *Hidden Gems*, do cantor indiano AP Dhillon. Por conta disso, seria impossível para um ouvinte desavisado definir, apenas pela escuta, se a *playlist* foi gerada a partir de O Grande Circo Místico ou de *Hidden Gems*. Tem-se por hipótese que o álbum do artista indiano tenha sido selecionado para compor a *playlist* por também estar catalogado como de “vários intérpretes”. Há, porém, a possibilidade de ele ter sido promovido dentro da plataforma, principalmente se levarmos em conta a quantidade de músicas catalogadas como sendo de “vários intérpretes” que fazem parte de outros álbuns e que integram o catálogo do Spotify, mas não foram selecionadas.

¹⁷ Do ponto de vista de ocorrência numérica, não de duração, uma vez que as músicas listadas são, sem excessão, mais longas que os anúncios.

Quadro 2 - *Playlist* gerada a partir do álbum “Djesse Vol. 2”

	Música	Artista(s) indicado(s)	Álbum
1	❤	Coldplay, We Are KING, Jacob Collier	Music Of The Spheres
	ANÚNCIO	Spotify Premium	
	ANÚNCIO	Spotify Premium (idêntico ao anterior)	
2	In Too Deep (feat. Kiana Ledé)	Jacob Collier, Kiana Ledé	Djesse Vol. 3
3	Fix You - Live for There With Care	Jacob Collier	Fix You (Live for There With Care)
	ANÚNCIO	Playlist Pop Nacional, promovida pela UMUSIC Play (Universal Music)	
	ANÚNCIO	Spotify Premium	
4	Do You Feel Love (feat. Steve Vai)	Jacob Collier, Steve Vai	Djesse Vol. 2
5	Hideaway	Jacob Collier	In My Room
	ANÚNCIO	Playlist Top Virais Internet, promovida pela UMUSIC Play (Universal Music)	
6	Intro	Jacob Collier, Kathryn Tickell	Djesse Vol. 2
7	Make Me Cry	Jacob Collier	Djesse Vol. 2
8	The Sun Is In Your Eyes - Voice Memo	Jacob Collier	The Sun Is In Your Eyes (Voice Memo)
	ANÚNCIO	Concurso Histórias Que Também Começam Lá, promovido pelo posto Ipiranga	
	ANÚNCIO	Spotify Premium	
9	Sleeping On My Dreams	Jacob Collier	Djesse Vol. 3
10	Here Comes The Sun (feat. dodie)	Jacob Collier, dodie	Djesse Vol. 2

Fonte: de autoria própria

A lista gerada para o álbum “Djesse Vol. 2”, do artista britânico Jacob Collier (quadro 2), por outro lado, contou com uma proporção de sete anúncios (em verde) para dez músicas, e por mais que estas tenham se dividido em quatro do álbum escolhido (em azul) e seis de outros álbuns (em amarelo), todas contavam com a participação do artista. Sendo assim, pode-se dizer que essa foi uma seleção condizente com o álbum.

A inconsistência em relação às músicas selecionadas pelo Spotify para as *playlists* obrigatórias de sua modalidade gratuita, além das outras limitações apresentadas, podem induzir os usuários que buscam por mais liberdade em sua experiência musical a escutarem as faixas presentes nas 15 *playlists* não limitantes.

Outro quesito em que ocorrem diferenças entre o plano gratuito e o pago do Spotify é a qualidade de áudio, que pode chegar a até 160 kbit/s no primeiro e 320 kbit/s no segundo (QUALIDADE, 2021), no formato AAC. A versão da plataforma gratuita para computador tem a qualidade de áudio ainda menor do que o aplicativo de celular, podendo chegar a apenas 128 kbit/s, no mesmo formato (QUALIDADE, 2021). Ela não tem, porém, limitações relacionadas à seleção de músicas pelo usuário. Nela, é possível, então, escutar músicas e álbuns específicos sem a inserção de faixas recomendadas pelo serviço. Outra categoria de plano no Spotify, chamada Spotify Plus, propõe um funcionamento similar, apenas com anúncios, mas sem outras limitações, em outras plataformas além do computador, mediante o pagamento de uma taxa menor do que a do plano *Premium*. Esse, porém, está em

fase de testes, disponível apenas para usuários selecionados e sem confirmação de que será lançado oficialmente (PORTER, 2021).

A qualidade de áudio é um ponto em que o Spotify fica atrás de outras plataformas de *streaming*, como a Apple Music, Amazon Music e Tidal, já que essas têm opções de planos que oferecem músicas em formatos *lossless*, ou seja, arquivos que, embora sejam comprimidos, não perdem qualidade em relação ao áudio de CDs. Um plano chamado Spotify HiFi, que deveria “oferecer música em um formato de áudio com qualidade de CD, sem perdas” (FIVE, 2021) mediante uma taxa extra, foi anunciado em 2017 (SINGLETON, 2017) mas, mesmo após anúncios de que seria disponibilizado no ano de 2021, não o foi até a presente data por conta de problemas com “negociações de licenciamento” (EK, apud. SHIH, 2022).

Uma vez que o serviço tenha sido anunciado inicialmente em 2017, pode-se acreditar que a razão para ele não estar disponível, mesmo após cinco anos, enquanto outras plataformas oferecem propostas similares, seja uma questão de segmentação de público-alvo. Quiñones (in: QUIÑONES, KASSABIAN, BOSCHI, 2013) cita a dificuldade em se perceber a diferença de qualidade entre uma música comprimida no formato mp3, inferior ao AAC utilizado pelo Spotify, e em um formato sem compressão quando existem interferências sonoras, caso sejam utilizados equipamentos de áudio de baixa qualidade, ou se a escuta se der por meio de fones de ouvido do tipo *earbud*: par de fones pequenos, de fácil transporte, por vezes sem fios, comumente vendidos em conjunto com celulares. Em diversas ocasiões, porém, é encorajada, pelo serviço, a escuta musical em conjunto com a prática de outras atividades (CONTATO, 2013; INSIDE, 2022; REMOVENDO, 2021; SPOTIFY ADVERTISING, 2020; WORKING, 2014; SPOTIFY FOR ARTISTS, 2018). Para diversas delas, como, por exemplo, andar em transporte público e fazer exercícios físicos na presença de outras pessoas, se faz necessária a utilização de fones de ouvido. Além disso, ao se praticar grande parte das atividades propostas, são gerados ruídos que causam interferência na escuta musical. O público que realmente perceberia a diferença entre o áudio na qualidade já oferecida pelo Spotify e o que estaria presente no Spotify HiFi, então, seria, em sua maioria, composto de ouvintes que dedicam seu tempo à escuta musical como uma atividade completa por si só, não como um pano de fundo ou acompanhamento para outra prática, e em equipamentos de áudio de alta qualidade, indo na contramão da ideia promovida,

pelo Spotify, de possibilitar a criação da trilha sonora para a vida de seus usuários, que podem, com o serviço, escutar música a qualquer momento.

Foi possível perceber, a partir da observação e análise do Spotify, tanto em sua versão gratuita quanto paga, que ele possui algumas características semelhantes às mídias anteriores. Outras, como as *playlists*, embora já existissem anteriormente, foram desenvolvidas de uma forma que, praticamente, ganharam um novo significado. Seu grande diferencial, porém, se dá pela possibilidade de customização para cada usuário, seja ela feita pelos próprios ouvintes, que podem escolher quais músicas desejam escutar em meio a um amplo catálogo, ou, também, por parte da própria plataforma, que realiza a análise dos hábitos de escuta de cada usuário de forma a oferecer-lhes propagandas e recomendações musicais personalizadas. Pôde-se perceber, porém, que não há transparência, por parte da equipe do Spotify, em relação às formas pelas quais se dá a promoção de artistas dentro do serviço. Isso faz com que surja a dúvida a respeito da afirmação, presente em diferentes ambientes da plataforma, de que as recomendações oferecidas aos usuários tem o intuito de promover-lhes a melhor experiência possível, uma vez que não se pode saber, de fato, quais faixas são recomendadas devido à sua semelhança com o repertório apreciado pelo ouvinte e quais são indicadas apenas por questões comerciais.

Após o estudo acerca do funcionamento do Spotify, de suas diversas ferramentas, recursos, peculiaridades, e das possíveis formas pelas quais ele pode afetar a experiência de escuta musical de seus usuários, foram realizadas dinâmicas com quinze adolescentes, de 12 a 15 anos de idade, para que se pudesse saber a respeito de sua relação com o *streaming* de áudio e com a escuta musical. Procurou-se, então, descobrir se seus hábitos, experiência de escuta e gosto musical eram afetados pelo serviço. Essas dinâmicas são relatadas no capítulo a seguir.

3 RELAÇÃO ENTRE ADOLESCENTES E O *STREAMING* DE ÁUDIO

Neste capítulo, é feita uma Revisão Bibliográfica de estudos realizados com pessoas de diferentes faixas etárias e em diferentes contextos, com o objetivo de determinar como se forma seu gosto musical. Essa revisão teve como intenção auxiliar na construção das dinâmicas com adolescentes realizadas nesta dissertação, e permitiu o diálogo aprofundado do trabalho deste pesquisador em relação às pesquisas já realizadas. As definições de gosto e de preferências musicais utilizadas neste trabalho são as mesmas utilizadas por Hargreaves, North e Tarrant (2006), com as preferências sendo as músicas apreciadas pelo indivíduo em um momento específico, em comparação a outras, e o gosto como algo referente a um longo período de tempo e, por isso, em geral, mais consolidado.

Desse modo, após expor, brevemente, esses estudos realizados por pesquisadores de outros países, é explicada a metodologia escolhida para guiar a parte empírica desta pesquisa, que envolveu uma dinâmica de grupo focal e entrevistas em formato remoto com quinze adolescentes de doze a quinze anos de idade, sendo seis deles usuários do Spotify Premium, quatro usuários do Spotify gratuito, três usuários de outras plataformas de *streaming* de áudio e dois não usuários de qualquer serviço de *streaming* musical.¹⁸ Em seguida, as interações e respostas obtidas são descritas, junto com um relato do processo de recrutamento dos voluntários e das dificuldades encontradas nessa etapa. É importante ressaltar que a análise das dinâmicas a partir do estudo aprofundado das referências citadas neste capítulo, o desenvolvimento de propostas para o campo da Educação Musical e a contextualização com diferentes fontes e estudos são apresentadas não neste, mas no quarto capítulo (p. 122).

A parte empírica desta pesquisa foi realizada após o estudo bibliográfico já mencionado e a redação do primeiro capítulo do presente trabalho, a fim de ficarem claros os tópicos possíveis de serem abordados em cada uma das dinâmicas.

¹⁸ Uma das voluntárias que utilizava outra plataforma de *streaming* de áudio mencionou utilizar, também, o Spotify gratuito esporadicamente. Como essa utilização é, para ela, algo extremamente incomum de acontecer, ela não foi contabilizada no número de usuários do Spotify gratuito.

3.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS BASEADAS EM PESQUISAS ANTERIORES

Neste subcapítulo, são abordados, de maneira resumida, diversos estudos a respeito das formas pelas quais a idade de cada indivíduo pode afetar a formação de seu gosto musical. Após isso, o mesmo tópico é aprofundado, porém em relação ao período da adolescência, somado aos assuntos da autopercepção e formação da identidade nesse período.

3.1.1 Influência da idade na formação do gosto musical

Holbrook e Schindler (1989) realizaram um estudo, publicado em seu artigo “Some Exploratory Findings on the Development of Musical Tastes”, que envolveu participantes de 16 a 86 anos de idade, expostos a músicas populares do ano de 1932 até 1986, ou seja, três anos antes da data de publicação do artigo. Nele, foi observado que, na maior parte das vezes, os participantes consideraram como suas preferidas dentre as músicas apresentadas, as que foram lançadas quando tinham cerca de 23 anos de idade. Seu gosto diminuía gradativamente para músicas lançadas quando eram mais jovens, ou anteriores ao seu nascimento (foram observadas músicas lançadas 39 anos antes do nascimento dos voluntários mais jovens) e, também, para um repertório de épocas em que eles eram mais velhos.

O cientista de dados do Google, Stephens-Davidowitz (2018), em outro estudo, ao observar a frequência em que cada música que chegou ao topo das listas da Billboard entre os anos de 1960 e 2000 foi ouvida, no Spotify, por homens e mulheres de cada idade estudada, chegou a um resultado diferente. A média de idade das mulheres pesquisadas, ao serem lançadas as músicas mais escutadas por elas, situava-se entre 11 e 14 anos, enquanto, a dos homens, ficava entre 13 e 16. Para os usuários de ambos os sexos, as músicas conhecidas por volta de seus 20 anos de idade “tinham metade da influência em determinar os gostos musicais de quando adultos, do que as do início de sua adolescência” (STEPHENS-DAVIDOWITZ, 2018, tradução nossa).

Essa diferença entre os estudos, na idade apontada como crítica para a formação do gosto musical de cada indivíduo, é indicada por Holbrook e Schindler como algo esperado, ao se utilizarem amostragens e seleções de músicas mais amplas (1989, p. 122). Ainda assim, ambos apresentaram um padrão parecido em

relação à influência estavelmente crescente das músicas, até atingir um pico em determinada idade, seguido por um declínio gradual. É importante ressaltar, também, que, como o estudo de Stephens-Davidowitz foi realizado com números do Spotify, todos os seus mecanismos de sugestões de músicas personalizadas para cada usuário e agrupamentos em listas específicas se aplicam, de forma a, possivelmente, influenciar seus resultados. Isso, porém, é algo considerado interessante para o presente trabalho, uma vez que seu foco é o Spotify.

3.1.2 Gosto musical, autopercepção e identidade de adolescentes

A ligação de importância entre a adolescência e o gosto musical se dá em uma via de mão dupla. Embora esse seja um período crítico para sua formação, o gosto também é importante para o estabelecimento da identidade e da autopercepção de cada um. No final da infância, a identidade vai ser construída a partir da comparação com outras pessoas, como, por exemplo, colegas, amigos e familiares. Existe um impacto na autoestima dos adolescentes, que varia de acordo com a aceitação de cada um pelos grupos aos quais pertencem, e que, também, possuem suas próprias identidades, que podem ser mantidas “positivas” por meio do “engrandecimento de seus atributos internos em comparação aos membros de grupos externos” (HARGREAVES, MIELL, MACDONALD, 2002, p. 9, tradução nossa). Embora esses atributos não sejam unicamente relacionados à música, estudos apontam que os comportamentos ligados a ela têm maior importância na formação da identidade social, quando comparados a comportamentos relacionados a outras atividades (TARRANT *et al.*, 2001 apud. HARGREAVES, NORTH, TARRANT, 2006). Nessa idade, é comum que os adolescentes se identifiquem com determinados artistas, os quais consideram seus ídolos, e não apenas escutem suas músicas, mas se vistam de forma semelhante ou imitem seus trejeitos (ILARI, 2013, p. 48). A identificação “com gêneros musicais particulares que eles apreciam” e o distanciamento “de gêneros menos valorizados” pode, então, ser considerada um elemento importante para a definição da identidade individual e grupal (HARGREAVES, MIELL, MACDONALD, 2002, p. 9, tradução nossa).

Outro aspecto importante na demonstração de identidade dos adolescentes para com seus pares no âmbito do gosto musical é a conversa sobre música, uma vez que, mais do que uma simples transmissão ou troca de informações, ela pode

ser uma maneira de eles se posicionarem, demonstrarem o próprio conhecimento a respeito do assunto e, também, indicarem quem são e alguns de seus posicionamentos. Em “Talking About Music”¹⁹ (MACDONALD, MIELL, WILSON, 2012), jovens que tinham contato com a prática musical em seu tempo livre foram entrevistados, de forma a se estudar a importância da conversa a respeito da música. Foi indicado que, por meio dela, ocorre aos adolescentes a possibilidade de “reivindicar o pertencimento a comunidades que valorizam” e “evitar a identificação com grupos menos desejáveis” (p. 322, tradução nossa).

Alguns dos adolescentes presentes no estudo citado afirmaram apreciar determinados artistas pouco conhecidos, de forma a demonstrar ter uma personalidade relacionada ao seu comportamento, e parar de acompanhá-los uma vez que ganhem popularidade. Houve, também, a relutância de alguns em serem associados a gêneros populares e, por isso, considerados apenas “uma ovelha no rebanho” por outros adolescentes do mesmo meio. Ainda assim, segundo os pesquisadores, os jovens se demonstraram “animados em se associar aos gostos dos outros (...) quando estes eram amigos ou membros de um grupo ao qual eles aspiravam pertencer” (MACDONALD, MIELL, WILSON, 2012, p. 327, tradução nossa).

A partir da análise dos textos mencionados anteriormente, assim como do estudo a respeito do funcionamento do Spotify, foi possível elaborar um conjunto de possíveis tópicos a serem abordados nas dinâmicas com voluntários, que ocorreram nesta pesquisa, de maneira a procurar saber sobre a relação que os adolescentes usuários de serviços *streaming* de áudio tinham com a música em suas vidas, além de seu processo de escuta. O processo que envolveu essas dinâmicas, desde a definição da metodologia, até o recrutamento de voluntários, é descrito no subcapítulo a seguir.

¹⁹ “Falar sobre música”. Tradução nossa.

3.2 METODOLOGIA DE ENTREVISTAS, GRUPO FOCAL E RECRUTAMENTO DE VOLUNTÁRIOS

3.2.1 Amostragem

Para participar desta pesquisa, foi selecionada a faixa etária de 12 a 16 anos de idade, desde que os voluntários de 12 anos fizessem 13 no ano da realização das entrevistas, e os de 16 tivessem feito aniversário no mesmo ano. Não ocorreu, porém, a adesão de qualquer participante de 16 anos de idade, o que manteve a faixa etária do grupo pesquisado entre 12 e 15 anos. Além dos motivos expostos no subcapítulo anterior, essa faixa etária se identifica com um período em que sofrem mais pressão advinda do meio social, se consideradas as demais pressões existentes ao longo da vida (COSTANZO, SHAW, 1966; COLEMAN, 1974; BERNDT, 1979; STEINBERG AND SILVERBERG, 1986 apud. TARRANT *et al.*, 2001). É, também, um período em que atendem à educação básica. Portanto, pode-se dizer que práticas pedagógicas, voltadas ao auxílio na conscientização dos atos e elementos que fazem parte da formação do gosto musical, podem ajudar os adolescentes a diferenciar músicas consideradas “positivas”, apenas por uma questão de *status* em relação ao meio, de outras, que lhes sejam pessoalmente interessantes, mesmo que essa divisão nem sempre seja claramente definida. Procura-se, dessa forma, auxiliar, também, na possível diminuição de preconceitos musicais, uma vez que “membros bastante identificados a um grupo [de adolescentes] frequentemente apresentam maior discriminação” em relação a elementos considerados negativos pelo mesmo grupo, e podem se afastar deles, de forma a proteger sua identidade (TARRANT *et al.*, 2001).

Embora esta pesquisa tenha como foco os impactos que a utilização do *streaming* musical pode ter sobre os adolescentes, a busca por voluntários não usuários do Spotify foi considerada algo importante, uma vez que estes possibilitariam a comparação em relação aos outros entrevistados que fazem uso do serviço. Ademais, embora haja o intuito, por meio deste trabalho, de levantar materiais úteis para que sejam desenvolvidas, por educadores, práticas voltadas a trabalhar questões relacionadas a esse tema, é importante que elas sejam igualmente úteis aos não usuários, que têm contato com a música por meio de outros canais.

Outro critério importante para o recrutamento dos voluntários foi escolher apenas jovens que estivessem verdadeiramente interessados em participar da pesquisa; esclarece-se que não foi oferecida qualquer forma de remuneração pela sua participação. Por outro lado, em diversos momentos, eles foram encorajados a tirar todas as suas dúvidas e conversar com o pesquisador a respeito do tema, caso quisessem saber a respeito do andamento da pesquisa, ou tivessem curiosidade a respeito do assunto.

3.2.2 Divulgação da pesquisa e contato inicial com os estudantes

Um projeto de pesquisa em que constavam: o planejamento das dinâmicas a serem realizadas, medidas de segurança relacionadas à privacidade dos voluntários e termos de consentimento e assentimento livres e esclarecidos (TCLE e TALE, respectivamente) foi enviado à Plataforma Brasil, que o encaminhou ao Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP (FAAC/UNESP), onde foi aprovado. O parecer de aprovação, assim como os termos de consentimento e assentimento podem ser encontrados nos anexos 1, 2 e 3, respectivamente (pp 223; 226 e 227). Para que os voluntários pudessem participar, ambos os termos deveriam ser assinados. O de assentimento, por eles, e o de consentimento, pelos seus responsáveis. A fim de minimizar a necessidade de contato físico entre eles e o pesquisador, precaução necessária pelo fato de a pesquisa ter se desenvolvido no período da pandemia de COVID-19, foi sugerida a possibilidade de os documentos serem entregues digitalmente, por meio de sua impressão por cada um, assinatura física e digitalização, ou pela utilização de assinaturas digitais.

A divulgação da chamada por voluntários foi feita de forma variada. Publicações que envolviam textos e vídeos do pesquisador ou de pais de voluntários interessados pela pesquisa foram feitas em redes sociais. Foi desenvolvido, também, um material possível de ser utilizado de forma impressa ou digital, que explicava a pesquisa e, além de informar os contatos do pesquisador, continha um *link* e um *QR code* que encaminhavam os leitores a um formulário em que podiam informar se gostariam de se voluntariar, se eram responsáveis por possíveis voluntários, se trabalhavam em escolas e gostariam de divulgar a pesquisa para estudantes ou se gostariam de fazê-lo para familiares, amigos e conhecidos que

pudessem se interessar. Era feita, então, a coleta do contato de cada um. Esse material foi enviado, de forma digital, para pessoas que pudessem se interessar, e foi impresso e distribuído em escolas de educação básica, ou voltadas ao ensino de música. Além disso, foi enviada uma explicação a respeito da pesquisa com o *link* para o mesmo formulário aos contatos de e-mail da UNESP.

Dezesseis escolas, divididas entre públicas e particulares, da região metropolitana de São Paulo, foram procuradas para saber se poderiam divulgar a pesquisa entre seus alunos. Os resultados foram variados: algumas não aceitaram fazer a divulgação da pesquisa, ou deixaram de responder. Outras, divulgaram a pesquisa entre seus próprios professores, solicitando que o material fosse entregue em sala de aula, ou, então, permitindo o contato entre o pesquisador e os estudantes, para a entrega direta do material. Outras, ainda, convidaram o pesquisador para realizar diferentes dinâmicas com os potenciais voluntários. Foi possível, dessa forma, explicar de forma detalhada como seriam realizadas todas as etapas da pesquisa, tirar dúvidas e conversar com os estudantes a respeito do tema.

Antes dos estudantes se inscreverem para a pesquisa e de seus responsáveis darem autorização para que eles participassem, foi sugerido pelo pesquisador que houvesse uma reunião por videoconferência ou ligação, que envolvesse as três partes – adolescentes, seus pais ou responsáveis e este pesquisador, para que fossem explicados, tanto aos possíveis voluntários como aos seus responsáveis, exatamente como seria realizada a pesquisa, seus objetivos e questões relacionadas à privacidade e à segurança dos dados dos participantes. Os estudantes e seus responsáveis eram encorajados a tirar suas dúvidas e conversar com o pesquisador. Alguns voluntários, especialmente os que já haviam tido contato com o pesquisador em dinâmicas de divulgação na escola, não sentiram a necessidade de ter essa reunião. Outros consideraram uma boa ideia, pois estavam em dúvida quanto à participação na pesquisa, e os demais se empenharam em tê-la, pois estavam decididos a participar e se animaram para saber mais.

Em uma escola na zona oeste de São Paulo, foi possível utilizar o tempo de uma aula completa para divulgar a chamada por voluntários. A direção da escola, que se interessou pela temática da pesquisa, sugeriu que, além de fazer apenas uma divulgação, fossem, também, realizadas atividades com duas turmas de estudantes do nono ano do Ensino Fundamental, com um total de 40 alunos, utilizando o tempo de uma aula para cada turma. Foi criada, então, pelo

pesquisador, uma apresentação interativa no *site* Mentimeter, na qual os estudantes podiam inserir um código em seus celulares para responder a perguntas. Na figura 7 é apresentada a primeira delas. As respostas para essa pergunta eram dispostas em uma nuvem de palavras, em tempo real, conforme os estudantes as enviavam. Quanto mais vezes uma mesma palavra aparecia, maior ela ficava na nuvem, além de se posicionar mais perto de seu centro:

Figura 7 - O que você pensa quando ouve a palavra *streaming*? (Somatória das respostas das duas turmas em que a dinâmica foi realizada)



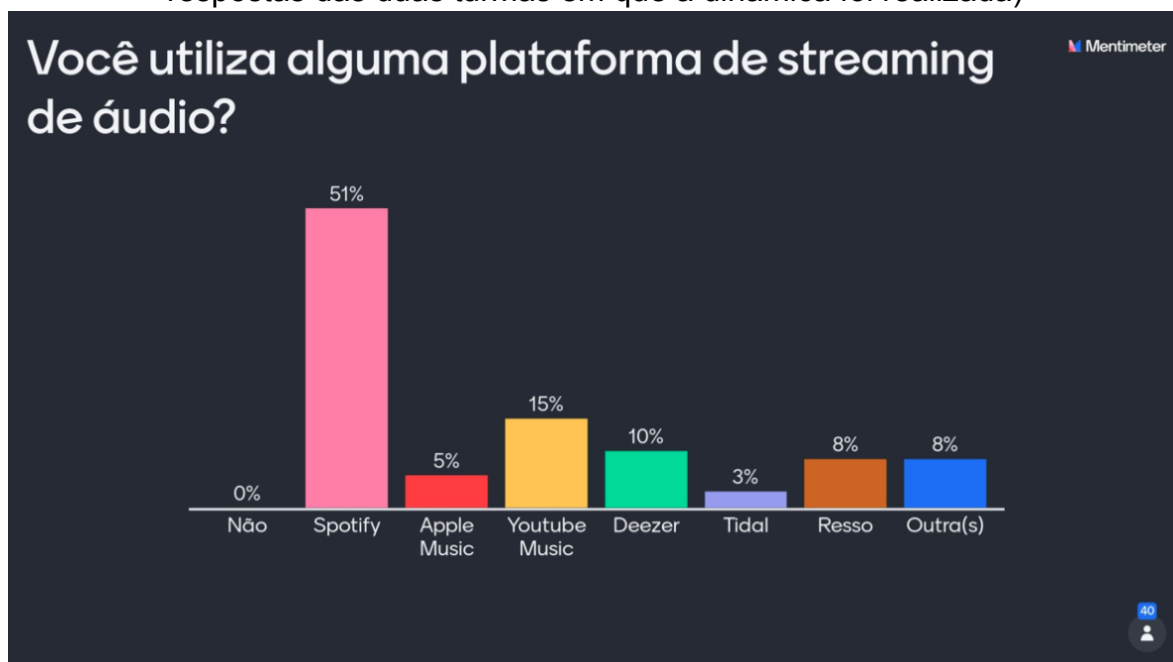
Fonte: de autoria própria

Observa-se que, embora “*live*”²⁰ seja a maior palavra, ela é seguida, sem grande diferença de tamanho, por “*música*” escrita de duas formas diferentes: uma com acento, outra sem. Além delas, podem ser observados os nomes de plataformas de *streaming* de áudio e vídeo, de artistas, *youtubers* ou *streamers*²¹ populares, jogos, *memes* e palavras que podem descrever tanto a impressão que os estudantes têm sobre o tipo de serviço, como o motivo que os leva a utilizá-lo. Algumas delas foram: fuga, informação, distração, informal, diversão e inovação.

²⁰ Diminutivo, popularmente utilizado, de *livestream* – termo referente a diversos tipos de transmissões ao vivo, como, por exemplo, de apresentações musicais, rodas de conversa, palestras ou jogos de *videogame*, geralmente realizadas na internet. Ganhou especial popularidade após o início da pandemia de COVID-19.

²¹ Termos utilizados para aqueles que desenvolvem vídeos que são lançados no YouTube, e para quem realiza transmissões ao vivo por *livestreaming*, respectivamente.

Gráfico 4 - Você utiliza alguma plataforma de *streaming* de áudio? (Somatória das respostas das duas turmas em que a dinâmica foi realizada)



Fonte: de autoria própria

Embora YouTube tenha sido de tamanho maior do que Spotify na nuvem de palavras, o segundo possuía a maior quantidade de usuários nas duas turmas (gráfico 4). Uma possível explicação para isso é o fato de YouTube ser o nome de duas plataformas: uma delas, o serviço de *streaming* de áudio YouTube Music, e a outra, de vídeos, bastante popular e sem necessidade de pagamento para publicar ou acessar conteúdos. Todos os estudantes que responderam “outra”, ao serem questionados a respeito de qual era a plataforma utilizada, especificaram que utilizavam o serviço gratuito do Soundcloud, geralmente para procurar artistas independentes não disponíveis em outras plataformas.

Algo importante a ser ressaltado é que, nas duas turmas dessa escola, todos os estudantes utilizavam alguma plataforma de *streaming* de áudio. Ao mencionar a existência de não usuários desse tipo de serviço, fizeram piadas, dizendo, por exemplo, que eles eram homens das cavernas, ou que não utilizavam celular. Ao perguntar, ainda, por meio do Mentimeter, se eles achavam que os usuários e não usuários do serviço se relacionavam com a música da mesma maneira, 29 responderam que não, 4 que sim e 2 que “depende”, embora não tenham especificado o motivo. Dentre as respostas positivas e negativas, surgiram

comentários, anônimos, sobre como os não usuários têm uma vida menos animada e divertida; escutam as músicas que gostam; têm menos contato com a música, e por isso ela não os afeta tanto. Disseram, também, que essas pessoas têm uma escuta menos variada. Além disso, foi pontuado que a relação de cada um com o *streaming* depende da idade, da classe social e do gosto musical; que, geralmente, pessoas que gostam de música utilizam as plataformas de *streaming*; que o Spotify pode manter seus usuários em um nicho musical por meio da recomendação de músicas parecidas; que em meios de reprodução musical diferentes do *streaming* não pode ser feita a seleção de qual música escutar, de forma a resultar em aleatoriedade; que algumas músicas atuais estão apenas nas plataformas de *streaming*; e que as recomendações de músicas realizadas pelos serviços expandem o gosto musical.

3.2.3 Dificuldades ao longo do processo de recrutamento

A dificuldade em encontrar adolescentes da faixa etária selecionada para a pesquisa e que não fossem usuários de plataformas de *streaming* foi um fator que causou a necessidade de escolher uma metodologia diferente da inicial e procurar uma nova forma de estudo. Inicialmente, buscava-se recrutar usuários do Spotify e, também, um grupo controle, formado por não usuários de qualquer plataforma de *streaming* de áudio. Dessa forma, após as entrevistas em grupos focais e individuais, poderia ser analisada a possível presença de padrões, provavelmente, diferentes dos do grupo controle, que incidiriam nos hábitos de escuta e no gosto musical dos usuários. Estes, então, poderiam resultar da utilização de diferentes recursos da plataforma.

Como indicado anteriormente, no subcapítulo 2.1 deste trabalho (p. 26), o *streaming* se tornou a maneira mais popular de se escutar música, com um aumento considerável em seu número de usuários na última década. Além disso, segundo levantamento realizado pela Opinion Box (2019), os aparelhos celulares são o canal mais utilizado pelos brasileiros para entrar em contato com a música, somando 86% dos pesquisados. Concomitantemente, ocorreu uma queda na venda de mídias físicas, com exceção do ano de 2021, em que se deu um aumento nas vendas de discos de vinil e, pela primeira vez no milênio, de CDs (IFPI, 2022, p. 10). Diferentes estudos (IFPI, 2019; 2021a), embora não englobem em sua amostragem

participantes da idade selecionada para esta pesquisa, apontam que os grupos mais jovens são os que mais utilizam os serviços de *streaming*.

Levando tais fatos em consideração, já seria possível estimar que, no momento do recrutamento de voluntários, ter-se-ia mais dificuldade em encontrar não usuários de *streaming* de áudio do que usuários. Outro fator, porém, foi determinante para que isso acontecesse.

O pré-projeto desta pesquisa foi desenvolvido no ano de 2020, mesmo ano em que a pandemia de COVID-19 chegou ao Brasil, em um momento em que não havia perspectiva de vacinação, processo que se iniciou em janeiro do ano seguinte para uma parcela específica da população e só começou a ter sua primeira dose aplicada em menores de idade a partir do mês de agosto (GOVERNO, 2021). Ainda assim, ocorreram truculências no meio do processo, fazendo com que a vacinação do grupo fosse suspensa e, depois, retomada (PRAZERES, 2021). Visando, então, manter a segurança tanto do pesquisador quanto dos voluntários e evitar a necessidade de remarcação ou cancelamento de reuniões devido à possibilidade da ocorrência de novas ondas de infecções com a doença, que poderiam atrasar o desenvolvimento da pesquisa, optou-se por realizar todas as suas dinâmicas de forma remota, virtualmente.

Embora isso tenha possibilitado a participação de voluntários de diferentes cidades e estados, estreitou-se, obrigatoriamente, o recorte de público a ser pesquisado, uma vez que todos os participantes deveriam ter a possibilidade de acesso estável à internet a partir de um dispositivo. Com isso, um público importante, composto de adolescentes que não têm um aparelho celular ou um computador próprio, geralmente pertencentes a classes econômicas menos favorecidas e que, provavelmente, não teria acesso ao Spotify e às outras plataformas de *streaming* de áudio em seu dia a dia, não pôde ser englobado na amostragem. Considera-se importante que sejam realizadas, no futuro, outras pesquisas focadas exclusivamente nesse público, ou que o tenham como uma parte de seus voluntários, por meio de dinâmicas presenciais. Sem a possibilidade de nos correspondermos com esse grupo, os voluntários com os quais houve contato, em sua maioria, afirmaram utilizar o Spotify ou alguma outra plataforma de *streaming* musical. Além do Spotify, foram citados os serviços YouTube Music, Deezer, Amazon Music, Resso, Soundcloud, Apple Music, e eSound. Ainda assim, foi possível recrutar uma pequena parcela de participantes que, embora tivesse acesso estável à

internet, não era usuária de qualquer serviço de *streaming* dedicado ao áudio. Foram apontadas, por esses voluntários, como principais formas de contato com a música, o fazer musical em escola de música, o reproduzidor de mídia do celular com faixas baixadas, e o aplicativo ou *site* do YouTube, voltado a vídeos, mas que contém videocliques e vídeos com a letra das músicas ou apenas com imagens estáticas e a faixa procurada.

3.2.4 Preparação e metodologia das dinâmicas com os voluntários

A parte empírica desta pesquisa contou com a realização de uma dinâmica de grupo focal e entrevistas semiestruturadas individuais. A metodologia relacionada a elas será abordada neste subtópico. No total, as dinâmicas foram realizadas com quinze voluntários e assim distribuídas:

- a) Uma dinâmica de grupo focal, com a duração de uma hora e meia, que contou com oito participantes, além do moderador;
- b) Dez entrevistas individuais, com a duração de aproximadamente uma hora cada.
 - Nota 1: três participantes das entrevistas individuais também participaram do grupo.
 - Nota 2: Estes adolescentes que participaram tanto das entrevistas quanto do grupo focal tiveram as guias de suas entrevistas especialmente diferenciadas das dos outros. Pensou-se que, devido a esse fato, seria possível aprofundar com eles alguns assuntos específicos, abordados, anteriormente, no grupo.

Devido à limitação na amostragem, com apenas três dos voluntários que não citaram aplicativos de *streaming* musical como sua principal forma de contato com a música, e uma voluntária que explicitou que, embora seja usuária, não escuta música, voluntariamente com frequência (cerca de meia hora por semana), optou-se por, em vez de comparar as respostas de grupos de usuários e não usuários de *streaming* como um todo, analisá-las a partir do perfil de cada um, levando em consideração fatores como o contato que cada participante teve com a Educação Musical ao longo da vida e o tempo médio semanal de escuta musical; buscaram-se,

também, as possíveis influências das plataformas de uma forma individualizada, para assim observar o possível surgimento de padrões.

Durante a fase inicial da pesquisa, de estudo bibliográfico, realizei uma observação e análise dos aplicativos para celular e computador do Spotify, a partir de sua utilização em meu próprio dia a dia, primeiramente em sua forma gratuita e, depois, no plano *Premium*, pago. No início da observação, o serviço foi utilizado de maneira esporádica, como uma possibilidade para a escuta musical em conjunto com outras plataformas das quais já utilizava de forma recorrente, como um mp3 *Player* (iPod Classic), CDs e aplicativo no computador com músicas baixadas ou importadas de CDs. O Spotify foi utilizado, então, cada vez com mais frequência, até se tornar minha principal forma de acesso *intencional* à música. É importante ressaltar a questão da intencionalidade do acesso, uma vez que, como citado anteriormente, dificilmente é possível estar em contato apenas com as músicas que escolhemos ouvir. Após ter uma imersão de um semestre no serviço, foram retomados, aos poucos, os métodos de escuta musical utilizados anteriormente. Essa transição foi feita de forma consciente para que, além do ponto de vista de não usuário da plataforma, fosse possível, como pesquisador, desenvolver uma visão sobre ela, tanto de usuário casual como frequente e, então, entender de forma prática como as diferentes funções do serviço afetariam o meu acesso à música e, consequentemente, os meus hábitos de escuta. Dessa maneira, foi possível entender com mais profundidade as questões levantadas pelos voluntários, e dialogar com eles como alguém que também já foi usuário frequente, usuário esporádico e não usuário do Spotify, tanto na sua modalidade gratuita quanto no plano *Premium*.

Para que pudesse ocorrer interação e discussão entre os participantes a respeito da temática da pesquisa, visando a obtenção de respostas diversas, além do levantamento de ideias que não seriam pensadas pelo próprio pesquisador, foi selecionada a metodologia de grupo focal (DIAS, 2000, p. 4). Essa metodologia, especialmente útil quando se procura “compreender diferenças e divergências, contraposições e contradições”, assim como “explorar o grau de consenso sobre um certo tópico” (GATTI, 2005, p. 10), consiste na organização dos participantes em um ou mais grupos para que sejam entrevistados em conjunto. Embora seja chamada, por vezes, de “entrevista em grupo focal”, ela tem, no lugar de um entrevistador em sua forma típica, que faz perguntas com o intuito de obter respostas, um moderador

que, em vez de realizar indagações diretas, busca coordenar uma conversa em que são expostas e discutidas as ideias, opiniões, vivências, sentimentos e atitudes dos participantes em relação a um determinado assunto (NETO *in*: MINAYO, 2002; DIAS, 2000). Dessa forma, pode-se observar não apenas a opinião isolada de cada um, como também a maneira com a qual interagem com as respostas uns dos outros, de forma a possibilitar, também, a percepção de padrões relacionados às suas reações. Essa interação também pode levar os participantes a aprofundarem suas respostas, além de terem a impressão de que não há uma estrutura fixa na dinâmica, conduzida, de forma natural, pelo moderador. Podem, também, lembrar-se de tópicos a partir das respostas dos outros. Procurou-se conduzir a dinâmica de forma descontraída, a fim de aproximar o seu teor ao de uma conversa casual.

Foi planejado um grupo misto de usuários do Spotify e de outras plataformas de *streaming* de áudio, voltado à discussão a respeito de seus recursos, uma vez que diversos deles também estão presentes, de forma semelhante ou com pequenas diferenças, em outras plataformas; dos motivos para alguns dos voluntários utilizarem o serviço e outros não, uma vez que todos tinham a possibilidade de utilizar dispositivos com acesso estável à internet, de forma a ser possível, por todos, acessar a versão gratuita do Spotify; dos hábitos de escuta de cada um; e da forma que a escuta e o gosto musical afetam suas vidas pessoais e em sociedade.

Foi elaborada uma guia com perguntas relacionadas às formas pelas quais os participantes têm contato com músicas que não conhecem, especialmente as que acabam por se tornar suas preferidas; aos momentos de escuta musical, como, por exemplo, se realizam outras atividades durante a escuta; à maneira com que se relacionam com pessoas com gostos musicais iguais ou diferentes dos próprios; além de questões a respeito das funcionalidades do Spotify. Estas últimas foram abordadas de forma que fizessem sentido, tanto aos usuários do Spotify, quanto aos de outros serviços de *streaming*, que puderam discorrer, por exemplo, sobre outras práticas de escuta alternativas às citadas, sobre o funcionamento de recursos parecidos presentes em outras plataformas (e suas diferenças, quando havia) ou sobre os motivos que os levavam a não as utilizar. Havia a opção, também, de falarem sua opinião sobre os recursos, mesmo sem utilizá-los, ou de imaginarem o que achariam, caso os utilizassem.

Embora a metodologia de grupo focal seja interessante à pesquisa em diversos aspectos, ela também apresenta limitações²². Uma delas é a possibilidade de alguns dos participantes se sentirem intimidados com a presença dos outros e não responderem com sinceridade, deixarem de expor alguns pontos ou terem suas respostas influenciadas. Essa é uma questão relevante, principalmente ao se levar em consideração a importância do sentimento de aprovação dos pares durante o período da adolescência, e poderia ser agravada com a presença de conhecidos dentro de um mesmo grupo. Tomou-se o cuidado, então, de selecionar, para essa dinâmica, apenas adolescentes que não se conhecessem, de forma a minimizar a possível influência e a geração de pressão de uns sobre os outros. (COSTANZO, SHAW, 1966; COLEMAN, 1974; BERNDT, 1979; STEINBERG AND SILVERBERG, 1986 apud. TARRANT *et al.*, 2001).

Outra limitação da dinâmica de grupo focal se refere ao tempo, uma vez que, nela, este se divide entre diversos participantes, o que pode fazer com que não se consiga explorar uma variedade grande de tópicos de maneira aprofundada. Por conta disso, optou-se por realizar, após a dinâmica de grupo, entrevistas semiestruturadas individuais. Dessa forma, pôde-se utilizar ideias levantadas pelos participantes do grupo para a elaboração de perguntas específicas, de forma a aprofundar os temas que começaram a ser explorados na dinâmica, mas chegar, também, em outros, ainda não tratados na pesquisa. Nessa segunda modalidade, não era um problema que os voluntários se conhecessem, uma vez que não ocorreria qualquer interação entre eles.

O formato semiestruturado não segue, de forma estrita, uma guia de perguntas previamente elaborada. As perguntas desenvolvidas para esse tipo de entrevista podem ser utilizadas ou não, a depender do andamento da conversa entre o entrevistador e o entrevistado. Podem, também, surgir novas perguntas, o que dá grande flexibilidade a essa modalidade. Lüdke e André (1986) indicam que o formato, quando bem realizado, permite “o tratamento de assuntos de natureza estritamente pessoal e íntima, assim como temas de natureza complexa e de escolhas nitidamente individuais” (p. 34), pontos estes diferentes dos que, geralmente, são abordados nos grupos focais. As autoras também indicam que estilos de entrevistas com maior liberdade, menos estruturados, podem ser

²² Algumas das limitações e qualidades da metodologia de grupos focais são exploradas no quadro comparativo entre esse tipo de dinâmica e entrevistas individuais, presente em DIAS, 2000, p. 7.

especialmente adequados para trabalhos de pesquisa na área da Educação. Esse tipo de entrevista, porém, geralmente, não fornece respostas padronizadas. Em vez disso, busca-se, por meio dele, o aprofundamento em diferentes assuntos. Como houve interesse em abordar, também, alguns tópicos específicos nas entrevistas, para efeito de comparação entre os voluntários, cada uma delas contou com uma breve parte estruturada, ou seja, com perguntas fixas, previamente definidas. Essas perguntas, em geral, foram feitas ao final das entrevistas, mas, em alguns casos, quando se relacionavam aos assuntos abordados em sua parte semiestruturada, foram realizadas em outros momentos. Era comum que algumas das respostas a essas perguntas surgissem espontaneamente durante as entrevistas, de maneira que nem sempre era necessário fazê-las.

O artigo “Música, indústria cultural e limitação da consciência”, de Maia e Antunes (2008, p. 1148-1149), foi utilizado como referência para a elaboração dessa série de perguntas diretas, estruturadas, a serem feitas nas entrevistas. No texto citado, 16 participantes, divididos entre músicos e não músicos, foram entrevistados para que se pudesse estudar sua relação com a música “no que tange a predileções e rejeições referentes a estilos” (MAIA, ANTUNES, 2008, p. 1143), utilizando, como referencial teórico, textos de Theodor Adorno. São citadas, no artigo, 15 perguntas ligadas ao gosto musical, relação com a música e educação musical dos participantes. Para o presente trabalho algumas dessas perguntas foram utilizadas, de forma adaptada, a fim de satisfazer os interesses da pesquisa. Outras apareceram, de forma indireta, em meio à abordagem de diversos assuntos na parte semiestruturada das entrevistas. Outras, ainda, foram utilizadas da mesma forma que aparecem no artigo. As perguntas utilizadas na seção estruturada da entrevista, e que serão abordadas mais adiante neste trabalho, foram as seguintes:

- a) Você se identifica mais com estilos musicais ou com artistas?
- b) Você se lembra qual foi o primeiro artista/estilo musical que você gostou? (Pergunta variável, a depender da resposta anterior. Foi esclarecido que não era necessário dizer qual era o artista ou o estilo, e que a pergunta era referente apenas ao fato de se lembrarem ou não)
- c) Você ainda gosta desse artista/estilo?
- d) A sua relação com esse artista/estilo mudou com o passar do tempo?

- e) Esse artista/estilo continua sendo o seu preferido?
- f) Caso a resposta anterior seja negativa, como você conheceu o seu novo artista/estilo favorito?
- g) Cite algo de que você gosta em seu estilo/artista favorito (tanto o primeiro que se lembra de ter gostado quando o atual preferido).
- h) Cite algo de que você não gosta em seu estilo/artista favorito (tanto o primeiro que se lembra de ter gostado quando o atual preferido).
- i) Se o seu estilo/artista preferido mudou com o tempo, qual você acha que foi o motivo para isso acontecer?
- j) Existem estilos musicais de que você não gosta? Qual você acha que é o motivo para isso acontecer?
- k) Caso haja estilos de que você não gosta, qual é a sua opinião sobre eles? Eles têm algo em comum entre si?
- l) Quando você passa a gostar de uma música, procura outras do mesmo artista?
- m) Você acredita que seu gosto musical afeta a sua vida em âmbitos que não sejam, necessariamente, ligados à música?
- n) Você acredita que as músicas de que uma pessoa gosta podem dizer apontar para características pessoais dela, ou dizer algo a respeito de sua vida?
- o) Quando você gosta de uma nova música, geralmente isso acontece na primeira escuta, ou precisa escutar mais vezes para passar a gostar?
- p) Você costuma cantar e(ou) dançar em casa?
- q) Cite três palavras que definem a sua relação com a música
- r) O que é música?

3.3 REALIZAÇÃO DE REUNIÕES E DESCRIÇÃO DAS RESPOSTAS

A reunião para a dinâmica com o grupo focal foi realizada na plataforma digital de videoconferências Google Meet, durou uma hora e meia e contou com oito participantes, além do pesquisador, que atuou como moderador. Este, inicialmente, se apresentou, lembrou-os do intuito da pesquisa e falou sobre a sua privacidade e segurança de dados. Foram lembrados que seus nomes não seriam divulgados em momento algum, e que eles não tinham obrigação de responder qualquer pergunta feita, ou de participar de discussões com as quais não se sentissem confortáveis. Foi esclarecido que a ideia do encontro era que fossem compartilhadas experiências e opiniões, e que não precisavam concordar uns com os outros ou chegar a algum consenso, mas que seria interessante se, caso concordassem com algum ponto levantado, ou discordassem dele, fizessem comentários acerca do assunto.

Como a reunião foi feita em uma plataforma digital, foi necessário adequar a dinâmica a ela. Foi pedido, então, que todos falassem claramente e utilizassem a ferramenta de levantar a mão quando quisessem falar pois, geralmente, ocorrem problemas no som quando mais de um participante fala ao mesmo tempo na plataforma, por conta de filtros de cancelamento de ruído. Ao mesmo tempo, foi disponibilizado o bate papo em texto da plataforma, caso alguém quisesse fazer um comentário instantâneo, que, se fosse esperar a fila de mãos levantadas para ser feito, perderia o sentido. Esse recurso foi pouco utilizado e, em geral, quando os participantes que não estavam falando queriam demonstrar alguma reação à fala dos outros, o faziam por meio de gestos e expressões faciais.

Ocorreram algumas intervenções por parte do moderador, que não existiriam em uma reunião presencial com a interação natural entre os participantes. Isso se deu devido à necessidade de indicar quem era o próximo a falar, pela ordem de quem levantou a mão primeiro, para que não ocorressem problemas inerentes à plataforma caso mais de um falasse ao mesmo tempo. Não obstante, pode-se dizer que a reunião foi fluida e que a interação esperada ocorreu. Uma possível razão para isso é que, por terem passado por um período de aulas em formato remoto devido à pandemia de COVID-19, os voluntários já estivessem acostumados com o ambiente virtual da plataforma escolhida, não tendo problemas para utilizá-la.

Após a realização da entrevista em grupo, foi feita sua transcrição a partir da gravação em vídeo, além de uma breve análise do que foi dito por eles, com o

objetivo de desenvolver possíveis perguntas a serem realizadas nas entrevistas individuais, que ocorreram no mês seguinte. Foi elaborada, então, uma guia para realização dessas entrevistas, que foi adaptada, a cada uma delas, com a intenção de abordar assuntos iniciados nas conversas anteriores.

Após a realização de cada entrevista, foi elaborado um relato das respostas baseado na gravação de vídeo da reunião. Esse relato foi organizado em tópicos que, depois, foram agrupados por assunto, para que pudesse ser feita uma descrição precisa dos resultados obtidos.

3.3.1 Perfil dos voluntários

Antes de apresentar a descrição das respostas obtidas durante as dinâmicas desta pesquisa, considerou-se importante apresentar um breve perfil de cada um dos voluntários, traçado a partir de respostas dadas a um formulário de triagem, e das interações ocorridas na dinâmicas. Todos são representados por nomes fictícios escolhidos por eles mesmos ou por este pesquisador, no caso dos que preferiram não escolher. É importante ressaltar que os voluntários que participaram apenas do grupo focal têm um perfil menos delineado do que os que participaram de entrevistas individuais, uma vez que, no grupo, havia a intenção de caminhar de um assunto a outro com a menor quantidade possível de interferências realizadas pelo moderador. Por outro lado, nas entrevistas individuais, buscou-se o aprofundamento em tópicos específicos, e houve mais tempo disponível para ser dedicado a cada participante, assim como a questões de natureza pessoal. Durante o relato, não é necessariamente especificado em qual modalidade de entrevista as respostas foram dadas, uma vez que se teve a intenção de organizá-las por assunto, de forma que, para uma melhor leitura, encontram-se misturadas as de entrevistas individuais e dos grupos focais.

