

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
ESCOLA DE MÚSICA E ARTES CÊNICAS**

MARISA DAMAS VIEIRA

**O FENÔMENO MUSICAL COMO UM COMPLEXO DE RELAÇÕES E
ELEMENTO INTERFERENTE NOS GRUPOS SOCIAIS**
o perfil dos alunos de primeiro ano de graduação da UFG em relação à música

Dissertação apresentada como requisito parcial à
obtenção do grau de Mestre em Música, Curso de
Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Música na
Contemporaneidade, Escola de Música e Artes
Cênicas, Universidade Federal de Goiás

Orientadora: Prof^a Dr^a Glacy Antunes de Oliveira

**GOIÂNIA
2004**

**À memória dos meus pais, José Damas e
Mirtes Alves .**

Agradecimentos

Aos alunos do primeiro ano de graduação da UFG/2003 que gentilmente responderam aos questionários aplicados e forneceram as informações que viabilizaram esta investigação.

Aos diretores e professores de todas as unidades de ensino da UFG, pela acolhida e colaboração durante o processo de aplicação dos questionários.

A todos os docentes do curso de Mestrado em Música, que possibilitaram a aprendizagem conjunta e a troca de conhecimentos.

Aos colegas e amigos da turma de Mestrado em Música pelos ótimos momentos compartilhados.

À Prof^a Glacy, pela orientação, as ótimas sugestões e, principalmente, a amizade e o carinho.

A todos os amigos que, direta ou indiretamente, apoiaram e partilharam dessa jornada.

À minha família, pelo incentivo constante.

Ao meu marido, companheiro de todas as horas.

Intensificar os intercâmbios nos campos da arte, da literatura, do cinema e da televisão de qualidade, que antecipam as trajetórias de cada sociedade, pode contribuir a livrar-nos de estereótipos de parte a parte e a pensarmos juntos no que é possível fazer em nossas sociedades, e entre elas, para que sejam todas menos desiguais, menos hierárquicas e mais democráticas.

Néstor García Canclini

SUMÁRIO

| | |
|---|-----|
| LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS ----- | vii |
| RESUMO ----- | ix |
| ABSTRACT ----- | x |
| INTRODUÇÃO ----- | 1 |
| 1 CONEXÕES MÚSICA, CULTURA E SOCIEDADE | |
| 1.1 A MÚSICA SOB UM ENFOQUE SÓCIO-CULTURAL----- | 7 |
| 1.2 DIFUSÃO MUSICAL E TECNOLOGIA: MARKETING CULTURAL, INDÚSTRIA FONOGRÁFICA E MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA----- | 17 |
| 2 A MÚSICA EM UM CONTEXTO SÓCIO-CULTURAL ESPECÍFICO | |
| 2.1 MÚSICA E AMBIENTE URBANO CONTEMPORÂNEO----- | 29 |
| 2.1.1 O Panorama Musical em Goiânia----- | 32 |
| 2.2 DIFUSÃO MUSICAL EM GOIÂNIA: O ACESSO À MÚSICA ATRAVÉS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA----- | 39 |
| 3 A PRESENÇA DA UFG NO CONTEXTO GOIANO E A BAGAGEM MUSICAL DO ALUNO DE PRIMEIRO ANO DE GRADUAÇÃO: INTERAÇÕES E INTER-RELAÇÕES | |
| 3.1 ESTRUTURA E ATUAÇÃO DA UFG NO CENÁRIO SÓCIO-CULTURAL GOIANO----- | 46 |
| 3.2 DO CONTEXTO GOIANIENSE PARA O AMBIENTE DA UFG: ESTRATÉGIAS PARA INVESTIGAR UMA POSSÍVEL RELAÇÃO DO ALUNO DE PRIMEIRO ANO DA UFG COM A MÚSICA----- | 49 |
| 3.2.1 Características que Compõem o Perfil do Aluno de Primeiro Ano da UFG em Relação à Música----- | 57 |
| 3.2.1.1 Importância da música----- | 58 |
| 3.2.1.2 Preferência musical----- | 62 |
| 3.2.1.3 Formas de contato com a música: hábitos e consumo musicais----- | 71 |
| 3.2.1.4 Formação musical e/ou participação em atividades musicais----- | 80 |
| 3.3 CONFIGURAÇÃO DO PERFIL DOS ALUNOS DE PRIMEIRO ANO DE GRADUAÇÃO DA UFG EM RELAÇÃO À MÚSICA----- | 86 |
| 4 AS POSSIBILIDADES DE AÇÕES CULTURAIS EM MÚSICA NA UFG | |
| 4.1 O PAPEL CULTURAL DO AMBIENTE UNIVERSITÁRIO ----- | 90 |
| 4.1.2 A Atuação Cultural/Musical da UFG----- | 91 |
| 4.2 AÇÕES CULTURAIS NA UFG: POSSÍVEIS INTERFERÊNCIAS PARA A AMPLIAÇÃO DA BAGAGEM MUSICAL DO ALUNO DE PRIMEIRO ANO DE GRADUAÇÃO----- | 98 |
| CONCLUSÃO ----- | 102 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ----- | 106 |
| BIBLIOGRAFIA CONSULTADA ----- | 109 |
| ANEXOS ----- | 112 |

LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

| | Página |
|--|----------|
| TABELA 1 – Relação de emissoras e programas de televisão em Goiânia----- | 40 |
| TABELA 2 – Emissoras de rádio AM e FM em Goiânia----- | 41 |
| TABELA 3 – Distribuição dos questionários por área do conhecimento----- | 51 |
| TABELA 4 – Cálculo da amostragem de questionários por área do conhecimento----- | 52 |
| TABELA 5 – Caracterização da instituição de ensino na qual o entrevistado cursou o Ensino Médio----- | 57 |
| TABELA 6 – Importância da música na vida do entrevistado----- | 58 |
| TABELA 7 – Termos utilizados pelo entrevistado para definir música----- | 60 |
| TABELA 8 – Definição de música para o entrevistado----- | 61 |
| TABELA 9 – Relação de intérpretes, compositores e músicas lembrados pelos entrevistados em suas respostas ao questionário----- | 64/65/66 |
| TABELA 10 – Outros itens na música que chamam a atenção do entrevistado----- | 67 |
| TABELA 11 – Gêneros e/ou estilos musicais conhecidos e preferidos----- | 68 |
| TABELA 12 – Outros Gêneros e/ou estilos musicais citados pelos entrevistados----- | 71 |
| TABELA 13 – Frequência a shows e recitais----- | 73 |
| TABELA 14 – Locais/situações de audição de música pelo entrevistado----- | 74 |
| TABELA 15 – Hábito de audição de música através dos veículos de comunicação----- | 74 |
| TABELA 16 – Tempo de exposição à música nos meios de comunicação----- | 75 |
| TABELA 17 – Emissoras de comunicação que atendem as preferências musicais do entrevistado----- | 76 |
| TABELA 18 – Programas musicais lembrados pelos entrevistados----- | 77 |
| TABELA 19 – Momentos em que o entrevistado mais ouve música----- | 77 |
| TABELA 20 – Outros momentos de audição de música citados pelo entrevistado----- | 78 |
| TABELA 21 – Hábito de comprar CD, Fita ou DVD musical----- | 78 |
| TABELA 22 – Influências para a compra de CDs, fitas e DVDs musicais----- | 79 |
| TABELA 23 – Fase escolar em que os entrevistados tiveram aulas de música no ensino regular----- | 80 |
| TABELA 24 - Escolas e/ou professores de música mais citados pelos entrevistados----- | 82 |
| TABELA 25 – Período que o entrevistado estudou música em escola especializada----- | 83 |
| TABELA 26 – Tipo de atividade musical desenvolvida pelo entrevistado----- | 84 |

| | |
|--|----|
| TABELA 27 - Instrumentos musicais citados pelos entrevistados que desenvolvem atividades musicais----- | 85 |
| TABELA 28 – Outros tipos de atividades musicais desenvolvidas pelos entrevistados----- | 85 |
| GRÁFICO 1 – Distribuição percentual da amostragem de questionários por área do Conhecimento----- | 53 |
| GRÁFICO 2 – Faixa etária percentual dos alunos de primeiro ano/graduação UFG–2003---- | 56 |
| GRÁFICO 3 – Dados percentuais da importância da música na vida do entrevistado----- | 59 |
| GRÁFICO 4 – Percentual de entrevistados que possuem intérprete, compositor ou música preferida----- | 64 |
| GRÁFICO 5 – Percentuais de frequência a shows e recitais----- | 73 |
| GRÁFICO 6 – Existência de emissoras/programas musicais preferidos----- | 76 |
| GRÁFICO 7 – Percentual de entrevistados que estudaram música no ensino regular----- | 81 |
| GRÁFICO 8 – Estudo de música em escolas especializadas na área: percentuais----- | 81 |
| GRÁFICO 9 – Desenvolvem e/ou participam de atividades musicais: percentuais----- | 83 |

RESUMO

Esta investigação está direcionada para o estudo da música na atualidade, com foco nas questões referentes à recepção musical e suas inter-relações com as características sócio-culturais contemporâneas. A fim de analisar a bagagem musical advinda dos ambientes em que o ouvinte convive, a pesquisa objetiva investigar os hábitos, o consumo, as preferências, as formas de contato e a formação musical dos alunos de primeiro ano de graduação da Universidade Federal de Goiás, ingressos através do Processo Seletivo 2003.

Os tópicos de discussão, distribuídos em quatro capítulos, enfocam as formas de inserção da música na sociedade contemporânea e as influências exercidas pela estrutura sócio-cultural no comportamento musical do ouvinte; traçam uma fisionomia das formas de propagação e difusão da música nos dias atuais, tanto no âmbito geral quanto em âmbito local. Sistematizam e detalham as informações obtidas via questionários aplicados em discentes de todas as áreas do conhecimento oferecidas nos *campi* de Goiânia.

Fundidas discussões teóricas e observações oriundas dos questionários, chega-se à análise da relação que os alunos entrevistados mantêm com a música a partir da dinâmica sócio-cultural na qual estão inseridos; comentários e sugestões sobre necessidades e possibilidades de ações culturais em música no âmbito da Universidade Federal de Goiás, são também apresentados.

A pesquisa consolida assertivas básicas da sociologia da cultura quanto às influências do contexto na configuração do perfil das pessoas em relação à música e ressalta as possíveis interferências do ambiente universitário sobre os conhecimentos musicais de seus alunos.

ABSTRACT

This paper aims at the study of music today, with a special focus upon the musical reception and its interrelations to contemporary social and cultural characteristics. With the purpose of analysing musical background in the environments of the listener, this research focus on habits, consumption, personal preferences and ways of contact and musical formation of university students in their first year at the Universidade Federal de Goiás (UFG).

The discussion, in four chapters, focus the insertion of music in contemporary society and the influences of social and cultural structures in the musical behaviour of the listener, outlining the ways of diffusion of music nowadays. This discussion systematizes and details the information obtained with the enquiry.

Upon the theoretical discussion and observation, we arrive at the analyses of the relation which the students have towards music. Comparing these data with their social and cultural background, we arrive at possible cultural actions within the university.

This research settles basic premises of cultural sociology, regarding the influences of the context in the configuration of the profile of an individual in relation to music, and notes possible interferences of university environment upon musical knowledge of the students.

INTRODUÇÃO

Esta dissertação está direcionada para os aspectos sócio-culturais que envolvem a música na atualidade, e tem como foco de investigação a cultura musical contemporânea. O tema em questão é amplo por excelência e possibilita uma multiplicidade de enfoques. Diante disso, optou-se por um recorte que contemplasse as questões relacionadas ao comportamento musical do ouvinte, com base na dinâmica sócio-cultural e em reflexões sobre as formas de inserção da música no cotidiano urbano.

A pesquisa realizou-se junto ao grupo de alunos ingressos em 2003 nos cursos de Graduação oferecidos em Goiânia pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Teve como objetivo principal investigar os hábitos, o consumo, as formas de contato, a formação e as preferências musicais, a fim de traçar um perfil dos alunos de primeiro ano da UFG a partir da bagagem musical advinda dos ambientes com os quais convivem. De posse destas informações, buscou-se analisar aspectos relevantes detectados e propor ações culturais que possibilitem a ampliação dos conhecimentos desse público em relação à música.

A motivação para o tema e o universo investigados relaciona-se a diversos fatores. O principal deles refere-se às possibilidades práticas de aplicar os resultados do estudo em ações direcionadas para a própria UFG. A autora deste trabalho exerce, no Museu Antropológico, a função de Programadora Cultural da Universidade Federal de Goiás e, portanto, tem interesse particular e profissional no desenvolvimento de pesquisas que envolvam a comunidade universitária e suas relações com a cultura musical.

Há que se destacar, ainda, a participação da pesquisadora, desde julho de 2002, no Grupo de Pesquisa “Música, Cultura, Universidade e Sociedade”, cadastrado no CNPq (2001) e liderado pela Prof^a Dr^a Glacy Antunes de Oliveira, da Escola de Música e Artes Cênicas da UFG.