Mayara tem 15 anos de idade e participou tanto do grupo focal como de entrevista individual. Tem o aplicativo do Spotify gratuito instalado em seu celular, mas raramente o utiliza. Assinou o plano pago do Apple Music durante um período de tempo, mas, no momento da pesquisa, era assinante do YouTube Music, também em sua modalidade paga. Começou a tocar piano quando criança por interesse próprio, ao ver o instrumento na casa de sua tia. Depois, teve os estudos musicais incentivados pelos pais. Passou a tocar violão, por percebê-lo presente em diversas

músicas, e ukulelê após ver suas amigas tocarem e criar interesse. Depois, em um momento em que escutava bastante rock, aprendeu a tocar guitarra, por ser um instrumento presente no estilo, e por considerá-la parecida com o violão, para aprender. Disse preferir escutar músicas de estilos musicais com os quais já está acostumada, do que expandir a quantidade de gêneros que escuta. Gosta de usar fones de ouvido para escutar música, durante grande parte do dia.

Kaiser tem 15 anos de idade. Já utilizou o Spotify, Amazon Music e YouTube Music, mas, no momento da pesquisa, era usuário do Resso: plataforma de *streaming* musical dos mesmos desenvolvedores da rede social TikTok²³. Fez aulas de piano em escola de música, e tem a disciplina de música na matriz curricular de sua escola regular. Disse gostar de expandir a quantidade de estilos musicais diferentes que escuta, e que a música o acompanha “o dia inteiro”. Participou de entrevista individual.

Luna tem 14 anos de idade, utiliza o Spotify gratuito e o YouTube, e não vê muita diferença em sua experiência com os dois, embora goste de poder organizar as músicas do Spotify em *playlists* e escutar as listas de outras pessoas. Não escuta música todos os dias pelas plataformas citadas. Sua principal forma de contato com a música é o fazer musical no projeto social onde estuda. O tempo que passa nesse projeto são momentos de que gosta, considera importante, e em que pode ser “ela mesma”. Parte das músicas que escuta nas plataformas de *streaming* são aquelas com que tem contato por meio do projeto social e gosta; diz, também, sempre procurar conhecer estilos musicais diferentes. Participou de entrevista individual.

Pedro tem 13 anos e já foi usuário do Apple Music e do Resso, mas parou de utilizar qualquer plataforma de *streaming* de áudio. Em vez disso, passou a baixar músicas do YouTube e a utilizar o reprodutor de música do celular para escutá-las. Disse considerar essa uma opção interessante, pois, além de ser gratuita, permite que ele tenha todas as músicas à mão, sem a necessidade de conectar-se à internet para escutá-las. Estuda música na igreja, toca trombone e teclado. Começou a tocar após seu pai, músico, insistir para que o fizesse, e passou a gostar. Escuta música por mais tempo sozinho do que em suas aulas. Os principais momentos em que gosta de ouvi-las são aqueles em que, pela janela, vê o movimento da rua. Também gosta de ouvir enquanto estuda. Participou de entrevista individual.

²³ TikTok é uma rede voltada à interação por meio da publicação de vídeos curtos. Para saber mais, conferir TIKTOK, 2022.

Roberto tem 15 anos de idade. Costumava comprar álbuns específicos pelo Apple Music, mas seus pais o deixaram ter o Spotify Premium, depois que começou a tocar bateria em uma banda. Considera que isso foi importante, pois, assim, pôde ter acesso a mais músicas e estudá-las no instrumento. No momento da entrevista individual, informou que havia parado de tocar, temporariamente, por ter quebrado um dos dedos da mão. Antes disso, porém, fazia aulas particulares de música em casa, e tinha ensaios periódicos na casa dos amigos da banda, ou no estúdio de seu professor. Seus pais tocam piano e seus irmãos, bateria e violão. Sua avó é cantora lírica e seu irmão mais velho, engenheiro de áudio. Disse que, embora não pretenda seguir carreira com a música, quer tocar sempre. Seu primeiro contato com o estudo de um instrumento musical foi com o violão, aos 7 anos de idade. Depois, passou a tocar piano e bateria. Segundo ele, já teve a escuta musical limitada a poucos estilos, com preconceitos em relação aos outros, mas, com o passar do tempo, passou a procurar escutar cada vez mais gêneros musicais diferentes, e a gostar disso. Escuta cerca de uma hora de música por dia. Participou de entrevista individual.

Poli tem 13 anos. Foi usuária do Deezer durante um período em que tinha acesso por conta de seu pai, que havia recebido uma assinatura temporária do aplicativo. Depois, ambos perderam o acesso a essa assinatura. Poli, então, passou a utilizar o Spotify gratuito. Disse não se importar muito com a música em seu dia a dia, e escutar entre 30 minutos e uma hora de música por semana. Colocou, como um dos motivos para ouvir pouca música, o tempo despendido para ter acesso a ela e a necessidade de pegar o celular, os fones de ouvido, escolhê-la e, possivelmente, ouvir propagandas, antes de poder escutá-la. Ainda assim, gosta quando lhe mostram músicas novas. Suas principais formas de contato com a música são o rádio e as redes sociais, especialmente o TikTok. Fez aula de música quando tinha entre 5 e 7 anos de idade, período em que tocou piano e bateria eletrônica. Com cerca de 10 anos, fez aulas de canto e, embora não costume cantar em seu dia a dia, considera que foi algo importante para sua vida, pois a ajudou em outros contextos, como, por exemplo, aprender a controlar o tom de voz em conversas e a relaxar por meio de técnicas de respiração. Participou de entrevista individual.

Flávia tem 15 anos. Sua principal forma de contato com a música é o YouTube, mas também as baixa para escutar no carro. Faz aulas de baixo elétrico e clarinete na igreja, e está começando a fazer aulas de teoria musical. Estuda, em

casa, os instrumentos por meio de métodos escritos e, quando se dedica ao repertório, procura as músicas no YouTube. Escuta cerca de duas horas de música por dia. Participou de entrevista individual.

Stella tem 13 anos e já foi usuária do Spotify, mas, devido a alguns problemas em sua versão gratuita, passou a utilizar, junto com sua irmã, o plano pago do YouTube Music. Estudou música quando tinha entre 6 e 7 anos de idade, mas parou, após se desanimar com algumas questões, como a presença de um colega de turma que, segundo ela, fazia muita bagunça e atrapalhava as aulas, e por ter esquecido de avisar a própria mãe de que haveria uma apresentação da turma, o que a fez não aparecer para assisti-la. Disse preferir escutar apenas os estilos musicais aos quais está acostumada e de que já gosta. Escuta música de duas a cinco horas por dia. Participou do grupo focal e de entrevista individual, sem ligar a câmera.

Malu tem 15 anos e já foi usuária do Apple Music, mas passou a utilizar o Spotify Premium. Disse ter estudado música por conta própria, com videoaulas no YouTube e por meio de aulas em sua escola, pois a música consta no currículo regular. Foi aí que estudou um pouco de flauta doce, bateria, cajon e piano. Quando tem chance de tocar piano, na casa dos avós, utiliza vídeos de um canal do YouTube, os quais indicam, de forma visual, quais teclas devem ser pressionadas para se ter como resultado músicas específicas. Escuta aproximadamente duas horas de música por dia, a depender de seu humor. Participou de entrevista individual.

Corrêa tem 15 anos e é usuário do Spotify Premium. Teve contato com o aplicativo em sua forma gratuita, por indicação de seu irmão; mais tarde, passou a utilizar a versão paga. Embora nunca tenha estudado música em outro ambiente, mencionou experiências que considera interessantes, das aulas de música em sua escola. Escuta cerca de 15 horas de música por semana. Participou tanto do grupo focal como de entrevista individual, sem ligar a câmera.

Cris tem 14 anos e utiliza o Spotify Premium, além do Soundcloud. Já fez parte do coral de uma igreja, embora tenha mencionado, no formulário de triagem, que não foi um estudo aprofundado. Gosta de escutar música sempre que possível. Participou do grupo focal.

Leonardo tem 13 anos e utiliza o Spotify Premium. Informou, no formulário de triagem, que não teve contato com experiências de educação musical fora das aulas

de sua escola regular. Não obstante, não mencionou, em qualquer momento, as experiências que teve nessas aulas. Participou do grupo focal.

Paula, no momento da entrevista, tinha 12 anos de idade, mas fez aniversário no mesmo ano em que elas foram realizadas. É usuária do Spotify gratuito e faz aulas em escola de música. Participou do grupo focal.

Alexandre tem 14 anos, é usuário do Spotify Premium e estuda em uma escola de música. Utiliza o mesmo usuário do Spotify que sua família, o que faz com que suas recomendações algorítmicas se baseiem na escuta de todos. Gosta de escutar música sempre que possível. Participou do grupo focal.

Tatiana, de 15 anos, utilizou o Spotify gratuito, passou a utilizar o Deezer e depois voltou ao Spotify. Nunca estudou música fora da escola, e não informou, durante a entrevista, se a escola em que estuda oferece aulas de música. Participou do grupo focal.

3.3.2 Características do Spotify, e formas de influência intrínsecas

Cada entrevista se iniciou da mesma maneira, com a seguinte pergunta: Você acha que o Spotify, ou as plataformas de *streaming* de áudio, em geral, influenciaram a formação do seu gosto musical? No caso de os entrevistados não usuários, procurou-se saber se eles achavam que os serviços teriam esse potencial de influência, caso passassem a utilizá-los.

No grupo focal, na primeira pergunta, para que cada participante não fosse influenciado pelas respostas dos demais, e para que não se sentissem constrangidos ou nervosos durante a fala, foi proposto que escrevessem a resposta em um papel e, depois, lessem para os outros. As demais interações foram realizadas oralmente de forma direta, sem a necessidade de eles escreverem. Nas entrevistas individuais, todas as perguntas foram respondidas oralmente.

Uma síntese das respostas obtidas, com as formas de influência tidas como principais, quando mencionadas, e a indicação do serviço de *streaming* utilizado por cada um deles pode ser observada no quadro a seguir:

Quadro 3 - O *streaming* pode influenciar na formação do gosto musical?

VOLUNTÁRIO/ A	Spotify	Outros serviços de <i>streaming</i> pagos	Principal canal de escuta (se não for o <i>streaming</i>)	<i>Streaming</i> pode influenciar na formação do gosto?	Como?	<i>Playlists</i> em geral	Recomendações algorítmicas	<i>Playlists</i> editoriais	Função Rádio	Compartilhamento de <i>playlists</i>
Roberto	Premium			✓				✓	✓	
Malu	Premium			✓			✓			
Corrêa	Premium			✓			✓			✓
Cris	Premium			✓			✓			✓
Leonardo	Premium			✓		✓				
Paula	Gratuito			Não soube dizer						
Alexandre	Premium			✓			✓			
Tatiana	Gratuito			✓			✓			
Luna	Gratuito		Prática musical em projeto social.	✓		✓				
Mayara	Gratuito (usuária esporádica)	YouTube Music		Não soube dizer						
Poli	Gratuito (usuária esporádica)		Rádio e redes sociais, especialmente TikTok	✓						
Stella		YouTube Music		X						
Kaiser		Resso		✓			✓			
Pedro			Reprodutor de mídia do celular - músicas baixadas do YouTube. Já utilizou Apple Music e Resso.	✓			✓			
Flávia			YouTube	✓						

Fonte: de autoria própria

Apenas uma entrevistada, a adolescente Stella, respondeu não acreditar que as plataformas de *streaming* musical que já havia utilizado – Spotify e YouTube Music – a tivessem influenciado de alguma forma.

Duas outras voluntárias não souberam dizer se haviam ou não sofrido essa influência. Acrescentaram que, outras influências, como por exemplo, o início da pandemia de COVID-19, provocaram mudanças na rotina delas e, em consequência, alteraram, também, seus hábitos de escuta.

Onze dos entrevistados relataram sentir que são influenciados pelo serviço. O motivo mais citado por eles foi a presença de recomendações algorítmicas personalizadas para cada um, como por exemplo, as *playlists* de descobertas semanais e mensais, ou a função rádio, que permite que o usuário selecione uma música ou *playlist* e tenha acesso a músicas parecidas, segundo o algoritmo da plataforma. Voluntários que utilizaram e, depois, deixaram de usar o Spotify relataram que foi possível perceber a influência do aplicativo em seu gosto, em comparação com os momentos em que não o acessavam.

Esse foi o caso de Tatiana, que utilizou o Spotify por um determinado tempo, passou a preferir o aplicativo Deezer em seu lugar e, depois, retornou ao Spotify.

Segundo ela, o serviço pode influenciar o gosto musical de seus usuários por meio de recomendações. Ela relatou, também, que percebeu uma mudança em seu gosto nas duas vezes que começou a usar o Spotify.

Algumas características do Spotify foram citadas como positivas. Uma delas foi a possibilidade de ter contato com uma ampla variedade de músicas e *podcasts*. Foi mencionado por alguns, em diferentes momentos, que, caso não tivessem acesso a um serviço de *streaming*, não conseguiriam conhecer as músicas mais atuais. A questão monetária também foi mencionada como um ponto positivo, uma vez que existe a possibilidade de acesso gratuito, embora limitado, ao aplicativo e, mesmo no plano pago, ainda é possível ter um preço mais baixo do que quando se adquirem mídias físicas, como CDs, por exemplo. As mídias físicas foram consideradas extintas por um dos entrevistados. Uma vantagem observada nelas, porém, foi o fato de seu comprador ter acesso vitalício, em comparação ao acesso temporário, mediante assinatura, dos serviços de *streaming*. Foram citados, também, recursos que trazem praticidade ao Spotify, como a possibilidade de conectá-lo a videogames; acompanhar as letras das músicas, com destaque ao trecho que é cantado; poder ouvir várias músicas do mesmo artista, caso uma delas desperte seu interesse; e a possibilidade de organizá-las em *playlists*.

Algumas limitações na plataforma também foram levantadas. Foi recorrente a reclamação da falta de músicas de determinados artistas no serviço, geralmente menos conhecidos. Segundo os participantes da pesquisa, tal fator faz com que precisem utilizar, também, outra plataforma de *streaming* para poder escutá-las. As mais citadas foram a plataforma de vídeos do YouTube e o Soundcloud, ambas gratuitas. Foi indicada, também, a possibilidade de artistas retirarem suas músicas do catálogo do Spotify, impossibilitando que sejam escutadas por meio do serviço. No campo de busca, o reconhecimento de músicas a partir da digitação de um trecho da letra, também, foi apontado, no grupo focal, por Alexandre, Corrêa e Paula (com concordância dos demais participantes que já haviam utilizado o Spotify, por meio de gestos afirmativos), como insatisfatório em relação a outras plataformas, como o YouTube Music. Outro problema citado, não específico do Spotify, mas presente nos serviços de *streaming* musical em geral quando utilizados no celular, é a quantidade de distrações intrínsecas ao dispositivo, que vão, desde notificações que, caso não sejam desativadas, podem interromper as músicas, até a presença de outros aplicativos como, por exemplo, redes sociais.

3.3.3 Influências externas ao Spotify

Foi perguntado aos entrevistados quais seriam outros meios, externos ao Spotify e às plataformas voltadas exclusivamente ao *streaming* de áudio, que poderiam, também, influenciar a formação do gosto musical dos adolescentes. Foram citados os seguintes:

a) Vídeos do YouTube

Os entrevistados que citaram esse meio, indicaram que se referem às músicas que aparecem em vídeos, geralmente em segundo plano.

Corrêa afirma que essa é uma das duas principais influências em seu gosto musical. Ele utiliza o aplicativo de celular Shazam para poder identificar as músicas enquanto são tocadas e, depois, procurar no Spotify aquelas de que gostou. Esse aplicativo utiliza o microfone do celular para identificar músicas em tempo real. Como, geralmente, aparecem com uma voz falada por cima, nem sempre o aplicativo consegue reconhecê-las.

b) Rádio

Primeiramente, é importante mencionar que, os relatos dos voluntários apresentados neste tópico são relacionados às estações de rádio, não à função rádio presente no Spotify.

Mayara diz que utiliza o aplicativo Shazam para identificar as músicas tocadas na rádio e, depois, as escuta por meio do *streaming*. Roberto indica que um ponto interessante do rádio é que, se ele acompanhar uma estação voltada ao estilo de que gosta, aparecerão, além de músicas conhecidas, outras, desconhecidas e de outros gêneros relacionados. Ele considera esse fato uma influência interessante e possivelmente benéfica na formação do gosto musical.

c) Televisão

Esse meio de comunicação, se considerado apenas como a programação de TV aberta ou por assinatura, sem levar em conta outros serviços que podem ser contratados e acessados por meio de um aparelho de TV, foi citado por apenas uma

entrevistada, Stella, que mencionou costumar assistir, junto com a irmã, videocliques em um canal voltado à música.

d) Séries e filmes

Foram dois dos meios mais citados e considerados, por parte dos voluntários, como os principais para se conhecer novas músicas ou artistas. As trilhas sonoras, também, foram indicadas como ponto importante nessas mídias.

Corrêa mencionou que, em alguns momentos, presta mais atenção na música do que na própria cena e observou que, às vezes, a trilha sonora pode ser conhecida por pessoas de um determinado meio, ou por uma geração específica. No entanto, passa a ser conhecida por outros ouvintes que, possivelmente, não teriam contato com ela de outra forma. Ele acrescenta: *“um exemplo muito fácil é o Stranger Things²⁴, que tem a cena em que se toca Master of Puppets. Essa é uma música antiga (sic), que muita pessoa conheceu... hoje! Por causa dessa cena”*. Em entrevista individual, Corrêa mencionou que, por vezes, ocorre uma espécie de desvinculação da música de seu contexto e dos compositores originais por meio de sua apropriação pela série, e isso o desagrada.

Pedro considera as músicas presentes em filmes baseados em peças de teatro musical bastante expressivas e originais, e gosta de escutá-las no dia a dia. Dá preferência aos filmes, porém, pela facilidade de assisti-los em relação ao teatro. Mayara, por sua vez, se identifica mais com as músicas diegéticas presentes nas cenas dos filmes, como, por exemplo, em momentos nos quais os personagens estão em uma festa. Utiliza o Shazam nesse contexto, também, para identificá-las.

Cris utilizou os filmes para exemplificar um fator específico, mencionado apenas por ela, que disse afetar a formação de seu repertório e, logo, de seu gosto musical: afirmou que gosta de procurar, no Spotify, *playlists* de usuários criadas com base em objetos inspiradores, não necessariamente ligados à música, como, por exemplo, filmes, séries e livros. Essas listas não contêm trilhas sonoras ou músicas oficialmente ligadas aos objetos, mas contam com outras, que o usuário, criador da *playlist*, julgou combinarem com o tema. Ao escutar essas listas, Cris geralmente conhece músicas novas, e acha isso interessante.

²⁴ Stranger Things é uma série veiculada pelo serviço de *streaming* de vídeo Netflix, produzida nos estúdios da própria plataforma.

e) Propagandas

As propagandas foram citadas por Poli, sem especificar os meios pelos quais são veiculadas, como uma fonte de músicas que “ficam na cabeça”, das quais chama de “*músicas chiclete*”.

f) Música ambiente

Em um momento de sua entrevista individual, Pedro mencionou “*músicas grudentas*”. Ao discorrer sobre o assunto, disse que, geralmente, são músicas ambiente, e que os *shopping centers* são um dos lugares em que ele mais tem contato com elas. Afirmou, também, como, diversas vezes, conhece determinadas músicas que, em um primeiro momento, não gosta, mas, após ouvir diversas vezes e “*ficar com o ritmo na cabeça*”, passa a gostar.

g) Jogos eletrônicos

Corrêa e Alexandre mencionaram que dentro de um mesmo jogo podem existir muitos estilos musicais diferentes. Segundo eles, embora, por vezes, toda a trilha sonora se baseie em um único estilo, geralmente existe um contraste entre suas músicas, para que sejam adequadas ao ponto do jogo em que aparecem. Para eles, isso gera variedade. Corrêa, que avaliou os *videogames* como principal fator de influência em seu gosto musical, disse que essa influência se mistura com o algoritmo do YouTube, uma vez que ele utiliza o *site* para procurar as músicas de que gosta e, depois, passa a receber recomendações personalizadas da plataforma.

h) Família

A família foi mencionada, de alguma forma, como fator influenciador na formação do gosto musical, por nove dos entrevistados. Nessa categoria, porém, ocorreu um fenômeno único: parte dos entrevistados não se lembrou de citá-la, ou disse explicitamente que não era uma influência, mas depois se contradisse. Mayara, por exemplo, disse não considerar a família uma influência, mas, também, afirmou ter parte do gosto parecido com o de seus parentes próximos, por ter escutado as músicas do repertório dos pais no carro, repetidas vezes. Ela mencionou que não coloca essas músicas em suas *playlists*, pois sabe que vai escutá-las com eles. Luna também disse não considerar a família uma grande

influência na formação do gosto musical, mas aponta que conheceu diferentes estilos musicais por meio de indicações do irmão.

Ainda no âmbito familiar, foram citados fatores como confraternizações, a escuta da música do rádio ou da televisão junto com parentes e o compartilhamento de músicas. Malu expressou, também, a vontade de escutar um determinado estilo por admiração a um parente que o ouvia bastante, o que resultou no que ela acredita ter sido uma tentativa de espelhamento por parte dela. Poli explicou que, como os pais consideravam as letras das músicas que escutava impróprias, passou a ouvi-las sozinha.

Outro fator mencionado, ainda relacionado à família, foi a presença de parentes músicos profissionais, ou que tocam algum instrumento e que influenciaram os participantes da pesquisa a começarem a tocar. Além disso, um dos voluntários, após ir com a família a apresentações musicais ao vivo de um estilo até então pouco familiar a ele, passou a apreciá-lo como seu gênero favorito.

i) Confraternizações em geral

Eventos que envolvem várias pessoas, como churrascos, casamentos ou festas, foram citados pelos participantes da pesquisa como uma influência na formação do gosto musical, uma vez que, neles, podem ser tocadas músicas as quais os adolescentes, até esse momento, não conheciam. Malu explicou que os estilos escutados por ela se baseiam bastante nos ambientes que frequenta. Ela deixou claro, também, que essa é uma influência unilateral, ou seja, embora, geralmente passe a escutar as músicas presentes nesses lugares, não leva em consideração os estilos que são tocados, na hora de escolher aonde irá.

j) Escola

Esse ambiente foi elencado diretamente por apenas dois participantes, colegas de classe, que fizeram um trabalho, em aula, relacionado ao samba. Ambos relataram uma aproximação ao estilo e, depois de terminado o trabalho, uma sensação de abertura a gêneros musicais desconhecidos, sem preconceitos. Mencionaram também que considerariam interessante caso tivessem que fazer outros trabalhos similares para a escola, mesmo que fossem de estilos que não gostassem, pois consideraram importante o exercício de se abrir a gêneros musicais aos quais não estavam familiarizados.

k) Redes sociais

As redes sociais foram indicadas como principal forma de influência no gosto musical por parte dos voluntários. Alguns deles explicaram que, geralmente, se interessam por conhecer as músicas que tocam “*no fundo*” dos vídeos presentes em publicações. Foram citadas, também, algumas peculiaridades dessas plataformas.

Relatou-se que, no Instagram²⁵, há a possibilidade de selecionar músicas para serem reproduzidas junto às fotos ou *stories* publicados. Segundo Malu, porém, embora seja possível escolher o trecho a ser tocado, no momento da seleção pelo usuário, geralmente, é sugerido o refrão ou o seu trecho mais conhecido, o que, segundo ela, faz com que estes sejam repetidos em múltiplas publicações. Foram citadas, também, as *trends* do TikTok e do Instagram como materiais que trazem consigo trechos de músicas que se tornam repetitivos. *Trends*, em tradução nossa, tendências, são diferentes materiais como: vídeos de danças (conhecidas popularmente, e citadas pelos voluntários pelo nome “dancinha”); de frases sendo ditas em determinadas situações; ou montagens audiovisuais, diversas vezes acompanhadas por um trecho específico de alguma música; que viralizam nas redes sociais, especialmente no TikTok.

Mayara, no grupo focal, mesmo sem utilizar o termo *trend*, explicou que a presença de determinadas músicas em muitos vídeos diferentes nas redes sociais pode levar a uma dissociação em relação à sua origem, de forma semelhante à citada, em entrevista individual, por Corrêa:

Eu sei que muitas pessoas têm a influência musical do TikTok recentemente [aprovação, por gestos, dos outros membros do grupo]. Por exemplo, a música do Stranger Things, muita gente nem assistiu a série, mas as pessoas conhecem a música da Kate Bush, Running Up That Hill, por causa do TikTok, porque tem aparecido muito em vários áudios na plataforma. (MAYARA, grupo)

Ainda no âmbito do TikTok, Poli disse que as músicas da plataforma também estão presentes em outros meios de comunicação e contextos, e que com uma escuta repetida inesperada, o ouvinte pode achá-las interessantes. Ela atribuiu às *trends* o surgimento de “*músicas chiclete*”, além de dizer acreditar que os usuários

²⁵ Instagram é uma rede social voltada, principalmente, ao compartilhamento de fotos e vídeos. Para saber mais, conferir INSTAGRAM, 2019.

do TikTok são o público-alvo do Spotify, e que as músicas que se encontram em alta na rede social sejam destacadas no serviço de *streaming*.

Foi mencionada a possibilidade de escutar músicas editadas, para que seja tocado apenas o trecho presente nas *trends*, uma única vez, ou em repetição. Apenas uma das voluntárias, Stella, disse escutar determinadas músicas dessa forma com alguma regularidade, pois as conheceu desse jeito, dentro da rede social, e se acostumou. Ainda assim, ela e outros voluntários disseram que, geralmente, se enjoam das faixas que aparecem em *trends*. A maior parte dos entrevistados, quando questionados sobre a escuta da música editada, comentaram que não o fazem por diferentes motivos, como, por exemplo, não acharem interessante a ideia de encurtá-la, se irritarem e não quererem mais ouvi-la ou por nunca terem tido contato, nem ter sabido dessa forma de escuta. Alguns deles, porém, afirmaram ter amigos que ouvem música dessa maneira. Poli explicou que, como utiliza bastante as redes sociais e não costuma ouvir muitas músicas por conta própria, fora delas, muitas vezes, não sabe se escuta a versão original ou editada.

Outra peculiaridade na escuta musical realizada a partir das redes sociais é a presença, por vezes, de músicas aceleradas – recurso do qual diversos voluntários, em entrevistas individuais, se referiram pelo termo “*dois X*”, com a pronúncia do nome da letra X, em referência ao indicador da velocidade de reprodução em duas vezes, presente, por exemplo, nas configurações dos vídeos do YouTube ou das mensagens de áudio do aplicativo de troca de mensagens Whatsapp. Embora a maior parte dos voluntários da pesquisa tenha afirmado não costumar escutar música dessa maneira, ligando-a à ansiedade, aflição, descaracterização ou outros fatores negativos, dois deles relataram que, quando conhecem uma música já acelerada, precisam passar por um período de adaptação, caso queiram apreciar suas versões originais. Stella, por exemplo, disse não procurar por músicas assim, mas que elas aparecem em suas redes sociais e, depois, quando vai escutá-las em sua forma original, as acha diferentes e acaba não querendo ouvi-las. Já Roberto afirma que, geralmente, gosta mais, de início, das versões aceleradas, às quais considera mais emocionantes e legais, e as escuta dessa forma quando lhe são recomendadas ou aparecem em suas redes sociais. Depois de um tempo escutando as versões originais, porém, se adapta a elas. Poli, embora não escute músicas com a velocidade acelerada, mencionou ter o costume de aumentar a velocidade das

mensagens de áudio que recebe pelo Whatsapp, e relacionou sua habilidade de entendê-las sem problemas com o fato de ter um bom ouvido.

Ainda se tratando das redes sociais, Flávia disse que acompanha páginas de influenciadores digitais, popularmente conhecidos como *influencers*, que tocam instrumentos e explicam os motivos de gostarem de determinadas músicas. Segundo ela, o ponto de vista de outras pessoas sobre os estilos a faz entender a música de diferentes maneiras, e ela gosta disso. Em outro ponto da entrevista, quando questionada a respeito de quais eram os principais motivos para, geralmente, gostar de uma música, colocou, entre eles, os mesmos que citou serem defendidos pelos *influencers* que acompanha. Outros tipos de páginas ou perfis relacionados à música, citados por Luna e Poli em entrevista individual, foram artistas famosos, que, às vezes, postam vídeos em que escutam músicas, exibem trechos de seus shows ou fazem propaganda de novos lançamentos. Foram mencionados, também, perfis em que são exibidos vídeos com letras de músicas e, quando são internacionais, traduções.

I) Amigos

Os amigos foram citados como uma forma de influência, que geralmente ocorre pela sugestão e compartilhamento de *playlists* e músicas. Corrêa, por exemplo, se aproveita da diferença de gosto que tem com um de seus amigos, para ter uma *playlist* compartilhada, em que ambos adicionam as faixas que gostam de ouvir. Embora elas muitas vezes sejam interessantes apenas para quem as adicionou, podem, também, ser apreciadas pelo outro, de forma a expandir seu repertório.

O sentimento de ter o gosto musical muito diferente dos amigos foi demonstrado por 7 dos 15 participantes. Alguns deles fizeram questão de citar, por exemplo, a quantidade de estudantes que preferem outros estilos em sua turma, e dos poucos amigos que têm gosto parecido ao dele.

Poli, em entrevista individual, disse que quem ouve seu estilo musical preferido, sertanejo, em sua idade (13 anos), é “o *bullying da sociedade*”, e que isso é algo “*bem triste*”, o que criou um contraponto com Flávia, que citou o sertanejo como um dos gêneros mais escutados por seus colegas de turma.

Em geral, os voluntários que disseram ter gosto musical muito diferente dos amigos demonstraram preferir não escolher músicas para serem tocadas enquanto

estão juntos deles, pois sabem dessa diferença. Atribuíram a ela, também, o fato de, geralmente, não se sentirem influenciados por seus colegas. Alguns mencionaram ficar felizes ao recomendar ou receber recomendações de músicas dos amigos que têm estilo parecido. Uma minoria indicou fazer o mesmo com os amigos de forma generalizada, independentemente da diferença de preferências musicais. Poli, embora tenha afirmado não escutar muita música e ter um estilo diferente de seus colegas, mencionou gostar que as pessoas lhe apresentem gêneros que não está acostumada a ouvir, pois isso permite conhecê-las melhor. Disse, também, que seria interessante se as outras pessoas com quem tem contato tivessem o mesmo pensamento, de abertura ao desconhecido, mas sabe que, muitas vezes, não têm.

Ao serem questionados se consideravam importante ter gosto musical parecido com o dos amigos, a maior parte dos entrevistados respondeu que isso não é algo essencial, mas que é interessante quando ocorre. Em alguns casos, porém, foi observada a possibilidade de os amigos apreciarem estilos muito diferentes. Cris considera essa situação complicada ou, mesmo, ultrajante:

CRIS: Eu acho que vários dos meus amigos até têm um gosto bem diferente do meu, mas ao mesmo tempo, nada que eu ache ultrajante, sabe, deles gostarem. Porque ao mesmo tempo que a gente tem gostos diferentes, integramos um público-alvo específico da internet; então, o que a gente acaba recebendo de sugestão é parecido, às vezes. E, [o sentimento em relação a quem tem um gosto musical diferente do seu], depende da relação com a pessoa, porque, ou isso afasta você mais ainda, ou você tem intimidade suficiente pra falar... “Cara, como é que você gosta disso?” (Risos e aprovação dos outros participantes do grupo focal)

MODERADOR: E você acha que se alguém com quem tem muita proximidade tivesse um gosto “ultrajante”, como disse, você ia ter essa conversa, ou acha que nem seria próxima dessa pessoa?

CRIS: Depende; se é uma coisa só ou se tudo o que a pessoa gosta é horrível. Mas... Eu não sei, às vezes é preciso entender porque a pessoa gosta disso... Tentar entender um pouco... ou senão... Eu não sei! (Risos) É uma situação bem complicada. (CRIS, grupo)

Depois dessas respostas, Cris citou dois pontos que, também, foram mencionados por outros participantes. O primeiro deles é que, quando há algum amigo com o gosto musical diferente, a preferência é de simplesmente não conversar sobre o assunto, e não escutar música junto dele. Ambas as práticas foram amplamente citadas, porém, trazendo, como ponto considerado interessante,

o fato de se ter amigos com preferências musicais parecidas. Kaiser, por exemplo, disse se sentir feliz de poder escutar música sem precisar se preocupar se os outros estão apreciando a experiência ou não, e Malu se diverte ao cantar com os amigos de gosto eclético, assim como o dela. Ela considera ser uma característica boa gostar de diversos estilos, pois isso possibilita a convivência musical com uma maior quantidade de pessoas.

A própria conversa sobre música foi indicada, por diversos voluntários, como algo interessante, prazeroso e que traz um sentimento de identificação:

*(...) quando encontra alguém que escuta algo específico, você fica “Caramba, achei uma mina de ouro! Uau... (sic) Achei alguém que gosta **disso aqui**, que é específico para caramba...” E, nossa, normalmente a pessoa fala, só fala, fala, fala, fica falando... Fica falando muito sobre esse estilo! (CORRÊA, grupo, negrito nosso, utilizado para simbolizar ênfase dada na fala)*

No meu caso, geralmente, eu não acho quem tenha gosto igual ao meu... (...) E quando acho, é muito engraçado: “meu Deus... Tem alguém tão estranho quanto eu, que incrível! Agora vou ficar vinte horas falando sobre a mesma coisa... legal!” (ALEXANDRE, grupo)

Pedro, em entrevista individual, disse se sentir “*encontrado*” quando conversa com alguém que tem o gosto musical parecido com o dele. Poli afirmou que considera interessante o fato de ter a música como um assunto em comum com outras pessoas para conversar, pois isso pode ajudar a fazer novas conexões, e Malu disse que isso pode auxiliar na expansão do repertório, por meio de recomendações. A conversa sobre música com alguém que aprecia gêneros diferentes também foi citada por Flávia, que costuma conversar sobre o assunto com o irmão, que tem estilo musical bastante diverso do dela.

O segundo ponto levantado por Cris foi o da possibilidade de o gosto musical ser acompanhado de outras preferências, hábitos e características de estilo de vida:

(...) muitas vezes, quando vocês têm o mesmo gosto musical, é mais do que só por gostar daquela música. (...) Envolve outras partes da sua vida, também. É mais do que só uma coisa que você pode ter em comum com a pessoa. Então, acaba sendo muito produtivo. (CRIS, grupo)

Essa opinião foi compartilhada por outros entrevistados. Alexandre disse, no grupo focal, que, geralmente, é possível se aproximar e conversar com pessoas que têm o repertório parecido, sobre diversos assuntos de que ele gosta. Ao serem questionados, em entrevistas individuais, se acreditavam que o gosto musical poderia influenciar outros âmbitos da vida das pessoas, os voluntários da pesquisa afirmaram que poderia existir influência sobre o modo de pensar, pela criação de um sentimento de empatia ou reflexão acerca do eu lírico nas letras, ou seja, do personagem que as canta²⁶; o comportamento em geral; o posicionamento político; as opiniões sobre os outros; a visão de mundo; e a forma de se vestir. Além disso, foi dito que, embora os estilos musicais apreciados por cada um possam afetar alguns aspectos da vida, não é possível definir a personalidade de uma pessoa apenas por meio deles. Dentre todos os entrevistados, apenas uma afirmou não acreditar na influência sugerida, e outro disse que o gosto musical, talvez, afete âmbitos diversos de sua vida de alguma forma, mas que não percebe isso.

Foi citada a possibilidade de o repertório musical de alguém ser um indicativo de *status* ou popularidade em meio aos amigos e colegas. Para a maior parte dos voluntários, essa relação se dá pelo fato de que, se diversas pessoas demonstrarem apreciar um mesmo estilo musical, terão um assunto em comum para conversar, mesmo que suas outras vivências sejam diferentes. Alguns dos participantes da pesquisa, porém, disseram já ter passado por situações desconfortáveis, por conta das músicas que escutam. Pedro, por exemplo, afirmou já ter sido criticado, por não escutar os mesmos estilos que os colegas de sua escola. Ele criticou quem ouve música apenas por modismos, como uma tentativa de ser aceito pelos outros, e disse que todos deveriam escutar os estilos dos quais realmente gostam. Poli, embora, na entrevista individual, tenha comentado que as pessoas com as quais convive provavelmente “já tenham passado dessa fase” de considerar os estilos como indicativos de *status* ou popularidade, mencionou, também, já ter recebido críticas vindas de seus colegas, em relação ao seu gênero musical preferido. Disse, porém, que geralmente não as aceita e, por vezes, dá respostas agressivas, pois sabe que gosta de um estilo diferente e não se importa com isso.

O respeito com a opinião dos outros foi citado como algo importante, tanto no grupo focal, como em parte das entrevistas individuais. Luna colocou a importância

²⁶ Este, é diferente do cantor, uma vez que tem emoções e experiências próprias dentro do texto, que podem ser fictícias e diferir das de quem canta.

de se ter gosto musical parecido com o dos amigos, no mesmo patamar de preferências em outros âmbitos, uma vez que, segundo ela, amizades são, muitas vezes, formadas pelos gostos em comum. Disse, também, que se descobrisse que algum de seus amigos escuta músicas muito diferentes das apreciadas por ela, não consideraria isso um problema, mas, possivelmente, faria alguma brincadeira, sem desrespeitá-lo. Roberto, em entrevista individual, mencionou que, antigamente, tinha preconceito com alguns gêneros musicais, mas, com o tempo, passou a respeitá-los. Corrêa disse que ele e seu amigo, que escutam músicas muito diferentes, constantemente fazem brincadeiras relacionadas a isso um com o outro, mas que é algo divertido e, inclusive, os faz ampliar seu repertório. Ele enfatiza que o brincar com a diferença de gostos, desde que de forma respeitosa, é algo que aumenta muito a amizade entre os dois.

Assim como Corrêa, Stella citou um ponto positivo no fato de escutar músicas diferentes das apreciadas por seus amigos. Como eles sabem que gostam de estilos diferentes, não ouvem música quando se encontram. Para ela, isso é algo bom, pois disse preferir não conversar com as pessoas enquanto escuta música, e acredita que todos poderiam se distrair durante a interação. Já Leonardo gosta de compartilhar músicas com os amigos e, segundo ele, sempre que lhe é feita uma recomendação, mesmo que de um estilo diferente dos que está acostumado a ouvir, ele tenta encontrar nela algo que considere interessante. Mayara, por sua vez, quando tem algum amigo que ouve gêneros musicais muito diferentes dos que ela aprecia, tenta encontrar, nos estilos dele, algo de que goste, para que possam escutar quando estiverem juntos. Além disso, ela procura por músicas, em seus estilos preferidos, que os amigos possam gostar também. Para ela, algumas amizades podem ser mantidas, especialmente, pelas preferências musicais. Foi citado o exemplo de amizades que se formaram quando ela escutava o gênero *K-Pop*, mas que se distanciaram a partir do momento em que parou de acompanhar o estilo.

Outro ponto relacionado à diferença de gosto musical, levantado durante as entrevistas, é a existência de músicas que os adolescentes escutam em segredo, por diversos motivos. Mayara afirmou, em entrevista individual, que não mostrava para seus pais algumas das músicas do gênero *K-Pop* de que gostava, pois tinha

vergonha de escutá-las pelo fato de serem muito típicas de meninas²⁷, e tinha certeza de que eles não gostariam. Disse também que, durante um determinado período de sua vida, sentia vergonha quando as pessoas sabiam das músicas que escutava e, por isso, o fazia com fones de ouvido, em segredo. Até o momento da entrevista, nunca tinha pensado a respeito da possibilidade de as pessoas de quem ela escondia essas músicas poderem, também, escutá-las sem que ela mesma soubesse.

Roberto escuta, secretamente, músicas de um gênero que, segundo ele, é um pouco “*vergonhoso de admitir*” que gosta, e diz ter certeza de que seus colegas e amigos também fazem isso, mesmo que com outros estilos. Ao ser questionado se já havia pensado na possibilidade de algum conhecido dele poder ouvir o mesmo gênero, em segredo, assim como ele, disse que sim e complementou, afirmando que, na verdade, não tem “*tanta vergonha*” de escutá-lo, mas que não mostraria isso, voluntariamente, aos outros. Ainda assim, acredita que os amigos possam imaginar que ele ouve músicas do estilo.

Stella também afirmou ouvir músicas em segredo, mas por um motivo diferente. Ela disse ter “*ciúmes*” de algumas delas, e não querer que outras pessoas as escutem. Corrêa, embora não se importe com que seus conhecidos saibam os estilos musicais que aprecia, prefere não escolher músicas para serem reproduzidas quando está com outras pessoas, pois acredita que poucos gostarão de sua seleção. Quando sabe que alguém tem o repertório parecido com o dele, porém, fica feliz e, então, gosta de escolhê-las.

Alguns dos adolescentes participantes da pesquisa disseram acreditar que, ao ficarem sabendo das músicas que alguém está escutando em um determinado momento, é possível saber, também, o que essa pessoa está sentindo ou fazendo. Nesse ponto, no grupo focal, foi citada, como interessante, a função de ver o que os amigos e as conexões de redes sociais estão escutando. Esta função foi colocada, nas entrevistas, como uma das preferidas dentre as disponíveis no Spotify. Houve queixas, porém, em relação ao fato de ela só estar disponível nas plataformas para computador. Embora funções semelhantes também se encontrem presentes em outros serviços de *streaming*, foi consensual a opinião de que esse recurso funciona

²⁷ Foi utilizado o termo em inglês “*girly*”, que, embora possa ser traduzido para “feminino”, perde parte de seu sentido, pois, originalmente, se relaciona especificamente à palavra *girl*, traduzida para o português como menina, enquanto *woman* se traduziria para mulher. A palavra “feminino”, por sua vez, se refere ao gênero como um todo, sem distinção de idade ou comportamento.

melhor no Spotify pois, segundo os entrevistados, ele tem mais usuários e, logo, existe uma chance maior de se ter mais amigos que o utilizem. Para Mayara, conectar o aplicativo nas redes sociais e saber “*o que os seus amigos estão escutando, pode ter muita influência no seu gosto musical*” (MAYARA, grupo). Essa função foi apontada, também, como uma boa maneira de se conhecer novas músicas e *playlists*.

3.3.4 *Playlists*

As *playlists* foram um tópico bastante abordado nas entrevistas individuais e no grupo focal. Segundo os voluntários, elas são um dos recursos mais importantes do Spotify, e têm grande potencial de influência.

No âmbito das *playlists* de usuário, quase todos os entrevistados indicaram ter uma lista com todas as músicas de que gostam ou, pelo menos, com uma grande parte delas. Para alguns, essa era sua única lista. As justificativas para isso foram: gostar de ter todas juntas, para escutar no modo aleatório, não sentir necessidade de categorizá-las, ou ter preguiça de organizá-las de outra maneira.

Para os que utilizam outras formas de organização, alguns dos parâmetros citados para a categorização das músicas em diferentes *playlists* foram: o meio pelo qual as conheceram; sentimentos; estilos musicais; épocas em que foram lançadas; ano em que as conheceram (categoria considerada útil para lembrar músicas esquecidas por eles); ocasiões específicas, como, por exemplo, músicas escutadas em festas, viagens, enquanto fazem exercício; estudos musicais e outros. O último parâmetro engloba as que contam com algum instrumento estudado pelos entrevistados; e as que são tocadas em grupos musicais; ou recomendadas por seus professores, para estudarem.

Foi demonstrado o interesse dos jovens em compartilhar as próprias *playlists* com os amigos. Quando feito com amigos próximos, com gostos parecidos, porém, o compartilhamento foi considerado menos interessante, pois, segundo eles, várias faixas, conhecidas por ambos, se repetem na lista de cada um. Ainda assim, essa foi uma opção considerada válida, visto que pode haver, também, músicas desconhecidas. Alguns dos voluntários disseram adicionar às suas próprias *playlists* as músicas de que gostam, quando provenientes das listas dos amigos.

A especialidade das *playlists* editoriais, segundo o Spotify, é sua curadoria e categorização. Ainda assim, diversos dos voluntários preferem criar suas próprias listas a partir de critérios e categorias específicas. Ao serem questionados acerca do motivo para fazerem isso, em vez de utilizarem as *playlists* fornecidas pela própria equipe da plataforma, foi indicado que elas, embora por vezes tenham músicas que podem fazer sentido com as suas propostas, fogem de seus estilos preferidos e apelam para uma espécie de gosto genérico, com músicas presentes, também, em outras mídias, principalmente nas redes sociais.

Foram dados alguns exemplos em relação à diferença entre listas de usuário e editoriais, quando desenvolvidas para momentos específicos. Um deles, é o de música de ópera em uma lista voltada para fazer exercícios físicos, criada por Corrêa, que citou que, na lista editorial criada para o mesmo contexto, se encontra, praticamente, apenas música eletrônica. Outro é o caso de uma única *playlist*, criada por Kaiser, que contém músicas de artistas bastante diferentes uns dos outros, se tratando de estilo, como Rihanna e Djavan. Foi citada, porém, a possibilidade de se utilizar as listas editoriais como base para criar a sua própria, de usuário, por meio da adição de músicas faltantes e da remoção de músicas indesejadas. Há, também, a possibilidade de escutá-las fora do contexto para o qual foram criadas, de forma a procurar por músicas desconhecidas.

Foi levantada, também, a possibilidade de as *playlists* editoriais voltadas a momentos específicos exercerem influência na opinião dos usuários a respeito das músicas. Alguns dos voluntários disseram acreditar que a escuta de determinadas faixas faz sentido em relação aos momentos propostos nas listas do Spotify. Ao serem indagados se isso se dá por convicção própria e impressão prévia, ou se ocorre pelo fato de eles já terem escutado a seleção de materiais musicais anteriormente, acompanhada pela descrição da plataforma, alguns mantiveram a opinião de que, mesmo sem a descrição, relacionariam as músicas às categorias às quais foram designadas. Outros, no entanto, não souberam responder e admitiram poder haver influência dos títulos e das descrições das *playlists* em suas opiniões.

Categorias de *playlists* editoriais que seguem critérios objetivos para a seleção de suas músicas, como, por exemplo, época, artista, estilo musical ou subgêneros (embora os dois últimos carreguem certa subjetividade), foram mencionadas apenas de forma positiva durante as entrevistas, e indicadas como uma boa forma de se ampliar o repertório dentro de nichos específicos.

As *playlists* algorítmicas, ou personalizadas, foram indicadas por vários dos voluntários como as favoritas, mas, também, como as que eles acreditam ter maior potencial de influência. Essas duas opiniões não se anulam, e são expressas, por vezes, pelos mesmos voluntários, como demonstrado, por exemplo, por Kaiser, quando falou sobre a sua opinião a respeito do algoritmo do Resso:

Isso obviamente me dá medo, porque, literalmente, eles estão filtrando o tipo de música de que eu gosto e achando o meu gosto, e esse tipo de coisa, mas ao mesmo tempo é uma dinâmica super legal para descobrir novas músicas. (KAISER, grupo)

Corrêa considera as recomendações algorítmicas interessantes em diversos aspectos. Para ele, as *playlists* dessa categoria são convidativas, aparentes na tela inicial da plataforma, e adequadas para se conhecer músicas novas. Ele mencionou que fica ansioso à espera do dia em que se renovam as listas de recomendações semanais e mensais. Explicou, também, que gosta de escutar música por meio do que chamou de “*ordem aleatória diferenciada*”, que consiste na utilização da função de enriquecer uma *playlist* e escutá-la no modo aleatório.²⁸ Ao enriquecer uma lista, são inseridas nela, pelo Spotify, recomendações algorítmicas. Quando Corrêa gosta de alguma delas, adiciona à lista para a qual foi sugerida. Quando não gosta, geralmente, apenas avança para a próxima música, sem deletá-la, caso queira dar outra chance à sua escuta. Essa função, de enriquecer a *playlist*, foi citada também por Malu. Para ela, as músicas recomendadas dificilmente têm a ver com as presentes na *playlist* original, por isso a utiliza pouco.

Cris, que acredita que as recomendações são uma das formas pelas quais o Spotify mais exerce influência sobre a “*mudança de gosto musical*”, disse que utilizava esse tipo de lista, mas perdeu o interesse. Segundo ela, conforme foi diversificando o próprio gosto musical, por meio de influências externas, as *playlists* personalizadas foram se tornando cada vez mais monótonas, por meio da especificação em um único estilo cada uma. Isso fez com que perdessem o sentido para ela, que passou a buscar músicas desconhecidas por outros meios. Stella e Mayara, por outro lado, afirmaram gostar mais de manter a própria escuta em estilos musicais dos quais estão acostumadas. Para elas, o fato de as recomendações

²⁸ É importante mencionar que no momento da entrevista, a função “ordem aleatória inteligente”, bastante parecida com a prática descrita por Corrêa, ainda não havia sido implementada no Spotify.

serem, geralmente, focadas em algum gênero específico, faz delas interessantes para conhecer músicas novas que sejam parecidas com as que já apreciam.

Roberto afirmou que não costuma utilizar *playlists* de recomendações personalizadas pois, em geral, as músicas nelas presentes já são conhecidas por ele, ou, então, não têm a ver com o seu gosto. Já Malu, assim como Corrêa e Luna, disse gostar muito da função e das recomendações apresentadas. Alexandre apontou um interesse especial nas *playlists* algorítmicas, por utilizá-las de forma não convencional. Segundo ele, como sua família inteira divide a mesma conta do Spotify, as recomendações se baseiam em gostos bastante diferentes uns dos outros. Ele diz que, dessa forma, “o algoritmo fica confuso”, o que resulta em recomendações inesperadas. Alexandre acredita que esse é um dos poucos jeitos de se encontrar, sozinho, músicas desconhecidas no Spotify.

Apesar de não procurar pelas playlists personalizadas, Roberto disse gostar de utilizar a função rádio do Spotify para receber recomendações baseadas em músicas, *playlists*, álbuns ou artistas e, depois, retirar as que não gostou. Depois, ele salva a nova seleção como uma *playlist* de usuário. Segundo ele, Malu e Stella, cada rádio é bastante específica e conta, geralmente, com músicas nas quais os artistas presentes nas faixas selecionadas fazem participações especiais. A diversidade, para Roberto, se dá a partir da escuta de diversas rádios, baseadas em diferentes materiais.

3.3.5 Hábitos de escuta e atenção

Foi perguntado aos adolescentes participantes da pesquisa, se acreditavam que os próprios hábitos de escuta eram diferentes dos de outras pessoas e de seus amigos. As respostas obtidas foram diversas. Apenas dois, Roberto e Malu, disseram acreditar que eram parecidos, e Corrêa, em entrevista individual, disse que, anteriormente, acreditava que seus hábitos eram semelhantes aos de outras pessoas mas, após a realização do grupo focal, se surpreendeu ao saber que outros participantes não conseguem se concentrar para escrever enquanto escutam música, prática corriqueira em seu dia a dia, que considera prazerosa. Os outros entrevistados citaram algumas diferenças. Luna e Mayara afirmaram, durante entrevista individual, que acreditam ter a escuta musical mais atenta do que a de

outras pessoas. Kaiser, por sua vez, disse ter referências plurais por escutar música tanto com os amigos quanto com a família.

Flávia afirmou considerar que sua visão sobre música se baseia em ideias aprendidas com influenciadores digitais e, por isso, é bastante diferente da de seus amigos: *“Eu aprendi, com os influencers que eu sigo, que a música deve refletir a beleza, o bem e a verdade, então, quando eu vou procurar alguma música, tento procurar isso também, e acho que meus amigos não veem muito esse lado”*.