A temática desta investigação vai ao encontro das atuais diretrizes da Universidade Federal de Goiás, direcionadas para a estruturação de uma Política Cultural. Diante das medidas já adotadas nesse sentido e das metas previstas por esta Universidade, observa-se a relevância de unir os estudos sobre os aspectos culturais no âmbito musical ao universo específico da comunidade universitária.

Atualmente, a UFG oferece mais de sessenta cursos de graduação em Goiânia e nos campi avançados, distribuídos nas oito áreas do conhecimento (Ciências Exatas e da Terra, Engenharias, Ciências Biológicas, Ciências da Saúde, Ciências Agrárias, Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas, Lingüística, Letras e Artes). Para o processo seletivo 2003 (antigo vestibular), foram disponibilizadas 2305 vagas para o primeiro ano de graduação nas Unidades de Ensino de Goiânia. Entretanto, outras formas de acesso (transferências, repetência, vagas ociosas disponibilizadas) elevaram esse quantitativo para 2781 alunos matriculados nos primeiros anos da graduação¹

A pesquisa está focalizada nos cursos desenvolvidos na capital do Estado, e esse direcionamento para a cidade de Goiânia deve-se a algumas características culturais específicas que um centro urbano apresenta, como, por exemplo, maiores possibilidades de acesso à música e maior diversidade de atividades musicais, tais como shows, recitais, boates, lojas de CDs, rádios FM, etc. Situações próprias de cada contexto, que propiciam maneiras diferenciadas de contato musical.

Esta investigação concebe a cultura como um sistema simbólico de relações entre os componentes das sociedades, partindo do princípio que a música - manifestação significativa vivenciada e compartilhada pelos indivíduos em seu dia-a-dia - incorpora-se nas formas simbólicas como parte do padrão de significados de cada grupo social. Considerou-se que pesquisar sobre os aspectos musicais é investigar com base nos diversos aspectos significativos e funcionais que envolvem a dinamicidade e heterogeneidade das culturas atuais, observando sua pluralidade e a convivência múltipla entre fatores como tradição, inovação, regionalismos, globalização, mundialização, desterritorialização, hibridização, identidades e identificação cultural...

Visto que o assunto abordado envolve a música e sua inserção na sociedade, foram utilizados procedimentos metodológicos propostos por autores ligados à Sociologia da Cultura. Após confrontar as características do tema às teorias de alguns autores dessa área, adotou-se como referência básica as etapas de investigação propostas por MANNHEIM (1974), aliadas às proposições de outros

¹ Fonte: documento cedido à pesquisadora pelo Departamento de Assuntos Acadêmicos da Pró-Reitoria de Graduação da UFG em junho/2003.

autores, tanto da sociologia da cultura quanto da área musical em específico (vide bibliografia e referências bibliográficas à página 106). Trata-se de um direcionamento interdisciplinar, adaptado às vertentes musicais e às questões em voga entre os pesquisadores e autores da área, com foco nos aspectos de recepção da música, ou seja, na relação do ouvinte com a música.

Para atingir o objetivo de discutir e refletir sobre as características que configuram o perfil dos alunos de primeiro ano de graduação da UFG em relação à música foi preciso traçar considerações sobre a dinâmica sócio-cultural em que se inserem, tanto no ambiente em que se formaram quanto no ambiente universitário, ao qual se integraram. No levantamento das informações sobre o grupo investigado, considerou-se:

1. Trata-se de um grupo constituído por alunos recém-ingressos em uma universidade específica;
2. Esse grupo desmembra-se em sub-grupos diferenciados dentro de áreas do conhecimento diversas;
3. Cada aluno componente do grupo é um ouvinte/sujeito que possui âmbitos particulares de convivência e de influências na sua formação;

A pesquisa estabeleceu discussões sobre algumas formas de inserção da música na sociedade contemporânea e sobre determinados aspectos que, necessariamente, devem ser contemplados quando se opta por investigar a música a partir de uma abordagem sócio-cultural. Desta forma, o primeiro capítulo articula as interações existentes entre música, cultura e sociedade, com base na temática investigada e nos objetivos propostos. Por meio de um enfoque sócio-cultural são discutidas questões contemporâneas que envolvem assuntos como funções e significações culturais, imaginário musical, difusão da música na mídia e consumo musical.