Mayara disse perceber que a maior parte dos seus amigos não reserva um tempo apenas para a escuta musical, em que não esteja fazendo outra atividade ao mesmo tempo, e acredita que isso deva ser algo normal entre os ouvintes, de forma generalizada. Para ela, esse momento de apreciação é importante e prazeroso, pois assim consegue se concentrar em músicas que não daria atenção caso fossem escutadas durante a realização de outras atividades. Mayara também afirmou que esse momento pode ser substituído por atividades como cantar, tocar instrumentos musicais ou dançar junto à música, e sua atenção se volta a diferentes aspectos da escuta em cada uma dessas práticas. Quando escuta música sem fazer mais nada e com o volume alto, porém, é o momento em que mais aprecia e percebe os seus detalhes.

Outros participantes, que também reservam um tempo exclusivo à escuta musical, focada, relataram diversas opiniões sobre o momento, em comparação à escuta acompanhada de outras atividades. Para Luna, a experiência de escuta focada é profunda. Para Kaiser, imersiva. Pedro, Kaiser, Mayara, Flávia e Corrêa consideram ter sua atenção na escuta aumentada em relação a outros momentos, e Corrêa disse aumentar, também, a atenção sobre seu próprio corpo. Foi relatada, por Kaiser, Luna e Roberto, uma melhora na percepção de diversos elementos musicais como, por exemplo, letra e seu significado, melodia e ritmo, em relação à escuta durante a realização de outras atividades.

Stella, embora tenha afirmado não ter nenhum momento dedicado apenas à escuta musical, disse, em outro ponto da entrevista que, às vezes, ouve música, na escola, sem fazer outras atividades (como, por exemplo, quando termina de fazer os exercícios propostos pelos professores) e que, quando isso acontece, consegue prestar mais atenção nela: *“Quando estou [ouvindo música] na escola, sem fazer nada, eu presto atenção, mas quando estou copiando alguma coisa, eu nem vejo a*

música passar”. Ela também disse não prestar atenção nas músicas em sua primeira escuta, pois elas sempre são acompanhadas por alguma outra atividade.

Alguns dos voluntários relataram não ter esse momento, por diversos motivos. Poli, que se diz *“um pouco viciada no TikTok”*, considera as redes sociais uma forma de entretenimento *“mais fácil”* do que a música. Ela citou, como alternativas para a escuta musical, dependendo do estado de humor, outras atividades como: *“assistir uma série, lavar uma louça, pular numa piscina gelada ou tomar um banho gelado no frio”*, e disse não recorrer à música em seu dia a dia.

Malu disse acreditar que não conseguiria ter uma escuta musical prazerosa sem fazer outras atividades ao mesmo tempo:

Acho que se eu ficar parada ouvindo música, (...) vou ficar pulando (sic) as faixas e não vou aproveitar do mesmo modo que aproveitaria se estivesse fazendo outras coisas. Então, eu escuto muita música fazendo academia e quando estou indo para os lugares. (MALU, individual)

Ao discorrer sobre os elementos musicais aos quais presta atenção em cada um de seus momentos de escuta, ela coloca a música como *“quase”* em primeiro plano quando dedica a ela maior atenção:

*Eu acho que em momentos em que tenho que estar focada em outra coisa, presto mais atenção no instrumental. Em momentos em que estou com a música, assim, para me entreter, estar ali como algo secundário, mas **quase primeira ação**, eu presto atenção na letra. (MALU, individual. Negrito nosso)*

Os participantes foram incentivados a falar de atividades que gostam de realizar enquanto escutam música, e a discorrer a respeito de como se encontra a sua atenção em cada uma delas. Corrêa disse gostar de escrever enquanto ouve música. Ele chamou, no grupo focal, de *“músicas navegantes,”* as escolhidas para guiar sua escrita, de forma a ajudá-lo a criar, mentalmente, uma atmosfera parecida com aquela que pretende expressar em seu texto. Além disso, contou utilizar músicas como temas para seus personagens, e se inspirar em suas letras. Disse, porém, que a escrita é uma exceção e que, quando escuta música durante a prática de outras atividades nas quais precisa se concentrar, ela acaba tomando a sua atenção.

Poli relatou o efeito oposto ao que acontece nos momentos de escrita de Corrêa, quando escuta música ao realizar atividades não relacionadas à escola. Disse que se concentra muito nas atividades e para de prestar atenção na música, deixando de percebê-la. Quando, em algum momento, volta a prestar atenção, percebe que está escutando alguma música aleatória, que nem consegue lembrar quando começou.

Luna e Pedro disseram acreditar que a música ajuda em sua concentração nos estudos, mas que se distraem quando ouvem algo de que gostam muito. Enquanto ela se desconcentra por se emocionar, Pedro para de estudar para cantar. Para estudos que exigem mais foco do que o habitual, como, por exemplo, quando faz revisão para uma prova, ele prefere o silêncio; e afirma que escuta música apenas enquanto realiza estudos rotineiros, como exercícios e tarefas de casa. Outros participantes também realizam ações pontuais quando ouvem determinadas músicas. Stella e Leonardo, geralmente, interrompem tudo o que estiverem fazendo para cantar e dançar quando começa a tocar alguma de suas músicas preferidas. Leonardo relatou que o faz, mesmo se estiver em público, entre pessoas que não conhece, mas, depois, sente vergonha. Disse, também, que gosta de desenhos animados japoneses, em estilo *anime*, e que, quando escuta músicas agitadas, se lembra das cenas de luta presentes neles e começa a se movimentar, como se estivesse lutando.

Kaiser informou que não consegue prestar atenção no que faz enquanto escuta músicas com muitos instrumentos presentes. Disse que as com menos elementos, porém, podem ajudar em sua concentração por meio do direcionamento de sua atenção aos acontecimentos musicais, no lugar de sons ambientes, os quais considera distrativos, como, por exemplo, o “*vento na copa das árvores*”. Ele citou o *Lo-Fi* como exemplo de estilo musical com poucos elementos. Disse, porém, que ele não é adequado para momentos mais ativos como, por exemplo, quando joga *videogame*.

Malu e Flávia contaram não conseguir estudar enquanto escutam música. Malu, porém, disse gostar de ouvir *podcasts* e assistir vídeos relacionados ao tópico que estiver estudando. Ela os conhece por meio de recomendações de seus professores, de amigos ou pela busca de palavras-chave na internet, e acredita que eles a ajudam a ter ideias enquanto escreve.

Cris considera que músicas com letra podem ter o poder de desconcentrar, tanto em atividades de leitura como de escrita. Por conta disso, costuma escutar *“uma playlist de música clássica no [modo] aleatório”*. Ela indicou, durante a entrevista em grupo focal, a possibilidade da utilização de diferentes *playlists* para se ter músicas adequadas a cada momento:

A troca de playlist é importantíssima, porque quando estou fazendo algo como, por exemplo, estudar... Tem que ser uma música que gosto, para eu não ter que ficar pulando (sic) o tempo inteiro, mas nada que goste demais, senão vou pensar na música e não no que estou fazendo... (CRIS, grupo)

Em outras atividades, como *videogames*, desenho, viagens e ligações com os amigos, não foi relatado o problema de desconcentração ao ouvir as músicas preferidas. Nessas situações, a escuta musical foi colocada em segundo plano. O termo *“música de fundo”* foi utilizado diversas vezes. Em outros momentos, como quando andam de carro, tomam banho, praticam exercícios físicos ou realizam tarefas domésticas, como, por exemplo, lavar a louça e arrumar a casa ou o quarto, foi relatado que a música faz muita falta. Ela foi considerada importante, também, nas redes sociais. Nesse contexto, foi citado que ela se encontra atrelada às publicações, e ajuda a incrementá-las.

As práticas e opiniões em relação à escuta musical durante caminhadas na rua ou em transporte público foram variadas. Mayara relatou não escutar música por medo de acontecer algo, como, por exemplo, alguém chamá-la, ou ela deixar algo cair enquanto anda, e não perceber. Todos os outros voluntários que disseram não ouvir música na rua, colocaram como motivo o medo de serem assaltados. Corrêa citou ter esse medo. Disse considerar-se viciado em escutar música na rua e, quando o faz, procura andar o mais rápido possível. Quando chega em algum lugar especialmente perigoso, ele guarda o celular e os fones de ouvido em sua mochila. Informou, também, que, quando escuta música, sente o tempo em que está no transporte público passar mais rapidamente. Em compensação, presta mais atenção ao redor quando não escuta, o que também considera algo bom. Malu disse que caminhadas na rua são momentos em que presta bastante atenção na música.

Kaiser, por sua vez, afirmou que, além de existirem músicas que combinam com determinadas atividades, há outras que não fazem sentido fora de um determinado contexto. Ele deu como exemplo o funk, estilo do qual gosta de ouvir

com os amigos, mas que não escutaria sozinho. É importante ressaltar que os contextos não são formados apenas por atividades: o ambiente e o grupo de pessoas presentes também fazem parte dele, e podem contribuir para que uma música seja considerada, ou não, adequada.

Além de atividades, a escuta ligada a humores e emoções também foi abordada nas entrevistas. Roberto disse gostar de ouvir músicas que, para ele, são felizes, quando quer comemorar algo, ou quando está triste, para *“ajudar a levantar o humor”*. Ele considera felizes as músicas em escala maior. Malu mencionou não gostar de escutar música quando está triste pois, segundo ela, a maior parte das que aprecia são muito animadas, e não combinam com o momento. Para ela, uma música considerada triste tem poucos instrumentos, como, por exemplo, *“um violão no fundo e alguém cantando”*. Por outro lado, músicas animadas contam com vários instrumentos e pessoas cantando ao mesmo tempo. Segundo ela, *“o jeito que a música é feita diz mais sobre ela do que a própria letra”*. Para Flávia, o andamento é o principal parâmetro para definir o humor de uma música. Ela disse gostar de escutar músicas lentas quando não se sente bem, e que acredita no potencial de cura da música. Segundo ela, alguns estilos podem *“elevar a alma”*. Para Corrêa, a música pode desencadear sentimentos, mas eles não são objetivos, e podem variar, mesmo dentro de um estilo específico. Acredita que a única forma de ligar, objetivamente, músicas a emoções, é por meio da letra.

Outro tópico, relacionado aos hábitos de escuta, levantado nas entrevistas foi o de efeitos que a música pode ter sobre outras atividades. Cris, no grupo focal, colocou os efeitos da escuta musical durante caminhadas na rua como algo *“importantíssimo”* para a sua segurança. Ao escutar música, ela anda mais rápido, não faz contato visual com as pessoas e faz uma expressão de quem *“não quer falar com ninguém”*. Para ela, isso é uma espécie de precaução para ninguém querer abordá-la de forma negativa. Mayara e Leonardo também relataram andar mais rápido quando escutam música. Segundo Mayara, a música *“é um estímulo para as coisas que as pessoas fazem”*, desde que combinada com o momento certo. Ela relatou que, quando tinha entre dez e onze anos de idade, percebeu que demorava muito para fazer as tarefas de casa enquanto ouvia música, até que, um dia, por acaso, reproduziu músicas instrumentais orquestrais e eletrônicas por meio do serviço de *streaming* do qual era assinante, e percebeu que conseguiu trabalhar mais rápido. Ela diz: *“foi um estímulo, e eu acabei fazendo mais rápido do que faria*

se estivesse em silêncio”. Corrêa descreveu obter efeitos parecidos por meio da escuta de música eletrônica em sua prática de escrita. Ele relatou que começa a escrever mais rápido e ter mais ideias quando as músicas chegam a um momento específico, alto, que ele chama de *drop*.

Ainda no âmbito dos hábitos de escuta, foi perguntado aos adolescentes se eles costumam ouvir músicas inteiras ou apenas trechos, e se, geralmente, enjoam de determinadas músicas e artistas. A maior parte deles disse que, quando gosta muito de uma música, a escuta repetidamente em um curto período de tempo e, por isso, às vezes, passam algum tempo sem querer ouvi-la. Ainda assim, esse sentimento foi colocado como temporário e, normalmente, após um determinado tempo, eles voltam a se interessar por ela. Uma exceção a essa afirmação são as *trends* de redes sociais. Diversos voluntários, em entrevista individual, afirmaram perder completamente o interesse nas músicas presentes nesse tipo de publicação. O modo de reprodução musical em ordem aleatória foi citado como um recurso interessante para se relembrar de faixas que, após terem sido escutadas repetidas vezes, foram deixadas de lado.

Dentre todos os entrevistados, Roberto foi o único adolescente a dizer que se enjoa das músicas com as quais teve contato por outros meios que não as *trends*, a ponto de não querer ouvi-las novamente. Segundo ele, isso acontece pois seu estilo musical muda com o passar do tempo. Poli, por outro lado, afirmou não se enjoar de músicas, pois não as escuta por tempo suficiente para que isso aconteça.

A maior parte dos entrevistados afirmou preferir ouvir músicas inteiras a avançar para as próximas, antes de escutá-las até o fim. Os que têm ambos os hábitos afirmaram escutar inteiras as músicas de que mais gostam, ou nas quais percebem haver um desenvolvimento em toda sua duração. Cerca de uma vez por semana, Malu acessa as rádios de suas *playlists*, ou utiliza a função de enriquecê-las, e realiza uma espécie de escuta dinâmica das recomendações, por meio da audição de diferentes trechos isolados delas. Quando, por meio dessa escuta, acredita que gostará da música, adiciona às suas *playlists* e, depois, a escuta do começo ao fim. Flávia e Mayara mencionaram que, quando escutam determinadas músicas, geralmente avançam para a próxima após ouvirem seu trecho preferido. Segundo Mayara, existem algumas faixas, principalmente no gênero *pop*, que são bastante repetitivas e, por isso, deixam de ser interessantes a partir de determinada parte. Quando questionada, afirmou que gostaria que essas

músicas tivessem menos repetições, mesmo que, para isso, fosse necessário que fossem extremamente curtas.

3.3.6 Opiniões a respeito de não usuários de serviços de *streaming* musical

Após os voluntários relatarem os próprios hábitos de escuta, pediu-se aos que eram usuários de serviços de *streaming* musical, que discorressem a respeito das possíveis diferenças entre os próprios hábitos e os de não usuários. Os principais pontos indicados como diferenciais foram a facilidade de acesso à música e as recomendações personalizadas das plataformas.

Foi citado que, quem tem acesso a um serviço de *streaming*, pode escutar “qualquer música”, enquanto os não usuários são obrigados a escutar apenas as que estão disponíveis para eles por outros canais. Malu, porém, indica que essa impossibilidade de escolher quais músicas escutar pode levar à diversificação do gosto musical, uma vez que, ao poder escolher a música que quiser para ser reproduzida a qualquer momento, o ouvinte pode manter sua escuta naquilo que já conhece. Afirmou, também, que as recomendações do Spotify se baseiam nos hábitos de escuta de cada usuário, o que pode fazer com que se tornem cada vez mais específicas, fixadas em determinados estilos, mantendo o ouvinte dentro de uma “bolha”. Disse, também, sentir falta de listas que sigam uma lógica oposta, por meio da recomendação de músicas diferentes daquelas escutadas pelo usuário, de modo a auxiliar na diversificação do gosto e do repertório musical. Quando está com vontade de ouvir músicas diferentes, então, Malu, geralmente, utiliza *playlists* de músicas que escuta menos, ou que não acessa há bastante tempo.

Kaiser disse acreditar na possibilidade de os não usuários de *streaming* musical tenderem a ficar dentro de uma zona de conforto em relação ao próprio gosto, encontrando-se “presos” às preferências com as quais cresceram, e que lhes são familiares, por conta da maior dificuldade de acesso a novas músicas.

Corrêa afirmou imaginar que os não usuários de serviços de *streaming* de áudio utilizem a plataforma de vídeos YouTube para escutar música. Para ele, a maior diferença na utilização dos dois tipos de plataforma se dá nas recomendações. Ele explica que, no Spotify e em outros serviços voltados especificamente à escuta, as recomendações são focadas em músicas, enquanto,

no YouTube, encontram-se, também, vídeos, que podem abordar outros assuntos como, por exemplo, jogos virtuais.

Os adolescentes Flávia e Pedro, não usuários de serviços de *streaming* de áudio, também comentaram sobre o tema. Ela acredita que não existam muitas diferenças entre os hábitos de escuta dos usuários e não usuários do serviço, pois, de alguma forma, ambos podem ter acesso à música. Pedro, por outro lado, afirma que os ouvintes de *streaming* têm mais chance de mudar o próprio estilo musical por conta das recomendações presentes nas plataformas. Disse, também, que não sentiu diferença, em média, na quantidade de tempo que costuma passar, por dia, escutando música no reproduutor de mídia do celular, em comparação com o período em que utilizava o Apple Music.

Perguntou-se, aos não usuários do Spotify, se seus amigos e colegas comentavam a respeito de sua não adesão ao serviço. Poli respondeu que quando utilizava o serviço do Deezer, constantemente lhe perguntavam o motivo para não usar o Spotify. Flávia afirmou que, durante um momento de sua vida, se sentiu triste por não ser assinante do Spotify, principalmente porque a maioria de seus amigos o utilizavam. Estes, diversas vezes, faziam perguntas a respeito de suas *playlists* e da utilização do aplicativo. Quando sabiam que ela não era usuária, reagiam de forma desanimada. Pedro, por sua vez, contou nunca ter tido problemas relacionados ao fato de não utilizar o Spotify.

Na entrevista em grupo focal, foi perguntado aos participantes como eles acreditavam que seria sua vida caso os serviços de *streaming* de áudio não existissem. Alexandre disse não saber se haveria um grande impacto em sua vida, mas que esta se tornaria mais monótona, pois não seria possível escutar música durante outras atividades. Cris disse que, provavelmente, seria mais difícil de se criar uma relação próxima com a música, mas que, ainda assim, isso não seria algo impossível. Ela citou como razoável a possibilidade de carregar consigo um aparelho *Walkman* para escutar música. Mayara, que disse acreditar que as “*plataformas de streaming são um avanço da sociedade*”, considerou essa uma pergunta difícil. Segundo ela, sem os serviços de *streaming* de áudio, não seria possível a criação de *playlists* e nem interações com os amigos, realizadas por meio da internet, relacionadas à música. Segundo ela, antigamente, eram reproduzidas mais músicas nos ambientes, algo que acredita que retornaria com a ausência do *streaming*.

Os participantes do grupo foram, então, incentivados a falar sobre como supunham que seriam seus hábitos de escuta musical e a relação com seus amigos e colegas, caso os serviços ainda existissem, mas eles não fossem usuários. Cris disse que acredita que seus amigos a incentivariam a utilizar o Spotify, por ser algo de que gostam, e que seria interessante se ela pudesse ser incluída no que considera ser uma experiência divertida. Stella disse que, provavelmente, suas amigas colocariam músicas para serem reproduzidas e insistiriam para que ela ouvisse junto. Por outro lado, Alexandre, embora não soubesse dizer como isso aconteceria, acredita que haveria algum tipo de pressão, desagradável, por parte de seus colegas e amigos. Poderia ser uma sugestão constante, insistente, ou, talvez, algo agressivo, como a insinuação de que, caso não utilizasse o Spotify, a amizade deixaria de existir. Mayara disse acreditar que não seria muito afetada caso não utilizasse o serviço, pois toca diversos instrumentos musicais e, por isso, ainda teria acesso à música.

3.3.7 Silêncio

Enquanto falava, na entrevista em grupo focal, sobre os momentos nos quais gosta de escutar música, o adolescente Leonardo disse que um deles é, “*obviamente*”, enquanto lava louça, pois, sem a música, se cria um “*silêncio desconfortável*”. Alguns dos outros participantes presentes fizeram gestos de afirmação. A relação deles com o silêncio, então, se tornou um assunto a ser tratado, também, nas entrevistas individuais.

Diversas definições para a palavra silêncio foram dadas, por diferentes participantes. Poli o definiu apenas com a palavra “paz”. Luna, além de dizer que é um momento de paz, definiu-o como algo difícil de acontecer, quando não ocorre qualquer barulho. Stella o relacionou à sensação de quando acaba a energia em sua casa, momento em que tudo fica escuro, quieto, e as pessoas vão dormir. Mayara e Malu acreditavam, em suas definições, na possibilidade de o silêncio existir em conjunto com outros sons. Malu disse considerar como silencioso um momento em que não há sons que ela goste de ouvir, ou que chamem sua atenção para a escuta. Deu como exemplo um ambiente em que várias pessoas conversam entre si, mas não com ela, que se encontra quieta. Mayara definiu como silêncio o ato de ela mesma não emitir sons, mesmo que ainda existam outros no ambiente. Citou, como

possibilidades, o barulho da máquina de lavar roupas ligada ou do vento batendo na janela. Roberto e Flávia, quando perguntado, em entrevista individual, como definiam o silêncio, ficaram quietos por alguns segundos e, depois, disseram que aquela era a definição deles.

Para Corrêa, o silêncio é considerado um incômodo apenas em lugares que, geralmente, não seriam silenciosos. Ele deu como exemplo a sala de aula onde ele estuda, nos dias em que chega mais cedo do que seus colegas. Quando isso acontece, geralmente, vai à varanda que fica ao lado, para ouvir o som dos carros que passam pela rua. Quando considera que esse som não é suficiente para fazê-lo se sentir confortável, escuta música. Além de se incomodar com o silêncio nesses espaços, ele sente que, quando algum barulho acontece, parece mais alto do que o normal; é inesperado e não gosta disso. Em ambientes geralmente silenciosos, como o próprio quarto, uma biblioteca ou a sala de informática de sua escola, ele não se incomoda.

Mayara disse se incomodar com o silêncio em geral, e costumar criar sons de diferentes maneiras, como, por exemplo, batendo o grafite do lápis em seu caderno. Quando questionada, disse que esse bater, em geral, forma ritmos que considera musicais, e comparou o ato com a sensação de rabiscar uma folha de caderno durante explicações na aula. Ao descrever um momento, hipotético, da realização de uma prova na escola, ela citou diferentes emoções, como o tédio e o sentimento de perda de tempo, assim como soluções para não ficar em silêncio:

(...) [Se, durante o silêncio,] eu estou fazendo uma prova, escrevendo, vai ficar entediante. (...) Se estiver com dúvida, vou perder muito tempo. Então, costumo fazer bastante barulho quando estou, por exemplo, virando a página. Ou faço com o lápis... E quando está ficando difícil (...), por exemplo, deixo uma folha em cima da mesa e começo a bater o lápis mais forte. Eu acho que, talvez, crie um ritmo. (MAYARA, individual)

Para Kaiser, o silêncio é algo agonizante. Segundo ele, quando este está presente em suas atividades, ele começa a se concentrar em outras coisas e perde a linha de raciocínio. No entanto, acredita que o silêncio o ajude a pensar quando precisa se focar em algum assunto específico. Para ele, algumas atividades perdem o sentido sem a música. Um exemplo dado foram os *videogames*. Os sons dos jogos lhe causam ansiedade, então, geralmente, ele os joga com o som desligado,

mas com músicas sendo reproduzidas, e não vê sentido em jogar, caso estas não estejam presentes.

Stella, embora não tenha tocado no assunto do silêncio durante o grupo focal, disse, em entrevista individual, que, em alguns momentos, ele pode ser desconfortável, dando-lhe a sensação de que o ambiente fica “*apertado*”.

Outros participantes da pesquisa citaram o silêncio como algo bom ou neutro. Malu disse que, embora não se incomode com ele, acha que algumas atividades entediantes, como arrumar a casa, podem ficar mais interessantes com música. Luna citou algo semelhante, mas ligado ao momento de fazer lições de casa. Disse, também, que o silêncio, às vezes, é estranho, pois está acostumada com sua família, bagunceira e barulhenta, que ela gosta. Disse, porém, que o silêncio é bom em momentos específicos, nos quais pode deixar as pessoas pensativas.

Pedro disse preferir o silêncio à música e aos sons em momentos nos quais precisa se concentrar ou relaxar. Segundo ele, o silêncio em si não é um problema mas, sim, o tédio e a falta do que fazer. Ele disse, com tranquilidade, que a música é algo bom, e que poderia deixar esses momentos interessantes, mas, se tivesse algo diferente, de que ele também gosta, para fazer, mesmo que o momento continuasse silencioso, já estaria satisfeito.

Flávia não se incomoda com momentos de silêncio, mas, caso este não seja necessário, prefere ouvir música. Roberto disse sentir que, de vez em quando, é interessante ficar em silêncio, pois, dessa forma, pode-se descansar de forma plena. Segundo ele, em alguns momentos, se cansa, também, da escuta musical.

3.3.8 Educação musical em ambientes formais e não formais de ensino-aprendizagem

A influência da educação musical em diferentes contextos de ensino-aprendizagem nos hábitos de escuta e na forma de os adolescentes encararem a música em suas vidas foi um dos temas abordados nas entrevistas, e que rendeu diferentes impressões dos participantes. Os ambientes em que essa prática ocorre, relatados pelos voluntários foram escolas de ensino regular, ou seja, um ambiente de educação formal, além de outros, não formais, como escolas de música, projetos sociais e aulas de música na igreja e informais, ou seja, aqueles em que não há o intuito de se trabalhar atividades relacionadas à troca de

conhecimentos, por mais que essa troca possa acontecer mesmo assim (GRANDSTAFF, 1978). Neste tópico, são abordadas as impressões dos adolescentes em relação à Educação Musical nos dois primeiros contextos citados, ou seja, formal e não formal, além de sua relação com a música na escola, mesmo quando não vinculada à aprendizagem musical.

Mayara, que toca múltiplos instrumentos, disse que quando aprende a tocar uma música em algum deles, sente-se conectada a ela e, depois, sua escuta se torna mais agradável e prazerosa. Segundo Mayara, aprender uma música que não faz parte de seu gosto para poder tocá-la para outra pessoa é um desafio, e exige energia. Cris considera esse ato uma demonstração de amor, e acredita que instrumentistas encaram a música de uma forma diferente de quem não toca algum instrumento.

O amigo de Corrêa, de gosto musical distinto, diversas vezes lhe pede recomendações de músicas para aprender a tocar na guitarra. Na maioria das vezes, porém, não gosta delas, e não procura aprendê-las. Corrêa, que vê isso como uma brincadeira, não entende o motivo para ele continuar pedindo recomendações. Ele também relatou que, após ter aulas de música em sua escola regular, passou a analisar as letras das músicas e prestar atenção nas reações e movimentos de seu corpo durante a escuta. Ele e Kaiser realizaram, na escola, um trabalho relacionado ao samba, que envolvia escutar músicas de artistas específicos do estilo e pesquisar sobre eles. Segundo Corrêa, o trabalho possibilitou que enxergasse o estilo de uma forma diferente, e se abrisse para explorar suas diversas facetas. Ele passou a escutar músicas desse mesmo gênero e, por conta disso, este passou a ser recomendado a ele, também, pelo algoritmo do Spotify.

Luna, que participa do grupo coral do projeto social em que estuda música, acredita que a prática afeta a sua apreciação musical. Ela citou, como principal fator para isso, o estudo das letras realizado pelo grupo com todas as músicas que cantam, o que a faz “*senti-las*” de forma intensa. Acredita, também, que esse estudo possibilita maior expressividade na prática musical, algo que considera importante. Luna percebe, durante a escuta, elementos musicais relacionados a conteúdos estudados em suas aulas de música, e considera isso algo interessante.

Pedro também presta atenção em elementos explorados nas aulas de música. Citou, como exemplo, a harmonia. Segundo ele, o estudo musical afeta a sua escolha de músicas que quer escutar. Ele acredita que quem não tem algum tipo

de estudo na área, escuta música de forma passiva. Flávia também presta atenção nesses elementos. Deu, como exemplo, afinação, divisão e ritmo. Para ela, a escuta atenta a esses elementos é uma espécie de estudo, algo de que ela gosta. Roberto, por mais que também perceba os elementos citados, não acredita que isso afete sua apreciação musical. Disse, porém, prestar mais atenção na música do que alguém sem estudo na área, e que a educação musical lhe deu a habilidade de perceber elementos auditivos sutis, que poderiam ser *“ofuscados por outros mais vibrantes”*. Malu relatou que durante o tempo em que fez aulas de música, costumava observar, com atenção, quais instrumentos estavam presentes nas músicas que ouvia. Inicialmente, isso era feito por recomendação de seu professor, mas, depois, se tornou um hábito de que gostava. Passado um tempo depois que parou de fazer aulas, não realizou mais essa prática durante a escuta. Comentou, também, que durante o tempo em que tocava bateria, procurava escutar músicas que tivessem o instrumento em evidência.

Poli comentou que, quando gosta muito de uma determinada música, geralmente procura analisar sua letra. Embora essa seja uma prática rara em seu cotidiano, ela a associa ao fato de ter feito aulas de música quando mais jovem. Em sua opinião, a maior herança de suas aulas de canto, porém, não é relacionada à escuta ou à prática musical, mas ao bem-estar em seu dia a dia. Nas aulas, aprendeu diversas técnicas de respiração as quais, hoje em dia, utiliza inconscientemente, de forma automática. Estas, a ajudam a relaxar. As aulas a ajudaram, também, a controlar o tom de voz durante a conversa, e a utilizá-lo de uma forma que considera melhor do que fazia anteriormente. Embora não se considere uma pessoa apreciadora de música, disse que recomendaria a todos que fizessem, em algum momento de suas vidas, aulas de música e de canto.

Foi levantado, durante as entrevistas, o assunto da escuta musical dentro da escola regular, especialmente em sala de aula. Segundo Mayara, vários de seus amigos utilizam fones de ouvido durante a aula, e embora, aparentemente, alguns consigam se concentrar enquanto escutam música, ela afirmou saber que diversos deles o fazem, justamente, por não quererem prestar atenção na disciplina. Poucos são os professores, considerados, por ela, *“de mente mais aberta”*, que permitem que os estudantes escutem música durante o tempo de explicação. Uma maior parcela deles, permite que ouçam apenas enquanto realizam exercícios.

Stella afirmou gostar de escutar música durante a aula, com exceção dos momentos de explicação. Como citado anteriormente, porém, ela não consegue prestar atenção na música enquanto copia conteúdos da lousa, transformando-a em uma espécie de pano de fundo. Corrêa contou ter escutado música durante a aula no período em que esta era administrada de forma remota, pela internet, por conta da pandemia de COVID-19. Segundo ele, geralmente a música era colocada em volume baixo, sem que seu microfone estivesse aberto para os outros participantes da reunião, mas, em alguns momentos em que não queria prestar atenção, aumentava o volume da música e abaixava o da aula. Nos momentos de avaliação, em que, geralmente, todos fechavam os microfones e ninguém falava, ele escutava música em volume alto.

3.3.9 Perguntas diretas

Ao final das entrevistas individuais, foi realizada uma série de perguntas diretas, voltadas a delinear de forma mais precisa o perfil dos participantes e investigar peculiaridades específicas relacionadas à formação e ao desenvolvimento de seu gosto musical ao longo da vida, além de hábitos relacionados à música.

Foi perguntado, aos participantes, se eles se identificavam mais com estilos musicais ou com artistas específicos. Dos oito que responderam a essa pergunta, apenas Luna disse se identificar com ambos. O restante, afirmou sentir maior identificação com estilos. Roberto mencionou que são poucas as *playlists* que ele escuta, que têm mais de três músicas do mesmo artista, e Stella afirmou que todos os artistas dos quais gosta são do mesmo estilo, *pop*. Corrêa disse que, embora alguns se repitam em suas *playlists*, ele se identifica mais com seus estilos. Mayara afirmou procurar outras músicas de um artista quando gosta de alguma específica, e Roberto, embora tenha dito fazer o mesmo que ela, mencionou que isso é algo de caráter excepcional para ele, e que, geralmente, se atém a poucas músicas de cada um. Malu, que se considera eclética, disse se importar mais com o seu gosto em relação a cada música, em vez de a estilos musicais como um todo, mas, ainda assim, se identificar mais com os estilos do que com artistas. Já Flávia disse ter um gosto musical “*focado*”, mas apreciar elementos diversos nas músicas de estilos diferentes, e identificar-se mais com eles do que com artistas específicos.

Perguntou-se aos voluntários, se lembravam qual havia sido o primeiro estilo musical de que gostaram. Para Luna, essa pergunta também foi feita em relação ao primeiro artista, uma vez que ela afirmou identificar-se com ambos. Foi explicado a eles que não precisavam nomeá-los, apenas dizer se lembravam mas, ainda assim, todos citaram nomes. Luna e Pedro escolheram o gênero *pop*; Roberto, *rock*; Flávia, música cristã; Malu, *funk* e Corrêa, metal. Stella disse não se lembrar do nome do estilo, mas mencionou que envolvia artistas como Bruno Mars e Mø. Além de escolher o gênero *pop*, Luna citou a cantora Ananda.

Após terem respondido a essa questão, foi perguntado se ainda gostavam dos estilos citados. Com exceção de Roberto, que disse ter passado a escutar pouquíssimas músicas de seu antigo estilo preferido, todos responderam que sim. Flávia explicou, também, que existe um parâmetro relacionado à qualidade das músicas dentro do meio cristão, o que considera importante. Segundo ela, nesse meio, a música deve refletir a relação entre Deus e o homem, e expressar o bem, a beleza e a verdade; caso contrário, não é considerada boa. Esses são os mesmos parâmetros citados por ela, anteriormente, quando falou sobre as opiniões dos influenciadores digitais aos quais acompanha pelo Instagram. Ao ser questionada, então, se percebia essas características em outros estilos, disse acreditar que sim, pois, quando escuta as músicas de Beethoven, se lembra da trindade cristã.

Questionou-se, então, se a relação de cada um com seu estilo, ou artista, favoritos, havia mudado com o tempo. Luna disse ter gostado cada vez mais, tanto do estilo, quanto da cantora citada, e afirmou que sua relação com ambos se tornou intensa. Pedro disse que, embora ainda goste do estilo citado, passou a apreciar mais a música eletrônica em seu lugar. Ele se aproximou desse gênero a partir do momento em que escutou uma música em um vídeo do YouTube, em uma modalidade de publicações chamada *YouTube Shorts*, que engloba apenas vídeos curtos, com até um minuto de duração. Percebeu, então, que já havia escutado aquela música no comercial de um filme, e gostou dela. Depois, pesquisou outras músicas do mesmo artista e passou a gostar do estilo. Roberto, após conhecer outros gêneros musicais, passou a achar o *rock* monótono. O *jazz* tornou-se seu gênero preferido, após frequentar, com os pais, shows do estilo e assistir a vídeos no YouTube. Flávia, também, mudou de estilo favorito, e passou a gostar mais da música clássica orquestral, *jazz*, *blues* e, embora menos do que os três anteriores, MPB. Corrêa, que, quando mais jovem, não entendia as letras das músicas do estilo

metal, disse ter se apegado a elas cada vez mais ao longo dos anos. Passou a gostar também, e a considerar como estilo preferido, o *synthwave*. Malu, por outro lado, passou a conhecer e gostar de diversos estilos, e disse considerar difícil escolher um favorito.

Foi pedido que os participantes da pesquisa citassem elementos de que gostassem, tanto nos primeiros estilos que se lembravam de ter apreciado, como nos seus atuais estilos favoritos. Pedro, se referindo à música eletrônica, citou o desenvolvimento dentro de uma mesma faixa. Disse que cada música tem várias mudanças, graduais, com diversas seções diferentes, que lembram um degradê. Flávia mencionou acreditar na possibilidade de as músicas do estilo cristão “*elevarem a alma*” por meio da demonstração do bem da divindade. Citou, também, o divertimento que sente ao escutar *jazz* e *blues*, relacionado, principalmente, ao fato de ela tocar clarinete, instrumento que se encontra nesses estilos. Após começar a escutá-los, levou a experiência, também, à sua escuta de música cristã, e passou a pensar no papel dos instrumentos dentro dela, o que é prazeroso e lhe dá vontade de estudar o instrumento. Stella disse gostar do fato de seu antigo estilo favorito, do qual não lembra o nome, ser “*cantante e dançante*”, características que também percebe presentes no *pop*, no qual considera interessante a variedade de subgêneros e a diversidade.

Dois voluntários citaram elementos não relacionados necessariamente ao som como parte de suas respostas. O ponto favorito de Malu no *funk*, quando criança, era o fato de seu primo, de quem ela gostava bastante, escutar o estilo, o que, segundo ela, lhe deu vontade de escutá-lo. Ela também citou, como elemento sonoro, que gosta quando aparecem, nos estilos em geral, momentos nos quais a música, de repente, se acelera. Corrêa citou, como seu elemento preferido no *synthwave*, a estética visual atrelada ao estilo. Disse acreditar que isso também se aplica ao metal. Segundo ele, quando era mais jovem, seu irmão o provocava, dizendo que as músicas de sua banda preferida eram ruins. Ele, então, passou a escutá-las mais vezes, de propósito, como forma de provocação, e disse ter sentido prazer em fazê-lo. Afirmou, também, sempre ter gostado da sonoridade do estilo, mas não soube explicar exatamente o porquê.

Quando questionados se havia algo de que não gostavam nos estilos favoritos, os adolescentes deram respostas diversas. Flávia disse acreditar que não há nada que desgoste dentro de seus gêneros preferidos, e Stella não soube

responder. Luna disse não gostar de algumas letras do gênero *pop*. Quando perguntado o que acharia se a letra de uma música de que gosta muito fosse colocada em outra, de estilo completamente diferente, disse que, provavelmente, gostaria. Pedro citou vozes que considera “*estranhas*” na música eletrônica, sem dar uma explicação aprofundada. Roberto disse que, embora não goste de improvisações, no *jazz*, que saem da tonalidade da música, as considera aceitáveis. Corrêa disse não gostar da dificuldade de definir o que é o estilo *synthwave*, pois, segundo ele, não há uma instrumentação específica no gênero. Disse, também, que gosta quando há alguma previsibilidade dentro de cada estilo, mesmo que ela possa, às vezes, ser mudada. A respeito do gênero metal, disse não gostar da personalidade de alguns artistas, que são rudes com os próprios fãs.

Tratando-se de elementos que considera desagradáveis, e que podem motivar o desgosto em relação a estilos, artistas ou músicas, Stella também citou a personalidade, e disse perder a vontade de escutar músicas de artistas que são “*peessoas ruins na vida real*”. Segundo ela, os artistas expressam em suas músicas o que sentem; então, se alguém tiver problemas na vida pessoal, não vai produzir músicas tão boas quanto poderiam ser sem a existência desses problemas. Corrêa disse não gostar quando ocorre a apropriação de elementos de outros estilos, tanto musicais quanto visuais e estéticos, sem a devida referência à sua origem, os quais, geralmente, os fãs passam a acreditar que são originários do próprio artista. Além disso, afirmou não gostar de letras com temas mórbidos. As letras também foram citadas como motivo para Luna e Flávia não gostarem de determinadas músicas. Flávia disse não se sentir bem enquanto escuta *funk*, sertanejo e pagode, por conta delas, e complementou: “*O principal estilo musical que eu odeio é o funk. (...) Os três principais elementos que uma música precisa ter são ritmo, melodia e harmonia. Como se chama o funk de música?*”. Pedro, por outro lado, disse que, quando não gosta de alguma música, é por conta de sua sonoridade. Roberto colocou a semelhança entre várias faixas, presente, segundo ele, principalmente nos gêneros mais populares, como algo de que não gosta, mas disse não ter nada contra aqueles que apreciam os estilos nos quais isso acontece. Malu citou não gostar de músicas muito longas e repetitivas. Disse, porém, que quando há desenvolvimento em seu decorrer, com a adição gradual de novos elementos, não se importa com a sua duração. Disse, também, não gostar de música instrumental.

Perguntou-se aos voluntários da pesquisa se, geralmente, a sua primeira impressão em relação às músicas preferidas se mantém com o decorrer do tempo, se precisam ter contato contínuo por um determinado período com a música para passar a apreciá-las como suas favoritas ou se, com o passar do tempo, deixam de gostar delas como de início.

Poli disse gostar mais das músicas conforme as escuta repetidas vezes. Disse que, por vezes, elas se tornam “*músicas chiclete*”, e que esse é um processo natural. Explicou, porém, que essa repetição não se dá, necessariamente, em escutas musicais voluntárias. Ocorre, também, em momentos em que a música é reproduzida, por exemplo, em propagandas, em vídeos de redes sociais ou quando cantadas por outras pessoas.

Stella disse gostar das músicas que aprecia em sua primeira escuta. Ela sempre ouve novamente as que gostou, e se as continuar apreciando, procura aprender a letra. Segundo ela, tem ótima memória, em se tratando de letras de música, e nunca se esquece das que aprende. Roberto, assim como Stella, explicou que gosta das músicas em sua primeira escuta. Não obstante, precisa de uma certa familiaridade com o estilo, para querer ouvi-las inteiras. Ele citou o *rap* como exemplo disso: inicialmente, não entendia a letra das músicas por serem, geralmente, em inglês. Quando passou a pesquisá-las para entender o significado do que era cantado, começou a gostar mais. Procurou também subgêneros do *rap* que contavam com elementos musicais de outros estilos com os quais era mais familiarizado e passou, aos poucos, a se familiarizar com o gênero com o qual, até então, tinha pouco contato. Corrêa relatou sentir uma espécie de estranheza quando lhe são recomendadas, pelo algoritmo do Spotify, músicas bastante diversas em relação às que, geralmente, escuta. Gosta, porém, quando são músicas parecidas com as que está acostumado a ouvir.

Foi pedido que os participantes escolhessem três palavras que definissem sua relação com a música. Ocorreu a repetição de algumas para diferentes participantes. Todas, encontram-se dispostas na nuvem de palavras a seguir, em tamanho crescente em relação ao número de vezes que foram mencionadas:

Figura 8 - Nuvem de palavras que definem a relação dos voluntários com a música



Fonte: de autoria própria

As palavras, em conjunto com quem as citou, são listadas a seguir:

Kaiser

- Criação
- Concentração
- Amor

Pedro

- Filme
- Música grudenta
- Não pensou em uma terceira palavra

Roberto

- Afeição
- Amor

- Prazer²⁹

Poli

- Tranquilidade
- Sensações
- Sentimento

Flávia

- Amor
- Bem
- Verdade

Stella

- Extrovertida
- Calma
- Conforto

Malu

- Diversão
- Entretenimento
- Aprendizado

Corrêa

- Cotidiano
- Harmonia
- Sentimento

Ao final das entrevistas, foi pedido que cada participante dissesse como definiria o que é música para alguém que nunca teve contato com ela, seja por meio da escuta ou da prática musical. Essa foi considerada, pela maior parte dos entrevistados, uma pergunta bastante difícil.

²⁹ Roberto disse não se lembrar do termo em português e que, inicialmente, havia pensado na palavra, em inglês, *enjoyment*. Concordou com a tradução proposta, “prazer”.

Mayara, inicialmente, disse que definir o que é música é tão difícil quanto definir a palavra amor. Para ela, música é estar presente, com uma junção de diversos fatores, como melodia e a voz de um cantor, e é agradável aos ouvidos. Quando questionada sobre músicas das quais não gosta, afirmou acreditar que, ainda assim, sejam músicas. Disse que utilizou a palavra “*agradável*” em relação a não ser algo incômodo, e não em referência ao seu gosto pessoal.

Kaiser propôs três respostas, de pontos de vista diferentes. Segundo ele, em sua aula de música, na escola, ouviu que ela deve ter melodia e algum tipo de organização. Ouviu, também, que *rap* não é música, afirmação da qual discordou. Por razão do andamento da entrevista, não foi possível perguntar ao voluntário, porém, se isso foi dito por algum de seus colegas ou pelo professor. Em sua aula de filosofia, foi definido que música é uma sequência de barulhos organizados. Sua definição própria foi: algo com melodia, ritmo e outros elementos que não precisam ser fixos, mas que, principalmente, demonstre sentimentos, ou desperte algo em quem a escuta. Citou, também, que música instrumental, para ele, é como arte abstrata.

Luna disse que, para ela, música “*é arte, expressão... é tudo*”. Disse, também que é escrita por pessoas que procuram se expressar ou passar uma mensagem a quem escuta, e que tanto a música vocal quanto instrumental transmitem emoções.

Roberto, após um longo tempo pensando, disse que estava tentando encontrar uma resposta que não fosse simples, e que imaginava que seria diferente da que outras pessoas dariam. Chegou à conclusão de que música é a expressão dos sentimentos de uma pessoa por meio de sons e de letras.

Corrêa falou sobre uma aula, em que definiram a música como “*barulho organizado*”. Para ele, porém, esse barulho segue os parâmetros do timbre, altura, intensidade e duração, em diversas organizações. Mencionou a peça 4’33”, de John Cage, e disse que, embora conte apenas com o silêncio, ainda pode ser considerada música pois há, dentro dele, organização.

Flávia disse que o entrevistador tinha sorte, pois ela havia começado a ler um livro de teoria musical e se lembrava da definição proposta nele, da qual concordava e achava que fazia sentido. Segundo o livro, música é a arte de se expressar pelos sons.

Stella disse achar a pergunta difícil, pois todos escutam e têm contato com a música desde antes do nascimento, enquanto estão na barriga da mãe. Definiu-a

então, como um passatempo de que ela gosta mais do que de outros, e que vai ter durante toda a vida.

Malu disse acreditar que música é uma tentativa de se transmitir sentimentos ou ideias que não podem ser expressos apenas com palavras. Para isso, são utilizados, então, instrumentos musicais ou outras fontes sonoras.

Poli definiu a música como uma demonstração de opiniões e sentimentos, que podem mostrar, aos outros, coisas que eles não sabem, mas que irão descobrir por meio de sensações e reações durante a escuta. Segundo ela, pela música, é possível aprender a diferenciar sons e descobrir a influência que eles têm sobre o indivíduo. Pode-se descobrir, também, diferentes formas desses sons se misturarem. Acrescentou que música é algo de que poucos têm confiança para criar.

Pedro disse que “*a música é mágica*”, e que foi apenas isso que ele pensou após a pergunta.

Realizadas as entrevistas, assim como este relato das interações e respostas obtidas, possibilitou-se a sua análise a partir do estudo acerca do funcionamento e peculiaridades do Spotify, de conceitos relacionados à estética e consumo musical explorados a seguir, e da ótica da aprendizagem musical, abordada através do estudo de materiais de diferentes autores e educadores.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO A RESPEITO DOS MATERIAIS LEVANTADOS

Neste capítulo, é realizada uma análise das respostas dos adolescentes que participaram das dinâmicas de entrevistas individuais e do grupo focal, por meio de sua contextualização em relação a textos de diferentes autores, assim como conteúdos relacionados ao funcionamento do Spotify, já trabalhados anteriormente nesta pesquisa. Essa análise não foi feita segundo a ordem da descrição das respostas apresentada no capítulo anterior, que, por sua vez, foi definida de forma a agrupá-las segundo conteúdos específicos. Em vez disso, elaborou-se uma nova seleção de quatro tópicos mais abrangentes a serem trabalhados, que são:

- a) Relação com peculiaridades do Spotify e influências externas;
- b) Música e relações interpessoais;
- c) Relação entre a escuta musical e diferentes contextos;
- d) Os efeitos da repetição no gosto musical.

A relação entre as respostas dos voluntários e assuntos ligados ao ensino-aprendizagem musical ou a diferentes ambientes de estudo é analisada não neste, mas no capítulo 5 (p. 196).

4.1 RELAÇÃO COM PECULIARIDADES DO SPOTIFY E INFLUÊNCIAS EXTERNAS

Como demonstrado ao longo deste trabalho, os serviços de *streaming* trazem diversos recursos que afetam, de diferentes formas, a escuta musical de seu público. Entre os exemplos analisados estão as *playlists*, que permitem aos usuários organizar e compartilhar suas próprias músicas de diferentes maneiras, ou receber recomendações, sejam elas de curadores do próprio Spotify, de usuários comuns ou de algoritmos. Outros exemplos são a possibilidade de saber o que os amigos estão ouvindo e as diversas funções baseadas no algoritmo de recomendações.

Alguns desses recursos já existiam em outras plataformas de acesso à música: as *playlists* de usuário, por exemplo, já podiam ser criadas, embora de forma diferente em relação aos serviços de *streaming*, desde a época em que os gravadores de fita K7 eram populares, com a possibilidade de se passar para a fita o que era tocado no rádio. A criação e a organização dessas listas foi facilitada pelas mídias digitais, com a possibilidade de utilizar arquivos de áudio compactados em pastas, fosse no computador, ou em diferentes programas voltados à sua reprodução (como, por exemplo, o iTunes). Ainda assim, seu compartilhamento era mais complicado do que no Spotify, em que basta que se aperte um botão para que a lista seja enviada a algum contato do celular, ou para que seja gerado um *link* de acesso. As *playlists* editoriais, por sua vez, podem ser comparadas com as listas criadas para serem transmitidas no rádio (como, por exemplo, seleções das dez músicas mais pedidas pelos ouvintes), embora haja uma variedade muito maior delas no Spotify. Isso permite que sejam elaboradas listas voltadas a situações extremamente específicas. Já a constante análise algorítmica dos comportamentos de cada ouvinte, que possibilita a recomendação imediata de músicas em nível individual, é algo que não existia antes do *streaming*, embora outras plataformas não voltadas diretamente à música, como o YouTube e as redes sociais, também a utilizem. Neste subcapítulo, será analisada a relação dos participantes desta pesquisa com as peculiaridades específicas observadas no Spotify.

4.1.1 Opiniões e especulações a respeito de quem vive “do outro lado”

Durante as entrevistas, foi possível perceber que o uso de algum aplicativo voltado exclusivamente à escuta musical é algo tão presente e importante na rotina de grande parte dos adolescentes que, por vezes, eles não imaginam como seria a vida de quem não os utiliza, ou têm ideias bastante diferentes do que acontece na realidade. Neste subtópico serão analisadas, então, as opiniões e crenças dos usuários de serviços de *streaming* voltadas especificamente à música em relação aos não usuários dessas plataformas, assim como esse segundo grupo de adolescentes, minoritários entre os pesquisados, se relaciona com a música. Optou-se por iniciar este subcapítulo desta forma pois, ao opinar a respeito da não utilização do Spotify, os adolescentes usuários do serviço os colocaram como um polo oposto. Foi possível, então, perceber não só a forma pela qual eles encaram quem não utiliza o Spotify, mas diversas opiniões deles a respeito dos efeitos que o *streaming* pode ter sobre os seus próprios hábitos.

Como indicado no capítulo 3 (p. 58), além das entrevistas individuais, foram realizadas duas dinâmicas diferentes para a coleta de dados, que envolviam grupos de adolescentes; uma delas ocorreu ainda durante a fase de recrutamento dos voluntários, que utilizou o tempo de duas aulas em uma escola na zona oeste da capital de São Paulo³⁰. A outra, foi o grupo focal. Algo interessante que aconteceu, nessa etapa, foi o fato de ambas terem contado apenas com usuários de plataformas de *streaming* de áudio. Isso foi uma coincidência pois, embora os voluntários tenham sido selecionados para participar do grupo focal, não havia qualquer seleção para a participação dos estudantes da escola em que ocorreu a dinâmica de divulgação da pesquisa. Estes, por sua vez, eram todos os alunos do nono ano que estavam presentes na escola naquele momento. Todos eram usuários de *streaming*.

Com isso, ocorreu uma interação entre os participantes de cada dinâmica, o que permitiu que discutissem a respeito das próprias respostas, sem a presença de alguém que não utilizasse qualquer *streaming*, para contradizê-los. Não houve inibição, também, ao menos por parte dos participantes, no momento de demonstrar as próprias opiniões, uma vez que todos os presentes se sentiam à vontade com suas próprias afirmações, bem como com as dos colegas. O tema foi abordado, também, nas entrevistas individuais, que, embora tivessem apenas a interação entre

³⁰ Essa dinâmica é descrita no subtópico 3.2.2 “Divulgação da pesquisa e contato inicial com os estudantes” (p. 64)

o pesquisador e o voluntário, pareceu a este pesquisador que suas respostas foram sinceras. Todas essas opiniões, então, mostraram como parte dos adolescentes envolvidos acreditavam que os não usuários de *streaming* vivem em um determinado tipo de realidade, diferente da deles.

Foram poucas as opiniões positivas ou neutras a respeito da não utilização dos serviços já citados. Um único estudante presente na dinâmica da escola mencionou que, tanto os usuários como os não usuários “*escutam as músicas de que gostam, e por isso se relacionam com elas da mesma maneira*”. Cris, no grupo focal, disse que, embora goste de utilizar o Spotify, se imagina, também, utilizando algum outro aparelho, para escutar as suas músicas. Em vez de mencionar, como exemplo, algum dispositivo moderno, voltado para tal atividade, como um mp3 *player*, iPod ou mesmo um celular com músicas baixadas, ela citou o Walkman, aparelho portátil da Sony, desenvolvido para a escuta de fitas K7 no final dos anos 1970 e que se tornou bastante popular na década seguinte. Essa menção se deu, provavelmente, pela utilização de um Walkman da década de 1980 por um dos personagens da série “*Stranger Things*”, mencionada no grupo focal. Uma nova versão do dispositivo foi lançada em 2023, depois da realização das entrevistas. Nessa versão, ele passou a ter uma interface moderna e não apenas tocar músicas salvas em sua memória, mas, também, acessar o Spotify e outros aplicativos de *streaming* (OLIVEIRA, 2023).

As opiniões negativas a respeito da não utilização do serviço por outros jovens foram múltiplas. Vários adolescentes mencionaram, não apenas a dificuldade de se escolher qual música escutar no momento que quiserem (mostrando, então, como o acesso a diversas faixas é uma característica desejada do Spotify e dos outros serviços da categoria), mas disseram, também, que determinadas músicas atuais só estão presentes no *streaming* e que, sem o uso dessas plataformas, não seria possível escolher quais músicas ouvir, o que levaria as pessoas a uma escuta musical aleatória e menos variada. Kaiser mencionou acreditar que os não usuários diversificam menos o próprio gosto ao escutarem apenas músicas que lhes são familiares. Malu, por outro lado, embora acredite que quem não utiliza o serviço não tem como escolher as faixas que ouve, disse que isso pode levar, justamente, à diversificação do próprio gosto musical, por meio da escuta de músicas que não seriam escolhidas em geral, por eles. Essa afirmação se relaciona com a de Witt no livro “Como a música ficou grátis” (2015), em relação à limitação de acesso a

diferentes faixas por colecionadores de discos, em comparação com os jovens que escutavam música por meio da pirataria, mesmo que, nesse caso, esta seja citada no lugar do *streaming*, por se tratar de outra época. Segundo ele, a dificuldade dos jovens que pirateavam músicas não era de acessá-las e colecioná-las, uma vez que eram simples de serem obtidas. “A parte difícil era descobrir o que ouvir” (p. 8). Essa questão, para os colecionadores de discos, porém, se mostrava interessante, por mais que o acesso às músicas desejadas pudesse ser mais complicado: “era um desafio empolgante, que envolvia incursões em vendas de garagem, buscas em cestos de promoções, participação em listas de discussão sobre bandas e visitas a lojas de discos em plena terça-feira” (p. 8).

Roberto também se relacionou com a opinião de Malu, ao mencionar que, de vez em quando, gosta de escutar rádio, justamente para expandir o próprio repertório. Isso acontece, segundo ele, pois nesse meio de difusão musical não é possível escolher exatamente qual música escutar, e não há a possibilidade de avançar para a próxima, caso queira. Ele costuma selecionar, então, alguma rádio relacionada ao estilo que quer conhecer melhor e, depois, procurar no Spotify as músicas de que mais gostou.

É interessante mencionar, porém, que embora as limitações de outras mídias anteriores ao *streaming* tenham sido abordadas, foram poucos os comentários a respeito da modalidade gratuita do Spotify. Esses comentários foram positivos no que diz respeito, justamente, à possibilidade de acesso gratuito ao serviço, mas negativos em relação às limitações apresentadas em comparação ao plano *Premium*, consideradas, pelos voluntários, como algo inconveniente. O Spotify gratuito se enquadrou em um nicho, então, que fica entre o *streaming* pago e as mídias anteriores. Isso acontece porque, embora ele possa ser utilizado em diversos dispositivos e haja uma certa liberdade do usuário na seleção de quais músicas ouvir, essa liberdade só é plena em algumas *playlists* específicas. Nas outras, a escuta só pode ser feita com as músicas em ordem aleatória, e, caso seja selecionado algum álbum ou lista de usuário, são adicionadas outras músicas, por vezes, não desejadas.³¹

³¹ A modalidade gratuita do Spotify é descrita em mais detalhes no subcapítulo 2.4 “Funcionamento do Spotify gratuito” (p. 50).

A busca de vídeos e vídeos de músicas no YouTube³² foi colocada como uma outra alternativa para aqueles que não querem pagar por uma assinatura de *streaming* de áudio, mas ainda desejam ter liberdade na escuta sem recorrer à pirataria. Assim como o Spotify gratuito, o YouTube tem anúncios. Nele, porém, pode ser selecionado qualquer vídeo, ou seja, qualquer música, de seu catálogo, para ser reproduzida quando quiser, e há a possibilidade de se montar *playlists* para escutar em qualquer ordem, sem a inserção de outras músicas pela plataforma. Ele não apresenta, porém, *playlists* algorítmicas nem editoriais, e para que as músicas sejam reproduzidas, é necessário que a tela do dispositivo esteja ligada, com o aplicativo sendo exibido. Isso pode ser um problema para a escuta portátil, geralmente realizada em celulares com tela *touch*, que ficam no bolso dos ouvintes.

Outras opiniões levantadas nas dinâmicas realizadas mostram diferentes pontos em que os usuários de *streaming* acreditam divergir dos jovens não usuários. Foi colocado que os últimos têm dificuldade em estabelecer uma relação próxima com a música; tem menos contato, e por isso são menos afetados por ela; não conseguem escutá-la realizando outras atividades e gostam menos de música do que os usuários.

Ao conversar com os voluntários que não utilizam plataformas de *streaming* de áudio, foi possível perceber uma realidade bastante diferente da observada nas entrevistas e no grupo focal. Tanto Pedro quanto Flávia não as utilizam, mas têm uma relação bastante próxima com a música. Ambos tocam mais de um instrumento, fazem aulas de música e gostam de conversar a respeito desse tema, mesmo com pessoas que têm gosto diferente do deles. Ao contrário do que foi mencionado por usuários de *streaming* participantes das dinâmicas, eles escutam músicas ao longo do dia e durante outras atividades, mas, também, dedicam tempo à escuta como uma atividade por si só, não acompanhada de outros afazeres. Ambos acreditam ter uma escuta analítica e, durante a prática, percebem elementos sonoros que estudaram em suas aulas. Assim como os usuários, eles organizam as músicas por *playlists* – Pedro, por meio da criação de pastas no reprodutor de mídia de seu celular que, segundo ele, podem, inclusive, ter imagens de capa, e Flávia, no YouTube. Ambos têm acesso às novidades que são lançadas por meio dessa

³² É importante ressaltar que, aqui, nos referimos ao serviço de *streaming* de vídeos do YouTube, mencionado por alguns voluntários. Tanto a sua versão paga como o seu aplicativo de *streaming* de áudio, YouTube Music, funcionam de maneiras diferentes.

plataforma, que foi considerada por eles a principal forma de acesso à música. Flávia informou que, em geral, realiza a escuta dentro do próprio site ou do aplicativo, enquanto Pedro baixa as músicas para o celular. Ele considera essa possibilidade benéfica, pois, uma vez baixadas, as músicas podem ser escutadas quantas vezes for desejado, sem que seja necessário estar com o aparelho conectado à internet ou consumir dados móveis.

É importante ressaltar que, embora o YouTube seja considerado uma plataforma de *streaming*, ele não se encaixa na mesma categoria do Spotify, por não ser destinado originalmente à transmissão e à reprodução de áudios, mas, sim, de vídeos e, embora seja utilizado por diversas pessoas para tal finalidade, tem funções e utilidades diferentes. O YouTube Music, por sua vez, é a plataforma de *streaming* de áudio dos mesmos desenvolvedores que, no entanto, não é utilizado pelos dois jovens. Pedro, anteriormente, chegou a utilizar os aplicativos Apple Music e Resso, e não considera que sua experiência de escuta foi muito diferente de como era no momento da entrevista. Durante seu período de uso dos aplicativos, ele não utilizou *playlists* editoriais, mas acessou as algorítmicas. Ainda assim, não viu sentido nas recomendações que chegavam a ele, e relatou que, em geral, elas eram bastante diferentes de seu estilo. Ele ainda disse considerar que os usuários de *streaming* têm mais chance de mudar o próprio gosto e o repertório ao longo do tempo, justamente por conta dessas recomendações.

Flávia, por sua vez, mencionou receber recomendações de músicas do YouTube e gostar disso. Quando se referiu às plataformas de *streaming* de áudio, disse acreditar que essas recomendações podem influenciar na formação do gosto e no repertório musical. Afirmou, porém, que não vê diferença entre a sua experiência com o YouTube e a dos usuários dessas plataformas. Apesar disso, disse que os usuários do Spotify gostam de falar de sua experiência de escuta, especificamente no que diz respeito à plataforma, e não em âmbito geral, e se incomodam ao saber que ela não o utiliza. Formam, assim, uma espécie de subcultura, assim como as citadas por Witt (2015, pp. 7, 8), dos jovens que baixavam as próprias músicas por meio da pirataria e dos colecionadores de discos. Pedro, diferentemente de Flávia, disse nunca ter tido problemas com colegas ou amigos, por não ser usuário de *streaming*.

Esse aspecto da utilização do Spotify como fator para a inclusão em um grupo e, logo, sua não utilização como elemento segregante, foi evidente também

em relatos de usuários de aplicativos de *streaming*. Poli, por exemplo, mencionou que enquanto utilizava o Deezer, era questionada diversas vezes a respeito do motivo para não utilizar o Spotify. Cris mencionou, também, que acredita que, se não fosse usuária do serviço, seria questionada a respeito do motivo, pelos próprios amigos, que iriam, provavelmente, querer incluí-la na experiência que consideram divertida, de utilizá-lo. Alexandre, por sua vez, ponderou a respeito da possibilidade de exclusão de seu círculo de amigos, caso não o utilizasse.

É interessante observar, então, que, ao menos, os dois adolescentes não usuários entrevistados não chegaram a enfrentar atitudes agressivas, como as esperadas por Alexandre, por não utilizarem plataformas de *streaming* de áudio. Mesmo assim, as reações dos participantes das dinâmicas na escola, durante a fase de recrutamento de voluntários, após a simples menção dos não usuários de *streaming*, envolveram risadas, uma afirmação, em tom jocoso, de que eles não existem e sua comparação a “*homens das cavernas*”. Logo depois, as respostas dadas de forma anônima na apresentação interativa contaram com a atribuição de um *emoji*³³ de guitarra aos usuários (nomeados “*we*”, ou seja, “*nós*”, em inglês) e de um rosto com óculos “fundo de garrafa” aos não usuários (nomeados “*they*”, “*eles*”, em inglês), com a colocação da ideia de que os últimos têm a vida menos divertida e, ainda, como mencionado anteriormente, indicaram por diversas vezes que aqueles que não utilizam serviços de *streaming* musical não têm livre arbítrio em relação à escuta, ou que esta se dá de forma limitada. Isso mostra que a discriminação dos não usuários é, sim, algo possível de acontecer, mesmo que não seja manifestada perto deles.

A diversidade de maneiras pelas quais a música pode ser experienciada se mostra, então uma questão importante de ser trabalhada com os jovens, de forma não só a contribuir para a diminuição do preconceito com aqueles que estabelecem contato com ela de maneiras diferentes, como de promover esse contato plural, que se considera importante. Neste ponto, é interessante observar que apenas um dos voluntários da pesquisa, Roberto, chegou a mencionar, em algum momento da dinâmica, apresentações musicais ao vivo. Ele as colocou como algo que o ajudou a despertar o interesse por diferentes estilos musicais. O próprio fazer musical,

³³ *Emojis* são pequenos ícones presentes em alguns teclados virtuais, que podem ser de caras ou objetos, desenhados de forma caricata, bastante utilizadas para expressar emoções nas redes sociais ou em aplicativos de bate-papo por texto.

também, foi colocado como uma opção prazerosa de contato com a música, e que, além da escuta, pode trazer outros benefícios ao seu praticante, que canta ou toca um instrumento. Além disso, é interessante observar as colocações de Mayara, que embora inicialmente tenha dito que os serviços de *streaming* são “*um avanço da sociedade*” e que era difícil de imaginar como seria se eles não existissem, disse, depois, que não acreditava que sua vida mudaria muito, caso eles existissem mas não fossem utilizados por ela, já que continuaria tendo contato com a música por meio de sua prática instrumental.

Outro ponto em que é importante a conscientização dos jovens é o custo de acesso ao *streaming*. Para se utilizar o Spotify da maneira mais barata possível, por exemplo, é necessário que se tenha disponível, não só um aparelho em que ele pode ser utilizado, como, por exemplo, um celular *smartphone*, computador ou *Smart TV*, mas, também, acesso estável à internet, considerando que a versão a ser utilizada será a gratuita. Caso se opte pela versão paga, abre-se a possibilidade de baixar as músicas para o aparelho e escutá-las a qualquer momento, mesmo sem acesso à internet. Esta, porém, é necessária durante o momento em que as faixas são baixadas, e soma-se a assinatura mensal do serviço *premium* ao valor de acesso ao catálogo de músicas, além da necessidade de espaço de armazenamento no dispositivo que comporte a quantidade de músicas desejadas. Embora aparelhos celulares sejam cada vez mais populares no Brasil – 84,4% da população teve acesso a esse tipo de dispositivo no ano de 2021 (MAIS, 2022) – há, ainda, uma parcela da sociedade que não os utiliza, ou que tem aparelhos obsoletos, em que o Spotify pode não ser compatível, ou funcionar de forma indevida. A dificuldade de acesso à internet foi especialmente evidente durante o período de isolamento social por conta da pandemia de COVID-19, em que diversos estudantes, especialmente os da rede pública de educação, tiveram problemas para comparecer às aulas em formato remoto, por meio da internet.

Os aplicativos de *streaming* podem ser uma alternativa acessível para as pessoas que já têm acesso à internet, além de a celulares, ou a outros aparelhos em que essas plataformas funcionam, uma vez que, caso se utilize as suas versões gratuitas, não existem gastos adicionais ao usuário (com exceção, talvez, da necessidade de obtenção de dados móveis adicionais caso se passe um longo tempo escutando música sem uma conexão *wi-fi*). O uso do *streaming* pode ser uma opção interessante para esse público, também, pois a assinatura do plano *Premium*

do Spotify é mais barata do que o valor que se despenderia para comprar uma grande quantidade de músicas de forma legalizada, fosse por meio de CDs ou *download*. Diferentemente das músicas escutadas por meio do serviço, porém, as faixas compradas se tornam uma posse de quem as adquiriu, e não têm uma data de expedição, como ocorre com a assinatura.

Como a utilização da internet e de aparelhos celulares, computadores, ou outros dispositivos que podem acessar o Spotify, geralmente, é feita de forma rotineira e natural por seus usuários, pode não fazer sentido a eles a possibilidade de alguém não ter acesso às plataformas de *streaming*, mesmo que em sua forma gratuita. Esses aparelhos, ainda assim, são caros e, em conjunto com a internet, inacessíveis para parte da população brasileira. Não podem, então, ser considerados universais, assim como a possibilidade de acesso ao *streaming*.

4.1.2 Análise das opiniões dos adolescentes a respeito de aspectos específicos do Spotify

Como pôde ser observado anteriormente, a facilidade de acesso a um amplo catálogo de faixas é uma das características mais exaltadas pelos usuários do Spotify. Isso é aparente mesmo quando vão falar a respeito de como acreditam que seja a relação das pessoas que não utilizam qualquer plataforma de *streaming* de áudio com a música. Existem outros aspectos dessas plataformas, porém, que podem diferenciá-las das existentes anteriormente. Serão analisados aqui, então, os efeitos que diferentes peculiaridades do Spotify podem ter sobre seus usuários, especialmente os adolescentes, além das opiniões dos voluntários a respeito das características da plataforma.

Na dinâmica de grupo focal, Corrêa comentou que acredita que diversos artistas coloquem as próprias músicas no Spotify antes de em outras plataformas de *streaming*, por conta do retorno financeiro rápido que ele lhes traz. Ele argumentou que o serviço é, então, um bom lugar para encontrar músicas recém-lançadas. É interessante, porém, observar que por mais que as arrecadações por meio do *streaming* tenham passado a superar, a partir do ano de 2019, as de todas as outras formas de difusão musical juntas, e o Spotify seja a mais utilizada dentre as plataformas da categoria, o repasse de sua receita aos artistas é baixo se comparado ao obtido pela divulgação musical por meio de mídias anteriores. Tal fato

gera uma contradição, uma vez que a plataforma alega ser sua missão “conectar milhões de criadores a bilhões de ouvintes em todo o mundo e ajudar esses criadores a viverem de sua arte” (MAKING, 2021, tradução nossa).

O pagamento não é feito diretamente aos artistas, mas aos detentores dos direitos da música, que podem ser selos, sociedades arrecadadoras, distribuidores, entre outros. Então, é feito o repasse aos artistas, cujo montante é diretamente dependente de seu contrato (SPOTIFY, 2021). Diferentes observadores, porém, apontam que essa remuneração está entre 0,003 e 0,005 dólares para cada música tocada, quantia menor do que a repassada, em média, por outras plataformas como Apple Music, Deezer e Tidal (TRICHORDIST, 2020; JACOB, 2021). Por conta disso, para que um artista possa ganhar dinheiro de forma rápida pela reprodução de suas músicas no Spotify, como mencionado por Corrêa, é necessário que ele seja extremamente popular ou que suas músicas viralizem de alguma forma. Isso condiz com outra afirmação do mesmo voluntário, de que, embora não soubesse o motivo para que isso acontecesse, percebia a falta de alguns artistas pouco famosos dentro da plataforma. Tomando como base uma média de U\$ 0,004 por *stream*, seria necessário que uma música fosse tocada 250 mil vezes para que o artista (ou grupo) recebesse mil dólares, por exemplo. Dessa forma, apenas 2% dos artistas presentes no Spotify conseguem arrecadar mais de mil dólares por ano apenas de seus *streams*. Essa porcentagem de artistas diminui consideravelmente para quantias maiores (DENT, 2022), que são ainda mais difíceis de se obter por meio do serviço. Isso faz com que o Spotify não possa ser encarado como uma fonte confiável de renda para artistas de pequena ou média abrangência.

A quantia a ser repassada a cada vez que uma música é reproduzida no Spotify é calculada de forma dinâmica. É feita a divisão do montante de arrecadações destinado aos detentores de direitos autorais em cada país, pela quantidade de *plays*, ou seja, pelo número de reproduções musicais ocorridas no serviço. Essa quantia é obtida a cada mês por diversos meios, como assinaturas ao serviço e contratos publicitários. O valor a ser recebido por cada artista, então, não é definido a partir da multiplicação de seu número de *plays* por um valor específico, mas pela divisão de uma receita adquirida pelo Spotify em um mês, em cada país, por todos os artistas. Se um artista tiver, então, suas músicas reproduzidas muitas vezes durante esse período, além de ganhar uma porcentagem maior dessa receita, fará que o valor de cada *play* em seu país diminua. Ao mesmo tempo, “se um mês

registra perda de assinantes e poucos contratos publicitários, o dinheiro para ser rateado fica mais baixo” (MATOS, 2021), e, por isso, o valor a ser pago por cada reprodução musical também diminui. Países em que a assinatura do Spotify é mais cara, ou nos quais se obtém uma maior receita por meio de publicidade, geram, por sua vez, um valor mais elevado para cada *play*.

É importante levar em conta a quantidade de reproduções que ocorrem no Spotify e nas plataformas de *streaming* em comparação com outros meios em que a música é difundida. Na televisão e no rádio, os dois canais que dão o maior retorno financeiro para cada *play* ocorrido (MATOS, 2021), uma seleção específica de artistas é reproduzida ao longo do dia para todos os seus ouvintes, ao mesmo tempo. Dessa forma, é natural que o repasse aos artistas seja maior, uma vez que ele é dividido entre uma menor quantidade de materiais em comparação ao Spotify, em que diversas pessoas ouvem inúmeras músicas diferentes. Existem, porém, alternativas ao modelo utilizado pelo Spotify que podem fazer com que a divisão de sua receita seja feita de forma mais justa. O aplicativo Deezer, é um exemplo disso. Nele, está sendo testado um modelo que tem cada usuário como centro. Dessa forma, o valor obtido pela assinatura de um usuário é destinado apenas aos artistas escutados por ele durante o mês.

A desvalorização dos artistas foi motivo para que alguns, como a cantora Taylor Swift e o vocalista da banda Radiohead, Thom Yorke, promovessem o boicote ao serviço, por meio da retirada de suas músicas de seu catálogo. Ainda assim, após passado um determinado tempo, ambos voltaram a oferecê-las por meio da plataforma (SWENEY, 2017). Outro acontecimento que fez com que alguns artistas, como Neil Young, Joni Mitchell e David Crosby retirassem suas músicas do serviço foi a aquisição, por 100 milhões de dólares, por parte do Spotify, dos direitos de exclusividade de reprodução do *podcast* “Joe Rogan Experience”, que, em diversos episódios, contou com falas que promoviam racismo, homofobia e outras posturas politicamente incorretas, além de informações falsas em relação à pandemia de COVID-19 (JOE, 2022; KAUFMAN, 2022). Pode-se perceber, então, que embora o catálogo do Spotify seja bastante amplo e possa dar a impressão aos seus usuários de que é infinito, e que é possível encontrar qualquer música dentro dele, isso não é verdade. É um engano, também, pensar que são apenas artistas iniciantes, de pouca abrangência ou independentes que não têm suas músicas presentes no serviço.

A não disponibilização das próprias músicas no Spotify, porém, traz alguns impactos aos artistas. Ao fazer isso, eles podem deixar de tê-las escutadas pelos usuários do serviço, uma vez que os únicos que continuarão a ter contato com elas são os que acessam, também, outras plataformas de *streaming* ou utilizam outras maneiras de chegar à música, como a compra de mídias físicas ou a prática do *download*. Neste ponto, o Soundcloud foi citado por diversos voluntários como uma alternativa interessante, uma vez que é gratuito e utilizado por vários artistas independentes que não têm seus trabalhos disponíveis no Spotify, nem em mídias físicas. Foi citada, também, a busca de vídeos no YouTube, nem sempre oficiais, com a música desejada. Uma forma alternativa de se ter as músicas de diferentes serviços na mesma lista do Spotify seria por meio do *download* das faixas por outros canais, e de sua inserção na biblioteca pessoal do Spotify. No caso do Soundcloud, algumas músicas são disponibilizadas pelos artistas, e podem ser baixadas de forma oficial. A mesma prática, porém, vai contra os termos de uso do YouTube, embora possa ser realizada de forma gratuita por meio de diversos *websites*. Tal prática é feita pelo adolescente Pedro, voluntário desta pesquisa, como relatado anteriormente. No momento de sua entrevista, ele afirmou não saber que baixar músicas não autorizadas se tratava de pirataria e comentou que, para ele, essa ação é uma ótima alternativa ao *streaming*, uma vez que não requer qualquer pagamento, as músicas ficam disponíveis para ele pelo tempo que desejar e não depende do acesso à internet no momento da escuta. Mesmo que essas músicas sejam adicionadas ao Spotify, de forma manual, pelo usuário, há uma separação entre elas e as originalmente presentes no serviço. Isso acontece pois as faixas adicionadas nunca aparecerão em qualquer lista editorial ou recomendação algorítmica do Spotify e, caso as *playlists* de usuário nas quais estão presentes sejam compartilhadas ou abertas em um dispositivo diferente daquele em que as músicas foram baixadas, estas terão o seu nome exibido, mas não poderão ser reproduzidas.

Foi recorrente o comentário de voluntários desta pesquisa, de que é possível encontrar “qualquer música” no Spotify. Seria possível deduzir, então, que, para todos os que fizeram esse tipo de comentário, uma faixa não presente no serviço é, na verdade, inexistente? Como diversos deles mencionaram a possibilidade de utilizar o Soundcloud ou o YouTube para escutá-los, sabe-se que eles ainda consideram sua existência. Tal comentário, assim como outros feitos a respeito da relação dos não usuários de *streaming* com a música, porém, mostram a relevância

que estar presente no Spotify tem para os seus usuários, como que uma espécie de validação para cada faixa procurada. Da mesma maneira, foi mencionado que os artistas que não têm seu trabalho presente no catálogo da plataforma são, em geral, pouco conhecidos ou “*pequenos*”, de forma a dar a impressão de que, para um músico ou grupo ser considerado “*grande*” ou “*de sucesso*”, deve estar no Spotify. Essas impressões, demonstradas pela maior parte dos entrevistados, indicam a possibilidade de apagamento ou diminuição dos artistas que não disponibilizarem suas músicas na plataforma.

Além da vastidão de seu catálogo, um dos pontos considerados positivos pelos usuários do Spotify, e, para vários voluntários da pesquisa, um dos recursos prediletos da plataforma são as recomendações algorítmicas. Estas, além de estarem presentes nas *playlists* personalizadas, também se encontram nas funções rádio, enriquecer, *match* e ordem aleatória inteligente. Como informado anteriormente neste trabalho, há, porém, estudos de pesquisadores do próprio Spotify (ANDERSON et. al., 2020) que indicam que, geralmente, usuários que passam mais tempo escutando música a partir de sugestões algorítmicas, têm contato com materiais menos diversos do que aqueles que buscam, por conta própria, as faixas a serem escutadas. Os autores mostram, também, que, geralmente, usuários que se tornam mais “generalistas ao longo do tempo [ou seja, consomem conteúdos mais variados,] tendem a fazê-lo por meio do distanciamento da escuta guiada pelo algoritmo e pela gravitação a uma escuta guiada pelo usuário” (ANDERSON et. al., 2020, p. 2, tradução nossa). Essas afirmações fazem sentido logicamente, uma vez que, ao tentar recomendar músicas mais parecidas com o gosto do ouvinte, o algoritmo encara que as músicas que são escutadas mais vezes têm características apreciadas pelo usuário, e procura, então, apresentar mais faixas com elementos similares.

O fato de os autores dessa pesquisa fazerem parte de uma equipe do próprio Spotify é relevante. Nas considerações finais do trabalho, eles apontam que não é possível concluir que as recomendações algorítmicas diminuam, de fato, a diversidade do que é consumido pelos usuários do serviço. Ainda assim, indicam diversas vezes, ao longo do texto, que usuários que têm a escuta menos diversa utilizam mais o algoritmo e que, ao diversificá-la, fazem isso pela diminuição de seu uso e pelo aumento de *streams* orgânicos, ou seja, da reprodução de músicas encontradas por eles mesmos, não recomendadas pela plataforma. Isso pode se dar

pela possibilidade de fatores externos influenciarem os ouvintes e fazerem com que passem a procurar por músicas dessa forma orgânica, diversificando, então a própria escuta. Isso foi relatado em nossa pesquisa. O voluntário Roberto, por exemplo, busca no Spotify músicas que conhece por meio do rádio. Outros voluntários, utilizam o aplicativo Shazam para identificar músicas que gostaram em diversos contextos e procurá-las no Spotify. Ainda assim, existe a possibilidade de a escuta algorítmica realmente ser limitante à diversidade, e de, ao mesmo tempo, o fato de os pesquisadores fazerem parte da equipe do Spotify tornar difícil de criticar um dos recursos mais importantes do serviço desenvolvido por seu empregador. Esse pertencimento dos autores à equipe do Spotify também é relevante no sentido de que eles têm acesso a uma ampla amostragem para a pesquisa, que envolve todos os usuários do serviço e mais de 850 milhões de *playlists*, o que lhes permite analisar padrões de forma consistente.

Ainda no mesmo estudo, são apresentados dois tipos de usuários: os generalistas, comentados anteriormente, e os especialistas. É importante mencionar que, assim como o primeiro grupo não tem a ver com generalização no sentido de uma escuta genérica, mas, sim, ampla, o segundo não se relaciona à especialidade ou expertise, mas ao interesse do usuário, ao foco da escuta em determinados estilos musicais. Segundo o estudo, “usuários generalistas têm muito menos chances de continuar no Spotify do que os especialistas” (ANDERSON et. al., 2020, p. 6), independentemente de seu nível de atividade na plataforma. Por outro lado, entre os usuários ativos do serviço em sua modalidade gratuita, os generalistas são os que têm mais chances de se tornarem usuários *premium*, o que pode indicar uma vontade, por parte deles, de escutar determinadas músicas ou *playlists* sem o perigo de recomendações algorítmicas. Ambos os grupos puderam ser percebidos nas entrevistas por meio de suas diferentes opiniões. Alguns dos adolescentes, que podem ser considerados generalistas, demonstraram uma clara vontade de expandir o próprio repertório musical por meio da exploração de gêneros desconhecidos. Enquanto isso, outros disseram gostar de se aprofundar em estilos específicos e não escutar músicas consideradas diferentes, dizendo, em geral, que têm um “*gosto musical focado*”. Essa afirmação, além de contribuir para o tópico da variedade de repertório escutado pelos adolescentes, evidencia uma questão que ocorreu durante a pesquisa, e que será exposta a seguir.

Foi possível perceber que os adolescentes raramente faziam a distinção entre as palavras “gosto” e “repertório”, assumindo-as como sinônimos. Olhar para esse aspecto confuso, que ocorreu nas dinâmicas, pode elucidar outra questão surgida. Nas dinâmicas realizadas com estudantes do nono ano de uma escola, durante a fase de recrutamento dos voluntários, mencionada anteriormente, foram dadas, de forma anônima, respostas opostas. Uma delas, dizia que as recomendações algorítmicas do Spotify ajudavam a expandir o gosto musical de seus usuários. Já a outra indicava que essas mesmas recomendações podiam fazer os ouvintes se manterem em um nicho musical limitado. Além disso, diversos dos voluntários da pesquisa que disseram ter o “*gosto focado*”, também afirmaram que as *playlists* algorítmicas os ajudam a expandir o próprio gosto musical, e que gostam disso.

Ora, não seria contraditório, então, que alguém que tem preferência por escutar músicas de alguns poucos estilos específicos e que prefere não ter contato com outros gêneros musicais, se interessasse pela expansão do próprio gosto? Entende-se, então, que as *playlists* algorítmicas foram consideradas uma possibilidade de expansão do *repertório*, dentro de estilos específicos, por meio da sugestão de músicas “*similares, mas que se diferenciam umas das outras*”, como mencionado pelo voluntário Alexandre. Ainda assim, o fato de se manterem em determinados estilos não leva a uma ampliação considerável do gosto musical. Essas afirmações, sim, fazem sentido com a ideia de que a escuta realizada puramente por meio das recomendações algorítmicas, embora possa ser interessante para se conhecer diferentes faixas ou artistas dentro de um mesmo estilo, pode ser, também, limitante e, como indicado por alguns dos voluntários, se tornar monótona com o passar do tempo.

Malu, que disse ter o gosto eclético, mencionou que gostaria que o Spotify não utilizasse o algoritmo apenas para recomendar músicas similares às escutadas por cada um dos usuários, mas que existissem, também, *playlists* que seguissem uma lógica oposta e, em vez disso, indicassem músicas diferentes das que os ouvintes costumam escutar. A dificuldade de se encontrar, dentro do Spotify, músicas bastante diferentes das costumeiramente ouvidas, foi relatada por diversos voluntários, que disseram, também, geralmente, conhecer essas músicas por meio de influências externas à plataforma.

Foram mencionadas, pelos voluntários, duas formas de se burlar a tendência indicada no trabalho de Anderson *et. al.*, de que a escuta por meio do algoritmo se

relaciona com o contato com um repertório menos diverso. Essas duas alternativas, que serão aqui citadas, foram possibilidades de utilizar o algoritmo do Spotify para receber recomendações de músicas bastante diferentes das que se está acostumado a escutar e, assim, expandir o próprio repertório. Uma delas é utilizada por Roberto. Ela consiste na criação de diversas rádios dentro da plataforma, por meio da utilização de diferentes materiais como base. É importante se atentar ao fato de que este voluntário também escuta estações de rádio para conhecer novas músicas, como mencionado anteriormente, e essas duas práticas não devem ser confundidas. Segundo ele, as músicas indicadas em cada rádio do Spotify são parecidas entre si, mas, ao utilizar, como base para sua criação, *playlists* de subgêneros ou artistas com os quais ele tem pouca familiaridade, são indicadas músicas similares às deles, que, por sua vez, lhes são desconhecidas. Em vez de se aprofundar em uma única rádio, então, ele cria diversas, baseadas em materiais diferentes, e ouve cada uma delas por um breve período de tempo, a não ser que queira, realmente, se aprofundar no estilo explorado por alguma. Essa prática foi considerada especialmente útil, por ele, quando conhece e gosta de uma única música ou artista de um gênero musical. Dessa maneira, ele consegue se aprofundar nesse gênero a partir de materiais que, embora façam parte desse estilo pouco familiar, sejam semelhantes, de alguma forma, ao que ele já conhece. Vale ressaltar, porém, que, embora essa prática se baseie na escuta de rádios, que são essencialmente *playlists* algorítmicas, essas listas são criadas a partir de materiais encontrados por meio da ferramenta de busca. Não são, então, listas automaticamente geradas para Roberto, e dependem de seu próprio interesse para serem criadas.

A outra forma de se receber recomendações variadas do algoritmo do Spotify foi indicada por Alexandre que, ao compartilhar uma única conta da plataforma com sua família, faz que o algoritmo se baseie no gosto de todos ao mesmo tempo. Como escutam músicas bastante diferentes uns dos outros, as recomendações baseadas nos hábitos de escuta de seus parentes lhe são inesperadas. É importante mencionar, porém, que essa é uma forma de utilizar o aplicativo que não tem como ser feita individualmente, não sendo, então, uma alternativa viável para qualquer usuário.

Algo interessante a ser pontuado, ainda no tópico da utilização de *playlists*, se refere a um aspecto do gosto musical dos voluntários da pesquisa. Quando

questionados se consideravam se identificar mais com estilos musicais ou com artistas, todos deram preferência aos estilos, com exceção de Luna, que disse se identificar com ambos. Há a possibilidade de isso acontecer, pela forma pela qual as *playlists* são organizadas. A não ser que um usuário busque por um artista específico para escutar, tanto as listas algorítmicas como as editoriais são, em geral, coletâneas de músicas de diversos autores. Para que conheçam profundamente o trabalho de cada um, então, é necessário o interesse individual de cada ouvinte. Esse interesse praticamente não demanda esforço, uma vez que, no Spotify, sempre que uma música é selecionada, há a possibilidade de ir para a página de seu intérprete e encontrar todos os seus trabalhos que estiverem disponíveis na plataforma.

É possível observar, porém, que, embora alguns dos voluntários desta pesquisa tenham apontado essa característica, da possibilidade de acesso à página dos artistas, como algo positivo, parece que eles não têm o hábito de se aprofundar em suas discografias ou, mesmo, de escutar álbuns completos. O formato de organização das músicas como unidades individuais dentro das *playlists*, em conjunto com a facilidade de lançar faixas avulsas no Spotify e em outras plataformas de *streaming*, e da não necessidade de utilizar mídias físicas para armazenar faixas, podem apontar para uma tendência de declínio em popularidade nos álbuns de forma geral, assim como de uma maior produção de *singles*. Esse formato de consumo de unidades independentes se relaciona, também, com a maneira que as redes sociais, presentes na vida de grande parte dos adolescentes, funcionam. Elas trazem inúmeros conteúdos, seguidos uns dos outros em uma espécie de linha do tempo infinita, chamada *feed*. Este termo vem da mesma palavra em inglês, que quer dizer “alimentação” e, por meio dele, os usuários de redes sociais são alimentados com conteúdos que, muitas vezes são curtos e não relacionados uns aos outros, o que pode levar à fragmentação da atenção por meio de uma hiper estimulação. Os álbuns musicais, por sua vez, embora sejam compostos por diversas faixas, geralmente são concebidos a partir de um pensamento unificante, e trazem uma estética própria, além de uma ordem pré-estabelecida de suas músicas. Ainda assim, é interessante mencionar que a única voluntária que disse escutar álbuns de vez em quando, Stella, afirmou preferir ouvi-los com as músicas em ordem aleatória, pois gosta da surpresa de não saber

qual faixa será reproduzida a seguir. Dessa forma, uma parte do sentido dos álbuns, relacionado à ordem de suas músicas, é perdida.

Ainda no âmbito das *playlists* algorítmicas, a voluntária Poli comentou que percebe que as recomendações dadas a ela são, em geral, muito semelhantes umas às outras. Ela afirmou, durante sua entrevista individual, acreditar que o Spotify recomenda faixas com base em um “*gosto genérico*”, bastante diferente do dela, e que, segundo ela, é baseado nas músicas geralmente presentes no TikTok. Outros voluntários também comentaram que algumas músicas aparecem em diversas *playlists* e não parecem ser relacionadas com o tema de cada lista. Dessa forma, eles têm a impressão de que elas não fazem sentido em relação ao que se esperaria das recomendações do Spotify. Há algumas possibilidades que podem explicar esses dois relatos. Uma delas, é a de essas músicas serem bastante escutadas pelos usuários do serviço de *streaming* e, por isso, terem mais chances de serem recomendadas. Essa hipótese faz sentido se levarmos em conta que o TikTok é uma rede social bastante popular entre os jovens. É natural, então, que eles possam ter o interesse de buscar, no Spotify, as músicas presentes nas *trends* e nos outros vídeos encontrados na rede. É importante mencionar, também, que, no ano de 2020, sete das dez músicas mais escutadas no Spotify ganharam fama, anteriormente, no TikTok. Isso é apontado no relatório “*How TikTok is changing online music consumption*”³⁴, da empresa Winnin Insights (2021), que coloca as *trends* como o principal motivo para a viralização de músicas na plataforma.

Outra possibilidade, é a de as músicas famosas no TikTok, que parecem destoar das demais recomendações ou dos hábitos de escuta dos usuários do Spotify, serem, na verdade, faixas indicadas por conta de parcerias financeiras dos artistas com o serviço. Como a plataforma não tem qualquer transparência com os seus usuários em relação a quais músicas são recomendadas devido a parcerias acordadas, elas aparecem como simples recomendações. Quando não relacionadas às faixas que deveriam ser consideradas semelhantes, podem ser confundidas com “erros” no algoritmo. Quando estão presentes, também, nas *playlists* editoriais, podem parecer que são apenas decisões peculiares tomadas por parte da equipe curadora do Spotify.

Não é possível saber, com clareza, a respeito do funcionamento das parcerias de artistas com o Spotify para a promoção de suas próprias músicas, uma vez que

³⁴ Como o TikTok está mudando o consumo *online* de música. Tradução nossa.

existem poucas informações, relacionadas a esse assunto, disponíveis para o público. Ainda assim, elas são uma questão existente, e a análise a respeito de seus possíveis impactos, nos usuários do serviço de *streaming*, se mostra importante. Serão analisados aqui, então, os impactos que as parcerias podem exercer em diferentes contextos dentro do Spotify.

As *playlists* algorítmicas são o ambiente em que as promoções por meio de parcerias podem afetar os usuários de forma mais direta. Isso acontece por conta da seleção personalizada oferecida por essas listas, voltada a se relacionar com as músicas escutadas pelo indivíduo. Ao inserir uma música voltada a um grupo de pessoas, seja este um recorte específico de um público ou uma massa de ouvintes a que existe o intuito de promover a faixa, na *playlist* “feita para” um usuário, ocorre uma generalização. Isso pode fazer com que a música inserida não seja diretamente ligada aos hábitos de escuta individuais. Ao mencionar que essa vinculação é feita por conta de “questões comerciais” (SPOTIFY, 20?), não fica claro se as faixas promovidas para cada usuário são recomendadas, mesmo que sejam distantes de seu gosto musical, ou se são condizentes com ele, mas aparecem com mais frequência. Ambas as alternativas apresentam suas peculiaridades:

Se as músicas forem distantes do gosto do usuário, ele pode acreditar que os materiais aos quais é exposto foram selecionados especialmente para ele, afinal, eles foram indicados pelo Spotify. Dessa forma, o ouvinte pode se dedicar à escuta dessas faixas e adicioná-las ao seu repertório, dando a elas uma atenção que não receberiam normalmente. Assim, é criada uma possibilidade para a manipulação de seu gosto musical. Pode ocorrer, também, a identificação do usuário com essas músicas, o que não é, por si, um problema. O problema, nessa questão é a falta de transparência da plataforma, que dá a entender que todas as faixas recomendadas se relacionam ao gosto musical do ouvinte.

A segunda alternativa, proposta anteriormente, de as músicas promovidas serem, realmente, relacionadas aos padrões de escuta de cada usuário, mas aparecerem em maior frequência entre as recomendações, pode ter impactos diferentes. Caso ela ocorra, por mais que o ouvinte vá ter contato com um material provavelmente relacionado ao seu gosto musical, como essas músicas são promovidas, podem tomar o espaço de outras, possivelmente de artistas menos conhecidos, que não fizeram parcerias com o Spotify, mas que são igualmente relacionadas ao repertório do ouvinte. Embora isso, caso aconteça, não seja algo

que faça com que o usuário ouça músicas que não se relacionam aos seus hábitos de escuta, pode limitar o potencial de descobertas da plataforma. Nesse caso, além do próprio ouvinte ser prejudicado, há uma perda, também, para os artistas que não fazem parcerias com o Spotify, pois têm menos chances de chegarem a ouvintes interessados.

Nas funções rádio, enriquecer e ordem aleatória inteligente, caso sejam recomendadas faixas por conta de promoções, não de similaridade, podem ocorrer consequências semelhantes às das *playlists* algorítmicas, porém de forma menos direta. Isso acontece pois a seleção de músicas se dá, segundo a plataforma, a partir de um material selecionado pelo usuário, e não de seus próprios padrões de escuta. Dessa forma, retira-se a ideia de que as recomendações serão, necessariamente, relacionadas ao gosto musical do ouvinte. Os materiais selecionados, porém, podem ser, dentre outras opções, *playlists* de usuário com suas músicas preferidas, ou outras listas com as quais o usuário se identifica, o que faria com que o impacto continuasse existindo em um nível direto e pessoal.

O possível efeito das recomendações por meio de promoções nos recursos *match* e *mix* dos amigos é semelhante ao das outras *playlists* algorítmicas. Nesses recursos, porém, é indicado qual foi o usuário que teve o seu repertório tomado como base para cada recomendação. Caso haja, então, alguma indicação de música advinda de parcerias e que não se relacione com o gosto dos ouvintes, mas que seja apontada como baseada nos padrões de escuta de algum deles, isso pode gerar desconforto. Como o Spotify não oferece informações aprofundadas a respeito de suas parcerias, não é possível saber se isso realmente acontece.

Embora as parcerias pagas, assim como o formato de remuneração do Spotify, sejam um problema para artistas iniciantes ou com poucos recursos financeiros, é importante lembrar que é possível, para qualquer pessoa, independentemente de seu alcance, fama ou da qualidade técnica de seu material, criar um perfil no Spotify e disponibilizar as próprias músicas com facilidade, desde que sejam autorais, de domínio público ou que haja a liberação pelo detentor de seus direitos autorais. Há, então, uma possibilidade de divulgação por conta própria inexistente antes dos aplicativos de *streaming*. Anteriormente, para que as músicas de um artista independente fossem acessadas de forma oficial, era necessária a venda de mídias físicas ou mesmo digitais, de forma isolada, ou sua divulgação por meio das rádios. Para isso, era preciso, então, enfrentar uma difícil disputa por

espaço com artistas filiados a grandes gravadoras ou que fossem promovidos por emissoras. A pirataria, que chegou a dominar mais da metade do mercado fonográfico brasileiro, era vista, por músicos com menor difusão de seu material (diferente dos administrados por grandes gravadoras), como “fundamental para a formação e renovação de seu público”, que poderia atender a apresentações ao vivo, onde seria gerada a maior parte de seu lucro (HERSCHMANN, 2010, p. 40).

Embora as parcerias de artistas com o Spotify tenham sido relacionadas, neste trabalho, à prática do jabá nas rádios, seus resultados são diferentes. No caso do jabá, as músicas reproduzidas por conta de promoções, inevitavelmente tomam o lugar de outras, não promovidas. As que não são promovidas podem depender do conhecimento dos programadores da rádio a respeito dos artistas para serem transmitidas, e competem por um determinado tempo de transmissão. No Spotify, embora as músicas que contam com o apoio da plataforma devido a parcerias possam ser recomendadas no lugar de outras, ou em contextos não necessariamente apropriados, elas podem ser avançadas pelo usuário que não quiser escutá-las. Elas não se encontram presentes, também, em *playlists* de usuário, a não ser que se opte por utilizar a função “enriquecer” ou “ordem aleatória inteligente”. Embora as músicas promovidas e não promovidas se encontrem no mesmo acervo, ambas podem ser escutadas, a qualquer momento, pelos usuários *premium* do serviço. A competição por um espaço limitado se dá, então, no contexto das *playlists* criadas pelo próprio Spotify e das recomendações. É importante lembrar que as recomendações podem ser algo desejado pelo usuário, mas são obrigatórias aos usuários do Spotify gratuito.

O Spotify pode ser uma espécie de facilitador para que os artistas independentes tenham contato com o público, uma vez que podem subir suas músicas ao catálogo da plataforma e promovê-las por conta própria. Neste ponto, as redes sociais são utilizadas como uma importante ferramenta para a divulgação e interação de artistas com o público. Ainda assim, deve-se sempre lembrar que as recomendações algorítmicas e a curadoria editorial do Spotify não apresentam transparência em relação aos critérios para a seleção de músicas. Por esse motivo, há a possibilidade de artistas menos conhecidos, ou desprovidos do montante necessário para realizar uma parceria, terem chances consideravelmente menores de aparecer nelas do que outros, já estabelecidos, ou agenciados por grandes corporações, não obstante a qualidade do material produzido por cada um. Para os

ouvintes, o Spotify pode ser interessante no sentido de ter um amplo acervo de músicas e *podcasts*, além de recursos de organização intuitivos e da possibilidade de fácil compartilhamento de músicas e *playlists*. É importante, porém, que os usuários tenham sempre uma escuta consciente em relação às recomendações algorítmicas, aos critérios utilizados para a seleção de músicas em *playlists* editoriais e à possibilidade de parcerias dos artistas com o serviço quando o utilizarem, de maneira a analisar, criticamente, as músicas recomendadas.

4.2 MÚSICA E RELAÇÕES INTERPESSOAIS

Um dos tópicos explorados nesta pesquisa, durante as dinâmicas com os voluntários, foi tomar consciência das diferentes maneiras pelas quais a música afeta as relações dos adolescentes com outras pessoas, assim como as possibilidades de interferências sociais no desenvolvimento de seu gosto musical e de repertório, em geral, relacionadas ao período da vida em que se encontram. Esses assuntos serão abordados neste subcapítulo.

O primeiro tópico a ser trabalhado aqui não diz respeito, necessariamente, às relações interpessoais dos voluntários, mas trata da própria relação de cada indivíduo com a música. Essa relação, porém, é o que determina a forma pela qual ocorrem as interações de uns com os outros. O gosto musical de cada indivíduo é indicado, em diferentes estudos, como um fator importante na formação e na afirmação de sua identidade.

Em “*What are musical identities, and why are they important?*”³⁵, Hargreaves, Miell e MacDonald (2002) discorrem a respeito do papel da música na formação da identidade pessoal. É chamada a atenção do leitor para a ideia de que, no texto, a identidade é encarada como algo dinâmico e mutável, “que é constantemente reconstruído e renegociado de acordo com as experiências, situações e com as pessoas com as quais interagimos em nossa vida cotidiana” (p. 2, tradução nossa). Segundo os autores, por motivo do “avanço tecnológico” nas últimas décadas, com a democratização da possibilidade da escuta portátil, e o crescimento da indústria musical, ocorreu uma grande diversificação das maneiras pelas quais as pessoas ouvem música. Essas pessoas podem ser “‘consumidores’, fãs, ouvintes, compositores, arranjadores ou críticos”, por exemplo. Essas mudanças, em conjunto com a globalização, podem levar, então, a variações no estilo de vida e na percepção da identidade de cada um. Os autores indicam, então, que

(...) a música pode ser usada, cada vez mais, como um meio pelo qual formulamos e expressamos nossas identidades individuais. Nós a utilizamos não apenas para regular nossos próprios humores e comportamentos no dia a dia, mas para nos apresentar aos outros da forma que preferimos (HARGREAVES, MIELL, MACDONALD, 2002, p. 1, tradução nossa).

³⁵ “O que são identidades musicais, e por que elas são importantes?” (tradução nossa).

Outro estudo, *Youth identity and music*³⁶ (TARRANT *et al.*, 2002), trabalha com a questão da identidade ligada à música na adolescência. Nele, inicialmente, são compiladas diversas observações de outros textos, de diferentes autores, a respeito do assunto. É utilizado o conceito da Teoria da Identidade Social (*Social Identity Theory*), em que, resumidamente, é assumido que “a presença de uma categorização social motiva os indivíduos a se comportarem de forma a assegurar uma avaliação positiva dos membros de seu grupo” (p. 137, tradução nossa). É indicado que, geralmente, ocorre a busca por relacionar o próprio grupo a atributos considerados positivos por seus membros. Enquanto isso, pessoas externas ao grupo são atreladas a parâmetros negativos. Isso é apontado em um estudo de Tarrant (2002, apud. Tarrant *et. al.*, 2002, p. 138, tradução nossa), em que voluntários, adolescentes, classificaram os membros de seu grupo como “mais ‘legais’, mais ‘honestos’ e mais ‘inteligentes’ do que os de fora do grupo, e como menos ‘chatos’, menos ‘ignorantes’ e menos ‘hostis’” do que eles. Resultados semelhantes puderam ser observados durante a fase de recrutamento de voluntários para esta pesquisa, nas dinâmicas realizadas com estudantes do nono ano de uma escola. Nelas, foi possível perceber um sentimento de identificação dos usuários de *streaming* de áudio como um grupo homogêneo, e dos não usuários como opostos a eles. Pôde-se notar que os adolescentes encaravam a utilização de serviços desse tipo como um atributo positivo à própria identidade.

A discriminação também é brevemente abordada no artigo de Tarrant *et. al.* (2002). Segundo os autores, diferentes estudos (TARRANT, 2002 e TARRANT *et al.*, 2001b apud. TARRANT *et al.* 2002, p. 138) apontaram que “os participantes que apresentaram os maiores níveis de discriminação” em relação às pessoas externas ao grupo, foram, também, os que demonstraram se identificar mais com as características grupais (TARRANT *et al.*, 2002, p. 138, tradução nossa). Os autores pontuam que, ao discriminar aqueles que não pertencem ao grupo, pode ocorrer um engrandecimento da autoestima de seus membros. Esse foi um fator bastante observado, tanto nas dinâmicas realizadas na escola, com alunos do nono ano, durante o período de recrutamento dos voluntários desta pesquisa, como, também, nas entrevistas de Pedro e Poli. No caso da dinâmica, a discriminação foi feita pelos usuários de *streaming* em relação aos não usuários. Já com Pedro e Poli, ela

³⁶ “Identidade juvenil e música” (tradução nossa)

ocorreu pelo motivo de os jovens terem estilos musicais favoritos considerados pouco populares, diferentes dos apreciados por seus colegas.

É proposto, no estudo de Tarrant *et al.* (2002), o questionamento acerca de quanto o gosto dos adolescentes é formado pela apreciação dos elementos musicais de determinados gêneros, e o quanto vem da necessidade de afirmação em relação aos colegas. Há, portanto, a possibilidade de os indivíduos procurarem se relacionar com músicas consideradas “bem avaliadas” pelos seus pares, mesmo que não sejam, necessariamente, as suas preferidas.

Alguns dos voluntários desta pesquisa mencionaram acreditar que é possível saber a respeito da personalidade do outro a partir de seu gosto musical. Isso indica que, para eles, o fato de se escutar determinadas músicas pode influenciar a forma de cada um agir, ou que pessoas que têm determinados traços psicológicos se sentem mais atraídas a escutar gêneros musicais específicos. Além disso, foi mencionada a possibilidade de se escutar determinados estilos em segredo, por se sentir vergonha do possível julgamento dos outros, o que mostra que eles percebem a possibilidade da existência de pressão, julgamento ou preconceitos advindos do meio social. Isso vai ao encontro da ideia de que os estilos podem ser utilizados como uma espécie de “‘distintivo’ de identificação” (TARRANT *et al.*, 2002, p. 139, tradução nossa) em relação às outras pessoas, relatada no estudo de Tarrant *et al.* É sustentada, também, a proposição de que o gosto musical dos adolescentes é um ponto relevante para a afirmação da identidade de cada um. Quanto a isso, é importante lembrar que o gosto expresso aos outros, por meio da conversa, nem sempre é sincero. Ele pode ser verdadeiro, mas, também, ser construído após diversas ponderações, voltadas ao desejo de trazer algo “positivo” à opinião dos demais. Em ambos os casos, porém, a comunicação a respeito do gosto se mostra como uma possibilidade para o estabelecimento e estreitamento de laços com os colegas, mas, também, como uma espécie de abertura para o julgamento externo.

Conversar a respeito da música foi considerado uma atividade prazerosa por praticamente todos os voluntários desta pesquisa. Grande parte deles comentou que um dos principais motivos de ficarem felizes por ter amigos com gosto semelhante aos deles próprios era poderem conversar sobre os estilos musicais de que gostam. Além disso, é por meio da conversa que surgem as recomendações que uns dão aos outros, e que podem passar a fazer parte do repertório de cada um. Diferentemente da escuta musical individual, por vezes, isolada, por meio do uso de

fonos de ouvido, a conversa é voltada à expressão, e pode, então, trazer diversos significados.

Macdonald, Miell e Wilson escreveram o capítulo “*Talking About Music: a vehicle for identity development*”, do livro “*Musical Communication*”³⁷ (2012). Nesse capítulo é relatado um estudo realizado com jovens que praticam música em seu tempo livre (por exemplo, em bandas de *rock* ou grupos coral), e músicos de *jazz* profissionais. Dessa forma, procurou-se entender como se dá a conversa a respeito da música por ambos os públicos. Segundo o estudo, embora os dois grupos fossem bastante distintos, era possível perceber padrões que permeavam ambos durante sua conversa. Esses padrões, em geral, eram relacionados à tentativa, dos participantes, de se associarem a determinados grupos de pessoas, ou se afastarem de outros, por meio da expressão de seu gosto musical. Dessa forma, procuravam afirmar a própria identidade, fosse para os outros ou para eles mesmos, no caso dos adolescentes.

Outra questão levantada pelo estudo, se relaciona à vontade de alguns de seus voluntários adolescentes mostrarem que escutam estilos musicais considerados “estranhos” (MACDONALD, MIELL, WILSON, 2012, p. 326, tradução nossa). Isso, geralmente, estava ligado a uma tentativa de demonstrar a sofisticação da própria escuta, por conseguir apreciar algo que os outros não estavam acostumados, ou não tinham conhecimento suficiente para entenderem tecnicamente da música que comentavam. Segundo os pesquisadores, em alguns casos, essa atitude pode estar atrelada, também, à vontade do indivíduo se sentir, simplesmente, diferente e especial em relação aos outros. Isso ficou evidente com o relato de um dos voluntários dessa pesquisa, que disse gostar de ouvir as músicas da banda de *grunge* Nirvana, quando ainda não era popular, e que parou de ouvi-la quando passou a ganhar fama.

Comportamentos parecidos, de tentativa de demonstrar a diferença do próprio gosto musical em relação ao dos outros, foram encontrados em diversos dos voluntários da presente pesquisa. Embora alguns, simplesmente, constatassem a diferença por ter sido uma das perguntas feitas pelo entrevistador, era possível perceber, em alguns casos, orgulho na voz dos voluntários ao comentar que não conheciam ninguém, ou que tinham pouquíssimos amigos que escutavam os

³⁷ “Falar Sobre Música: um veículo para o desenvolvimento da identidade”, presente no livro “Comunicação Musical” (tradução nossa)

mesmos estilos que eles. Já outros, demonstraram desânimo quando constataram tal fato, uma vez que, conhecer poucas pessoas que gostem dos mesmos estilos musicais fazia com que eles não tivessem com quem conversar a respeito do assunto. Ainda assim, uma pequena parte desses voluntários disse gostar de conversar sobre música, mesmo com pessoas de gostos bastante diferentes, embora essa fosse uma experiência menos prazerosa do que quando encontram alguém que aprecia os mesmos estilos.

O voluntário Roberto merece especial atenção neste ponto, uma vez que, em diversos momentos de sua entrevista, procurou deixar bem clara a sua diferença em relação aos outros, mesmo quando não se tratava de um assunto diretamente ligado ao seu gosto. Há a possibilidade de ele ter feito algumas afirmações na tentativa de demonstrar que sua escuta musical é sofisticada. Um exemplo disso foi a afirmação de que, depois que passou a expandir seu repertório musical, parou de escutar rock por considerá-lo um estilo monótono. Ao falar, então, sobre alguns dos estilos de que passou a gostar, mencionou o *rap*, mas disse que não escuta as músicas “*mainstream*” do gênero, ou seja, as bastante conhecidas pelo público. Em vez disso, ouve apenas as que considera “*alternativas*”. Mencionou, também, gostar de *jazz*, e disse que há apenas outra pessoa em sua escola que também escuta esse estilo que, segundo ele, é pouco escutado, tanto por pessoas de sua idade, quanto por quem é mais velho.

Em outro momento, quando foi questionado se acreditava que seus hábitos de escuta eram parecidos ou diferentes dos de outras pessoas de sua idade, Roberto não foi como outros voluntários, que disseram acreditar que prestam mais atenção ou que têm uma escuta mais profunda do que o normal. Em vez disso, comentou que, embora não tivesse certeza, acreditava que sua escuta fosse parecida com a de outras pessoas. Ao ser questionado, depois, se acreditava que o fato de estudar música havia exercido algum efeito em sua escuta, comentou ter percebido que passou a prestar mais atenção nos elementos sutis de cada faixa, aqueles que, provavelmente, alguém que nunca estudou música não conseguiria perceber. Essa segunda afirmação, diferente da anterior, provavelmente foi dada por conta da forma que a entrevista foi conduzida: ao pensar, primeiramente, em sua escuta em relação às demais pessoas, Roberto não cogitou a respeito da possível diferença entre os elementos auditivos percebidos por ele e por alguém que nunca tivesse estudado música. Ao ser lembrado dessa possibilidade, porém, viu que

havia, de fato, uma diferença, mesmo em comparação com a sua própria experiência de escuta, antes de iniciar seus estudos musicais.

Outro relato interessante relacionado à vontade de ser diferente veio da adolescente Stella, que disse ter “*ciúmes*” de algumas de suas músicas preferidas e, por isso, não querer que outros as conhecessem. Nesse caso, a voluntária demonstrou apenas querer ter as músicas favoritas como algo próprio, de forma a criar uma relação pessoal e especial com elas e que, de certa forma, poderiam perder parte de seu valor, caso as músicas passassem a ser conhecidas por seus colegas.

Embora alguns dos voluntários tenham aparentado se orgulhar de seus gostos musicais serem diferentes dos de seus colegas, a semelhança entre gostos também foi vista como algo positivo, e a conversa foi colocada como o principal motivo para isso. O ato de encontrar alguém com o gosto musical parecido foi descrito de forma especialmente animada por alguns voluntários, que relataram, em outro momento, com desânimo, conhecer poucas pessoas que também gostam de seus estilos musicais favoritos. Os estilos preferidos se mostraram, então, um tópico recorrente e prazeroso na conversa entre os amigos, fácil de ser abordado mesmo com pessoas com as quais os voluntários não tinham qualquer intimidade, em que poderiam permanecer durante um longo período de tempo, sem que o assunto se esgotasse ou se tornasse entediante. Foi citado que, por esse motivo, adolescentes ecléticos podem se tornar “*populares*”, pois têm assuntos para conversar com diversas pessoas.

O gosto musical semelhante ao dos outros foi mencionado não apenas como um assunto de conversa, mas, também, como um fator decisivo para que determinados grupos se mantivessem unidos. Esse foi o caso da voluntária Mayara, por exemplo, que gostava de escutar *K-Pop* e fazia parte de um grupo de amigos que também apreciavam o estilo. Ela relatou que, depois que parou de escutá-lo, acabou se distanciando do grupo. Segundo ela, não houve qualquer desentendimento, mas o gosto pelo estilo musical era o que dava sentido à amizade.

Hargreaves, North e Tarrant (2006) discorrem a respeito da interação entre o gosto musical e grupos de adolescentes. Segundo eles, o gosto, além de ser um fator importante para o estabelecimento dos grupos, é importante para a manutenção da autoimagem grupal. Os autores explicam que, por vezes, quando um membro do grupo passa a se interessar por estilos musicais considerados

“negativos” a essa imagem, ele pode ser excluído, de forma a não desfavorecê-la. Essa preocupação relacionada à possibilidade de exclusão pode ser considerada, então, como um fator com potencial de influência no gosto musical dos adolescentes, que podem procurar esconder as músicas de que gostam dos membros de seus grupos sociais, de forma a não correrem o risco de serem julgados negativamente e, até mesmo, excluídos.

Embora a maior parte dos participantes desta pesquisa não tenha admitido que excluiria amigos de seus grupos em razão de divergências no gosto musical, uma possibilidade de repulsa à diferença foi demonstrada por Cris. Ela aparentou tolerar algumas diferenças, mas acreditar, também, na possibilidade de existência de um gosto musical que denominou “*ultrajante*”. Segundo ela, caso tivesse amigos com o gosto assim, ou que ela considerasse tudo o que eles escutam “*horrível*”, e não houvesse intimidade o bastante para questioná-los, provavelmente se afastaria deles. Corrêa, por outro lado, afirmou que um de seus melhores amigos tem o gosto musical muito diferente do dele, mas que considera isso ótimo, pois ambos se tratam com respeito e entendem que essa é apenas uma divergência que não afeta a sua relação de forma negativa. Diferentemente da maior parte dos voluntários, que consideram o gosto parecido essencial para se ter uma boa convivência musical com os amigos e conseguir ouvir música junto deles, Corrêa disse que, diversas vezes, escuta música com esse amigo. Eles compartilham, também, uma *playlist* em que cada um adiciona as suas músicas preferidas, por mais que, geralmente, não sejam apreciadas pelo outro. Eles fazem brincadeiras com isso, questionando como o outro pode gostar das músicas que adicionou, mas veem essa diferença como algo divertido e que se torna um assunto para conversarem. Por vezes, descobrem alguma música do repertório do outro que, inesperadamente, gostam, e isso faz com que expandam os horizontes do próprio gosto, uma vez que, em geral, são músicas que não teriam contato em seu dia a dia.

Corrêa mencionou, ainda assim, que essa é uma experiência que ele consegue ter com seu amigo, mas não com outras pessoas. Assim como parte dos outros voluntários, que relatou ter um gosto musical diferente da maioria das pessoas, ele disse não gostar de escolher as músicas que vão ser reproduzidas em momentos em que mais pessoas as escutarão. Ainda assim, vários dos jovens, principalmente os que gostam de expandir o próprio gosto musical e conhecer novos estilos, relataram que é mais interessante de se criar *playlists* compartilhadas com

amigos que têm o repertório levemente diferente, do que aqueles que apreciam exatamente os mesmos artistas e gêneros. Dessa forma, é possível conhecer novas músicas que são diferentes, mas que, ainda assim, são interessantes, pois são recomendadas por alguém que gosta de estilos em comum.

A atenção dada a sugestões de músicas feitas por amigos se mostrou maior do que a depositada sobre as recomendações algorítmicas do Spotify, ou dos serviços de *streaming*, de maneira geral. Isso pode se dar não apenas pela confiança em relação à recomendação, mas, também, por uma vontade de se conectar com o amigo, e de entender do que ele gosta. Além de Corrêa, os voluntários Leonardo e Mayara mencionaram procurar ouvir as músicas dos gêneros preferidos de seus amigos e tentar encontrar ao menos algumas que apreciem, para poderem escutar juntos. Mayara também procura recomendar aos amigos músicas de seus estilos favoritos, mas que possam ter elementos em comum com as apreciadas por eles, e disse só recomendar faixas que realmente acredita que possam gostar. Além disso, a jovem, de vez em quando, aprende a tocar músicas que seus amigos pedem. Há a possibilidade de esses interesses estarem relacionados não apenas à vontade de se ter um repertório de que os amigos gostem para escutarem juntos, mas, também, de demonstrar apreço pelo gosto e pelas opiniões do outro. Isso pôde ser percebido quando Mayara afirmou considerar desafiador aprender as músicas do repertório dos seus amigos, quando não são realmente apreciadas por ela mesma. Segundo ela, essas faixas não despertam a mesma “*paixão*” ao tocar do que suas preferidas, mas ela o faz mesmo assim, pela amizade.

O interesse em escutar as músicas recomendadas pelos amigos, mesmo quando distantes do próprio gosto musical, se relaciona com o dado levantado no estudo de Anderson *et al.* (2000),³⁸ de que, geralmente, quando os usuários do Spotify se aproximam de músicas diferentes das que, em geral, escutam, isso se dá por meio da ferramenta de busca da plataforma, com o que chamam de *streams* orgânicos, e pela diminuição do uso das recomendações algorítmicas. Isso ocorre, nesse caso, pois, quando uma música é recomendada por um amigo, pode ser buscada, depois, de forma autônoma pelo usuário, dentro da plataforma.

³⁸ Esse estudo é abordado de forma mais aprofundada no tópico 4.1.2 Análise das opiniões dos adolescentes a respeito de aspectos específicos do Spotify (p. 131).

Algo que também é interessante de ser mencionado é que, assim como existe a busca pela expressão do próprio gosto musical e a vontade de escutar música junto com os amigos, também foi demonstrado, por parte dos voluntários, o interesse em manter a escuta como uma atividade individual. Isso pode ocorrer por motivo da vontade de ouvir alguma música ou um estilo específico em segredo, como abordado anteriormente neste trabalho, mas também de forma não escondida, porém isolada. Stella, por exemplo, mencionou gostar do fato de seus amigos terem o gosto diferente do dela pois, dessa forma, não escutam música juntos. Ela acredita que ambientes sem música são mais adequados para conversar, e disse que a conversa, durante a escuta, a distrai da música. Prefere, então, ouvir música apenas quando está sozinha. Caso alguém tente conversar com ela, geralmente, interrompe a faixa para escutá-la depois, em vez de mantê-la tocando durante a conversa.

Poli também tocou no assunto da escuta individual, que, para ela, acontece por um motivo diferente. Segundo a voluntária, ela escutava bastante música com o pai, que lhe apresentou o estilo sertanejo, seu favorito. Com o tempo, ela passou a escutar músicas diferentes dentro do mesmo estilo, com letras impróprias para crianças, ou, segundo ela, “*explícitas*”. Isso desagradou seus pais, que se sentiam incomodados. Ela passou, então, a escutar música utilizando fones de ouvido. É interessante observar, neste ponto, que a família de Poli a influenciou de duas maneiras diferentes. Primeiro, propiciou o contato com seu estilo musical preferido. Depois, a reprovação às músicas escutadas pela jovem influenciou seus hábitos de escuta. Nota-se, também, que a conversa dos pais com a voluntária não resolveu o que era considerado, por eles, um problema, uma vez que a jovem continuou escutando as músicas por eles consideradas impróprias.

Foi possível notar que a família exerce uma forte influência na formação do gosto musical da maior parte dos voluntários. Ainda assim, quando foi perguntado a eles quais eram os meios pelos quais acreditavam receber essa influência, diversos esqueceram de citá-la. Outros disseram não acreditar que o próprio gosto era afetado pelas vivências familiares, mas se contradisseram, em outros pontos da entrevista, por meio de relatos de diferentes situações. Isso pode indicar diferentes possibilidades. Uma delas é a de a escuta musical em família ser algo que ocorre desde o início da vida dos voluntários, ou em momentos considerados, por eles, inevitáveis (como, por exemplo, quando andam de carro com os pais ou irmãos mais velhos – situação relatada em diversas entrevistas) e, por isso, ser natural a eles a

ponto de acreditarem que é algo intrínseco à vida, em vez de ser externo a eles. Podem assumir, então, que o repertório com que tiveram contato por meio de seus parentes próximos é, na verdade, formado por músicas naturalmente apreciadas por eles. Outra possibilidade se relaciona especificamente com o período da adolescência. Como esse é um momento da vida em que os jovens experimentam diferentes identidades até desenvolverem a sua própria (TARRANT *et al.*, 2002, p. 134), podem querer desvincular características que consideram pessoais da influência da família, como forma de autoafirmação. Dessa maneira, buscam relacionar a influência, mesmo que de maneira não consciente, a fatores que sejam ligados à sua própria personalidade, estilo de vida, ou que possam simbolizar algum tipo de mérito. Alguns exemplos dessas duas instâncias são o fato de gostarem de alguma série ou jogo em que se toque um determinado estilo de música, ou o mérito de se ter vários amigos que indiquem músicas interessantes.

A voluntária Flávia citou outra forma pela qual o seu gosto musical é afetado, e que pode se relacionar com a questão da experimentação de diferentes identidades pelos adolescentes. Ela disse se interessar em procurar, nas redes sociais, por influenciadores digitais que sejam músicos relacionados aos estilos apreciados por ela, e falem sobre música. Foi possível perceber, ao longo da entrevista, que ela considera importante o conceito disseminado por eles de que “*a música tem que refletir a beleza, o bem e a verdade*”. Ela mencionou que esse é o parâmetro que uma música deve cumprir para ser aceita como boa dentro do meio cristão, estilo que já foi o seu preferido. Disse, também, que, geralmente, gosta quando músicas de outros estilos cumprem esse parâmetro, e que se lembra da trindade cristã quando escuta músicas orquestrais de Beethoven, mesmo quando não são relacionadas à religiosidade, pois percebe esses parâmetros nelas. Além disso, citou o amor, o bem e a verdade como as três palavras que definem sua relação com a música.

Algo interessante de ser observado, a este respeito, é que nenhum dos critérios citados pelos *influencers*, acompanhados por Flávia, é musical, nem objetivo. O que é belo para um, pode não ser para o outro, da mesma forma que a realidade vivida por cada indivíduo pode fazer com que algo representado em uma música seja, ou não, visto como “*verdade*”. Não foi possível saber, porém, por meio da entrevista, se os influenciadores seguidos por Flávia dizem que esses parâmetros devem ser válidos para uma análise generalizada, que chegará ao mesmo resultado

em relação a uma música específica, independentemente de quem a analisa, ou se os diferentes pontos de vista, de pessoas diversas, podem fazer com que uma mesma música seja encarada de forma diferente por cada indivíduo. É importante mencionar, também, que após falar sobre o “*bem, a beleza e a verdade*” como parâmetros para analisar a qualidade de uma música, a voluntária, que afirmou, anteriormente, gostar de MPB, foi questionada a respeito do que achava de músicas de protesto, que tratam de temas que, embora sejam importantes, muitas vezes retratam algo que, justamente, não é belo. Ela disse, então, que a beleza pode estar na poesia e na forma pela qual os temas são tratados, mas que, ainda assim, não costuma ouvir músicas de protesto.

A aproximação de Flávia dos influenciadores digitais pode ser uma forma de experimentar uma identidade baseada nas opiniões de outras pessoas, com as quais se identifica. É curioso que, embora essas opiniões venham de páginas das redes sociais abertamente voltadas a influenciar massas de pessoas, ou seja, perfis de *influencers*, a jovem se considera diferente de seus colegas por carregar, consigo, essas opiniões, que considera incomuns. Esse potencial de profunda influência demonstra a importância de os responsáveis pelos adolescentes saberem quais conteúdos lhes são oferecidos não apenas por meio das redes sociais, mas por outras formas de mídias como *videogames* e séries de televisão, pois, assim como puderam moldar os critérios, utilizados por Flávia, para definir o que faz uma música ter qualidade, podem exercer influência sobre diversos outros aspectos psicológicos dos jovens.

4.3 RELAÇÃO ENTRE A ESCUTA MUSICAL E DIFERENTES CONTEXTOS

Um ponto que chamou a atenção durante a realização das dinâmicas com os voluntários desta pesquisa, foi a quantidade de tempo que eles passam escutando música, e o orgulho que alguns deles demonstraram sentir ao dizer que fazem isso “*o tempo todo*”, ou “*sempre que podem*”. Pôde-se perceber, porém, que essa escuta nem sempre é atenta, voltada à apreciação artística ou sequer com o intuito de buscarem entretenimento. No entanto, a escuta pode ocorrer de tal modo que venha a auxiliar a concentração, aumentar a produtividade em determinadas tarefas, modular o estado de humor ou, mesmo, afastar os ouvintes de sentimentos agonizantes. A partir dessas considerações, procurou-se analisar, neste subcapítulo, as formas encaradas pelos adolescentes em relação à escuta musical, em diferentes contextos.

4.3.1 Relação entre música e expressão de sentimentos

No momento das entrevistas em que foi solicitado aos voluntários que escolhessem três palavras para descrever a sua relação com a música e, depois, que dessem uma definição para o termo “música”, foi possível perceber uma tendência a valorizar elementos ligados ao aspecto emocional e, portanto, à subjetividade. 13 das 18 diferentes palavras citadas relacionam-se com sentimentos.³⁹ Foram citadas, no total, 23 palavras, mas, dentre as relacionadas às emoções, uma delas – amor – foi mencionada 3 vezes e outra, a própria palavra sentimento, 2. Foram obtidas, então, 16 menções relacionadas ao aspecto emocional, mais do que o dobro do número de palavras que não se relacionam a esse tema.

As palavras citadas, ligadas a esse tópico, foram harmonia, sensações, conforto, concentração, sentimento, diversão, amor, calma, prazer, afeição, tranquilidade, entretenimento e extroversão.⁴⁰ Aqui, a palavra harmonia foi considerada um sentimento e não o conteúdo teórico musical, pois pôde-se perceber que essa era a intenção do entrevistado, que nunca estudou harmonia musical.

³⁹ Isso pode ser visto na nuvem de palavras exibida no capítulo anterior (figura 8, p. 118)

⁴⁰ Em vez de extroversão, foi dita, na verdade, a palavra “extrovertida”. Optou-se, porém, por citar “extroversão” nessa lista para que todas as palavras tivessem a mesma classe gramatical.

Uma proporção parecida foi encontrada nas definições do termo “música”. Seis dos entrevistados, Luna, Roberto, Kaiser, Flávia, Malu e Poli propuseram definições que podem ser compreendidas como uma forma de expressar emoções. Pedro, embora não a tenha ligado diretamente à expressão disse que ela é “*mágica*”, trazendo em sua própria resposta esse sentido de que a música é especial e transformadora. Flávia não mencionou sentimentos em sua resposta, mas a expressão, de forma geral, por meio de sons. Três dos adolescentes, Corrêa, Mayara e, novamente, Kaiser, que se enquadra em ambos os grupos, trouxeram definições técnicas, baseadas em elementos sonoros. Mayara também relacionou a dificuldade em definir “música” com o desafio que seria, por exemplo, explicar a alguém o que é “amor”, um sentimento. Stella propôs uma definição distante das encontradas em ambos os grupos. Para ela, a música é um passatempo.

Pode-se observar, então, que foram obtidas mais respostas que ligam a música à *expressão de sentimentos* do que a definições técnicas. Caso a palavra *expressão* seja desconsiderada, e observemos apenas quais respostas se relacionam de alguma forma com sentimentos, pode-se incluir nesse primeiro grupo as definições de Pedro e Mayara. Por outro lado, se for considerada também a definição de Flávia, que envolve a expressão, mesmo que não seja explícito do quê, essa proporção aumenta ainda mais. É interessante notar que, mesmo Corrêa, que foi o único a apresentar uma definição puramente técnica, quando foi escolher três palavras que definiam sua relação à música, citou “*cotidiano, harmonia e sentimento*”. Stella, que forneceu uma definição, também, desvinculada das emoções, mencionou as palavras “*extrovertida, calma e conforto*”. Todos, então, fizeram ao menos uma ligação da música às emoções, nesse momento da entrevista. Roberto apresentou um comportamento interessante, quando definiu o termo “música”: antes de responder, pensou bastante e comentou que estava tentando chegar a uma resposta que não fosse simples, e que não fosse, também, algo que “*todo mundo falaria*”. Ainda assim, chegou a uma definição consensual com a maioria dos voluntários. Esse comportamento, de tentar explicitar a própria diferença em relação aos outros, foi percebido em diversos momentos, mas é especialmente interessante neste ponto da entrevista, pois mostra que a definição que ele propôs, mesmo que semelhante às da maior parte dos voluntários, não foi considerada óbvia por ele. Assinale-se que, o fato de ter se constatado a dificuldade explícita de grande parte dos entrevistados de responder a essa pergunta, indica

que esse não é um assunto comumente abordado por eles quando conversam, ou, talvez, nem mesmo pensem a respeito.

É importante mencionar, também, que Flávia, embora tenha dito que a música é “*a arte de se expressar pelos sons*”, sem colocar outros requisitos para que elementos sonoros pudessem ser considerados musicais, se contradisse em outro momento da entrevista, quando teceu comentários a respeito dos gêneros musicais de que não gosta e colocou o *funk* como um deles. Nesse momento, ela mencionou que “*os principais três elementos que uma música tem que ter são ritmo, melodia e harmonia*”, e questionou, então, como esse estilo poderia ser considerado música. Nesse ponto, ocorreu outra contradição, uma vez que os três elementos que destacou estão presentes no *funk*, mesmo que, em algumas músicas, a voz possa se aproximar da fala, como ocorre em outros gêneros, como por exemplo, o *Rap*. Ainda assim, embora não tenha, na voz, uma melodia compreendida no sentido tradicional, ela não se priva de ter um contorno melódico e entonação específicos. Melodias também podem, muitas vezes, ser encontradas na parte instrumental da música, mesmo que não estejam, necessariamente, em primeiro plano. O argumento se invalida ainda mais, se considerarmos que existem músicas em diversas culturas, tanto ocidentais quanto orientais, que não se utilizam de todos os três elementos citados. Um exemplo disso na cultura brasileira, entre muitos outros possíveis, são as baterias de samba ou de outros estilos, que diversas vezes tocam sem qualquer acompanhamento harmônico ou melódico.

Em outro ponto das dinâmicas, foi abordado o recurso do Spotify que permite checar quais músicas estão sendo escutadas pelos amigos, desde que eles o habilitem. Essa funcionalidade foi relacionada pelos voluntários, à possibilidade de se saber o que essas pessoas estão fazendo ou sentindo no momento da escuta. Isso indica que, para eles, a relação entre a criação musical e a expressão de sentimentos não é algo unilateral, mas que as emoções, também, podem ser percebidas, refletidas e, até mesmo, intensificadas por meio da escuta. Essa possibilidade de intensificação de sentimentos pôde ser notada em um momento em que Flávia comentou que há pessoas que escutam músicas tristes quando não se sentem bem, e que isso as faz se sentirem ainda pior, mas que é algo, por vezes, desejado, para que se possa sentir de forma intensa.

Essa questão é trabalhada por J. Jota de Moraes no livro “O que é música” (1983).⁴¹ No capítulo “Maneiras de ouvir”, ele discorre sobre três das “quase infinitas” (p. 63) e indissociáveis formas de escuta musical existentes: a corporal, a intelectual e a emotiva. Ele explica que, ao realizar uma escuta focada nas emoções, o indivíduo pode “ouvir mais a si mesmo do que propriamente a música” (p. 65), de forma a intensificar seus sentimentos. A compreensão a respeito da música e de suas estruturas, porém, pode ser deixada de lado, uma vez que a atenção do ouvinte, de fato, não está voltada a ela. Por outro lado, sem deixar de considerar o potencial emotivo da música, Moraes explica que ela “não precisa [necessariamente] ‘expressar’ alguma coisa que esteja fora dela” (MORAES, 1983, p. 67) e pode, inclusive, não expressar “nada, a não ser a sua própria estrutura” (p. 68). Esta é, segundo o autor, “a maneira de organizar os elementos [musicais] tendo em vista o conjunto geral dessa ordenação” (p. 68), chamado, por ele, de forma. Ainda assim, é importante mencionar que a maneira pela qual o compositor lida com a forma de sua obra pode fazer que ela seja percebida e sentida artisticamente pelos ouvintes, de maneiras diferentes. A arte é ligada diretamente à subjetividade. Esta, por sua vez, não se dá apenas por sentimentos definíveis e identificáveis, como os mencionados durante as dinâmicas com os voluntários (felicidade, tristeza ou amor, por exemplo), mas pela interpretação, única, de cada um dos ouvintes.

Embora as *playlists* editoriais voltadas a emoções específicas não tenham se mostrado muito populares entre os voluntários desta pesquisa, a escuta musical em determinados estados de humor, especialmente durante momentos em que estão felizes ou tristes, foi um tópico relevante entre eles, que apresentaram opiniões divergentes umas das outras. A própria ideia de o que define uma música como *feliz* já trouxe diversas contradições. Com isso, é possível perceber que, embora a ligação entre música e expressão (ou percepção) de sentimentos exista, cada indivíduo pode experienciá-la de forma diferente. Esse tópico é explorado por diversos autores, que serão aqui abordados.

No artigo “*Music and Early Language Acquisition*” (2012), Brandt, Slevc e Gebrian⁴² discutem a relação entre a música e o desenvolvimento da fala. Assim

⁴¹ J. Jota de Moraes (1943 - 2012) foi crítico musical e literário, além de professor de História da Música na USP (BIOGRAFIA, 2015). Em “O que é música”, ele apresenta uma discussão filosófica a respeito não apenas da pergunta-título do livro, mas, entre outros assuntos, sobre diferentes formas de experienciar e vivenciar a música.

⁴² Anthony Brandt, L. Robert Slevc e Molly Gebrian desenvolvem pesquisas na área de Cognição Musical, entre outras.

como encontrado nos relatos dos voluntários desta pesquisa, eles retratam uma ambiguidade em relação às emoções evocadas pela música. São citados exemplos disso em diferentes instâncias. O primeiro, é o do “contraste entre os modos maior e menor” (BRANDT, SLEVC, GEBRIAN, 2012, tradução nossa), em que o primeiro é, comumente, relacionado a “efeitos positivos” e o segundo, a “negativos”. São citadas, porém, músicas de diferentes culturas com letras que simbolizam emoções opostas à atribuída, de forma estereotipada, a cada um desses modos. Diferentes elementos musicais e suas controversas recepções em diferentes civilizações são citados como forma de mostrar que as definições relacionadas à música variam, também, para cada cultura. Alguns deles são intervalos de segunda, afinações com diferenças de microtons e qualidades sonoras ligadas ao ruído em timbres de instrumentos. Eles são considerados indesejáveis por muitos ouvintes, em relação a grande parte do repertório musical ocidental, mas vistos como interessantes em outras culturas.

O contexto histórico em que os ouvintes e praticantes musicais se encontram também é citado como algo que pode afetar a percepção e a recepção a diferentes elementos e padrões musicais. Para exemplificar, os autores apontam como a utilização da harmonia, hoje em dia, comum na cultura ocidental, nem sempre existiu, mas surgiu em determinado momento histórico. Além disso, os pesquisadores trazem a seus leitores um exemplo de crítica negativa, feita em 1868, ao coral da Nona Sinfonia de Beethoven. Eles observam que esse trecho, hoje em dia renomado, foi duramente criticado quando foi apresentado publicamente, o que demonstra como a percepção a respeito de um determinado material musical muda ao longo do tempo:

Ele se abriu com oito compassos de um tema comum, muito parecido com o de Yankee Doodle⁴³... Eu lamento dizer que [o que se seguiu] pareceu ser feito a partir do estranho, do ridículo, do abrupto, do feroz, do estridente, com a mistura mais leve possível, aqui e ali, de uma melodia inteligível (Slonimsky, 1965, p. 52, apud. BRANDT, SLEVC, GEBRIAN, 2012, p. 2, tradução nossa).

O estudo aponta, então, que

⁴³ Embora não seja possível saber a origem exata da canção, Yankee Doodle era utilizada como forma de caçar soldados colonos norte americanos que lutavam ao lado de ingleses na Guerra Franco-Indígena (YANKEE, 2002).

Embora muitas vezes invistamos na música com emoção e nos conectemos profundamente a ela por essa razão, há muita inconsistência e incerteza, tanto em visões pessoais como culturais para descrever a música como uma “linguagem de emoções” (BRANDT, SLEVC, GEBRIAN, 2012, tradução nossa).

Isso não é mencionado, porém, como algo problemático, e sim como uma característica que, a depender do contexto, pode, inclusive, ser desejada. É importante ressaltar, também, que em outros pontos do texto, os autores explicam que a música pode, sim, ser utilizada para a expressão de emoções, mesmo que não o faça de forma “clara e distinta”, por ser relacional ou simbólica, quer dizer, subjetiva. Por isso, não a consideram uma “linguagem de emoções”.

Embora os significados que podem ser transmitidos pela música sejam vistos como subjetivos e especulativos, os pesquisadores sugerem que, para crianças, principalmente em seu primeiro ano de vida, antes de desenvolverem a fala e entenderem o sentido referencial das palavras, a linguagem falada, que ainda não tem um sentido semântico para elas, mas procura demonstrar significados, é uma ramificação da música. Essa percepção vai mudando, então, conforme elas vão crescendo e, além de passarem a entender o sentido das palavras, começam a criar suas próprias definições para o termo “música”, com base em seu contexto social. É sugerido que “sem a possibilidade de ouvir musicalmente, seria impossível aprender a falar” (p. 5, tradução nossa), uma vez que as diferentes linguagens englobam em si diversos elementos musicais como “ritmo, contraste timbrístico e contorno melódico” (p. 6, tradução nossa). Um exemplo dado para a fala na língua inglesa, mas que também ocorre no português, mesmo que de forma diferente, é a distinção entre afirmações e perguntas por meio do contorno melódico das frases, com o final geralmente ascendente para perguntas e descendente para respostas.

É indicado, então, que embora a música não possa ser considerada uma linguagem universal por conta da heterogeneidade de seus padrões em diferentes contextos, “pode *parecer* uma linguagem universal porque (...) [a] ‘manipulação criativa com som’”, definição proposta, no estudo, para o termo “música”, se faz presente, tanto nela mesma quanto nos estágios iniciais de nossa relação com a fala (p. 13, tradução nossa). Nesse artigo, é reforçada, de diferentes formas, a ideia de que, embora a expressão de sentimentos por meio da música seja possível, ela é, necessariamente, subjetiva, o que seria uma das suas diferenças em relação à expressão por meio da linguagem verbal.

Esse ponto de vista não leva em consideração as letras da música, que se enquadram na linguagem verbal. Embora esse tipo de linguagem seja ligado à objetividade no artigo citado, é importante ressaltar que ela não precisa, necessariamente, ser objetiva e, inclusive, é propositalmente subjetiva em algumas de suas manifestações. Alguns exemplos disso são a poesia ou, mesmo, a prosa, quando dá abertura a múltiplas interpretações. A música, por sua vez, também pode ser construída de forma objetiva. Isso pode ser observado, por exemplo, em composições de jazz com harmonia construída, especificamente, para que se tenha um efeito desejado no momento da improvisação; no serialismo dodecafônico, em que se tem o intuito de fazer com que não ocorra uma hierarquia entre as notas, como ocorre no tonalismo; e em outros diversos contextos.

É importante notar que, embora os autores citados apontem que a música não precisa necessariamente transmitir alguma emoção específica, essa não deixa de ser uma possibilidade, adotada, inclusive, em diversos períodos históricos, mesmo que tais emoções sejam variáveis em relação ao seu contexto. Um exemplo disso é dado por Murray Schafer (2001, p. 21), em “A afinação do mundo”, ao resumir a história de alguns mitos gregos relacionados à origem de diferentes materiais musicais. Um deles é sobre o momento em que a Medusa foi decapitada, de modo que suas irmãs choraram. Comovida, Palas-Atena teria criado um *nomos*, termo que descreve “melodias inalteráveis [da Grécia antiga, provindas da comunicação divina] às quais se atribuía influência mágica ou ritual (...) [e que] somente um grande artista tinha o poder de” (SCHAFER, 2001, p. 21) receber, para ser tocado no *aulos*, instrumento grego antecessor do oboé. Ao mesmo tempo que Schafer pontua a subjetividade da emoção responsável pela geração de tal material, ressaltar que o instrumento é tradicionalmente ligado à exaltação do drama e da tragédia. Isso embasa o argumento, também desenvolvido por Brandt, Slevc e Gebrian (2012) de que embora não seja possível afirmar que cada música tem o poder de gerar uma emoção específica, objetiva e comum a todos os seus ouvintes de diferentes culturas, alguns de seus elementos podem indicar sentimentos aos ouvintes conhecedores das práticas musicais de caráter específico, nas quais eles são utilizados. Não obstante, Schafer também cita o mito da criação da lira. Neste, é narrado que Hermes, ao perceber que ao utilizar o casco de uma tartaruga “como caixa de ressonância, poderia produzir som”, criou o instrumento utilizado por Homero na epopeia e ligado à “contemplação do universo” (SCHAFER, 2001, p. 21).

Observa-se, então, que ambas as concepções a respeito da música, como forma de expressão e transmissão de sentimentos, e, também, como resultado de propriedades físicas de diferentes materiais, podem ser encontradas, concomitantemente, em diferentes pontos da história da humanidade.

Marisa Fonterrada, em seu livro “De tramas e fios: um ensaio sobre música e educação” (2008) menciona a Teoria dos Afetos, surgida no final do período barroco. Esta “explica os eventos musicais por sua relação com os sentimentos” (p. 53), descritos pelos autores da época. São colocadas, como exemplo, as definições de J. Matheson (1739) para a forma pela qual a tristeza e o ódio poderiam ser expressos na música, e é interessante mencioná-las aqui para efeito de comparação com as definições trazidas pelos voluntários desta pesquisa:

A tristeza deve ser expressa por melodias de movimento lento e lânguido, e quebrada por saltos.

O ódio é representado por uma harmonia repulsiva e rude, e por uma melodia semelhante. (MATHESON apud. FONTEERRADA, 2008).

Pode-se perceber que são listados alguns elementos teóricos musicais relacionados aos sentimentos, como a utilização de um andamento lento e de saltos para expressar o sentimento de tristeza. Ainda assim, as definições são repletas de subjetividade, além da alusão a outros sentimentos, como a repulsa e a rudeza, mesmo quando alinhados a elementos musicais. Segundo a autora, tal teoria era conhecida pelos compositores, que a utilizavam em suas obras e, mesmo antes de sua criação, já havia diversas composições que se baseavam, de diferentes maneiras, em relações entre elementos musicais e emoções. É trazido o exemplo do canto gregoriano, “em que cada modo expressava um determinado estado de espírito e, por isso, não podiam ser utilizados indiscriminadamente” (FONTEERRADA, 2008, p. 54).

A mesma autora também aborda o assunto da transmissão de significados por meio da música no terceiro capítulo de sua dissertação de mestrado, intitulada “Educação Musical. Investigação em quatro movimentos: prelúdio, coral, fuga e final” (1991), ao relacioná-la com a linguagem. Assim como Schafer, ela comenta que “é comum, desde a Antiguidade, a aceitação da qualidade expressiva da música, por parte dos estudiosos do fenômeno musical”, mas aponta, também, a dificuldade em “definir-se ou haver concordância a respeito dos ‘quês’ e dos ‘comos’ a música

expressa” (p. 113, *itálicos da autora*). O próprio título do capítulo, “Fuga”, faz uma analogia entre o estilo musical homônimo e a relação entre a linguagem verbal e a musical. Na fuga, há a exposição de um tema e, depois, sua imitação em outras vozes, chamada de resposta. A autora propõe, então, que ao longo do trabalho, a linguagem verbal seja vista como tema, e a linguagem musical, como resposta, pois “do mesmo modo que na Fuga, a Resposta persegue constantemente o Tema e com ele se entrelaça” (FONTEERRADA, 1991, p. 112). Ela traz, então, uma síntese do pensamento de diversos autores, vindos de diferentes contextos, a respeito do assunto. Alguns deles serão brevemente explorados a seguir.

Segundo Fonterrada, durante o período romântico, era comum que a música fosse colocada “como arte absoluta e capaz de chegar à essência do mundo, ao Espírito, ao Infinito” (p. 113), assim como uma “linguagem dos sentimentos” (p. 114). Em contrapartida, ela cita o crítico musical Eduardo Hanslick, que defende que a música não deve ser definida como linguagem pois enquanto a primeira “refere-se a si mesma”, a segunda “tem caráter instrumental e função expressiva” (p. 115). Ainda assim, o autor utiliza a palavra “idioma” ao se referir a ela: “A música tem sentido e lógica, porém musicais, é um idioma que falamos e entendemos, mas que não somos capazes de traduzir” (HANSLICK, 1951, p. 50, apud. FONTEERRADA, 1991, pp. 115, 116, grifos da autora).

Leonard Meyer também é citado por Fonterrada, e traz um ponto de vista diferente. Segundo a autora, ele considera “absolutistas” aqueles que “afirmam somente ser possível encontrar-se significado na própria estrutura musical” e “referencialistas” os “que o buscam num mundo exterior à música” (FONTEERRADA, 1991, p. 122). Dentre os absolutistas, são descritas duas vertentes de pensamentos complementares. Uma delas, a dos formalistas, defende que as relações existentes dentro de uma obra musical permitem a expressão de seu significado. Já a outra, a dos expressionistas, traz a ideia de que essas mesmas relações podem provocar emoções. Ele coloca, então, que o significado da música se dá a partir da relação desta com o ouvinte. Assim como Brandt, Slevc e Gebrian (2012) indicam que a forma com que diferentes materiais musicais são recebidos de maneiras diversas, a depender do contexto histórico-social do ouvinte, Meyer coloca que esse significado pode variar de acordo com o meio no qual o indivíduo está inserido, que também é mutável. É importante, também, ressaltar a possibilidade, considerada pelo autor, “da música de estimular processos afetivos e imaginativos” (FONTEERRADA, 1991,

p. 123), além da criação do significado através de sua relação com cada ouvinte. O foco no ouvinte em lugar do compositor, assim como sua associação ao contexto no qual está envolvido é colocado, por Fonterrada, como uma tendência no pensamento de autores atuais à publicação, que estudam a relação entre a música e a linguagem.

Em sua tese de doutorado, “Notação, representação e composição: Um Novo Paradigma da Escritura Musical”, Edson Zampronha (1998) aborda dois paradigmas: um tradicional e um novo, ambos ligados às formas de representação musical. Eles se relacionam, respectivamente, à escrita e à escritura musical. Estes termos são colocados pelo autor como diferentes, sendo o primeiro uma “forma de representação” e o segundo, uma “forma de organização do pensamento musical” interdependente do processo de composição, e que caminha em conjunto com ele (ZAMPRONHA, 1998, p. 2).

Segundo Zampronha, a notação musical é uma representação de ideias do compositor que, por sua vez, são representações mentais. Ela não “passa” nada, porém, porque existe uma margem de interpretação para seus símbolos, que podem ser encarados de forma diferente pelo compositor e pelos leitores. Quanto mais estreita essa margem, maior a impressão de que algo específico é passado, uma vez que as interpretações serão cada vez mais semelhantes. Com o decorrer do tempo, algumas delas, não apenas do campo da notação musical, mas de forma geral, podem acabar se tornando dominantes e se emancipando de seus signos originários, passando a agir de forma autônoma. Nesse momento, se tornam estereótipos. Alguns exemplos de estereótipos que podem ser percebidos por um músico treinado, segundo o autor, são timbres, tonalidades, motivos e temas musicais (p. 226, 227).

A ideia de que determinados sentimentos podem ser expressos por meio da música, para Zampronha, vem por meio do reconhecimento⁴⁴, por parte dos ouvintes, de determinados padrões musicais. Ao reconhecer determinados estereótipos em uma obra de arte, segundo o autor, pode-se ter a impressão “de que se descobriu o que a obra quer dizer” (p. 228), o que pode fazer parecer que ela comunica algo definido. Ele coloca, também, que existem diversas composições

⁴⁴ O reconhecimento e a percepção são conceitos trabalhados no texto de Zampronha, e que serão tratados mais adiante neste trabalho, no subcapítulo 4.4 “Os efeitos da repetição no gosto musical” (p. 183).

baseadas no reconhecimento, feitas por meio da manipulação de diferentes estereótipos, para que seja criado um discurso a partir deles.

No que diz respeito às perguntas feitas aos adolescentes que participaram da presente pesquisa, foi possível perceber que, quando a questão se relacionava especificamente ao sentimento de felicidade na música, essa margem interpretativa foi relativamente ampla, pelo menos entre os voluntários, já que cada um mencionou um elemento musical diferente, considerado por eles como ligados à sensação.⁴⁵

Tal afirmação vai ao encontro das ideias dos diferentes autores citados neste trabalho, que argumentam que a música pode expressar sentimentos, mas que a sua percepção pode ser diferente para cada ouvinte, uma vez que essa expressão se dá de forma subjetiva. Essa variedade faz que a tarefa do Spotify de criar uma *playlist* relacionada à emoção, voltada a um público amplo, seja complexa, e de eficiência questionável.

As dez primeiras músicas da *playlist* editorial do Spotify “Hits Felizes”,⁴⁶ foram analisadas, no dia 13 de fevereiro de 2023, segundo os critérios mencionados pelos voluntários para se definir uma música como “feliz”. Seis delas (em que cinco eram as primeiras da lista) estavam em modo maior. Entre todas as músicas da seleção, apenas duas, ambas, coincidentemente, em modo menor, tinham letras não relacionadas à felicidade: uma delas, a respeito de amor, porém em tom de desespero, com uma súplica do eu lírico para que a amada não o deixasse pois, caso contrário, ele iria morrer e, a outra, sobre uma pessoa que tenta, mas não consegue se livrar dos próprios maus hábitos. Ambas, porém, em algum momento, chegaram ao topo de diferentes listas da Billboard. Isso pode indicar a possibilidade de terem aparecido na *playlist* por conta de parcerias com o Spotify, ou de terem

⁴⁵ A descrição completa das respostas pode ser encontrada no subcapítulo 3.3.5 Hábitos de escuta e atenção (p. 98). Resumidamente, foram citados a escala utilizada na composição (escala maior relacionada à sensação de felicidade), a quantidade de instrumentos presentes no arranjo (quanto mais instrumentos, mais feliz a música), o andamento (sendo as músicas mais rápidas consideradas felizes e as mais lentas, tristes), além da letra, que pode abordar, de forma literal, temas ligados às mais diversas emoções. Para Corrêa, a letra é o único meio de se definir de maneira objetiva o sentimento que a música passa. Mesmo assim, explicou que, por vezes, escolhe as suas “*músicas navegantes*”, voltadas a inspirá-lo em seus momentos de escrita, com base na sonoridade e nas emoções que ele sente ou se remete ao escutá-las, nem sempre levando em conta a letra. Malu mencionou que os elementos sonoros presentes em cada música podem transmitir mais emoções do que o próprio texto.

⁴⁶ As músicas analisadas, organizadas conforme sua ordem de aparição na *playlist* foram: Friday I’m In Love (The Cure), Here Comes The Sun - Remastered (The Beatles), Wouldn’t It Be Nice - Remastered (The Beach Boys), Areia Fina (Tiago Nacarato, Fran), Mon Amour - Remix (zzoilo, Aitana), Love Nwantiti (CKay), Pupila (ANAVITÓRIA, Vitor Kley), Bad Habits (Ed Sheeran), Late Night Talking (Harry Styles) e Lost (Maroon 5).

sido selecionadas por serem músicas bastante escutadas por jovens e, portanto, com grandes chances de terem estado presentes em momentos felizes de suas vidas. Nenhuma das possibilidades, porém, pode ser comprovada e, por isso, trata-se de especulações. Com exceção dessas duas músicas, todas as faixas contavam com letras relacionadas a sentimentos que podem ser interpretados como felizes, sendo eles o amor (predominante), a própria felicidade, a esperança, a liberdade e a saudade, vista de forma otimista, ligada à paixão. Devido à proporção de músicas com letras explicitamente felizes em relação às outras, pode-se dizer que é explorado o estereótipo de que para que uma música seja considerada feliz, deve, em geral, ter isso explícito em sua letra. Isso indica a possibilidade de os ouvintes prestarem mais atenção nas letras do que em aspectos composicionais e interpretativos de cada faixa. Tal ideia é corroborada pela afirmação de diversos voluntários desta pesquisa, de que não conseguem se concentrar em outras atividades caso estejam escutando músicas com letra, mas que não têm problemas quanto a isso, se forem músicas instrumentais. É importante lembrar, também, que, entre as dez músicas analisadas, não havia nenhuma instrumental.

Todas as músicas analisadas contavam com, no mínimo, uma voz, um instrumento harmônico, um instrumento ocupando a região grave e algum tipo de bateria ou percussão. Em algumas, a instrumentação era mais densa, fosse em toda a sua duração, ou apenas em algum trecho; geralmente, os refrões eram o momento em que se encontravam pontos com mais acontecimentos simultâneos. Ainda assim, a instrumentação das músicas não era homogênea, mesmo quando havia a mesma quantidade de instrumentos: algumas delas contavam com instrumentos elétricos, outras, com acústicos e outras, ainda, com timbres sintetizados, eletrônicos. Em relação ao andamento, houve uma grande amplitude entre as músicas, que variaram de 85 a 140 BPM.

É possível dizer que, com exceção de Malu, que colocou a transmissão de felicidade pela música como proporcional à quantidade de instrumentos presentes, nenhum dos voluntários que abordaram o assunto nas entrevistas classificaria todas as faixas da seleção como felizes, caso fossem levar em conta para tal julgamento apenas o reconhecimento dos elementos musicais citados como relacionados à emoção.

Ainda assim, é interessante observar que, por mais que haja a possibilidade de as faixas presentes na lista serem associadas ao sentimento de felicidade pelos

seus ouvintes, elas parecem ter diversidade suficiente para que não seja reforçado um estereótipo geral relacionado à emoção, que envolva diversas músicas, como seria, por exemplo, se todas as faixas selecionadas estivessem em modo maior ou em algum andamento específico. Estudos mais aprofundados, que levem em conta uma amostragem mais ampla de *playlists* do Spotify voltadas a contextos específicos e que, por meio da análise musical, investigassem os critérios utilizados pela plataforma para a seleção das músicas, poderiam ser interessantes para embasar ou contradizer essa hipótese.

Como todas as faixas analisadas têm, ao menos, uma voz e três instrumentos, seria possível dizer que o parâmetro citado por Malu para que uma música possa ser considerada feliz provavelmente foi contemplado. A voluntária não deu, porém, uma referência clara em relação à quantidade de linhas musicais simultâneas necessárias para considerar uma música feliz. Por conta disso, é impossível saber se ela relacionaria as faixas presentes na *playlist* a esse sentimento. Ainda assim, todas soam bastante diferentes de seu exemplo de sonoridade triste, citada anteriormente neste trabalho: “*um violão no fundo e alguém cantando*”. Por mais que se tenha uma quantidade parecida de instrumentos em cada faixa, estes variam de uma para a outra. Elas apresentam, também, variados estilos de produção de áudio e timbres diversos. Por conta disso, é difícil considerar a instrumentação, ou, mesmo, a densidade do arranjo nas faixas, como parâmetro para a sua seleção para a *playlist*.

Alguns dos voluntários mencionaram ver sentido nas músicas escolhidas pela equipe de curadoria do Spotify para cada uma das *playlists* editoriais relacionadas a contextos específicos. Outros afirmaram que poderiam, talvez, aceitá-las como condizentes com o sentimento, caso as vissem integradas à *playlist*, com o título e descrição do Spotify, mas não isoladamente, e admitiram que poderia haver uma manipulação das reações dos usuários por parte da plataforma. Isso poderia se dar por uma escuta desatenta, por buscarem a *playlist* em um momento em que estivessem felizes, o que poderia levá-los a associar as suas faixas à emoção, inclusive, em suas escutas futuras, ou por confiança em relação à equipe curadora do Spotify, que, segundo o texto a respeito das recomendações musicais da plataforma, citado anteriormente neste trabalho (subcapítulo 2.3, p. 45), sabe “muito sobre música e cultura” (SPOTIFY, 20?).

Uma parte dos adolescentes entrevistados não soube dizer, também, se faria essa ligação, caso tivesse escutado essas faixas isoladamente, sem a descrição da lista, e admitiu que pode haver, sim, uma manipulação das reações dos usuários por meio delas.

Há a possibilidade de os indivíduos procurarem uma *playlist* previamente preparada para o momento que estão vivendo e reconhecer o que a plataforma já afirma que deve ser encontrado nela. Possibilita-se, desse modo, um esforço inconsciente para o reconhecimento de uma relação subjetiva que, talvez, sequer esteja de acordo com as percepções que o ouvinte teria em uma escuta “limpa”, sem informações prévias e sem se relacionar, pelo menos conscientemente, com estereótipos. Ao mesmo tempo, é retirado o direito do usuário a fazer outro esforço, o da análise a respeito da organização dos elementos musicais que, segundo Moraes (1983, p. 68), pode levar à “emoção estética”, especial, enigmática e constantemente mutável. Ao escutar uma *playlist* editorial voltada a algum contexto, diminui-se a chance de o ouvinte se surpreender, ao perceber, por vezes, de forma inesperada, que as faixas escutadas desencadeiam nele determinadas emoções ou podem ser interessantes de se escutar, em algum momento específico. Mesmo que ocorra a surpresa de encontrar uma determinada música, já conhecida e, até então, não relacionada ao sentimento proposto na lista, essa surpresa não se dá por percepção autônoma, mas pela busca por uma relação da música com o contexto proposto.

A escuta guiada pela interpretação prévia do Spotify pode se relacionar, por exemplo, com a possibilidade de percepção de poemas sinfônicos, em que, ao se conhecer a sua temática ou história, há a possibilidade de os ouvintes perceberem relações subjetivas em características musicais. Zampronha menciona, também, que “até meados do século XX havia uma sintaxe antes da obra” (1998, p. 226), como, por exemplo, quando uma determinada peça carregava em seu próprio título a informação de que era uma sonata e, por isso, já trazia em si uma referência do que devia ser esperado dela pelo ouvinte. Tanto no poema sinfônico quanto na sonata, no entanto, essas relações são intencionais, desejadas pelo próprio compositor. Já no Spotify, as *playlists* são feitas por uma equipe que, embora estude padrões de recepção musical, não se comunica diretamente com o autor das músicas, nem faz parte de seu processo composicional. Por conta disso, pode, então, adicionar as

faixas a listas com descrições que não se relacionam com a ideia original do compositor.

Ainda assim, a baixa popularidade, entre os pesquisados, das *playlists* editoriais relacionadas a determinados contextos mostra que, mesmo se houver intenção da equipe do Spotify de induzir seus usuários a escutarem determinadas músicas em momentos específicos por meio dessas listas, possivelmente por conta de promoções ou parcerias, esta expectativa nem sempre se concretiza. Isso se dá pelo cuidado tomado por parte dos adolescentes na hora de escolher as músicas que serão escutadas em cada momento, uma vez que as encaram como sensíveis aos contextos, de um modo bastante pessoal.

4.3.2 *Playlists* e músicas sensíveis a contextos

Além das *playlists* editoriais mencionadas anteriormente, relacionadas a sentimentos, o Spotify apresenta listas, também editoriais, feitas para serem escutadas em momentos específicos, ou durante a prática de determinadas atividades. Essas listas serão chamadas, neste trabalho, de *playlists* contextuais. Embora os voluntários desta pesquisa tenham mencionado, em sua maior parte, gostar de ouvir música durante bastante tempo por dia, demonstraram se importar muito com a seleção de músicas que são escutadas em cada momento. Os critérios para essa seleção, porém, se mostraram bastante pessoais, o que gera dificuldades em aceitarem a proposta do Spotify, de elaborar *playlists* editoriais contextuais, que se adequem a públicos amplos. Esse tipo de lista será abordado neste subcapítulo, assim como os critérios que os próprios adolescentes utilizam para escolher quais músicas se adequam a cada contexto de escuta.

Kaiser mencionou diversos estilos musicais que, segundo ele, “*não funcionam*” em determinados momentos. Ao mesmo tempo, classificou outros como pertencentes a um nicho contextual bastante específico de sua vida, ou seja, que “*funcionam*” apenas em algumas raras ocasiões (como, por exemplo, o *funk*, que ele só tem vontade de escutar quando está com os amigos).⁴⁷ Por outro lado, Malu

⁴⁷ Algo parecido é explorado, de forma diferente, por Hargreaves, McDonald e Miell (2012). Da mesma forma que Kaiser relata perceber que algumas músicas são apropriadas a determinados contextos, os autores mencionam a forma que determinados estilos podem interagir com diferentes ambientes comerciais. Segundo eles, quando ocorre uma espécie de “encaixe” entre o estilo musical e o estabelecimento, suas vendas podem ser maximizadas. (p. 10)

mencionou o *funk* como seu primeiro estilo musical favorito e, por conta disso, possivelmente gostaria de ter músicas do gênero em *playlists* para momentos em que fosse passar sozinha.

Outra questão relacionada à preferência por *playlists* de usuário no lugar das editoriais contextuais foi o fato de que as últimas, em geral, se baseiam em algum estilo musical, nem sempre apreciado pelos ouvintes, o que os faz não se interessarem, mesmo que acreditem que as músicas possam combinar, de alguma forma, com os momentos aos quais foram associadas pela equipe da plataforma. Mesmo quando as faixas são apreciadas pelos voluntários, porém, houve a queixa de que elas são parecidas entre si, geralmente todas do mesmo estilo, o que faz que usuários mais ecléticos e que procuram diversidade na escuta possam se incomodar. Foi relatada, então, a prática de se utilizar essas listas como base, ou mesmo inspiração, para a criação de novas *playlists*, de usuário, por meio da adição ou remoção de músicas. Essas, por sua vez, são escutadas repetidas vezes e, por conta disso, podem afetar a formação do gosto musical dos ouvintes.⁴⁸ Ainda assim, possuem um efeito menor sobre seus usuários, em relação às editoriais, por dois motivos. O primeiro deles se dá simplesmente pela quantidade de músicas selecionadas pela plataforma, que se dilui entre outras escolhidas pelos usuários. O segundo tem a ver, justamente, com esse processo de escolha. Ao criar uma lista própria, supõe-se que o ouvinte tenha uma escuta crítica, mesmo que mínima, do que lhe é fornecido para, então, decidir se irá manter ou retirar algo da lista, em vez de simplesmente escutar o material sem qualquer julgamento. Isso pode se dar em diferentes níveis, desde o de um indivíduo que cria a própria lista apenas por meio da retirada das músicas que detestou, até alguém que ouve todas as faixas com atenção, percebe de quais, realmente, gosta ou não, identifica o motivo disso e, então, adiciona outras, consideradas, por ele, condizentes àquela coletânea.

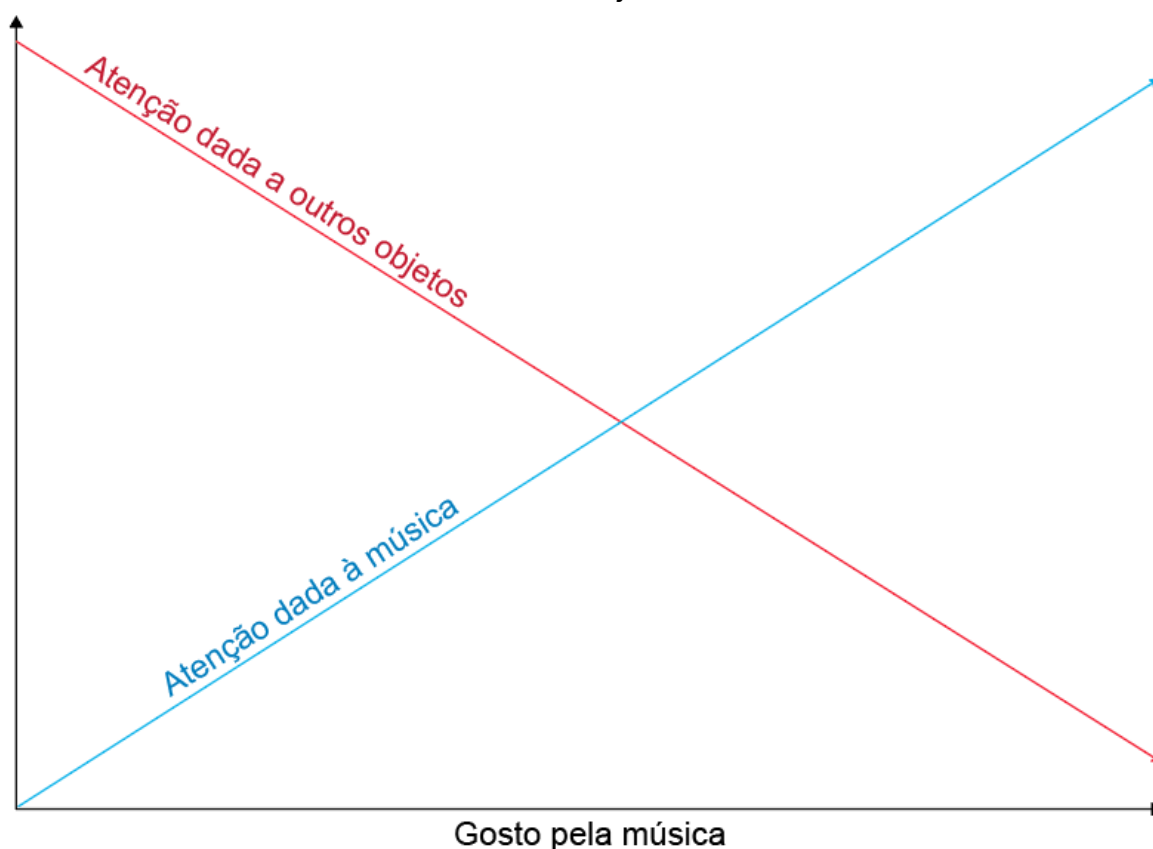
Uma medida específica de gosto relacionada a cada música, também, foi colocada por diversos voluntários como muito importante para a seleção de músicas voltadas para serem escutadas durante a prática de atividades que demandam atenção. Segundo eles, ao mesmo tempo que as faixas reproduzidas devem ser apreciadas em algum grau, nem sempre devem ser suas favoritas, pois, se forem, podem levar à distração da outra atividade – ou, seguindo outro ponto de vista, as

⁴⁸ A influência da repetição na formação do gosto musical será abordada mais adiante, no subcapítulo 4.4 (p. 182).

músicas favoritas podem levar à concentração na escuta, o que foi indicado como indesejado para momentos que demandam atenção. Ocorre, então, uma escolha deliberada, dos adolescentes, por uma escuta musical passiva e desatenta, para que possam dirigir o seu foco a outros objetos. Essa medida ideal relacionada ao gosto, mencionada anteriormente, é subjetiva, e esse ponto médio necessário para que uma música seja apreciada o suficiente para que os ouvintes não tenham vontade de avançar para a próxima – prática relatada como irritante e indesejada – mas que, também, não sejam distraídos por ela, é extremamente pessoal. Por conta disso, dificilmente as *playlists* editoriais serão escutadas em sua forma integral com frequência, perdendo, então, parte de seu potencial de influência.

Mais do que em relação à complexidade da tarefa de se criar listas que sejam consideradas interessantes por um grupo amplo de ouvintes, ou ao grau em que elas conseguem influenciá-los, porém, essa medida de gosto considerada, pelos voluntários, como ideal para cada atividade, chama a atenção, no que diz respeito ao foco colocado na escuta musical de cada um deles, tanto na música, quanto em outros elementos que estiverem inseridos em sua experiência, naquele momento. Logicamente, as músicas preferidas prendem mais a atenção. Ao fazer isso, geralmente a tomam da atividade que estiverem realizando, ou dos objetos em seu entorno, como demonstrado no gráfico 5:

Gráfico 5 - Relação entre gosto pela música, atenção na escuta e atenção em outros objetos



Fonte: de autoria própria

Algumas exceções acontecem, como no caso de Corrêa, que se concentra ao mesmo tempo nas “*músicas navegantes*” e na escrita, portanto este gráfico deve ser visto apenas como uma forma de ilustração de um pensamento e não um dado formal. No caso dele, tanto a música quanto a prática da escrita são vistas como objetos de atenção interdependentes, uma vez que a primeira inspira a segunda. Por outro lado, nos relatos dos demais voluntários, é possível observar essa relação inversamente proporcional entre a atenção prestada na música ou nos demais objetos, apresentada no gráfico. Esses objetos, em geral, são atividades realizadas por eles, mas podem ser, também, sons ambientes ou elementos distrativos. Quando os adolescentes escutam faixas de que gostam muito, acabam se distraindo de outras atividades que estiverem praticando naquele momento, pois dirigem a atenção à escuta musical. Alguns deles relataram, inclusive, que começam a cantar e dançar, mesmo que estejam rodeados de outras pessoas ou fazendo atividades que demandariam atenção. Nesse caso, a atividade é, segundo eles, praticamente

abandonada por um momento, em que o foco é totalmente dirigido à música. Já quando eles escutam faixas que gostam menos, durante atividades que demandam atenção, acabam deixando a escuta em segundo plano e, por vezes, nem percebem as músicas que são tocadas. Nos momentos em que tentam se concentrar em algo que demanda bastante atenção enquanto escutam músicas de que gostam bastante, dificilmente têm uma experiência relatada como prazerosa ou de sucesso: geralmente, se distraem ou da música, ou da outra atividade praticada.

É importante observar a utilização do termo “objetos” no lugar de “atividades”, uma vez que músicas com poucas informações, provavelmente previsíveis, foram mencionadas, pelo adolescente Kaiser, como algo que pode substituir sons ambientes, considerados, por ele, distrativos e, dessa forma, auxiliar em sua concentração na atividade praticada. É interessante mencionar que foi citado como exemplo de som distrativo “*o vento na copa das árvores*”, um som natural, de início gradual e saudável à audição, diferentemente de grande parte dos sons urbanos. Mesmo que ele ainda se encontre em um ambiente urbano, a fuga desse som natural para algo controlado, que parte de seus fones de ouvido, vai ao encontro da afirmação de Elena Lucca, de que

(...) é verdade que as pessoas da cidade estão imersas em todos os sons que as invadem permanentemente e isso significa que, mais tarde, quando vão para um espaço natural, como uma praia ou um lago, tentam tocar música, porque não podem ouvir o que já existe no meio. (MOLINARI, OLIVEIRA, p. 113, 2022)

Ainda na temática dos sons do ambiente, Kaiser relatou, durante a entrevista, que quando uma música traz em si gravações de sons naturais que também estão acontecendo no momento da escuta, ocorre uma espécie de simbiose que potencializa sua apreciação musical.⁴⁹

A utilização de músicas como som ambiente é criticada por Schafer (2001). Ele explica que, quando utilizadas dessa forma, podem trazer uma espécie de “*áudio-analgesia*, isto é, o uso do som como um analgésico, como distração para disseminar a distração” (pp. 141, 142). Para ele, música ambiente não é feita para ser ouvida com atenção e pode ter sua presença de forma inconsciente, de modo a criar uma espécie de parede sonora que promove o isolamento. A tentativa do

⁴⁹ Foi dada como exemplo a escuta da música “Stan”, do *rapper* estadunidense Eminem, em dias chuvosos.

Spotify, de propor a criação da “trilha sonora perfeita para cada momento” (SPOTIFY ADVERTISING, 2020) da vida de seus usuários pode, então, ser percebida como uma aproximação proposital de diferentes materiais sonoros às características da música ambiente de uma forma individual. Além de uma parede sonora para um ambiente, como descrita por Schafer, pode-se criar, com a escuta desatenta de *playlists* pré-prontas, sem o esforço para se ter uma compreensão musical aprofundada,⁵⁰ e com a utilização de fones de ouvido, uma espécie de bolha de isolamento individual. Como se pode observar no relato de Kaiser, porém, essa forma de escuta pode se dar, também, em outras plataformas, de forma consciente por parte dos ouvintes, que têm a liberdade de escolher músicas com poucos elementos para se distrair dos sons externos.

Outros voluntários mencionaram que a música ajuda em sua concentração durante outras atividades, ou como “*estímulo*” para realizá-las de maneira adequada e mais rapidamente. Não souberam, porém, explicar o motivo para isso acontecer. Há a possibilidade de eles sentirem, de forma inconsciente, o mesmo efeito que ocorre com Kaiser, por meio do bloqueio ou da distração em relação a sons externos. A música pode criar, também, um ambiente confortável, uma vez que diversos dos participantes da pesquisa mencionaram não gostar do silêncio.

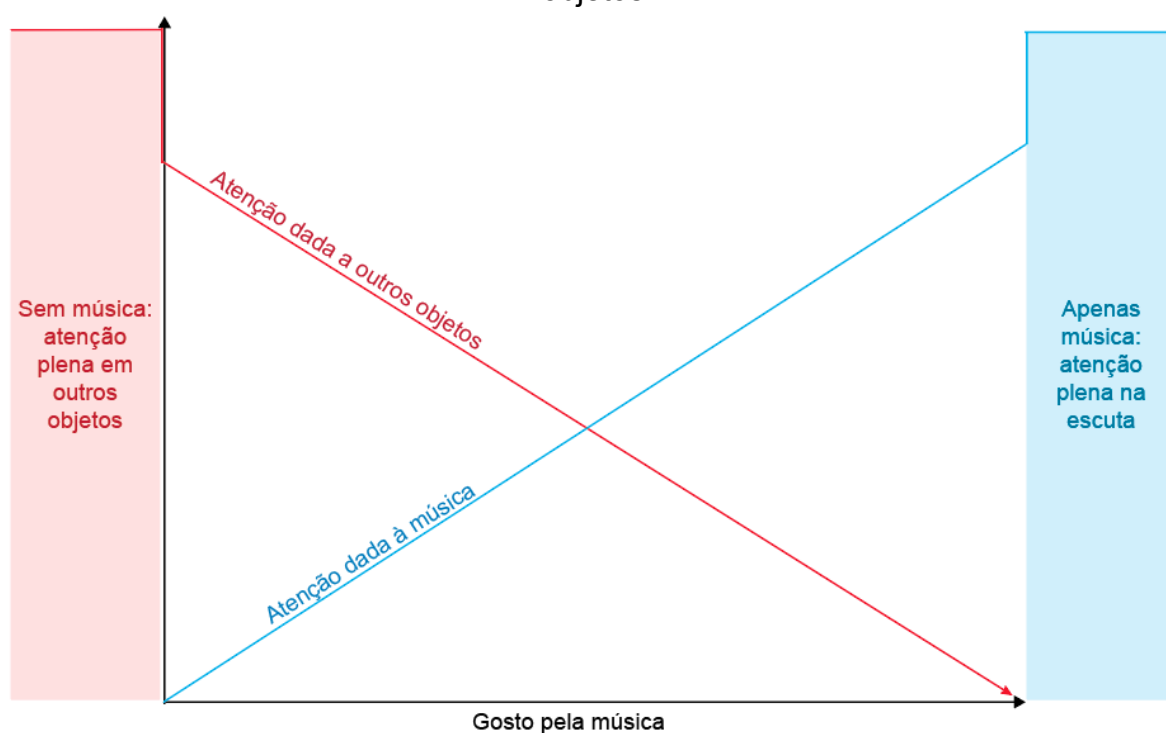
As atividades que, ao mesmo tempo, são entediantes e não demandam atenção, como, por exemplo, arrumar a casa ou lavar a louça, foram consideradas, pelos voluntários, as mais adequadas para se praticar acompanhadas da escuta de suas músicas preferidas. Nesse caso, a atenção é voltada à escuta, enquanto a atividade se torna algo realizado de forma automática.

Todos os voluntários que dedicam momentos à escuta como uma atividade autônoma, que se basta sem que mais nada seja feito ao mesmo tempo, disseram conseguir se concentrar e apreciá-la ainda mais, de maneira a ter uma experiência mais prazerosa, imersiva e perceber melhor os seus elementos. Da mesma forma, houve preferência por realizarem as atividades que demandam muita atenção sem o acompanhamento musical. O gráfico 6 apresenta uma extensão do que foi exibido no gráfico anterior, de forma a englobar, também, esses momentos, tanto da escuta, como de atividades não acompanhadas. Note-se, porém, que a região que simboliza

⁵⁰ Essa compreensão aqui abordada não se refere ao conhecimento musical formal, mas da consciência sobre a própria escuta e gosto musical, de forma a entender o motivo para se apreciar uma música, ou escutá-la em algum momento específico.

a atenção plena na escuta, sem o acompanhamento de outras atividades, assim como a que indica a atenção total a outros objetos, sem a escuta musical, se encontram fora do eixo relacionado ao gosto pela música: a primeira, por conta desse estado de maior atenção ter sido relatado independentemente da música que estava sendo escutada, e a segunda, simplesmente, por não ter qualquer música envolvida.

Gráfico 6 - Relação entre gosto pela música, atenção na escuta e atenção em outros objetos, envolvendo momentos sem a presença de músicas, ou de outros objetos



Fonte: de autoria própria

É interessante ressaltar que, para os voluntários, uma maior atenção a objetos não relacionados à música não é necessariamente algo bom. Embora momentos de estudos específicos, leituras ou conversas tenham sido relatados por diferentes participantes da pesquisa, como interessantes para não se ouvir música e, com isso, obter-se mais concentração, esta não é desejada em atividades mecânicas e monótonas, que não exigem raciocínio consciente profundo como, por exemplo, arrumar o quarto ou andar de carro como passageiro.

Dentre os voluntários que relataram suas opiniões a respeito de ouvir música sem realizar outras atividades, Malu foi considerada uma exceção, como

mentado anteriormente.⁵¹ Ela disse não acreditar que conseguiria aproveitar a escuta, caso não realizasse outras atividades, pois iria avançar de uma faixa para outra. Observa-se, porém, que isso não é necessariamente um sinal de que prestaria menos atenção nas músicas. Pode, justamente, ser o oposto: uma escuta atenta e crítica, mas que não permite que ela se mantenha escutando faixas de que não gosta de verdade. Pode também ser relacionado ao fato de ela utilizar bastante o Instagram e o TikTok, redes sociais nas quais há predominância de vídeos curtos, acompanhados por trechos de músicas. Como relatado por ela mesma, geralmente são selecionadas, para esses vídeos, as partes mais conhecidas das músicas. Com referência a esse repertório, geralmente, são escolhidos os refrões, que têm mais densidade em seu arranjo do que as demais seções. Ao se escutar apenas esses trechos de diversas músicas, pode ocorrer uma perda do costume de perceber o desenvolvimento musical dentro de cada faixa, o que pode funcionar como uma espécie de anestesia ligada aos elementos sutis da música ou do arranjo. Estes, então, podem parecer monótonos e desinteressantes ao ouvinte, quando se realiza uma escuta atenta, pois não há outro objeto para desviar a sua atenção naquele momento. Quando Malu disse acreditar que não conseguiria “*aproveitar*” a música sem que estivesse realizando outras atividades, não deixou claro o que “*aproveitar*” significa para ela. Aproveitar uma música, para a voluntária, poderia ser escutá-la do começo ao fim, mesmo que seu conteúdo fosse abstraído, uma vez que, segundo Malu, isso se coloca em oposição ao ato de avançar para as próximas faixas? Ou, então, quem sabe, “*aproveitar*” poderia ser o ato de combinar as músicas com as atividades que ela considera adequadas? São questões sem resposta, uma vez que não é possível saber o significado da expressão que ela utilizou na entrevista realizada e, nem mesmo, ter certeza a respeito de se a própria voluntária conseguiria defini-lo.

Ressalta-se, porém, que o relato de Malu não foi uma experiência, mas uma impressão. O fato de ela ter afirmado *não acreditar* em sua capacidade de escutar música, de forma prazerosa, sem a realização de outras atividades mostra que ela não tem certeza dessa capacidade. Ou seja, não se lembra de tê-lo feito, ao menos recentemente, ou de ter tentado, de fato, ter uma experiência de escuta focada para

⁵¹ Ainda assim, essa exceção não foi considerada no que diz respeito à proporção de atenção destinada à música ou a outros objetos, pois ela mencionou que um dos momentos em que mais presta atenção na escuta musical é enquanto anda na rua - uma atividade que pode ser considerada monótona.

saber se seria algo prazeroso. É importante lembrar, também, que, em outro momento da entrevista, a voluntária mencionou ter criado o hábito, enquanto fazia aulas de música, de prestar atenção nas letras, o que considerava algo prazeroso. Gostava, também, dos momentos em que, durante a aula, seu professor colocava músicas para tocar, com a proposta de escutá-las atentamente e analisá-las. Isso dá indícios de que ela, provavelmente, conseguiria escutar música de forma atenta, sem desviar a sua atenção a outros objetos caso se propusesse a isso.

Ainda no âmbito da escuta musical desacompanhada de outras atividades, é interessante chamar a atenção a uma fala de Stella, quando afirma que, ao ouvir música na escola “*sem fazer nada*”, presta atenção. Essa afirmação pode levar a uma dupla interpretação; a primeira é que, talvez, a voluntária tenha se esquecido de acrescentar a palavra “mais” antes de “nada”: sem fazer mais nada – o que indicaria que, no momento em que sua escuta musical é desacompanhada, ela se torna mais atenta. A outra, é que, mesmo ao escutar música, ela acredita que não está fazendo nada, ou seja, que a própria escuta, para ela, não se caracteriza como algo concreto. Poli, por outro lado, embora considere a escuta uma atividade autônoma, não a vê como diferente de qualquer outra, pois diz que ela pode ser substituída por inúmeras outras ações, mesmo que não ligadas à arte ou ao entretenimento, como, por exemplo, lavar louças ou tomar um banho gelado em um dia frio. Parece, então, que assim como Stella, que define a música como um “*passatempo*”, Poli a vê como algo que serve para tirá-la de momentos de tédio. Ainda assim, trouxe um significado profundo para a palavra “música” em outro ponto da entrevista, encontrado no tópico 3.3.9 “Perguntas diretas” (p. 113).

A substituição da escuta por outras atividades foi mencionada, também, por Mayara, mas em outro contexto. Segundo ela, a escuta musical atenta pode ser substituída por outras atividades também ligadas à música, como cantar, tocar um instrumento ou dançar. Nesses casos, porém, o elemento principal é sempre a música, que é apreciada de maneiras diferentes, com atenção. Segundo a voluntária, quando está dançando, é como se cada elemento, o “*ritmo, as palavras e os instrumentos que compõe*” a música “*importassem muito*”, pois, caso a devida atenção não fosse dada a eles, tanto a escuta musical como a dança, naquele momento, não fariam sentido para ela. Essa afirmação, porém, abre a possibilidade de interpretação de que, para a voluntária, se nesse momento, em específico, os elementos musicais “*importam*”, podem não importar em outras situações.

Ao contrário da opinião de que a escuta musical, sem a realização de outras atividades, tenha sido considerada como algo positivo pelos voluntários, o silêncio foi um divisor de opiniões. Primeiramente, é importante pontuar que foram propostas, pelos adolescentes, diversas definições para o termo silêncio. Duas delas chamam a atenção, a de Mayara e a de Malu, pois ambas consideram que, a depender das circunstâncias, um momento pode ser silencioso mesmo que hajam determinados sons ocorrendo. Para Mayara, um momento de silêncio é quando ela mesma está quieta. Já para Malu, é quando não ocorrem sons que ela considera interessantes. Poder-se-ia dizer, então, com base nessas respostas, que se Mayara escutasse uma música enquanto está quieta, ou se Malu ouvisse uma música que considerasse desinteressante, ambas classificariam o momento como silencioso. Com base em suas outras respostas, porém, é possível dizer que esse não é o caso para qualquer uma das duas, embora, ainda assim, tenham dito considerar silencioso um momento em que há diversos sons ambientes ou, mesmo, pessoas conversando entre si, desde que a conversa não fosse direcionada a elas. Na verdade, a música foi considerada, não apenas por elas, mas por grande parte dos voluntários, como um oposto do silêncio.

Sergio Leal, em sua tese de doutorado, “Diálogos com o silêncio na contemporaneidade: excesso de ruídos, educação sonora e música”, discorre amplamente a respeito do silêncio. No texto, ele traz o pensamento de diversos autores, e é interessante observar como alguns deles se relacionam com os relatos dos voluntários desta pesquisa. É apresentado o conceito de silêncio negativo, proposto por Schafer, ligado ao sentido de ausência. O autor indica que essa ausência não se dá apenas no âmbito dos sons, pois, segundo Wolff, “é preciso que aconteça alguma coisa no mundo para que alguma coisa seja audível”, ou seja, o silêncio seria uma “ausência de acontecimentos” (WOLFF, 2014, p. 37, apud. LEAL, 2023, p. 265). É trazido também o pensamento de Picard, de que o silêncio não se caracteriza apenas como ausência, mas é, na verdade, “um fenômeno autônomo” (LEAL, 2023, p. 265). Esse pensamento se relaciona com a ideia do silêncio positivo, também proposta por Schafer. É importante ressaltar, neste ponto, que os conceitos de silêncio positivo e negativo não são considerados opostos, mas complementares um ao outro, sendo o primeiro ligado à ideia da plenitude e contemplação, podendo ser utilizado, por exemplo, para a meditação e, o negativo, à ausência. Segundo Leal, uma sociedade consumista se baseia na “saturação de

estímulos” (p. 261), não apenas sonoros, como, também, visuais. O silêncio, por sua vez, “interrompe o fluxo de estimulação, fraturando, assim, a lógica consumista”, e não é produtivo a esta lógica.

Foram trazidas características positivas a respeito do silêncio por alguns dos voluntários desta pesquisa, que podem ser observadas no tópico 3.3.7 (p. 107), mas que, resumidamente, se relacionam à sensação de paz, concentração, descanso, relaxamento e reflexividade. Note-se que essas características se relacionam ao conceito do silêncio positivo, uma vez que em vez de serem ligadas à ausência de algo, são relacionadas à plenitude e conexão de cada um consigo mesmo. Já a má recepção do silêncio por grande parte dos adolescentes, que o relacionam com o sentimento de agonia e perturbação, podem indicar algumas possibilidades. Uma delas tem a ver com a grande quantidade de tempo que os voluntários passam escutando música durante o dia. Assim como Corrêa relatou escutar música quando sente que o silêncio é incômodo, outros adolescentes podem fazê-lo também. Isso os levaria a considerar a escuta musical como uma espécie de medida paliativa para afastar o sentimento de agonia, sem que o material que está sendo escutado importe, necessariamente. Essa última afirmação é embasada pela colocação de Mayara, que disse preferir criar os próprios sons, ou, em suas próprias palavras, “*barulhos*”, a viver momentos silenciosos, mesmo que esses sons não sejam obrigatoriamente interessantes, como, por exemplo, uma virada de página barulhenta. Tanto a prática de Mayara quanto de Corrêa mostram como eles recorrem aos sons para tomar o espaço de sua própria ausência, se relacionando, então, ao conceito de silêncio negativo. É interessante, neste ponto, observar que Corrêa relatou não se incomodar com o silêncio em lugares naturalmente quietos, como o próprio quarto ou uma biblioteca. Isso indica que, para ele, a ausência de sons só é incômoda quando encontrada em um contexto não usual que, segundo ele, se torna “*quieto demais*”.

Outra hipótese para que parte dos voluntários se incomode com o silêncio vem da paisagem sonora experienciada por eles no dia a dia. Além de viverem em ambientes urbanos, com uma constante exposição a ruídos artificiais, os adolescentes pesquisados se encontram rodeados por tecnologias que trazem sons e informações constantes, como, por exemplo, redes sociais e *videogames*, indo ao encontro da afirmação de Leal a respeito da hiper estimulação dos sentidos proveniente da sociedade consumista. Os voluntários mencionaram que em alguns

momentos, quando conversam *online*, utilizando determinados aplicativos, gostam de deixar música tocando, e têm essa facilidade, já que elas se encontram disponíveis no computador ou no celular. É natural, então, que sintam falta desses sons nos momentos em que estão ausentes, e isso lhes desperte sentimentos negativos. A sensação de solidão, embora não mencionada na entrevista, também pode ser uma possibilidade para que parte dos voluntários vejam o silêncio de forma negativa. Isso é mencionado por Schafer em “A afinação do mundo” (2001), quando menciona que “o homem [ocidental] gosta de produzir sons para lembrar de que não está só. Desse ponto de vista, o silêncio total é a rejeição da personalidade humana. O homem teme a ausência de som do mesmo modo que teme a ausência da vida”. Ele coloca, também, que o silêncio pode ser visto como uma forma de “interrupção da comunicação” (p. 354).

4.4 OS EFEITOS DA REPETIÇÃO NO GOSTO MUSICAL

Durante a elaboração do projeto deste trabalho, assim como de sua primeira etapa, de pesquisa bibliográfica, foi possível perceber que diversos mecanismos presentes no Spotify podem levar à escuta repetida de faixas específicas, ou de determinados elementos musicais. Esse tipo de repetição não ocorre apenas no serviço de *streaming*, mas também em outras plataformas da mesma categoria, nas redes sociais e em formatos de mídia mais antigos, como o rádio e a televisão. Esse assunto será abordado neste subcapítulo, com ênfase no Spotify.

Como durante as dinâmicas com os voluntários desta pesquisa foram relatados múltiplos fatores relevantes em relação à utilização das redes sociais, considerados, por este pesquisador, importantes de serem analisados, elas também serão abordadas. Para isso, serão utilizados os relatos de voluntários, que expuseram o fenômeno da repetição a partir de diferentes contextos, com base em seus próprios pontos de vista.

Embora cada um dos voluntários desta pesquisa tenha relatado diferentes vivências que envolvessem a escuta musical de forma repetida, suas opiniões, em geral, foram congruentes umas com as outras, e podem ser explicadas por diferentes teorias e estudos, que também serão abordados neste subcapítulo. É importante enfatizar que a repetição, à qual nos referimos, não se relaciona apenas à escuta de faixas completas múltiplas vezes, mas, também, a elementos musicais que podem ser encontrados em diversas delas e, por isso, se tornam familiares aos ouvintes ou, mesmo, a músicas que contam com várias repetições de determinadas seções ao longo de sua duração.

Theodor Adorno, com a assistência de George Simpson, escreveu o artigo “On Popular Music”⁵² em 1941 (ADORNO, SIMPSON, 2000). Nesse texto, são tratados temas referentes ao que ele chama de música popular, que, segundo ele, é a música produzida a partir da estandardização de seus elementos. Antes de se aprofundar nesse artigo, é importante enfatizar a época e o contexto em que ele foi escrito: nos Estados Unidos, em um momento em que tanto os formatos de mídia, como os estilos musicais tocados, o formato da indústria musical e, inclusive, os instrumentos musicais existentes eram bastante diferentes dos atuais (CARONE, 2011). Não se procura, aqui, também, generalizar todas as práticas musicais

⁵² “Sobre Música Popular”. Tradução nossa

consideradas “populares” como produtos da estandardização, quiçá opô-las aos demais estilos que, segundo o autor, fazem parte de uma esfera a qual ele chama de “música séria”. Vale mencionar, também, que, segundo Adorno, a divisão entre essas duas esferas não se dá, necessariamente, por qualidade, uma vez que ele menciona a possibilidade da existência de músicas “sérias” ruins. Não é mencionada, porém, em nenhum momento do texto, a possibilidade de se ter uma música popular boa, embora existam exemplos no âmbito “sério”. Ainda assim, suas considerações a respeito da padronização, que, por sua vez, engloba o fenômeno da repetição em diferentes níveis, são relevantes para esta análise e podem se relacionar com as experiências dos voluntários desta pesquisa.

Adorno menciona que a estandardização se inicia por meio da imitação de elementos musicais que, originalmente, estavam presentes em músicas que fizeram sucesso. Por conta disso, passaram a ser replicados e, em um dado momento, se cristalizaram, se tornando padrões. Esse fenômeno se relaciona com outro, abordado por Zampronha (1998) e discutido no subcapítulo 4.3.1 (p. 157) deste trabalho, referente à criação de estereótipos. Segundo Zampronha, quando determinadas informações se repetem a ponto de se emanciparem de seus signos originários, se tornam estereótipos. Em outro ponto do texto, o mesmo autor discorre a respeito da percepção e do reconhecimento. Estes não são opostos, mas “uma variação de grau” (p. 228) em que, quanto maior for a margem para interpretação de um fenômeno observado, maior a percepção e menor o reconhecimento por parte do observador, ou, tratando-se de música, do ouvinte. Da mesma maneira, quanto menor for essa margem interpretativa, maior o reconhecimento e menor a percepção. A estereotipização de um material, por sua vez, está ligada diretamente ao reconhecimento, uma vez que este se refere ao que já foi previamente observado pelo sujeito. Quanto maior a proporção de reconhecimento em relação à percepção em um determinado material, então, maiores as chances de ele ser observado com base em estereótipos prévios.

Segundo Adorno, a padronização das músicas pode ser utilizada para a sua promoção no sentido de que, se uma delas tiver os mesmos elementos das que foram criadas anteriormente e que fizeram sucesso, chegarão aos ouvintes de forma “pré-digerida” (ADORNO, SIMPSON, 2000, tradução nossa), e terão sua aceitação simplificada. Ainda assim, essa massificação não deve ser algo evidente pois, caso os ouvintes entendam que os materiais que recebem são, em sua raiz, similares,

compreenderão, também, que as novas músicas que lhes são oferecidas não apresentam, de fato, novidades em relação às anteriores. Ocorre, então, uma tentativa de mascaramento dessas similaridades, fenômeno chamado, pelo autor, de pseudo-individualização. Neste ponto, é interessante mencionar que a variação de detalhes dentro de um formato padronizado pode fazer com que se tenha a impressão de que uma música, mesmo que similar a diversas outras, é diferente e original. Os detalhes podem funcionar, então, como uma possível ferramenta para a pseudo-individualização. Segundo o autor, no âmbito da música padronizada, “não afetaria o sentido se algum detalhe fosse tirado de contexto”, uma vez que a faixa, como um todo, é “um mero automatismo musical”, e cada detalhe, dentro dela, funciona “como uma engrenagem em uma máquina” (ADORNO, SIMPSON, 2000, p. 1, tradução nossa).

O formato de cada música, segundo Adorno, pode, por vezes, ser informado, de certa maneira, antes mesmo de seu início. Essa afirmação pode ser exemplificada por meio da observação de alguns estilos musicais, tocados na época da escrita do artigo, como, por exemplo, *jazz* e *blues*. Esses gêneros, diversas vezes, contam com formas pré-estabelecidas para que, após a exposição de um tema melódico, ocorra a improvisação dos músicos por um período de tempo variável a depender do contexto, antes do retorno da melodia principal. A própria ideia de que a música deve se iniciar e se encerrar com um mesmo tema, e contar com improvisação entre essas duas exposições, já é, por si, um estereótipo que se soma a diversos padrões harmônicos, melódicos e de quadratura utilizados. É importante mencionar, porém, que a possibilidade de se ter uma forma pré-estabelecida, com determinados elementos convencionados em diversas músicas não é algo exclusivo da música popular, e está presente, também, em músicas clássicas européias,⁵³ embora isso não seja indicado, em momento algum, por Adorno no artigo. Esse assunto é abordado, inclusive, por Zamprona, e mencionado no subcapítulo 4.3.1 deste trabalho (p. 157), quando ele cita que, em determinados estilos, como é o caso da sonata, havia, no próprio título da peça, uma indicação referente à sua forma.

⁵³ Embora não se esteja referindo ao classicismo, optou-se por utilizar, aqui, o termo “música clássica”, uma vez que o termo “música erudita” pode indicar, mesmo que indiretamente, que não há erudição na música popular.

Por mais que o contexto atual seja diferente do vivido por Adorno enquanto escrevia o artigo, é interessante observar como a previsibilidade em relação ao material musical que será escutado está presente, hoje em dia, no Spotify. Como explorado, anteriormente, neste trabalho, a plataforma conta com *playlists* editoriais que vêm com descrições a respeito de suas músicas e, embora, geralmente, essas indicações sejam subjetivas, trazem consigo informações a respeito delas. O próprio algoritmo de recomendações do serviço contribui, também, para essa previsibilidade, uma vez que as músicas recomendadas por ele tendem a ser semelhantes umas às outras. Algo que difere nesse contexto em relação à padronização de elementos musicais que ocorre nos estilos exemplificados anteriormente é que, nos estilos, os padrões estão presentes em sua composição e se relacionam, propositalmente, aos presentes em outras músicas do mesmo gênero. Já no caso do Spotify, a previsibilidade se dá por meio de uma curadoria, que pode ser realizada por uma máquina, como é o caso do algoritmo, ou por uma equipe, em que as faixas são organizadas segundo determinados critérios. São agrupadas, então, diferentes músicas que têm elementos semelhantes. Lembre-se, porém, que a mesma prática, de agrupamento de músicas, já era realizada em formatos de mídia anteriores, como o rádio e a televisão. Da mesma forma, ao selecionar uma estação de rádio ou um programa de TV voltados, especificamente, a determinados estilos musicais, existe uma previsibilidade de quais músicas, ou artistas, serão apresentados.

Mais adiante em “On Popular Music”, Adorno aborda o termo *plugging*. Este, foi descrito originalmente em um estudo dirigido pelo mesmo autor, mas realizado por Duncan MacDougald (CARONE, 2011), como a “repetição incessante de um *hit* em particular para que ele faça ‘sucesso’” (ADORNO, SIMPSON, 2000, p. 2, tradução nossa), e é aprofundado no artigo aqui explorado. Segundo Adorno, o objetivo do *plugging* é fazer com que a resistência do ouvinte à semelhança entre as músicas diminua, por meio da retirada de alternativas, o que a torna “inescapável”. Com isso, tem-se a intenção de levar os ouvintes ao êxtase por meio do material repetitivo, uma vez que eles “se tornam tão acostumados à recorrência das mesmas coisas, que reagem automaticamente” a elas. A repetição de cada faixa musical ocorre, então, como um “complemento inevitável da estandardização”. Isso acontece porque, caso uma música seja repetida de forma constante, o ouvinte será “forçado

a lembrar-se dela” (ADORNO, SIMPSON, 2000, p. 2, tradução nossa), mesmo que ela não se destaque entre as outras, devido à semelhança de todas.

Segundo Adorno, qualquer música que siga três requisitos simples pode ser “plugada” e, então, fazer sucesso. O primeiro deles, é a parceria entre diferentes mídias, como “editoras, bandas renomadas, rádios e filmes” (ADORNO, SIMPSON, 2000, p. 2, tradução nossa). É possível dizer que, hoje em dia, as diferentes redes sociais estão entre essas mídias. Essa parceria, citada por Adorno, pôde ser percebida com clareza nesta pesquisa, em um relato do voluntário Pedro. O jovem mencionou ter conhecido o seu estilo musical favorito em uma modalidade de vídeos curtos do YouTube, chamada YouTube Shorts. Segundo ele, quando a música tocou, no vídeo, ele se lembrou de que já a havia escutado na propaganda de um filme, e gostado. Decidiu, então, pesquisar, por conta própria, outras músicas do mesmo artista, e passou a apreciá-las.

Poli mencionou as propagandas e a música ambiente como veículos pelos quais ela entra em contato, de forma involuntária, com “*músicas chiclete*”. Em sua fala, porém, foi possível perceber como o *plugging* pode causar uma espécie de reação em cadeia conforme determinadas músicas ficam “*na cabeça*” das pessoas. Isso se deu porque, segundo ela, quando uma música é escutada diversas vezes, mesmo que contra a vontade do ouvinte, é natural que ele, sem perceber, comece a cantarolar a sua melodia. Dessa forma, o próprio ouvinte se torna mais um reprodutor da música, aquele que contribui para a sua escuta de forma repetida e, por consequência, para o seu *plugging*. Esse fato se relaciona com a afirmação de Adorno de que “uma vez que um determinado nível de apoio econômico (...) é alcançado, o processo de *plugging* transcende suas próprias causas e se torna uma força autônoma” (ADORNO, SIMPSON, 2000, p. 2, tradução nossa), de maneira a se naturalizar no próprio estilo de vida das pessoas.

Outro momento em que se observou, por meio das falas dos voluntários, a simbiose entre diferentes mídias para a promoção de um conteúdo, foi quando Mayara, durante a dinâmica de grupo focal, se referiu à música “*Running Up That Hill*”, de Kate Bush, como “*a música do Stranger Things*”, antes mesmo de dizer o seu nome ou o nome da artista. Dessa forma, ela demonstrou considerar a possibilidade de os outros voluntários não apenas conhecerem a série cinematográfica como, também, saberem a que música ela se referia. Ela disse, então, que muitas pessoas não assistiram à série, mas conheciam a música por

meio da rede social TikTok, uma vez que, durante o período que antecedeu a dinâmica, ela estava presente em diversos vídeos na plataforma. Nesse caso, porém, é importante observar que a popularidade da faixa no TikTok pode se dar, na verdade, por meio da divulgação por parte de espectadores que a conheceram na série e, então, gravaram vídeos em que ela aparecia, sem que necessariamente tenha ocorrido algum tipo de parceria econômica com a plataforma. Esse efeito seria, então, similar ao descrito por Poli, de quando as pessoas começam a cantarolar determinadas músicas e são, então, escutadas pelos outros. Como se trata de uma rede social, porém, o alcance de um único vídeo pode ser muito maior do que o que se obtém com o contato presencial entre pessoas.

O segundo requisito necessário para que uma música possa ser “plugada”, segundo Adorno, é um elemento diferenciador em relação às outras faixas, que faz com que ela possa ser lembrada pelos seus ouvintes. O autor menciona apenas elementos musicais, como, por exemplo, aspectos melódicos, timbrísticos, acordes específicos ou irregularidades métricas. Por razão do avanço tecnológico, especialmente nos campos da comunicação e produção audiovisual, desde a época em que o artigo foi escrito, porém, pode-se dizer que, hoje em dia, elementos não musicais podem ser tão importantes quanto a própria música para a sua difusão de forma repetida. Isso é especialmente notável no âmbito das *trends* de redes sociais, como o TikTok e o Instagram, mas também pode ocorrer quando uma música é fortemente ligada a algum filme, jogo ou série cinematográfica. No caso das *trends*, pode haver, como elemento marcante, uma coreografia, desafio ou contexto específico ligados ao curto trecho da música que é reproduzido durante o vídeo. A faixa é repetida, então, por meio da viralização dessa tendência, que passa a ser regravada por outros usuários da rede e, mesmo quando a música é extremamente genérica e parecida com outras, presentes em outras *trends*, pode ser diferenciada delas por meio do conteúdo visual. No caso das séries, jogos ou filmes, algo parecido pode ocorrer, com a repetição de uma música em cenas ou momentos específicos, como, por exemplo, nos créditos de abertura ou durante a aparição de personagens.

O terceiro requisito citado por Adorno, para que possa ocorrer o *plugging* em uma música, se refere a uma espécie de “riqueza” em seu som, a qual ele chama de *glamour*. Segundo o autor, esse elemento deve trazer ao ouvinte uma sensação de conquista que se contrapõe à falta de conquistas realizadas na vida “do homem

comum”. Essa característica está ligada, também, à necessidade de saturação das emoções, uma vez que, segundo o autor, “o tédio se tornou tão grande [, para a massa trabalhadora da sociedade,] que apenas as cores mais vivas têm alguma chance de se destacarem na monotonia” (ADORNO, SIMPSON, 2000, p. 2, tradução nossa). Essa saturação, porém, quando ocorre em muitos materiais, pode fazer com que o próprio elemento voltado ao destaque se torne algo monótono. Um exemplo disso, mencionado no artigo, são as luzes neon presentes nas fachadas de estabelecimentos comerciais que, embora, isoladamente, possam trazer destaque ao local, quando colocadas juntas se tornam uma massa, monótona, sem que nenhuma delas, em especial, prenda a atenção de quem passa.

Efeitos semelhantes ao exemplo citado por Adorno podem ser vistos tanto no *streaming* quanto nas músicas presentes nas redes sociais. Quando um álbum musical é composto, há, geralmente, um pensamento que envolve suas diversas músicas para que, mesmo quando elas tiverem uma temática ou elementos estéticos em comum, tenham variabilidade o suficiente para poderem ser escutadas, uma em seguida da outra, sem que a experiência se torne monótona ou cansativa. Quando diversas faixas são agrupadas em *playlists* segundo um critério específico, porém, algo que seria considerado especial em cada música, quando escutada em seu álbum original ou de forma isolada, pode se tornar ordinário em meio às outras faixas, uma vez que todas foram selecionadas segundo esse mesmo critério. Já nas redes sociais, a saturação não se dá apenas por razão da quantidade de músicas que competem pela atenção do usuário em um mesmo espaço, mas, também, pela natureza desses materiais que, em grande parte dos casos, têm curta duração.

O TikTok merece especial atenção neste ponto. Em uma pesquisa realizada, no Brasil, com crianças e adolescentes, “entre outubro de 2021 e março de 2022”, a rede foi apontada “como a principal (...) por 34% dos usuários de internet [que tinham] entre 9 e 17 anos” (SILVA, 2022) de idade. Essa plataforma, originalmente, permitia a publicação de vídeos com até quinze segundos de duração. Embora esse limite tenha sido gradualmente expandido, até chegar ao atual, de dez minutos, ainda há o hábito de se publicar vídeos curtos. Após a criação do TikTok, outras redes, como o YouTube e o Instagram, também implementaram recursos voltados à publicação de vídeos curtos, com limite de um minuto (FRANCO, 2022), e que são divulgados de maneira diferente em relação aos vídeos longos. Assim como outros vídeos presentes nas redes sociais, as *trends*, então, mantiveram a curta duração

como uma de suas características. Além disso, há a possibilidade de se adicionar trechos curtos de músicas a diferentes publicações de fotos nas redes. A reprodução musical em materiais de curta duração pode desencadear alguns efeitos diferentes.

O primeiro deles se relaciona, justamente, à saturação, como descrita por Adorno. Como cada material, seja ele um vídeo ou uma imagem estática, acompanhada de música, traz consigo apenas um curto trecho de uma faixa, geralmente é selecionado o seu trecho mais chamativo, com o intuito de se ter um áudio que se sobressaia em relação aos outros, utilizados em outras publicações. Há, também, a possibilidade de essa demanda por faixas que contenham diversas informações em um tempo curto afetar a maneira pela qual as músicas são compostas, de forma a satisfazê-la, uma vez que é interessante à indústria fonográfica que cada música lançada consiga o maior engajamento possível com o público. Algo interessante de ser observado, nesse ponto, é que a preocupação com a duração das músicas, ou de seus movimentos, no momento da composição já foi algo relevante em outras mídias, como discos de vinil, por motivo de suas limitações físicas (KATZ, 2004, p. 3). No caso das redes sociais, porém, ela não se dá por qualquer tipo de limitação, mas pelo modelo de divulgação e consumo de conteúdo presente em cada plataforma.

Outro efeito da predominância de materiais de curta duração nas redes sociais diz respeito à atenção despendida pelos usuários das redes. A voluntária Poli, por exemplo, mencionou considerá-las uma forma de entretenimento “*mais fácil*” do que a música. Embora não tenha dito o motivo para ter essa opinião, o uso da palavra “*fácil*” no lugar de “prazerosa”, “agradável”, ou outros adjetivos positivos indica que a praticidade é algo relevante para ela em suas ferramentas de entretenimento.

A presença de conteúdos de curta duração pode ser considerada prática, uma vez que não é necessário, ao usuário, dedicar uma grande quantidade de tempo para visualizar um conteúdo inteiro. As redes sociais podem, então, ser utilizadas durante períodos inferiores a um minuto sem qualquer comprometimento à experiência do usuário, enquanto uma música, para ser plenamente apreciada, deve ser escutada inteira. A apresentação das publicações nas redes sociais no formato *feed*, abordado anteriormente neste trabalho, também é um ponto que traz praticidade ao uso das redes sociais porque, com ele, não é necessário que o usuário realize qualquer ação para chegar aos conteúdos da plataforma depois que

o seu aplicativo for iniciado. Já em aplicativos de *streaming*, é necessário que haja alguma decisão por parte do usuário para iniciar a escuta musical, mesmo que seja algo extremamente simples, como selecionar uma *playlist* na tela inicial da plataforma.

Caso o aplicativo de *streaming* seja utilizado em um celular, também é preferível que haja algum aparelho de som conectado ao dispositivo para que seja possível ter boa qualidade de áudio, uma vez que os alto-falantes dos celulares, geralmente, não têm uma boa resposta de frequência, especialmente na região grave. Esse aparelho pode ser uma caixa de som ou fone de ouvido, por exemplo. Poli mencionou que esse era um dos motivos para que ela tivesse “*preguiça*” de escutar música no Spotify, embora isso não seja algo relacionado à plataforma, mas inerente à natureza do dispositivo utilizado para a reprodução musical. Isso demonstra, também, que a jovem não se importa com a qualidade de áudio dos materiais musicais que lhe são apresentados nas redes sociais, uma vez que ela as acessa utilizando apenas o celular.

Essa preferência por um entretenimento “*fácil*” e que não demande tempo, também pode influenciar a forma pela qual as músicas são compostas. Se a grande quantidade de materiais diferentes, que competem pela atenção do usuário das redes sociais, leva à necessidade de se ter ao menos um trecho em cada faixa que seja bastante chamativo, para ser utilizado nas publicações, o costume de se ter contato apenas com materiais curtos pode fazer com que os usuários das redes percam a paciência e desistam de escutar músicas em que ocorre um longo desenvolvimento, até que se atinja o momento caracterizado como clímax. Este, por vezes pode ser, também, o único momento conhecido da música, uma vez que é o que está presente na maior parte das publicações. A voluntária Mayara, por exemplo, disse estar acostumada a escutar os trechos favoritos de algumas de suas músicas e, então, avançar para a próxima. Ela citou o *pop* como gênero em que isso acontece bastante e afirmou que gostaria que as faixas fossem mais curtas, contando apenas com sua parte preferida, sem repetições.

Levando em consideração o curto tempo de atenção promovido pelas redes, caso se siga uma lógica de mercado, em que o intuito de cada faixa é ter a maior quantidade de reproduções possível, é importante que a parte mais conhecida e, por vezes, mais interessante da música, esteja presente em seu início. Isso faz com que a ideia de que cada música possa ter um desenvolvimento em toda a sua duração,

com a adição gradual de novos elementos, seja deixada de lado em favor da busca pelo reconhecimento imediato de sua parte mais conhecida. O desenvolvimento gradual de uma música foi citado, porém, como o elemento preferido do voluntário Pedro em seu estilo musical favorito, e como algo interessante por outros voluntários desta pesquisa. Da mesma maneira, a repetição de seções dentro de uma mesma música, sem a adição de novos elementos, foi citada como algo negativo, porque, segundo os entrevistados, faz que a faixa se torne monótona.

Segundo Adorno, toda escuta musical envolve a identificação de elementos previamente conhecidos. Esta se dá em diferentes graus. Para o autor, embora esse reconhecimento possa ser utilizado para a construção de um material novo e inesperado, ele não é explorado dessa maneira na música popular, e, nela, se finaliza em si mesmo. Ainda assim, o ato de reconhecer algo, seja uma faixa completa, previamente escutada, ou um elemento dentro de uma música, pode fazer com que o ouvinte se identifique com ela e tenha, de certa forma, um sentimento de posse. Adorno menciona, neste ponto, que as pessoas se orgulham de conhecerem músicas e procuram demonstrar isso em público, por exemplo, quando assobiam trechos de canções, ao escutá-las sendo mencionadas por alguém. O ouvinte pode, então, se sentir “lisonjeado porque ele também possui o que todos possuem”: o conhecimento a respeito de uma música de sucesso, que todos gostam e que representa, para ele, uma “ilusão de valor”. Segundo o autor, porém, esse processo nem sempre é completamente inconsciente para os ouvintes. Eles podem, na verdade, insistir que as músicas são divertidas de forma a “consentir com o que consideram como desejável socialmente” (ADORNO, SIMPSON, 2000, p. 3, tradução nossa).

A própria ideia de sucesso, segundo Adorno, pode ser obtida por meio da repetição. Isso acontece porque o sucesso de cada música é medido pela quantidade de vezes que é tocada. É comum, portanto, que se crie a ideia de que uma música tem qualidade apenas pelo fato de ser reproduzida múltiplas vezes, sem que sejam levados em conta aspectos técnicos ou, mesmo, estéticos relacionados a ela. Isso pode ser observado, por exemplo, nos próprios materiais de divulgação do Spotify, explorados anteriormente neste trabalho, ou em listas de *hits*, como, por exemplo, as da Billboard. Uma vez que, especialmente durante a adolescência, existe a importância da atribuição de características positivas à própria identidade em relação a outras pessoas, há a possibilidade de determinados

grupos tentarem se associar às músicas de sucesso. A atribuição desse rótulo às faixas pode fazer, também, com que as pessoas procurem escutá-las, para que tenham um repertório comum com seus colegas e possam, então, conversar a respeito dele.

Embora a repetição possa ser utilizada para que o reconhecimento ocorra com maior frequência em cada faixa e elas sejam, então, promovidas, existe um nível em que essa prática deixa de ser produtiva e passa a ter um efeito reverso. Essa transição, do reconhecimento como algo considerado benéfico até sua saturação, foi observada em diferentes pontos das dinâmicas realizadas com os voluntários desta pesquisa.

A preferência pela familiaridade, ou seja, pela presença do reconhecimento, dentro das músicas pôde ser notada, por exemplo, quando Stella disse conseguir perceber melhor os detalhes da música e o sentido da letra, a partir de sua segunda escuta. Disse, também, que gosta de escutar músicas que não fujam do estilo *pop*, mas que uma de suas características favoritas, no gênero, é a diversidade de subgêneros existentes. Isso indica a possibilidade de ela, na verdade, apreciar a diversidade, mas sentir necessidade de ter um elemento unificante, para ser reconhecido nas músicas que escuta. Já Roberto mencionou algo diferente. O voluntário disse sentir mais vontade de avançar para as faixas seguintes quando as que eram reproduzidas lhe eram menos familiares. Disse, também, que, quando quer conhecer um novo estilo musical, procura por subgêneros que sejam baseados em estilos previamente conhecidos por ele. Corrêa, por outro lado, disse não gostar do fato de seu estilo favorito, o *synthwave*, não ter uma instrumentação específica e, por isso, ser pouco previsível. Para ele, é interessante que a música tenha alguma previsibilidade.

Quando questionados a respeito de músicas das quais eles se enjoam, muitos dos voluntários mencionaram as presentes nas *trends* das redes sociais. Alguns, explicaram que, no início, gostam delas, mas que após a sua exaustiva repetição, perdem o interesse ou, mesmo, passam a se incomodar quando as escutam. Esse fenômeno é explicado por David Hargreaves no artigo “The Effects of Repetition on Liking for Music”⁵⁴ (1984). O autor se refere ao termo *plugging*, ao

⁵⁴ “Os efeitos da repetição no gosto por músicas”, tradução nossa. É importante mencionar que a tradução escolhida foi “gosto por músicas” em vez de “gosto musical” pois o estudo se refere às influências da repetição no gosto ligado a músicas individuais, em vez de no gosto musical, como um todo, de cada sujeito.

mentonar que, quando ele é utilizado, as músicas ganham popularidade de forma rápida, mas esta começa a se reduzir, também rapidamente, quando as faixas são repetidas excessivamente.

No artigo, é indicado que a complexidade subjetiva de cada música pode se relacionar com a sua popularidade. O autor descreve o conceito, com base em estudos de Davies (1978) e Heyduk (1975), como “uma função das características objetivas da peça, assim como da experiência musical e sofisticação do ouvinte” (HARGREAVES, 1984, p. 36, tradução nossa). A complexidade subjetiva é, então, diferente para cada música em relação a cada indivíduo. Ela pode ser definida como baixa quando a faixa escutada tem a predominância de elementos simples, ou o ouvinte tem um elevado refinamento em sua escuta. Por outro lado, pode ser considerada alta quando a música é complexa para o ouvinte, seja por sua pouca experiência ou, justamente, por uma alta complexidade musical. Segundo Hargreaves, o gosto de cada pessoa por diferentes músicas é mais elevado quando se tem uma complexidade subjetiva média, e é mais baixo quando essa complexidade é muito alta ou muito baixa, formando uma espécie de gráfico em formato de “U-invertido” (HARGREAVES, 1984, p. 36).

A repetição pode afetar, então, a popularidade das músicas, segundo o autor, porque conforme uma faixa é repetida, elas se tornam mais familiares aos ouvintes. A familiaridade, por sua vez, também afeta a complexidade subjetiva, diminuindo à medida que cada indivíduo passa a reconhecer mais elementos na música, em vez de percebê-los como algo novo. Segundo Hargreaves,

se o nível inicial de complexidade subjetiva de uma peça é maior do que o nível ótimo do sujeito, a repetição tenderá a aumentar o seu gosto por ela, dado que a complexidade será reduzida, e se moverá para mais perto do nível ótimo (...). Se o nível inicial for muito baixo, porém, a maior exposição tenderá a diminuir o gosto pela peça, uma vez que a complexidade subjetiva vai se mover para ainda mais longe do nível ótimo. (HARGREAVES, 1984, p. 37)

Caso se siga uma lógica de mercado, então, em que existe o objetivo de adquirir lucros por meio da venda de produtos, o fato de o *plugging*, quando utilizado de forma excessiva, ter um efeito reverso, deixa de ser um empecilho e se torna uma qualidade. Isso se dá porque, a partir do momento em que a complexidade subjetiva de uma música passa, por meio da repetição, de seu ponto ótimo para a

sua apreciação pelos ouvintes, surge neles o desejo por uma nova faixa “de sucesso”, que vá tomar o lugar da anterior. Pode-se planejar, então, não apenas o momento em que cada material musical vai chegar ao seu apogeu aos olhos – e ouvidos – dos fãs, mas, também, a sua obsolescência. Dessa forma, novas músicas podem ser lançadas em um curto período de tempo e, ainda assim, fazer sucesso, e novas *trends* podem viralizar nas redes sociais, mesmo que todos esses materiais sejam bastante semelhantes aos anteriores.

Ao longo dos últimos subcapítulos, foram observadas diferentes fontes potenciais de influência ao gosto musical dos jovens, assim como a relação dessas fontes com a utilização e o funcionamento do Spotify. Pôde-se perceber que, embora a influência dentro da plataforma ocorra, ela é algo que já existia em outros tipos de mídia, e que apenas mudou a sua forma de acontecer. É importante, porém, que tanto os educadores musicais como a sociedade de maneira geral compreendam essas diferenças, de maneira a poderem usufruir dos aspectos positivos do *streaming* de uma maneira saudável, construtiva e prazerosa. No capítulo seguinte, serão abordadas possíveis repercussões desta pesquisa no campo da Educação Musical.

5 POSSIBILIDADES DE APLICAÇÕES DO RESULTADO DESTA PESQUISA EM CONTEXTOS PEDAGÓGICOS

Nos capítulos anteriores, foi realizado o estudo a respeito do funcionamento do Spotify, o relato a respeito de todo o processo que envolveu as dinâmicas com voluntários desta pesquisa, voltadas à obtenção de opiniões e experiências de adolescentes a respeito da utilização do *streaming*, assim como de suas experiências relacionadas à música em diferentes âmbitos. Então, foi feita a análise das respostas obtidas, com base em textos de autores do campo da Psicologia, da Estética Musical e da Ecologia Acústica. Neste capítulo, são abordadas algumas das possíveis repercussões desta pesquisa em ambientes de ensino-aprendizagem, além dos comentários dos voluntários a respeito dessa questão.

5.1 EDUCAÇÃO MUSICAL NA ADOLESCÊNCIA

A análise das respostas obtidas a partir das dinâmicas com os voluntários desta pesquisa indicou que, para eles, a música pode ser considerada algo importante. Isso foi notável, mesmo com aqueles que disseram não ter o costume de escutar música em seu dia a dia, uma vez que todos declararam acreditar que diversos âmbitos da própria vida foram influenciados por seu gosto musical, e que a música é algo importante para eles. Por meio dos relatos, foi possível perceber, também, como as experiências musicais vividas pelos jovens, seja por meio da escuta, intencional ou não, acompanhada ou não de outras atividades, do fazer musical ou, mesmo, da reflexão e das conversas a respeito do assunto, podem influenciar a relação de cada voluntário com seus colegas, sua forma de conviver com os outros, suas amizades, suas atitudes e diferentes situações do cotidiano.

Outros trabalhos, abordados anteriormente nesta dissertação, embora tenham sido realizados em países estrangeiros e em épocas diferentes, também indicam que a adolescência é um período de primordial importância para a formação do gosto musical e da identidade individual (HARGREAVES, MIELL, MACDONALD, 2002; HARGREAVES, NORTH, TARRANT, 2006; HOLBROOK, SCHINDLER, 1989; ILARI, 2013; STEPHENS-DAVIDOWITZ, 2018; TARRANT *et al.*, 2001; TARRANT, NORTH, HARGREAVES, 2002). Pode-se dizer, portanto, que o trabalho com a música em ambientes de ensino-aprendizagem é algo importante de ser realizado. Esses ambientes não precisam ser, necessariamente, caracterizados como pedagógicos para que sejam discutidos conteúdos relacionados ao campo da Música. As trocas de conhecimento podem ocorrer, também, em contextos informais, como conversas em família, compartilhamento de músicas com os amigos, ou pesquisas individuais a respeito de artistas.

Ao longo deste capítulo, serão utilizadas as definições de educação formal, não formal e informal segundo Grandstaff (1978), de acordo com a orientação administrativa das instituições. Segundo o autor, a educação formal é aquela que ocorre nas instituições que se dedicam ao trabalho pedagógico. Já a não formal “engloba toda a atividade educativa [deliberada] que não decorre das instituições designadas para este efeito”. Já a informal, se dá por interações que não são deliberadamente voltadas à educação, mas em que, ainda assim, ocorre a troca de conhecimento a respeito de um determinado assunto (GRANDSTAFF, 1978, p. 186).

Alguns contextos em que ocorre a educação informal podem ser observados nos comentários de voluntários desta pesquisa. Corrêa, por exemplo, mencionou que considera enriquecedora ao próprio aprendizado musical, a experiência de ter uma *playlist*, compartilhada com um amigo de gosto musical distinto, pois, dessa maneira, tem contato com músicas de estilos bastante diferentes dos que costuma escutar. Por sua vez, o voluntário Roberto relatou que sentiu o seu interesse por determinados estilos despertar após ir assistir a shows com sua família. Em ambos os casos, embora os jovens não estivessem ativamente procurando aprender música, tiveram o seu repertório expandido ao entrar em contato com estilos musicais desconhecidos. Diversos voluntários relataram, também, ter aprendido coisas sobre diferentes artistas e manifestações musicais por meio da conversa com familiares ou colegas que, embora não sejam especialistas ou educadores, apreciam música.

A Educação Musical na escola, porém, é indispensável. Embora cada indivíduo tenha suas próprias experiências fora de aula, não é possível assumir que todos terão contato com contextos que promovam o aprendizado musical. Por meio da educação formal, portanto, é possível que todos tenham a possibilidade de ter contato com a música na escola, ainda que cada educador tenha a autonomia para trabalhar os conteúdos propostos de maneiras diferentes. Além disso, tanto as escolas como ambientes de educação não formal, como, por exemplo, os citados pelos voluntários desta pesquisa – projetos sociais, igrejas e escolas de música – são ambientes controlados, em que se tem o auxílio de profissionais capacitados para o desenvolvimento e troca de conhecimentos.

Diversos estudos demonstram a importância do aprendizado musical para o desenvolvimento cognitivo de crianças. Em síntese, neles, é demonstrado como o contato com a Educação Musical em contextos formais de ensino-aprendizagem pode levar os estudantes a terem um melhor desenvolvimento das funções executivas, de sua inteligência verbal e, logo, um melhor desempenho escolar (COGO-MOREIRA *et al.*, 2013; HABIBI *et al.*, 2018; HOLOCHWOST *et al.*, 2017; JASCHKE, HONING, SCHERDER, 2018). Embora esses sejam fatores benéficos, deve-se ressaltar, acima disso, a importância da disciplina Música, independentemente de sua interação com outros componentes curriculares, por ela ser uma manifestação artístico-cultural. Ao lidar com conhecimentos ligados aos sons, a disciplina pode explorar não apenas conhecimentos teóricos musicais e

produções artísticas já existentes mas, também, promover a criatividade dos estudantes e sua consciência em relação à Ecologia Acústica, entre outros campos. Não obstante, de acordo com a Lei das Diretrizes e Bases da Educação (LDB, lei nº 9394/1996), não há a obrigatoriedade do oferecimento da disciplina de Música para os alunos da educação básica. Em vez disso, as competências relacionadas ao campo se encontram, segundo a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), dentro da disciplina de Arte, e, no caso do Ensino Médio, na área das Linguagens e suas Tecnologias.

Ao agrupar as competências de diferentes linguagens artísticas, no caso, da música, teatro, artes visuais, artes circenses, dança e audiovisual (BNCC, 2018, p. 482) em uma única área de conhecimento, pode-se promover uma visão reducionista a respeito de cada uma delas. Isso se dá pois “cada linguagem tem seu próprio campo epistemológico, seus elementos constitutivos e estatutos, com singularidades que exigem abordagens pedagógicas específicas das artes e, portanto, formação especializada” (Figueiredo, 2016, apud ROSA, 2022, p. 50). Com o seu agrupamento em uma única disciplina, não é possível, porém, que se tenha um profissional educador com estudo verdadeiramente aprofundado em cada uma das áreas. A separação das linguagens é importante para que elas possam ser trabalhadas, com a devida atenção, por diferentes educadores que conheçam seus próprios campos de estudo de forma aprofundada.

O documento “Direitos de Aprendizagem dos Ciclos Interdisciplinar e Autoral: Arte”, desenvolvido em 2016 pela Secretaria Municipal de Educação de São Paulo, em parceria com diversos educadores de diferentes áreas traz, no subcapítulo “Música: sons e silêncios que significam o mundo”, uma discussão a respeito dos deveres e possibilidades da área da Música na rede municipal de educação, e ressalta a sua importância.

Segundo os autores, a educação musical é um direito do estudante, pois a música é uma linguagem que está presente em grande parte de nossas vidas. Eles apresentam, porém, a questão de ela, geralmente, ser tratada “como produto de consumo, trazida pela indústria cultural, cujo foco é proporcionar lazer e entretenimento à população e aumentar a venda” (SÃO PAULO, 2016, p. 69) de materiais relacionados, como discos e ingressos para shows. As faixas mais populares chegam aos indivíduos, então, sem que essa seja, necessariamente, uma

escolha deles. Um exemplo disso, apresentado neste trabalho, são as músicas promovidas dentro do Spotify para que ganhem mais popularidade.

Os relatos, dos voluntários desta pesquisa, ligados às “*músicas chiclete*” também são especialmente relevantes nesse ponto, pois, por eles, é possível perceber que determinadas faixas podem ser disseminadas por diferentes meios de comunicação, como propagandas, ou em ambientes como, por exemplo, *shopping centers*, mesmo que as pessoas presentes no local não procurem escutá-las. Essas faixas podem ser, então, “recebidas de forma acrítica, o que afeta tanto estudantes quanto professores” (SÃO PAULO, 2016, p. 69), caso sejam utilizadas como material de estudo. É papel do educador musical, portanto, instigar o pensamento crítico a respeito dessas músicas, para que os estudantes possam, individualmente, analisar quais delas são verdadeiramente interessantes a eles e quais passaram a ser escutadas puramente por motivo de terem sido repetidas diversas vezes em diferentes ambientes. Dessa maneira, pode ser valorizado o conhecimento dos alunos, que têm o seu próprio “mundo sonoro”⁵⁵ (PAYNTER, 1992, p. 12, tradução nossa), repleto de referências musicais de maneira didática, mesmo que, por vezes, esse repertório seja formado, predominantemente, por materiais absorvidos de conteúdos massificados.

Demonstra-se, então, a importância de o educador musical conseguir, simultaneamente, utilizar, de forma didática e pedagogicamente interessante, os materiais já conhecidos pelos alunos e despertar o interesse dos estudantes por outros materiais artísticos, até então desconhecidos por eles, de maneira a ampliar os seus horizontes musicais. O trabalho realizado pelo voluntário Corrêa em sua escola é um exemplo dessa possibilidade de expansão de repertório. Segundo o jovem, pesquisar sobre o samba, estilo pelo qual ele tinha preconceito, fez com que passasse a apreciá-lo e, inclusive, escutá-lo em seu dia a dia.

Outro ponto interessante, tratado no texto da Secretaria Municipal de Educação a respeito da Música, é a ideia de que o papel da disciplina no currículo escolar não é de “formar instrumentistas, mas contribuir para a formação de cidadãos sensíveis ao som e à música” (SÃO PAULO, 2016, p. 70). Embora os voluntários desta pesquisa que tocam instrumentos musicais tenham relatado que

⁵⁵ O termo é utilizado pelo autor como sinônimo às referências sonoras e musicais do compositor, que podem ser imaginadas pelos ouvintes ao escutar as suas obras de forma atenta e criativa. Aqui, por sua vez, ele é transposto do compositor aos estudantes, que também têm suas próprias referências advindas de suas próprias vivências na sociedade.

essa é uma prática prazerosa e benéfica a eles por diversos motivos, também foram citados benefícios da Educação Musical, mesmo que realizada sem a utilização de instrumentos, em outros âmbitos além do da *performance*. Alguns deles foram: o aumento da consciência corporal durante a escuta; o desenvolvimento da consciência em relação à respiração, que pode levar, também, ao relaxamento físico e a saber lidar com os próprios aspectos emocionais; o aprimoramento da habilidade de controlar o próprio tom de voz durante conversas e, dessa forma, se expressar melhor; e a possibilidade de selecionar o repertório a ser escutado de forma consciente, de maneira a ter contato com músicas consideradas mais interessantes e ter menos preconceitos ao escutar determinados estilos desconhecidos. Diversos voluntários comentaram, especialmente, terem sentido um desenvolvimento na habilidade de analisar as letras das músicas após o contato com experiências de Educação Musical. Essa habilidade, por sua vez, segundo eles, pode auxiliar a entender melhor o significado das músicas e, então, “*senti-las*” de maneira mais intensa. No caso dos voluntários que tocam instrumentos ou cantam, foi relatado, também, que isso lhes dá a possibilidade de transmitir maior expressividade durante a *performance*.

Mesmo que a intenção das aulas de música não seja, necessariamente, a formação de músicos profissionais, foi demonstrado, pelos voluntários que estudam a disciplina em algum espaço paralelo à escola regular, que o conhecimento a respeito de conteúdos teóricos do campo os auxiliou a ter uma escuta atenta, com a percepção auditiva mais aguçada do que anteriormente.

5.2 POSSIBILIDADES DE UTILIZAÇÃO DESTA PESQUISA EM AMBIENTES FORMAIS DE ENSINO-APRENDIZAGEM

Uma maneira de trabalhar, em aula, diferentes conteúdos relacionados à música, de forma que façam sentido para os estudantes em seu cotidiano é utilizar materiais sugeridos por eles, ou que, de alguma forma, possam despertar o seu interesse. Para isso, é interessante que seja realizado o levantamento do repertório apreciado pelos alunos, de maneira a delinear o perfil da turma para que se possa trabalhar a ampliação de seus horizontes musicais, ao mesmo tempo em que o seu gosto seja levado em consideração. Pode ser feito, também, o levantamento referente às principais formas pelas quais eles entram em contato com a música. Dessa maneira, é possível saber quais dos estudantes são usuários do Spotify, de outros serviços de *streaming*, de outros tipos de mídia e, inclusive, quais locais que frequentam, em que percebem ter contato com a música. Essas informações podem ser interessantes, uma vez que diferentes experiências musicais podem afetar a formação do repertório de cada estudante, assim como seus hábitos e processos de escuta.

As dinâmicas pedagógicas trabalhadas em aula podem ser iniciadas, então, a partir da escuta, de maneira a propor que cada conceito abordado seja observado em músicas relacionadas, de alguma maneira, ao repertório dos estudantes. Os elementos musicais presentes em uma faixa escolhida como, por exemplo, organização da forma, instrumentação, densidade, tessitura, timbre e ritmo, podem ser identificados pela turma, com o auxílio e incentivo do professor. Conceitos subjetivos, como as emoções evocadas em cada estudante a partir da escuta, também são importantes de serem trabalhados, uma vez que “toda experiência musical consciente é permeada por aventuras de sentimentos, imaginação e invenção” (PAYNTER, 1992, p. 21). A discussão a respeito da subjetividade pode ser interessante para que ocorra o compartilhamento de visões plurais em relação a cada uma das faixas escutadas, de forma a promover a possibilidade de múltiplas interpretações para uma mesma música. Esse tipo de trabalho, que valoriza a construção de conhecimento e o diálogo entre os estudantes, além da discussão acerca de tópicos subjetivos é importante pois, segundo o educador musical John Paynter, a

incerteza a respeito do papel da música no currículo escolar tem sido parte de um problema maior do campo das artes, geralmente, exacerbado pela tendência de aceitar sem questionamento um estilo de currículo em que informações factuais e descrições objetivas tomam precedência sobre outras formas de conhecimento e expressão – como as representadas pela arte e pela música. (PAYNTER, 1992, p. 21, tradução nossa)

A partir dessas discussões, podem ser fornecidos pelo educador exemplos musicais menos familiares aos estudantes, para que também sejam analisados. Há a possibilidade de esses exemplos serem relacionados a cada conteúdo trabalhado, ou, mesmo, às faixas propostas pelos alunos. Podem ser, também, estilos musicais que originaram os gêneros atualmente populares, ou estilos presentes em diferentes culturas, mas que são escutados, geralmente, nas mesmas situações das músicas conhecidas pelos estudantes. A criatividade pode ser explorada por meio da escuta, especialmente pela exposição a materiais desconhecidos por eles. Pode ser proposto, por exemplo, que os alunos descrevam os contextos em que imaginam que músicas de outras culturas são tocadas ou, como sugerido por Paynter (1992, p. 12), digam se teriam feito algo diferente caso fossem o compositor.

É importante que “o contexto histórico e sociológico da vida e época dos compositores” (PAYNTER, 1992, p. 14), tanto de materiais já familiares aos alunos quanto de outros, desconhecidos, seja estudado. Segundo Paynter, isso se dá pois a música é comumente encarada como algo que tem a própria existência garantida, sem que seja dado o devido valor ao processo criativo por trás de sua composição. De acordo com o autor, isso ocorre pois a música parece espontânea, e está bastante presente em nossas vidas, a ponto de ser difícil que algum indivíduo não tenha contato com ela ao menos uma vez ao longo do dia. O estudo a respeito dos autores e de seu processo criativo é importante, então, para que a música se evidencie, aos estudantes, como uma produção humana, que pode ser fruto de um desenvolvimento trabalhoso e digno de valor, porém possível aos que desejarem experimentá-lo.

Após a escuta criativa e a análise de diferentes músicas, podem ser propostas atividades de composição com os estudantes. Segundo Paynter, o oferecimento de uma visão interna do processo artístico, por meio da prática, é algo bastante explorado por professores de Artes Visuais, mas pode ser feito, também, na disciplina Música. A criação prática, para o autor, pode ser benéfica, não apenas

para a criatividade dos estudantes, mas, também, para o seu “entendimento a respeito do trabalho de outros artistas” (PAYNTER, 1992, p. 5).⁵⁶ Como a ideia é que se trabalhe com alunos que não têm conhecimento formal prévio de conteúdos teóricos musicais, é interessante que se evite o uso do sistema tonal, uma vez que, para utilizá-lo, é necessário que se tenha conhecimento de harmonia. Da mesma maneira, podem ser desenvolvidas, pelos próprios estudantes, com o auxílio do educador, partituras não tradicionais. Há a possibilidade, também, de se utilizar, de maneira criativa sons corporais ou de objetos presentes no ambiente no lugar de instrumentos musicais tradicionais. Diversos educadores da “segunda geração”⁵⁷, como, por exemplo, George Self, Murray Schafer e Boris Porena, além de John Paynter, mencionado anteriormente, utilizam esse tipo de abordagem em diferentes dinâmicas. A composição pode ser realizada, então, de diferentes formas, a depender da estrutura do espaço em que ocorrem as aulas, dos materiais disponíveis e das habilidades dos estudantes.

Algumas possibilidades são sugeridas a seguir:

5.2.1 Utilização de sonoridades encontradas nos materiais presentes no espaço para a construção de diferentes estruturas musicais

Nesta proposta, é sugerido que sejam utilizados os materiais presentes no espaço em que se encontram os estudantes, sejam eles instrumentos, objetos utilizados no cotidiano ou, mesmo, o próprio corpo de cada um, que é capaz de produzir uma grande quantidade de sons diferentes. Caso sejam utilizados instrumentos musicais, é interessante que suas diferentes sonoridades, inclusive as não convencionais, sejam exploradas, de maneira a promover a criatividade dos estudantes e não se ater ao sistema tonal. Podem ser desenvolvidas, então, diferentes sonoridades coletivas. Estas, podem, então, ser organizadas com base na

⁵⁶ Algo importante de se ressaltar, a respeito dessa citação, é que o autor utiliza o substantivo “outros” antes do termo “artistas”. Dessa forma, é trazida, nessa frase, a ideia de que os próprios estudantes têm, também, o potencial da criação artística.

⁵⁷ São chamados educadores musicais da “primeira geração” aqueles que desenvolveram abordagens pedagógicas ativas dentro do campo no início do século XX. Alguns deles são Émile-Jaques Dalcroze, Zoltán Kodály, Carl Orff, Shinichi Suzuki e Edgar Willems. Já a segunda geração surgiu em meados da década de 1950 e se interessava em trabalhar diferentes procedimentos de composição com os estudantes, mesmo que não tivessem conhecimento musical prévio (FONTERRADA, 2008).

forma de músicas previamente analisadas, ou seguindo estruturas formais criadas pelos próprios estudantes.

5.2.2 Construção de texturas musicais que busquem remeter a determinadas sonoridades encontradas nas faixas analisadas

A ideia por trás desta proposta é que os estudantes prestem atenção nas diferentes sonoridades presentes em diversas músicas. Elas podem ser, por exemplo, sons de instrumentos, diferentes timbres de voz ou mudanças de andamento e dinâmica. Após isso, é proposto que seja feita a imitação desses sons com os materiais disponíveis. Para isso, pode ser feita, por exemplo, a transposição do timbre de instrumentos para a voz, para sons do corpo, ou para outros instrumentos, de sonoridade parecida. É importante que ocorra o diálogo, durante esse processo, para que cada estudante entenda a visão do outro sobre as músicas analisadas, e sobre as possíveis maneiras de desenvolver sons específicos. Esse exercício tem, como principal finalidade, o direcionamento da atenção aos timbres presentes em cada música.

5.2.3 Composição a partir de elementos sorteados

Para que esse exercício possa ser realizado, é importante que, anteriormente, tenha sido feita a análise de diferentes músicas, e a listagem de seus diferentes elementos musicais. Esses elementos podem ser, por exemplo, os instrumentos utilizados, andamento, ritmos específicos, características de contorno melódico, instrumentação, temática da letra, entre outros. Cada um deles pode ser, então, anotado em um pequeno pedaço de papel para que sejam distribuídos, de forma sorteada, a grupos de estudantes. Após isso, cada grupo terá o desafio de compor uma música que utilize todos os elementos recebidos por meio desse sorteio. Por meio dessa dinâmica, é possível, ao mesmo tempo, trabalhar a criatividade e diversos conteúdos musicais, presentes nos elementos sorteados.

5.2.4 Musicalização de poemas

Essa dinâmica parte da possibilidade da utilização de elementos textuais para a criação de músicas. É proposto que os estudantes escolham, em grupo, um

poema para analisar e discutam o seu sentido e as emoções que podem ser despertadas por meio dele. Após isso, o texto pode ser utilizado como letra de uma composição a ser desenvolvida pelos próprios alunos com o intuito de expressar esse sentido e os possíveis sentimentos observados. Há a possibilidade de utilizar, também, poesias concretas, que podem ser lidas de diferentes maneiras.

Com essa atividade, busca-se trabalhar a relação que a música pode ter com a expressão de sentimentos, além de incentivar o diálogo a respeito de sua subjetividade. A capacidade de negociação dos estudantes também é trabalhada, uma vez que há a possibilidade deles não concordarem em relação a quais sons devem se relacionar a diferentes sentimentos. Portanto, para que a composição possa ser desenvolvida, é possível que alguns deles precisem ceder, aceitando a opinião dos outros, de maneira a chegar em um consenso. A utilização de poemas para o exercício de composição também é interessante pois, por meio da observação da prosódia das palavras, sejam trabalhados aspectos rítmicos e melódicos, para que soem de maneira fluente.

5.3 POSSÍVEIS UTILIZAÇÕES PEDAGÓGICAS DO SPOTIFY

As diferentes funcionalidades do Spotify analisadas, anteriormente, neste trabalho, também podem ser utilizadas de maneira pedagógica. Algumas possibilidades serão exploradas neste subcapítulo. Embora todas elas possam ser realizadas com estudantes não usuários do Spotify, é interessante que se faça o levantamento referente à utilização do serviço na turma antes de trabalhá-las, para que se saiba o grau de intimidade que os alunos têm com a plataforma. Ainda assim, mesmo que todos sejam usuários do serviço de *streaming*, é importante que seja explicado o funcionamento de cada um de seus recursos que forem utilizados em aula. Após essa explicação, podem ser realizadas diversas atividades como, por exemplo, as descritas a seguir:

5.3.1 Análise crítica de *playlists* algorítmicas

Um recurso anunciado como diferencial, por parte da equipe do Spotify, em relação às formas anteriores de acesso à música, é o seu algoritmo de recomendações personalizadas. Há a possibilidade de se criar o desafio, com os estudantes, de analisar as músicas presentes em listas algorítmicas para, então, descobrir os possíveis motivos para terem sido selecionadas. A utilização da função rádio pode ser apropriada para esse tipo de atividade. Inicialmente, o educador pode propor a escuta atenta de uma faixa. Esta, pode ser sugerida pelos estudantes para que ocorra a afirmação da relevância de seu repertório no processo de aprendizagem musical, e para que a atividade parta de um ponto interessante a eles. Pode, também, ser uma música escolhida por se relacionar com algum conteúdo estudado na disciplina. Ela pode ser analisada, então, de maneira que seus diferentes elementos sejam listados pelos alunos, com auxílio do professor, assim como mencionado na atividade 4.5.2.3 Musicalização de poemas. Neste ponto, já é possível discutir diversos conteúdos musicais e, também, fazer provocações para que a escuta se foque em determinadas nuances e particularidades da faixa. Após essas ações, a função rádio do Spotify pode ser utilizada para que seja gerada uma *playlist* algorítmica a partir dessa música. Pode ser proposta, então, a escuta analítica das faixas sugeridas, e a busca por elementos musicais presentes nelas, que sejam semelhantes aos observados na

música-base da lista. É interessante que sejam discutidas, também, as diferenças entre as músicas, e a relevância, ou não, das recomendações dadas pela plataforma.

Essa dinâmica possibilita, não apenas o incentivo à escuta analítica e criativa, mas, também, a discussão a respeito da importância do olhar crítico em relação às recomendações fornecidas pelo Spotify, que podem, realmente, se relacionar à faixa utilizada como base, mas, também, ser indicadas por motivo de parcerias comerciais com o serviço ou, mesmo, se diferenciarem devido a imperfeições da análise algorítmica. Ao mesmo tempo, determinadas músicas podem ser bastante diferentes entre si mas, ainda assim, contar com elementos semelhantes. Pode ser chamada a atenção dos estudantes para os elementos considerados agradáveis e desagradáveis a eles. Dessa maneira, podem perceber aspectos interessantes em faixas que, anteriormente, não prestariam atenção, além de observar que músicas de estilos diferentes podem ter elementos em comum.

Esse tipo de análise crítica é válido, não apenas para as recomendações do Spotify, mas, também, para qualquer indicação musical dada por outros meios. Estes, podem ser pessoas que tenham diferentes perfis, uma vez que o gosto e a opinião de cada um em relação a diferentes músicas e gêneros pode variar. Também podem ser outros tipos de mídia, diferentes do *streaming*, em que se tem contato com a música, como, por exemplo, o rádio, a televisão ou as redes sociais. Pode, também, ser incentivada a discussão, em aula, a respeito da subjetividade relacionada ao sucesso comercial de determinadas faixas famosas, por meio da sua comparação com músicas menos conhecidas, para que se investigue se existem, de fato, motivos puramente musicais para algumas fazerem mais sucesso do que outras. Ao se incentivar esse tipo de análise crítica, é promovida, também, a formação consciente do próprio gosto musical, uma vez que, antes de serem classificadas como “boas”, “ruins” ou com outros rótulos, as músicas são escutadas com atenção.

5.3.2 Análise de *playlists* editoriais voltadas a sentimentos ou contextos específicos

As *playlists* editoriais podem funcionar como ponto de partida para discussões a respeito da subjetividade interpretativa das músicas, e da tentativa do Spotify de

transformá-la em algo padronizado, para os seus diferentes usuários, sem levar em conta a sua individualidade, seus gostos pessoais e sua história pessoal. Pode ser selecionada pelo educador uma lista criada, pela equipe do Spotify, para remeter a algum sentimento, ou feita com o intuito de ser escutada durante a realização de alguma atividade. Pode-se perguntar aos alunos se há semelhança entre as faixas reproduzidas, e se eles conseguem identificar o critério para a sua seleção. Há a possibilidade de se realizar, novamente, a listagem de elementos musicais presentes em cada música para que se evidenciem as suas semelhanças e diferenças. Nesse caso, porém, é importante que os estudantes saibam que a lista supostamente se relaciona a algum tipo de sentimento ou atividade sugeridos na plataforma, para que as músicas sejam analisadas não apenas com base em seus elementos musicais, mas, também, com o intuito de relacioná-las a diferentes critérios, subjetivos. Algumas perguntas motivadoras, como, por exemplo, “onde você se imagina escutando essas músicas?” ou “como você acha que o compositor estava se sentindo quando escreveu essas faixas?” podem auxiliar no pensamento para esse tipo de análise. É interessante que todas as opiniões sejam registradas, por meio de anotações, para que, depois, possam ser consultadas.

Após concluída essa fase, pode ser revelado o critério para a seleção das músicas – no caso, a possibilidade de elas se relacionarem, de alguma maneira, a um determinado sentimento, por exemplo, ao de felicidade, ou a alguma atividade, por exemplo, estudar – para que se inicie uma discussão a respeito da existência de elementos que levem cada uma das faixas escutadas a expressar a emoção proposta. Há a possibilidade de parte dos estudantes não acreditarem que seja possível expressar sentimentos pela música, sem que eles estejam em sua letra, ou de acreditarem que isso é possível, mas que as faixas presentes na lista não se relacionam ao sentimento proposto. Esses são assuntos importantes de serem discutidos, de maneira que todos os alunos possam expor seus pontos de vista e, possivelmente, criar novas opiniões.

5.3.3 O estudante como Spotify

Além de dinâmicas baseadas na análise das *playlists* do Spotify, pode ser proposto que os estudantes desempenhem diversas funções presentes no Spotify como, por exemplo, a de seu algoritmo de recomendações ou de sua equipe

curadora. Há a possibilidade de os estudantes, após o exercício com as listas editoriais, criarem as suas próprias listas, voltadas a remeterem a diferentes sentimentos ou serem escutadas durante determinadas atividades. Assim como ocorre no Spotify, podem ser fornecidas, também, pelos estudantes, descrições para essas listas. É importante que seja montado um material adicional que explique o motivo para que tenham selecionado cada uma das músicas apresentadas. Nesse material, pode ser exposto, inicialmente, o critério que os estudantes utilizaram para procurar pelas faixas. Depois, pode ser explicado como cada uma delas se encaixa nesse parâmetro. Tanto a lista como esse material podem ser apresentados, então, à turma e comparados com os dos outros colegas, de maneira que se evidencie a maneira pela qual ocorre uma padronização dos parâmetros de escolha das faixas para cada *playlist*. Essa dinâmica pode ser realizada em grupos ou individualmente.

Outra dinâmica que pode ser realizada, ainda seguindo a temática de os estudantes assumirem funções do Spotify, é propor que eles avaliem diferentes músicas de acordo com os recursos de áudio do algoritmo da plataforma, descritos no tópico 2.2.2 deste trabalho⁵⁸ para, então, produzirem *playlists* que simulem as algorítmicas, por meio do agrupamento de músicas de acordo com esses recursos. As músicas a serem analisadas podem ser fornecidas pelo próprio educador ou sugeridas pelos estudantes. A presença de músicas de gêneros diferentes pode ser interessante, pois ajuda a demonstrar que, mesmo que determinadas músicas tenham sonoridades bastante diferentes entre si, podem ter elementos em comum, como, por exemplo, seu andamento, tonalidade e fórmula de compasso. Por essa razão, podem ser agrupadas, então, em uma mesma lista.

5.3.4 Utilização de outras mídias fonográficas

Nessa dinâmica, a ideia é que seja explicado, pelo educador, o funcionamento básico de outras plataformas de acesso à música, anteriores ao *streaming*. Isso pode ser feito em conjunto com a sua observação, em aula, para que cada uma das experiências de escuta seja analisada pelos estudantes. Algumas possibilidades seriam, por exemplo, escutar um lado inteiro de um disco de vinil ou

⁵⁸ Os recursos de áudio do algoritmo do Spotify descritos nesta dissertação são: acústica, dançabilidade, duração, energia, instrumentalidade, tonalidade, modo, fala, andamento, fórmula de compasso e valência.

analisar a programação de uma estação de rádio. Após isso, as diferentes mídias podem ser utilizadas de formas não convencionais, como materiais para improvisação coletiva.

Algumas possibilidades, nesse âmbito, utilizando o aparelho de rádio, toca discos e gravador, além de instrumentos e sons vocais, são descritas por Boris Porena em seu livro “Kinder-Musik” (2017), na coleção “Dez utilizações heterodoxas”. A primeira delas envolve a utilização dos diferentes comandos presentes em um aparelho de rádio, como o controle de volume ou de sintonização de frequência, para descaracterizar ou contradizer a música transmitida. Podem ser utilizados múltiplos rádios ao mesmo tempo e, também, convidar um estudante para ser regente, para que o exercício se torne uma experiência de improvisação coletiva. Nesse caso, deve ser ressaltada a importância das pausas na execução de cada um. Podem ser utilizados, também, em diferentes dinâmicas, os comandos presentes no toca discos, como, por exemplo, o controle de velocidade de rotação, que pode mudar, ao mesmo tempo, o andamento e a altura da música.

Porena indica, também, maneiras de utilizar criativamente gravadores de áudio. Embora, hoje em dia, essa seja uma funcionalidade presente nos aparelhos celulares, pode-se utilizar a oportunidade para que os estudantes tenham contato com gravadores de fita K7, caso esse equipamento esteja disponível, de maneira a conhecerem mais um tipo de mídia. Podem, então, ser gravadas linhas melódicas ou, como indicado por Porena, “ruídos vocais ou não (gritos, assobios, palavras incompreensíveis, barulhos variados, etc.)” (PORENA, tradução por CAVALHEIRO, FONTERRADA, no prelo), para que se atinja um efeito cômico. Essa gravação pode, então, ser reproduzida enquanto outro grupo de estudantes improvisa, com a utilização de instrumentos ou voz, de maneira a criar respostas para os sons gravados.

Outras dinâmicas, com a utilização de diferentes aparelhos ao mesmo tempo e assumindo o *streaming* como material para a improvisação também podem ser realizadas. Há a possibilidade, por exemplo, de se ter um grupo de estudantes que sugira diferentes palavras, em português ou traduzidas para outros idiomas, para serem colocadas no campo de busca do Spotify, de maneira a encontrar músicas inesperadas para serem reproduzidas durante o exercício. Caso sejam utilizadas palavras estrangeiras, serão encontradas músicas de diferentes países, com tradições musicais distintas. Essas músicas podem, então, ser adicionadas a uma

playlist com o nome do exercício para serem escutadas em outro momento. A busca por palavras inusitadas nos serviços de *streaming* é, por si só, um exercício que pode, inclusive, auxiliar os estudantes a encontrarem músicas desconhecidas por eles.

Após a observação das diferentes mídias mencionadas e a sua utilização em exercícios de improvisação, pode ser realizada uma discussão a respeito de seus diferentes aspectos, com o compartilhamento das opiniões dos estudantes a respeito de cada uma delas e da experiência em geral. A ideia, por meio desse conjunto de atividades, é que os alunos, além de trabalharem a própria criatividade e terem contato com um panorama histórico a respeito das mídias fonográficas, durante o momento de sua observação e análise, concentrem a atenção em materiais longos, principalmente nas formas de acesso à música que não permitem que se avance de uma faixa para a outra, como é o caso do rádio. Essas dinâmicas podem ser, também, um ponto de partida para iniciar a discussão a respeito de como diferentes formatos de mídia afetam os processos de escuta e composição musical, seja por razão de seus aspectos físicos, como ocorre com os discos de vinil, ou por motivos de logística e divulgação, como acontece nas redes sociais, que tendem a favorecer materiais curtos.⁵⁹

⁵⁹ Esse assunto é abordado no subcapítulo 4.4 Os efeitos da repetição no gosto musical

5.4 CONSIDERAÇÕES A RESPEITO DAS DINÂMICAS PROPOSTAS

É importante que os alunos sejam informados de que a ideia, para cada uma das dinâmicas apresentadas ao longo deste capítulo, é que seja estabelecido o diálogo entre eles, sem que, necessariamente, se chegue a um consenso. Assim, as divergências de opiniões podem ser abraçadas como algo benéfico à turma, que leva à diversidade, de maneira a contribuir “para o amadurecimento dos estudantes” (SÃO PAULO, 2016, p. 78) e para a formação de opiniões autônomas. No momento de trabalhar com diferentes músicas, deve-se lembrar, também, que faixas apreciadas pelos alunos podem ser fatores que dizem respeito à identidade de alguns deles, e a que eles atribuem sentimentos intensos. Por essa razão, ao iniciar discussões a respeito delas, “existe a possibilidade de confrontação, expressão vigorosa das ideias e até de conflito” (hooks, 2013, p. 56). Há, também, a possibilidade de os adolescentes tentarem agradar uns aos outros durante as atividades, devido à importância que dão para o pertencimento a grupos de amigos que, por vezes, se formam em torno de estilos musicais específicos. Quando isso ocorre, há a possibilidade de os estudantes deixarem de expressar algumas de suas opiniões, que podem ser vistas como impopulares pelos outros, ou de mentirem em relação ao seu gosto musical.

Com um bom direcionamento, por parte do educador, porém, as discussões podem se tornar um espaço para que todos tenham a sua própria voz valorizada, ao perceberem que ela pode expressar o seu conhecimento, gosto e repertório próprio. Dessa maneira, é possível estabelecer um sentimento de “comunidade na sala de aula” que, por sua vez, “cria a sensação de um compromisso compartilhado e de um bem comum que” a une (hooks, 2013, p. 58). Uma maneira de contribuir para que os estudantes se sintam confortáveis em participar de forma integral das discussões, é contar com a participação do próprio educador. Isso se dá pois, segundo bell hooks, “quando os professores levam narrativas de sua própria experiência para a discussão em sala de aula, elimina-se a possibilidade de atuarem como inquisidores oniscientes e silenciosos” (hooks, 2013, p. 35).

Por meio das dinâmicas propostas, além de serem explorados diversos conceitos musicais e elementos técnicos, é exercitada a atenção e o pensamento crítico individual a respeito de diferentes músicas e formatos de mídia, o que pode levar os estudantes, inclusive, a questionarem se o próprio fechamento a

determinados estilos musicais, por razão dos grupos a que pertencem, é algo interessante. Dessa maneira, contribui-se para a formação consciente do repertório musical dos estudantes, que se consolidará em seu gosto musical, além de seu processo de escuta.

Outro ponto do Spotify possível de ser explorado por educadores musicais é o da facilidade de subir músicas para o catálogo do serviço. Diferentemente das mídias físicas e de outros canais de acesso à música, como o rádio e a televisão, para que uma faixa seja publicada no Spotify, não é necessário que haja investimento financeiro ou a indicação de profissionais que trabalhem para o serviço. É necessário, apenas, que o artista esteja cadastrado em uma plataforma de distribuição parceira. Embora algumas dessas plataformas sejam pagas, outras são gratuitas, e têm como a principal diferença o menor repasse, aos músicos, das arrecadações por meio do serviço. Ainda assim, do ponto de vista pedagógico, a possibilidade de publicar as próprias faixas no Spotify é um fator que pode ser utilizado a favor do incentivo à criação musical por parte dos estudantes.

Composições e arranjos desenvolvidos em aula, ou individualmente, podem ser gravados e carregados no serviço. Dessa forma, passam a fazer parte do catálogo da plataforma, de maneira a compartilhar um espaço em comum com as faixas de artistas apreciados pelos estudantes. Assim, além de se promover o compartilhamento das próprias criações e performances musicais com outras pessoas, é proporcionada uma aproximação do aluno, independentemente de seu nível de conhecimento, com artistas reconhecidos, de carreira musical consolidada, e que podem ser suas referências. A simples disponibilização de uma faixa na plataforma pode ser utilizada para enfatizar a ideia de que a criação musical não é possível apenas para aqueles que têm uma espécie de inspiração divina, dons, ou habilidades específicas extremamente desenvolvidas, mas algo livre e disponível a todos. Isso é importante, uma vez que,

muitas vezes, tem-se a tendência de considerar o artista um ser sobre-humano, espécie de super-herói e, portanto, inatingível. Ou de se pensar que artista é aquele que vive da própria arte, sobe num palco para fazer espetáculos, vende CDs e aparece na TV e na imprensa. (SÃO PAULO, 2016, p. 70)

A ideia de que o artista é um ser sobre humano, semelhante a um herói, e que a possibilidade de errar não é considerada viável é explorada, do ponto de vista

do artista, no quinto capítulo do livro “The artistic turn: a manifesto” (2009), intitulado “Doubts and Vulnerability”,⁶⁰ de Kathleen Coessens, Darla Crispin e Anne Douglas. Segundo as autoras, existe a expectativa, por parte do público, de que o artista consiga, transcender a humanidade ao mesmo tempo que a reflete e ilumina suas qualidades. Ao ter as suas músicas disponibilizadas no Spotify, os alunos podem, então, desenvolver a ideia de que o fazer artístico é livre para todos que se dispuserem a experimentá-lo, além de terem a possibilidade de compartilhar o próprio trabalho com a família e amigos de forma simples.

Embora, neste subcapítulo, tenham sido exploradas algumas possibilidades de repercussão desta pesquisa em ambientes de ensino-aprendizagem musical, é importante ressaltar o caráter maleável de todas as práticas aqui sugeridas. Assim como cada voluntário desta pesquisa relatou experiências musicais diferentes um do outro, cada turma de estudantes é formada por indivíduos únicos, que terão suas próprias experiências, gostos e hábitos ligados à música. Terão, também, interesses diferentes em relação aos encontros pedagógicos. Da mesma maneira, diferentes educadores têm suas próprias bagagens musicais e pedagógicas. Espera-se, portanto, que as sugestões aqui fornecidas sejam adaptadas a cada contexto, de maneira a funcionarem como possibilidades para melhor satisfazer as necessidades e expectativas dos alunos.

⁶⁰ Respectivamente, “A virada artística: um manifesto” e “Dúvidas e Vulnerabilidade”, tradução nossa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta seção, é realizada uma recapitulação dos resultados de cada um dos capítulos desta dissertação. São, também, apresentadas questões consideradas, por este pesquisador, importantes de serem enfatizadas, além de expectativas relacionadas às possíveis repercussões desta pesquisa.

O principal objetivo desta pesquisa foi investigar as maneiras pelas quais os serviços de *streaming* de áudio afetam os processos de escuta de adolescentes e, dessa forma, influenciam a formação de seu gosto musical. Para isso, inicialmente, foi realizado um estudo aprofundado a respeito do funcionamento do Spotify, serviço amplamente utilizado no Brasil e no mundo, descrito no capítulo 2 desta dissertação.

É importante mencionar que, como o objeto de pesquisa é uma mídia atual e em constante desenvolvimento, diversas funcionalidades novas surgiram ao longo da elaboração deste trabalho, enquanto outras se modificaram. Entende-se, portanto, que o estudo aqui realizado está fadado à rápida desatualização em alguns de seus pontos. Ainda assim, foi possível perceber que as novas funcionalidades surgidas são, geralmente, releituras dos recursos já presentes na plataforma. Um exemplo disso é a ordem aleatória inteligente: função que surgiu após a realização das entrevistas com os voluntários desta pesquisa, mas que se assemelha à prática já realizada por um dos jovens, de utilizar a função “enriquecer” em suas próprias *playlists* e escutá-las em modo aleatório. Dessa maneira, espera-se que, mesmo que no futuro o Spotify ou outras plataformas de *streaming* possam ter novas funcionalidades, seu cerne, aqui descrito, continue semelhante, e este seja um possível material de consulta a respeito de seu funcionamento.

Embora diferentes formas de difusão musical anteriores também possam exercer influência sobre seus ouvintes, foi possível perceber, por meio do estudo a respeito do Spotify e dos relatos dos voluntários desta pesquisa, que o *streaming* traz consigo algumas peculiaridades que podem influenciar o processo de escuta de seus usuários de maneira diferenciada. Essas peculiaridades se iniciam no momento em que o usuário começa a utilizar o serviço e, para isso, precisa fornecer seus dados pessoais, ou vincular o seu acesso a um perfil de rede social. A partir daí, são fornecidos, pela plataforma, conteúdos personalizados, sejam essas músicas específicas que supostamente se relacionam às outras escutadas pelo ouvinte ou, mesmo, propagandas de produtos, serviços, músicas e *podcasts*.

O contato com um catálogo de faixas extremamente amplo pode dar a ideia de infinitude, mesmo que nele não estejam presentes músicas de determinados artistas. Ao mesmo tempo que é garantido, aos usuários do Spotify, o fácil acesso a variados materiais, diferentes mecanismos da plataforma podem levar ao direcionamento dos ouvintes a nichos específicos dentro dessa imensidão de opções. Alguns desses mecanismos se aplicam a todos os usuários que utilizarem

as diferentes funcionalidades do serviço de *streaming*. É o caso, por exemplo, da curadoria realizada por parte da equipe do Spotify para a elaboração de listas editoriais; e da seleção de faixas realizada pelo algoritmo da plataforma para cada um de seus ouvintes, em conjunto com a utilização do argumento de que as músicas indicadas se relacionam ao gosto do usuário. Outros desses mecanismos referem-se às limitações do Spotify gratuito, que se aplicam a todo o material disponível no serviço, com a exceção de determinadas *playlists*. É indicado, também, que o Spotify realiza parcerias comerciais, que podem influenciar as recomendações de determinadas músicas a cada usuário. Não existe, porém, transparência por parte da equipe da plataforma em relação a maneira como isso ocorre.

No terceiro capítulo deste trabalho, foram relatadas as dinâmicas com voluntários adolescentes, que envolveram um grupo focal e entrevistas semiestruturadas. Nesse ponto, é importante enfatizar que, como esta pesquisa foi desenvolvida durante o período da pandemia de COVID-19, em que o distanciamento social era recomendado, todas as dinâmicas tiveram que ser realizadas de maneira remota. Ocorreu, portanto, uma limitação na amostragem deste estudo, o que aponta para a necessidade da elaboração de novos trabalhos a respeito do mesmo tema, mas que contem com dinâmicas presenciais e abordem jovens que não têm acesso à internet no dia a dia. Ainda assim, todas as dinâmicas da pesquisa foram realizadas por um único pesquisador, que atualizava a sua guia de perguntas a cada encontro para que novos tópicos fossem abordados. Foi possível realizar a análise aprofundada das respostas obtidas, com um olhar a cada um dos adolescentes como indivíduo singular.

Outro ponto importante relacionado à captação de voluntários foi a busca por jovens que estivessem verdadeiramente interessados em participar da pesquisa. Um indicador de que se obteve sucesso com essa questão foi o fato de que diferentes voluntários terem me procurado, após a realização das dinâmicas, para saber mais sobre o desenvolvimento do trabalho. Uma das jovens, inclusive, me convidou para ser entrevistado em um trabalho em grupo que estava realizando em sua escola, em que ela escolheu como tema a relação entre a Música e a Psicologia.

Embora os voluntários desta pesquisa tenham apontado que as questões mencionadas anteriormente, relacionadas aos diferentes mecanismos e funcionalidades presentes no Spotify, possam influenciar a formação do gosto

musical, outros fatores também foram considerados bastante importantes. As redes sociais, principalmente o TikTok, demonstraram grande influência, não apenas na formação do repertório dos jovens mas, também, na maneira pela qual eles têm acesso a conteúdos musicais. Elas são, também, um ambiente em que eles podem expor uma versão, não necessariamente verdadeira, da própria vida e identidade pessoal, assim como procurar referências nesse âmbito, sejam elas os próprios colegas ou influenciadores digitais. As redes sociais consistem, portanto, em um campo de estudo importante de ser trabalhado em novas pesquisas.

Ao realizar, no dia 28 de junho de 2023 a busca simples pelo termo “TikTok” na base de dados Athena, da biblioteca da UNESP, foram encontrados 3149 resultados relacionados a diferentes áreas de conhecimento, como, por exemplo, da Psicologia e da Saúde. Ao refinar a pesquisa para que só fossem apresentados resultados que tivessem o termo “Música” como assunto, porém, foi exibido apenas um material: o TCC de graduação em Licenciatura em Música da UNESP chamado “algoRITMO: gosto musical programado” (2021) do estudante Gabriel Boscolo dos Santos. O fato de ser um trabalho recente e de graduação pode indicar a possibilidade de novos pesquisadores passarem a demonstrar interesse por esse assunto. Ao mesmo tempo, a escassez de trabalhos em português que abordem a rede dentro do campo da música demonstra a importância de seu estudo.

É interessante comentar que poucos voluntários consideraram as convivências em família como influentes em relação à formação do seu gosto musical. Ainda assim, estiveram presentes em diversos relatos, que demonstraram que essa influência, por parte da família, se dá, em geral, de forma não consciente. Isso indica a possibilidade de o trabalho conjunto entre educadores musicais e famílias de estudantes, com o incentivo a diálogos a respeito de música, ser benéfico para a expansão do repertório estilístico de ambos os lados.

Como o estudo aqui realizado indica que um dos principais pontos de influência do Spotify sobre os seus usuários são as recomendações, sejam elas algorítmicas, ou feitas a partir de curadoria editorial, foram propostas práticas pedagógicas que trabalham com essa questão, por meio de diferentes abordagens. Dessa maneira, elas são válidas, não apenas para as recomendações fornecidas pelo serviço mas, também, para as trazidas por qualquer outro meio. Foram propostas, também, no subcapítulo 5.3 “Possíveis utilizações pedagógicas do Spotify” (p. 208), possibilidades de utilização da plataforma de *streaming* em sala de

aula. Essas possíveis práticas, também, podem ser úteis para ambos os públicos, o de usuários o de não usuários do serviço, e podem ser adaptadas a ambientes em que não se tem acesso à plataforma.

A discussão a respeito das faixas recomendadas, por sua vez, se mostrou importante, também, para que os estudantes procurassem criar e embasar as próprias opiniões a respeito do que consideram músicas interessantes. Neste ponto, deve-se ressaltar que em duas das entrevistas realizadas foi mencionada a possibilidade de alguns estilos musicais não serem considerados música. O que chama a atenção, porém, é o fato de, em ambos os casos, os estilos, *rap* e *funk*, serem originados de grupos marginalizados da população. Isso levanta a possibilidade de esse julgamento, que, segundo os voluntários, é relacionado às características musicais dos estilos, ter sido feito, na verdade, com base em questões sociais. Esse, portanto, é um assunto importante de ser investigado em futuros estudos.

Optou-se por valorizar, nas práticas propostas neste trabalho, o exercício da escuta atenta a elementos musicais, que pode ser realizada, mais tarde, pelos estudantes, em qualquer experiência de escuta, mesmo que desvinculada do ambiente pedagógico. Considerou-se importante, também, o incentivo ao trabalho com composição, para que os alunos tenham a chance, não apenas de observarem, mas vivenciarem os elementos musicais analisados e compartilharem a sua criação, de maneira a experienciarem o papel de artista. Espera-se que as práticas aqui apresentadas sejam vistas como um ponto de partida para o exercício da criatividade de cada educador, que as adaptará às necessidades e interesses de seus estudantes, de maneira a, ao mesmo tempo, valorizar o seu repertório, expandi-lo e promover a construção consciente do gosto musical.

Embora esta seção deste trabalho seja chamada Considerações Finais, não considero que este seja o fim desta investigação. Embora este trabalho contribua para a discussão ligada à relação que os jovens da atualidade têm com a tecnologia, no que diz respeito à sua escuta musical, esse é um campo de estudos em constante mudança. Sendo assim, espera-se que novas pesquisas a respeito desse assunto sejam feitas, em diferentes áreas de estudo. Percebo que durante a realização desta pesquisa de mestrado, me tornei outra pessoa. Me considero, hoje em dia, um melhor educador, pesquisador e músico do que anteriormente. Da mesma forma, espero que os assuntos aqui abordados possam auxiliar no

desenvolvimento de práticas e pesquisas de outros indivíduos que também se preocupam com as formas pelas quais os processos de escuta musical se dão na atualidade.

REFERÊNCIAS

ABOUT Spotify. **Spotify.com**, For The Record, [s./], 26 nov. 2018. Disponível em: <https://newsroom.spotify.com/company-info/>. Acesso em: 20 abr. 2022.

ACADEMIA. **Anja Nylund Hagen** | University of Oslo. Academia.edu, [s./] 20 jun. 2021. Disponível em: <https://ui.o.academia.edu/AnjaNylundHagen>. Acesso em: 11 mar. 2022.

ADORNO, T. W.; SIMPSON, G. On popular music. **Soundscapes**, v. 2, jan. 2000. Publicado originalmente em *Studies in Philosophy and Social Science*, Institute of Social Research, New York: 1941, IX, 17-48. Disponível em http://www.icce.rug.nl/~soundscapes/DATABASES/SWA/On_popular_music_1.shtml. Acesso em: 22 ago. 2020.

AMPLIFYING Artist Input in Your Personalized Recommendations. **Spotify.com**, For the Record, [s. /], 2 nov. 2020 Disponível em: <https://newsroom.spotify.com/2020-11-02/amplifying-artist-input-in-your-personalized-recommendations/>. Acesso em: 18 mai. 2023.

ANDERSON, A. et al. **Algorithmic Effects on the Diversity of Consumption on Spotify**. Proceedings of The Web Conference 2020 (WWW '20). Taipei, Taiwan: ACM, 20 - 24 abr. 2020.

ANTUNES, A. **as coisas**. 9. ed. São Paulo: Iluminuras, 2006.

BIOGRAFIA. **Sala de Concerto J. Jota de Moraes**, [s./], 2015. Disponível em: <http://www.jjotademoraes.com.br/biografia/>. Acesso em: 12 abr. 2022

BNCC. **Base Nacional Comum Curricular: educação é a base**. Ministério da Educação, , 2018. Disponível em: http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518-versaofinal_sit e.pdf. Acesso em: 14 jun. 2023.

BRANDT, A.; SLEVC, R.; GEBRIAN, M. **Music and Early Language Acquisition**. Frontiers in Psychology, v. 3, Suíça: 2012. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2012.00327/full>. Acesso em 25 abr. 2022.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de lei nº 1048, de 2003**. Acrescenta dispositivo à Lei no 4.117, de 27 de agosto de 1962, que "Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações". Brasília: Câmara dos Deputados, 2003. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=node0ltzm5ewnt7vj182s89zx2y47e61372379.node0?codteor=134409&filename=PL+1048/2003. Acesso em: 28 mar. 2022.

CARONE, I. A face histórica de "On Popular Music". **Constelaciones – Revista de Teoría Crítica**, v. 3, p. 148–178, dez 2011.

COESSENS, K.; CRISPIN, D.; DOUGLAS, A. **The Artistic Turn: A Manifesto**. Leuven: University of Leuven Press, 2009.

COGO-MOREIRA, H.; ÁVILA, C. R. B.; PLOUBIDIS, G. B.; MARI, J. J. Effectiveness of Music Education for the Improvement of Reading Skills and Academic Achievement in Young Poor Readers: A Pragmatic Cluster-Randomized, Controlled Clinical Trial. **PLOS ONE**, v. 8, n. 3, p. e59984, 27 mar. 2013.

CORNWALL, T. "timmmhotep". **Getting Started with Marquee**. Spotify.com, Spotify for Artists. 22 nov 2021. Disponível em: <https://artists.spotify.com/blog/getting-started-with-marquee>. Acesso em: 3 fev. 2023.

DEMO, P. **Metodologia da investigação em educação [livro eletrônico]**. Curitiba: InterSaberes, 2013. Disponível em: https://unesp.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=alma999546658606341&context=L&vid=55UNESP_INST:UNESP&lang=pt&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&query=any,contains,Pedro%20DEMO%20educação&offset=0. Acesso em: 23 dez. 2022

DENT, M. **The Economics of Spotify**. The Hustle, [s.l.], 05 fev. 2022. Disponível em: <https://thehustle.co/the-economics-of-spotify/>. Acesso em: 14 mar. 2022.

DIAS, C. A. **GRUPO FOCAL: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas**. Informação & Sociedade: Estudos, v. 10, n. 2, João Pessoa: 30 jan. 2000. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/330/252>. Acesso em 14 jun. 2022.

FIVE Things to Know About Spotify HiFi. **Spotify.com**, For the Record, [s.l.], 22 fev. 2021. Disponível em: <https://newsroom.spotify.com/2021-02-22/five-things-to-know-about-spotify-hifi/>. Acesso em: 12 maio. 2022.

FONTEERRADA, M. T. DE O. **De tramas e fios: um ensaio sobre música e educação**. 2. ed. São Paulo: Editora UNESP, 2008.

FONTEERRADA, M. T. DE O. **Educação Musical. Investigação em quatro movimentos: prelúdio, coral, fuga e final**. São Paulo: PUC. Dissertação de Mestrado. 1991.

FRANCO, M. **TikTok aumenta duração máxima de vídeos para 10 minutos**. Redes sociais. TechTud [s.l.], 02 mar. 2022. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/03/tiktok-aumenta-duracao-maxima-de-video-para-10-minutos.ghtml>. Acesso em: 11 out. 2022.

GATTI, B. A. **Grupo focal na pesquisa em ciências sociais e humanas**. Série Pesquisa em Educação, v. 10. Brasília: Liber Livro, 2005.

GOVERNO de SP começa a vacinar adolescentes de 12 a 17 anos nesta quarta-feira. **G1 SP**, São Paulo, 16 ago. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2021/08/16/governo-de-sp-comeca-a-vacinar-adolescentes-de-12-a-17-anos-nesta-quarta-feira.ghtml>. Acesso em: 11 ago. 2022.

GRANDSTAFF, M. A Educação não formal como conceito. **Perspectivas: revista trimestral de educação da UNESCO**, v. 8, n. 2, p. 177–182, 1978.

HABIBI, A.; DAMASIO, A.; ILARI, B.; SACHS, M. E.; DAMASIO, H. Music training and child development: a review of recent findings from a longitudinal study. **Annals of the New York Academy of Sciences**, 6 mar. 2018.

HAGEN, A. N. **The Playlist Experience**: Personal Playlists in Music Streaming Services. *Popular Music and Society*: Vol 38, No 5. [S./.] 10 mar. 2015. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03007766.2015.1021174>. Acesso em: 7 mar. 2022.

HARGREAVES, D. J. The Effects of Repetition on Liking for Music. **Journal of Research in Music Education**, v. 32, n. 1, 1984.

HARGREAVES, D. J.; MIELL, D.; MACDONALD, R. A. R. What are musical identities, and why are they important. Em: **Musical Identities**. Oxford: Oxford University Press, 2002. p. 1–20.

HARGREAVES, D. J.; NORTH, A. C.; TARRANT, M. Musical Preference and Taste in Childhood and Adolescence. Em: G. E. McPherson (Ed.), **The Child as Musician**: A handbook of musical development. Oxford: Oxford University Press, 2006. p. 135–154.

HERSCHMANN, M. **Indústria da música em transição**. [S. /.]: Estação das Letras, 2010.

HOLBROOK, M. B.; SCHINDLER, R. M. **Some Exploratory Findings on the Development of Musical Tastes**. *Journal of Consumer Research*, v. 16, p. 119–124. Chicago: jun. 1989.

HOLOCHWOST, S. J.; PROPPER, C. B.; WOLF, D. P.; WILLOUGHBY, M. T.; FISHER, K. R.; KOLACZ, J.; VOLPE, V. V.; JAFFEE, S. R. Music education, academic achievement, and executive functions. **Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts**, v. 11, p. 147–166, 2017.

HOOKS, b. **Ensinando a transgredir: a educação como prática da liberdade**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2013.

IFPI. **IFPI Engaging with music 2021**. [S./.], 2021a. Disponível em: <https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2021/10/IFPI-Engaging-with-Music-report.pdf>. Acesso em 10 ago. 2022.

IFPI. **Global Music Report 2022**: State of the industry. [S./.], 2022. Disponível em: https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2022/04/IFPI_Global_Music_Report_2022-State_of_the_Industry.pdf. Acesso em: 19 abr. 2022.

IFPI. **Global Music Report**: The Industry in 2019. [S./.], 04 mai. 2020a. Disponível em <https://www.ifpi.org/resources/>. Acesso em 24 ago. 2020.

IFPI. **IFPI Global Music Report 2021**: State of the industry. [S./], 2021b. Disponível em: https://gmr2021.ifpi.org/assets/GMR2021_State%20of%20the%20Industry.pdf. Acesso em: 14 jul. 2021.

IFPI. **Our members**. 17 jun. [S./], 2020b. Disponível em: <https://www.ifpi.org/members/our-members/>. Acesso em: 14 mar. 2022.

ILARI, B. **Música na infância e na adolescência**: um livro para pais, professores e aficionados [livro eletrônico]. Curitiba: Editora Intersaberes, 2013.

INGHAM, T. **Slowly but surely, the major labels' dominance of Spotify is declining**. Music Business Worldwide. Londres, 01 mar. 2021. Disponível em: <https://www.musicbusinessworldwide.com/slowly-but-surely-the-major-labels-dominance-of-spotify-is-declining/>. Acesso em: 25 mar. 2022.

INSIDE Tracks. **Spotify.com**, Spotify Advertising, [s./], [202?], Disponível em: <https://ads.spotify.com/pt-BR/noticias-insights/inside-tracks/>. Acesso em: 2 mar. 2022.

INSTAGRAM. **Introducing Instagram Stories**. Instagram Blog, [s./] 02 ago. 2016. Disponível em: <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-stories>. Acesso em: 11 mar. 2022.

INSTAGRAM. **Sobre**, 12 dez. 2019. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br>. Acesso em: 26 dez. 2022

JACOB, E. **How much does Spotify pay per stream?** What you'll earn per song, and how to get paid more for your music. Business Insider, Nova Iorque, 24 fev. 2021. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/how-much-does-spotify-pay-per-stream>. Acesso em: 14 mar. 2022.

JASCHKE, A. C.; HONING, H.; SCHERDER, E. J. A. Longitudinal Analysis of Music Education on Executive Functions in Primary School Children. **Frontiers in Neuroscience**, v. 12, 2018.

JOE Rogan: mentiras e preconceitos do podcaster que fez Neil Young pedir para sair do Spotify. **G1**, Pop & Arte, [s./], 27 jan. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2022/01/27/joe-rogan-mentiras-e-preconceitos-do-podcaster-que-fez-neil-young-pedir-para-sair-do-spotify.ghtml>. Acesso em: 29 nov. 2022.

KATZ, M. **Capturing Sound**: how technology has changed music. Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 2004.

KAUFMAN, G. **Musicians Vs. Spotify: Artists Who Have Joined Neil Young in Removing Their Music**. **Billboard**, [s./] 3 fev. 2022. Disponível em: <https://www.billboard.com/lists/musicians-who-left-spotify-neil-young-removed-music/>. Acesso em: 29 nov. 2022

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** Série: Temas básicos de educação e ensino. São Paulo: EPU, 1986.

MACDONALD, R. A. R.; MIELL, D.; WILSON, G. Talking about music: a vehicle for identity development. Em: **Musical Communication.** Oxford, Oxford Scholarship Online, 2012.

MAIA, A. F.; ANTUNES, D. C. Música, indústria cultural e limitação da consciência. **Revista Mal-estar E Subjetividade**, v. 8, n. 4, p. 1143–1176. Universidade de Fortaleza. Fortaleza: dez. 2008.

MAIS de 155 milhões de brasileiros possuem celular para uso pessoal, aponta IBGE. **Correio do Povo**, Jornal com Tecnologia, Porto Alegre: 16 set. 2022. Disponível em: <https://www.correiodopovo.com.br/jornalcomtecnologia/mais-de-155-milh%C3%B5es-de-brasileiros-possuem-celular-para-uso-pessoal-aponta-ibge-1.891007>. Acesso em: 27 mar. 2023.

MAKING Spotify's Exclusive Content Inclusive to Creators and Listeners. **Spotify.com**, For the Record, [s. l.] 19 ago. 2021. Disponível em: <https://newsroom.spotify.com/2021-08-19/making-spotifys-exclusive-content-inclusive-to-creators-and-listeners/>. Acesso em: 14 mar. 2022.

MATOS, T. **Quanto um compositor ganha pelo seu play em streamings?** Entenda o pagamento de direitos autorais. **G1 Pop & Arte: Música**, [s. l.] 06 jun. 2021, Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/06/11/quanto-um-compositor-ganha-pelo-seu-play-em-streamings-entenda-o-pagamento-de-direitos-autorais.ghtml>. Acesso em: 13 abr. 2023.

MEET the team: How Spotify's Newest Personalized Experience, Blend, Creates a Playlist for You and Your Bestie. **Spotify.com**, For the Record, [s. l.], 31 ago. 2021. Disponível em: <https://newsroom.spotify.com/2021-08-31/how-spotifys-newest-personalized-experience-blend-creates-a-playlist-for-you-and-your-bestie/>. Acesso em: 6 out. 2021.

MEME. In: **CAMBRIDGE Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus**, internet & telecoms. Cambridge: Cambridge University Press, [s. d.]. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/meme>. Acesso em: 20 out. 2022.

META. **Facebook.** [S. l.], 2022. Disponível em: <https://about.meta.com/technologies/facebook-app/>. Acesso em: 26 dez. 2022

META. **How Instagram Stories Differ From Facebook Stories.** Meta for Business, [s. l.], 12 out. 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/help/902031190181401>. Acesso em: 11 mar. 2022.

MILLAN, B. T. M. **Gosto se discute:** desenvolvimento de pedagogias voltadas à construção consciente do gosto musical na atualidade. TCC de Licenciatura em Educação Artística – Música. São Paulo: Faculdade Santa Marcelina, 2020.

MINAYO, M. C. DE S. et al. **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade.** 21. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

MOLINARI, P.; OLIVEIRA, R. J. DOS S. Elena Lucca - Trajetórias e Encontros. **MusiMid: Revista Brasileira de Estudos em Música e Mídia**, v. 3, n. 2, p. 109–114, 2022. Disponível em: <https://revistamusimid.com.br/index.php/MusiMid/article/view/147>. Acesso em: 13 mar. 2022.

MORAES, J. J. DE. **O que é música?** 2 ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

MORRIS, J. W.; POWERS, D. **Control, Curation and Musical Experience in Streaming Music Services.** Creative Industries Journal, Londres, v. 8:2, p. 106–122, 20 out. 2015.

MOSCHETTA, P. H.; VIEIRA, J. **Música na era do *streaming*:** curadoria e descoberta musical no Spotify. **Sociologias**, v. 20, p. 258–292. Porto Alegre: Programa de Pós-Graduação em Sociologia - UFRGS. Set. - dez. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/5XZxPbPwL7VhPdhdLgbmzF/?lang=pt#>. Acesso em: 07 abr. 2022.

MULLIGAN, M. **Music subscriber market shares Q2 2021.** MIDiA Research, Londres, 18 jan. 2022. Disponível em: <https://www.midiaresearch.com/blog/music-subscriber-market-shares-q2-2021>. Acesso em: 10 fev. 2022.

NARODNI MUSEJ SLOVENIJE. **Neanderthal flute:** The oldest musical instrument in the world. Liubiana, 28 jun. 2019. Disponível em: <https://www.nms.si/en/collections/highlights/343-Neanderthal-flute>. Acesso em: 2 maio. 2022.

O SPOTIFY agora mostra créditos de compositor. **Spotify.com**, Spotify for Artists, [s.l.] 1 fev. 2018. Disponível em: <https://artists.spotify.com/pt/blog/spotify-now-displays-songwriter-credits>. Acesso em: 22 abr. 2022.

OLIVEIRA, F. **Novo Walkman: Sony lança modelos com Android 12; veja vídeo.** Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/tecnologia/2023/01/16/novo-walkman-sony-lanca-modelos-com-android-12-veja-video.html>. Acesso em: 23 mar. 2023.

OPINIONBOX. **Pesquisa Comportamento do Consumidor: MÚSICA.** Opinionbox, [s.l.], 2019. Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/7540/1556130050OPB_pesquisa_comportamento_musica_infografico_final_links.pdf?utm_campaign=resposta_automatica

_da_landing_page_infografico_musica&utm_medium=email&utm_source=RD+Station. Acesso em: 11 ago. 2022.

PAYNTER, J. **Sound & Structure**. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

PODCAST explica como o sertanejo domina as rádios com jabá e turbina cachês. **Folha de S. Paulo**, Expresso Ilustrada. São Paulo: 03 fev. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/podcasts/2022/02/podcast-explica-como-o-sertanejo-domina-as-radios-com-jaba-e-turbina-caches.shtml>. Acesso em: 28 mar. 2022.

PORENA, Boris. Kinder-Musik. In: PORENA, Boris. **Le Indagini Metaculturali**: v. 2, livro 5. Cantalupo in Sabina: Famiglia Porena-Bučan, 2017

PORENA, Boris. Kinder-Musik. Tradução: Roberto Dante Cavalheiro Filho, Marisa Trench de Oliveira Fonterrada. No prelo.

PORTER, J. **Spotify is testing a less restrictive ad-supported tier costing \$0.99 a month**. The Verge, Washington, 2021. Disponível em: <https://www.theverge.com/2021/8/3/22607203/spotify-plus-ad-supported-tier-unlimited-skips-on-demand-listening>. Acesso em: 18 fev. 2022.

PRAZERES, L. **Vacinação de adolescentes contra covid**: por que governo Bolsonaro voltou a recomendar imunização de menores de idade. Brasília: BBC News Brasil. 23 set. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-58661917>. Acesso em: 11 ago. 2022.

PRIVATE listening. **Spotify.com**, Spotify, [s.l.] 08 abr. 2022. Disponível em: <https://support.spotify.com/us/article/private-listening/>. Acesso em: 20 abr. 2022.

QUALIDADE do áudio. **Spotify.com**, [s.l.], 16 nov. 2021. Disponível em: <https://support.spotify.com/br/article/audio-quality/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

QUIÑONES, M. G.; KASSABIAN, A.; BOSCHI, E. **Ubiquitous Musics**: The Everyday Sounds That We Don't Always Notice. Farnham: Ashgate, 2013.

RAYNOR, H. **História Social da Música**: Da Idade Média a Beethoven. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

RECOMENDAÇÕES sociais em playlists. **Spotify.com**, Spotify, [s.l.], 9 mai. 2022. Disponível em: <https://support.spotify.com/br/article/social-recommendations-in-playlists/>. Acesso em: 17 maio. 2022.

REMOVENDO as manchas ao som de Vanish. **Spotify.com**, Spotify Advertising, [s.l.] 07 fev. 2021. Disponível em: <https://ads.spotify.com/pt-BR/inspiracao/removendo-manchas-ao-som-de-vanish/>. Acesso em: 4 mar. 2022.

SÃO PAULO. **Direitos de aprendizagem dos ciclos interdisciplinar e autoral:** Arte. Coleção Componentes Curriculares em Diálogos Interdisciplinares a Caminho da Autoria. Secretaria Municipal de Educação. Coordenadoria Pedagógica. Divisão de Ensino Fundamental e Médio. São Paulo: SME / COPED, 2016. Disponível em: <https://educacao.sme.prefeitura.sp.gov.br/wp-content/uploads/Portals/1/Files/34505.pdf>. Acesso em: 09 jun. 2023.

SCHAFER, R. M. **A afinação do mundo:** Uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estudo do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora. Tradução: Marisa Trench Fonterrada. São Paulo: Editora UNESP, 2001.

SHIH, M. CIRIACO, D. (edição). **Spotify não faz ideia de quando o plano HiFi, prometido para 2021, será lançado.** Canaltech, São Bernardo do Campo, 04 fev. 2022. Disponível em: <https://canaltech.com.br/software/spotify-nao-faz-ideia-de-quando-o-plano-hifi-sera-liberado-208473/>. Acesso em: 5 maio. 2022.

SILVA, R. A. da. **Do gramofone ao live streaming:** a evolução dos modos de escutar música - algumas implicações. Revista da Tulha, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 251-263, 2015. DOI: 10.11606/issn.2447-7117.rt.2015.107706. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revistadatulha/article/view/107706>. Acesso em: 27 maio. 2023.

SILVA, V. H. **TikTok é a principal rede social utilizada por crianças e adolescentes no Brasil, diz pesquisa.** G1, [s. l.], 16 ago. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/08/16/tiktok-e-a-principal-rede-social-utilizada-por-criancas-e-adolescentes-no-brasil-diz-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 11 out. 2022.

SINGLETON, M. **Spotify is preparing to launch a Hi-Fi music tier.** The Verge, Washington, 1 mar. 2017. Disponível em: <https://www.theverge.com/2017/3/1/14776780/spotify-hi-fi-preparing-launch-lossless-audio-tier>. Acesso em: 12 maio. 2022.

SOBRE nós. **Spotify.com**, Contato, [s.l.], 18 dez. 2013. Disponível em: <https://www.spotify.com/br/about-us/contact/>. Acesso em: 19 abr. 2022.

SOLUÇÕES de publicidade. **Spotify.com**, Spotify Advertising, [s.l.], 20 out. 2020. Spotify Advertising. Disponível em: <https://ads.spotify.com/pt-BR/experiencias-publicitarias/>. Acesso em: 17 fev. 2022.

SPOTIFY. **Loud & Clear:** How the Money Flows. 2'57". YouTube, [s. l.], 18 mar. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=iExPc11FWUc>. Acesso em: 14 mar. 2022.

SPOTIFY. **Sobre recomendações.** [S. l.], [20?]. Página acessada por meio das opções de *playlists* algorítmicas do Spotify. Acesso em: 15 mar. 2022.

SPOTIFY ADVERTISING. **Spotify.com**, Spotify Advertising, [s.l.] 20 out. 2020. Disponível em: <https://ads.spotify.com/pt-BR/>. Acesso em: 7 out. 2021.

SPOTIFY FOR ARTISTS. **How Playlists Work**. YouTube, [s. /], 3'26". 24 out. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sDC4jcv5O-8&t=36s>. Acesso em: 30 mar. 2022

SPOTIFY REVEALS the artists under the Spotify Spotlight for 2014. **Spotify.com**, Press, [s./], 06 dez. 2013. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20170705052157/https://press.spotify.com/no/2013/12/06/spotify-reveals-the-artists-under-the-spotify-spotlight-for-2014/>. Acesso em: 23 mar. 2022.

STEPHENS-DAVIDOWITZ, S. **The Songs That Bind**. Opinion. The New York Times, Nova Iorque, 10 fev. 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/02/10/opinion/sunday/favorite-songs.html>. Acesso em: 18 mai. 2022

SUMAN, K. **O jabá no rádio FM: Atlântida, Jovem Pan e Pop Rock**. Dissertação de Mestrado. São Leopoldo: Unisinos. Out. 2006.

SWENEY, M. Shaken it off! Taylor Swift ends Spotify spat. **The Guardian**, Londres, 9 jun. 2017. Disponível em: <https://www.theguardian.com/music/2017/jun/09/shaken-it-off-taylor-swift-ends-spotify-spat>. Acesso em: 29 nov. 2022

TARRANT, M.; NORTH, A. C.; EDRIDGE, M. D.; KIRK, L. E.; SMITH, E. A.; TURNER, R. E. **Social identity in adolescence**. Journal of Adolescence, v. 24, n. 5, p. 597–609, Nova Iorque, out. 2001.

TARRANT, M.; NORTH, A. C.; HARGREAVES, D. J. Youth identity and music. Em: **Musical Identities**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2002.

THE MORE the merrier: Discover and Listen to Music With Even More Friends and Family—Plus Some of Your Favorite Artists—With Spotify's Newest Blend Update. **Spotify.com**, For the Record, [s./], 30 mar. 2022. Disponível em: <https://newsroom.spotify.com/2022-03-30/discover-and-listen-to-music-with-even-more-friends-and-family-plus-some-of-your-favorite-artists-with-spotifys-newest-blend-update/>. Acesso em: 17 maio. 2022.

TIKTOK. **Missão**. Sobre o TikTok, 2022. Disponível em: https://www.tiktok.com/about?lang=pt_BR. Acesso em 26 dez. 2022.

TRICHORDIST. **2019-2020 Streaming Price Bible**: YouTube is STILL The #1 Problem To Solve. The Trichordist, [s. /], 05 mar. 2020. Disponível em: <https://thetrichordist.com/2020/03/05/2019-2020-streaming-price-bible-youtube-is-still-the-1-problem-to-solve/>. Acesso em: 14 mar. 2022

TYPES of Spotify playlists. **Spotify.com**, Spotify for Artists, [s. /] 31 mar. 2021. Disponível em: <https://artists.spotify.com/help/article/types-of-spotify-playlists>, /help/article/types-of-spotify-playlists. Acesso em: 11 out. 2021.

VALERI, V. **Spotify torna propagandas em podcast impossíveis de ignorar**. 07 jan. 2022. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/spotify/39426-spotify-propagandas-impossiveis-ignorar>. Acesso em: 10 ago. 2023.

VIEIRA, G. S. Os serviços over the top como forma de combate as violações de direitos autorais oriundas da pirataria digital. **Direito e TI - Debates Contemporâneos**, v. 1, n. 2, p. 5. Porto Alegre: 2015.

WEB API Reference. **Spotify.com**, Spotify for Developers, [s. l.] 19 out. 2021. Disponível em: <https://developer.spotify.com/documentation/web-api/reference/>. Acesso em: 21 mar. 2022.

WHERE is Spotify available? **Spotify.com**, [s. l.], 01 fev. 2022. Disponível em: <https://support.spotify.com/us/article/where-spotify-is-available/>. Acesso em: 7 abr. 2022.

WINNIN INSIGHTS. **How TikTok is changing online music consumption**. Rio de Janeiro: Winnin Insights, fev. 2021. Disponível em: https://assets.website-files.com/600f14d617ea3d4e4cecfa4d/60230c3117739122ab593e5d_Winnin%20Report%20-%20How%20TikTok%20is%20changing%20online%20music%20consumption.pdf. Acesso em: 08 mai. 2023.

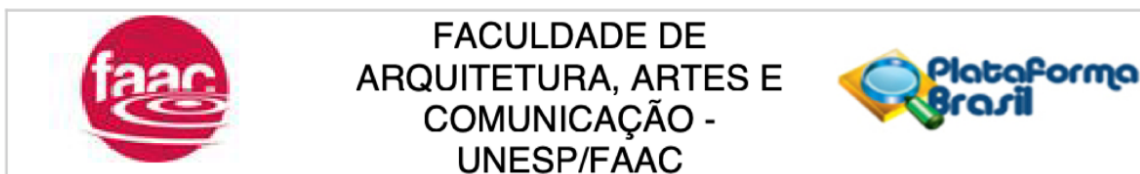
WITT, S. **Como a música ficou grátis: o fim de uma indústria, a virada do século e o paciente zero da pirataria**. Tradução: Andrea Gottlieb de Castro Neves. 1. ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

WORKING with Playlists. **Spotify.com**, Spotify for Developers, [s. l.], 26 ago. 2014. Disponível em: <https://developer.spotify.com/documentation/general/guides/working-with-playlists/>. Acesso em: 7 mar. 2022.

YANKEE Doodle. **Library of Congress**, Song-collection, Washington, 2002. Disponível em: <https://www.loc.gov/item/ihas.200000025/>. Acesso em: 8 fev. 2023.

ZAMPRONHA, E. S. **Notação, Representação e Composição: Um Novo Paradigma da Escritura Musical**. Doutorado em Comunicação e Semiótica. São Paulo: PUC, 1998.

ANEXOS

ANEXO 1 - Parecer consubstanciado do CEP**PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP****DADOS DO PROJETO DE PESQUISA**

Título da Pesquisa: SPOTIFY: Abordagens Pedagógicas Relacionadas À Sua Influência na Escuta, Livre Arbítrio e Gosto Musical de Adolescentes

Pesquisador: BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 47289821.7.0000.5663

Instituição Proponente: UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA JULIO DE MESQUITA FILHO

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.930.282

Apresentação do Projeto:

Não houve alterações em relação ao parecer anterior.

Objetivo da Pesquisa:

Não houve alterações em relação ao parecer anterior.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Não houve alterações em relação ao parecer anterior.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Não houve alterações em relação ao parecer anterior.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Os termos foram adequados em função das recomendações do CEP. O possível desconforto do pesquisado em ter suas respostas conhecidas por terceiros foi resolvido pela omissão dos nomes dos participantes na pesquisa ou em possíveis publicações subsequentes, como informado no TCLE e no TALE. Os termos agora explicitam o risco de violação às respostas dadas ao questionário por terceiros, que será minimizado pelo seu armazenamento em locais desconectados da internet. Na nova edição dos documentos, consta também que tanto os participantes da pesquisa quanto seus responsáveis podem entrar em contato com o pesquisador antes, durante e após o

Endereço: Avenida Engenheiro Luiz Edmundo Carrijo Coube nº 14-01

Bairro: VARGEM LIMPA

CEP: 17.033-360

UF: SP

Município: BAURU

Telefone: (14)3103-4825

E-mail: sta.faac@unesp.br



**FACULDADE DE
ARQUITETURA, ARTES E
COMUNICAÇÃO -
UNESP/FAAC**



Continuação do Parecer: 4.930.282

encerramento da pesquisa (seja por conclusão ou possível interrupção) para ter atendimento e sanar quaisquer dúvidas. Agora, também constam nos termos a importância dos participantes e responsáveis armazená-los eletronicamente.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Os termos foram ajustados de acordo com as recomendações do CEP.

Considerações Finais a critério do CEP:

O CEP acata o parecer do relator.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1726534.pdf	07/07/2021 16:53:01		Aceito
Outros	Carta_resposta.pdf	07/07/2021 16:52:03	BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TALE_modificado.pdf	07/07/2021 16:46:41	BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE_modificado.pdf	07/07/2021 16:46:28	BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN	Aceito
Folha de Rosto	FOLHA_DE_ROSTO_ASSINADA.pdf	18/05/2021 12:06:11	BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN	Aceito
Outros	modelo_de_questionario.pdf	07/05/2021 11:41:07	BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_de_pesquisa.pdf	07/05/2021 11:40:05	BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TALE.pdf	07/05/2021 11:39:20	BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	07/05/2021 11:39:05	BRUNO TEIXEIRA DE MELLO MILLAN	Aceito

Situação do Parecer:

Endereço: Avenida Engenheiro Luiz Edmundo Carrijo Coube nº 14-01

Bairro: VARGEM LIMPA

CEP: 17.033-360

UF: SP

Município: BAURU

Telefone: (14)3103-4825

E-mail: sta.faac@unesp.br



FACULDADE DE
ARQUITETURA, ARTES E
COMUNICAÇÃO -
UNESP/FAAC



Continuação do Parecer: 4.930.282

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

BAURU, 25 de Agosto de 2021

Assinado por:
Luís Carlos Paschoarelli
(Coordenador(a))

Endereço: Avenida Engenheiro Luiz Edmundo Carrijo Coube nº 14-01

Bairro: VARGEM LIMPA

CEP: 17.033-360

UF: SP

Município: BAURU

Telefone: (14)3103-4825

E-mail: sta.faac@unesp.br

ANEXO 2 - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO/RESPONSÁVEIS

O menor _____, sob sua responsabilidade, está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar da pesquisa **"SPOTIFY: Abordagens Pedagógicas Relacionadas À Sua Influência na Escuta, Livre Arbítrio e Gosto Musical de Adolescentes."** O motivo que nos leva a realizar esta pesquisa é a possível existência de mecanismos e recursos da plataforma Spotify que podem ameaçar a liberdade de escolha dos usuários e (ou) influenciar a formação do gosto musical. Nesta pesquisa pretendemos identificar se há um padrão de diferença entre os hábitos de escuta, relação com a música e forma que os participantes entram em contato com novas músicas.

Caso você concorde na participação do menor, vamos enviá-lo um questionário na plataforma Formulários Google com algumas perguntas relacionadas ao seu gosto musical, relação com a música no seu dia-a-dia e hábitos de escuta. Nenhuma pergunta será de resposta obrigatória, e o menor será livre para não responder qualquer uma delas se preferir. As respostas enviadas serão utilizadas como dados para a pesquisa e poderão ser divulgadas dentro dela, mas nunca publicamente vinculadas a quem às respondeu, garantindo sigilo para com os participantes. Para minimizar o risco de vazamento das respostas, elas serão armazenadas em locais desconectados da internet. A pesquisa pode ajudar a fortalecer o campo da educação musical, assim como promover dados para o estudo da plataforma Spotify do ponto de vista educacional e cultural.

Para participar desta pesquisa, o menor sob sua responsabilidade e você não irão ter nenhum custo, nem receberão qualquer vantagem financeira.

Ele terá todas as informações que quiser sobre esta pesquisa e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Você, como responsável pelo menor, poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação dele a qualquer momento. Mesmo que você queira deixá-lo participar agora, você pode voltar atrás e parar a participação a qualquer momento. A participação dele é voluntária e o fato em não deixá-lo participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que ele é atendido. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. O nome ou o material que indique a participação do menor não será liberado sem a permissão de ambos. O menor não será identificado em nenhuma publicação.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida a você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos com para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Declaro que concordo em deixá-lo participar da pesquisa e que me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

São Paulo, ____ de _____ de 20 ____.

Assinatura do (a) Responsável pelo Menor
Nome do (a) Responsável pelo Menor
RG: _____

Assinatura do Pesquisador
RG: _____

Pesquisador Responsável: Bruno Teixeira de Mello Millan
Instituição: Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP)
Contato: Telefone: (11) 9 7134-5993
Email: bruno.millan@unesp.br
Orientadora: Marisa Trench de Oliveira Fonterrada
Contato: Telefone: (11) 9 7424-6122
Email: marisa.trench@unesp.br

Em caso de dúvidas, com respeito aos aspectos éticos desta pesquisa, você poderá consultar:
CEP - Comitê de Ética em Pesquisa da FAAC – UNESP Bauru
Fone: (14) 3103-4825/ E-mail: sta.faac@unesp.br

ANEXO 3 - Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE)



TERMO DE ASSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Gostaríamos de convidar você a participar como voluntário (a) da pesquisa **"SPOTIFY: Abordagens Pedagógicas Relacionadas À Sua Influência na Escuta, Livre Arbítrio e Gosto Musical de Adolescentes."** O motivo que nos leva a realizar esta pesquisa é a possível existência de mecanismos e recursos da plataforma Spotify que podem ameaçar a liberdade de escolha dos usuários e (ou) influenciar a formação do gosto musical. Nesta pesquisa pretendemos identificar se há um padrão de diferença entre os hábitos de escuta, relação com a música e forma que os participantes entram em contato com novas músicas.

Caso você concorde em participar, você receberá o link para um questionário na plataforma Formulários Google com algumas perguntas relacionadas ao seu gosto musical, relação com a música no seu dia-a-dia e hábitos de escuta. Será perguntado o seu nome no início da pesquisa apenas como forma de controle sobre quem já enviou as respostas, mas ele não será divulgado em nenhum momento na pesquisa. Caso você não se sinta confortável de responder alguma pergunta, você poderá deixá-la em branco. As respostas enviadas serão utilizadas como dados para a pesquisa e poderão ser divulgadas dentro dela, mas nunca publicamente vinculadas a quem às respondeu, garantindo sigilo para com os participantes. Para minimizar o risco de vazamento das respostas, elas serão armazenadas em locais desconectados da internet. A pesquisa pode ajudar a fortalecer o campo da educação musical, assim como promover dados para o estudo da plataforma Spotify do ponto de vista educacional e cultural.

Para participar desta pesquisa, o responsável por você deverá autorizar e assinar um termo de consentimento. Para participar deste estudo você não vai ter nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Você terá todas as informações que quiser sobre esta pesquisa e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Mesmo que você queira participar agora, você pode voltar atrás ou parar de participar a qualquer momento. A sua participação é voluntária e o fato de não querer participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que você é atendido (a). O pesquisador não vai divulgar seu nome. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão e a do responsável por você.

Você não será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar. O responsável por você poderá retirar o consentimento ou interromper a sua participação a qualquer momento.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida a você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos com para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para fins acadêmicos e científicos.

Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações, e o meu responsável poderá modificar a decisão de participar se assim o desejar. Tendo o consentimento do meu responsável já assinado, declaro que concordo em participar da pesquisa e que me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

São Paulo, ____ de _____ de 20 ____.

Assinatura do menor

Nome do menor

RG: _____

Assinatura do Pesquisador

RG: _____

Pesquisador Responsável: Bruno Teixeira de Mello Millan
Instituição: Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (UNESP)
Contato: Telefone: (11) 9 7134-5993
Email: bruno.millan@unesp.br
Orientadora: Marisa Trench de Oliveira Fonterrada
Contato: Telefone: (11) 9 7424-6122
Email: marisa.trench@unesp.br

Em caso de dúvidas, com respeito aos aspectos éticos desta pesquisa, você poderá consultar:

CEP - Comitê de Ética em Pesquisa da FAAC – UNESP Bauru
 Fone: (14) 3103-4825/ E-mail: sta.faac@unesp.br