O segundo capítulo traça considerações sobre o acesso à música no ambiente urbano contemporâneo, bem como sobre a estrutura sócio-cultural e a infra-estrutura musical goianiense. Detalha características dos diversos meios de difusão da música existentes em Goiânia, destacando os que propagam a música em âmbitos mais abrangentes, como os meios de comunicação de massa. Nesse

sentido, utiliza-se como referência o fato de que as formas de contato que o público mantém com a música e com os meios difusores são aspectos que podem exercer influência na caracterização das preferências, gosto e hábitos musicais do ouvinte.

Fundamentada nas teorias e proposições de autores das áreas cultural, social e musical, toda a primeira parte do texto aborda aspectos que se inter-relacionam na configuração da relação que o público pesquisado mantém com a música. Busca demonstrar que, diante da complexidade estrutural e das constantes modificações ocorridas nos vários campos sociais, torna-se fundamental analisar os elementos que compõem o processo cultural a partir de suas diversas interações com as outras esferas da sociedade. Afinal, como ressalta José Miguel WISNIK (2002, p. 115-116):

Ela [a música] atua, pela própria marca do seu gesto, na vida individual e coletiva, enlaçando representações sociais a forças psíquicas. (...) Estando muito próxima daquilo que conseguimos experimentar em matéria de felicidade humana, a música é um foco de atrativos que se presta a variadas utilizações e manipulações. (...) A prática da música pelos grupos sociais mais diversos envolve múltiplos e complexos índices de identidade e de conflito, o que pode fazê-la amada, repelida, endeusada ou proibida. Sendo sempre comprometida, é uma terra-de-ninguém ideológica.

O terceiro capítulo aborda as interações possíveis entre o espaço universitário, sua atuação no contexto sócio-cultural goianiense e o perfil dos alunos de primeiro ano da UFG em relação à música. São destacados aspectos estruturais e administrativos da Universidade Federal de Goiás, visando explicitar a composição do universo cultural ao qual o grupo investigado se integrou após sua aprovação no Processo Seletivo. É feito um detalhamento das informações obtidas através dos questionários aplicados nas turmas de alunos de primeiro ano de graduação da UFG no ano de 2003.

A partir da manipulação e sistematização dos dados por meio de tabelas e gráficos, as informações são analisadas e correlacionadas entre si, a fim de fornecer elementos para compor um perfil do grupo pesquisado em relação à música. Para atingir esse propósito, os questionários foram estruturados em quatro núcleos básicos: "Importância da Música", "Preferência Musical", "Formas de Contato com a Música", "Formação Musical e/ou Participação em Atividades Musicais". Elementos que propiciam o cruzamento com a discussão teórica e as observações desenvolvidas e explicitadas ao longo da investigação e subsidiam toda a reflexão sobre a temática pesquisada, em consonância com os objetivos propostos.

O quarto e último capítulo discute o papel que cabe às universidades na área cultural e evidencia os procedimentos até então adotados rumo a uma política cultural na Universidade Federal de Goiás. Detalha informações sobre os órgãos/unidades que têm atuado com a música de maneira sistemática na UFG, através de projetos e atividades. São discutidas possibilidades de ações culturais/musicais direcionadas para os alunos de primeiro ano na UFG, com base nos aspectos relevantes do perfil do grupo em relação à música e nas necessidades observadas durante as etapas da investigação.

Com esta pesquisa, espera-se estar contribuindo para as discussões sobre a inserção da música no mundo atual e no cotidiano das pessoas, bem como para a reflexão sobre possíveis caminhos estratégicos que invistam na ampliação da bagagem musical da comunidade universitária e da população em geral. As conclusões da investigação revelam a necessidade de se investir em ações culturais direcionadas para a música dentro do ambiente universitário, contemplando, principalmente, os aspectos ligados à diversidade musical e ao conhecimento da linguagem musical.

Os resultados obtidos podem servir como fonte de informação e como subsídio para a elaboração e execução de projetos artístico-culturais voltados para a relação música/público e para as questões da recepção musical; refletem uma situação específica mas não se resumem a esse universo. Afinal, na configuração da cultura musical das coletividades há uma convivência simultânea entre diversos fatores que, de acordo com o momento e com a situação, apresentam problemáticas semelhantes, comuns aos vários grupos sociais.

1 CONEXÕES MÚSICA, CULTURA E SOCIEDADE

1.1 A MÚSICA SOB UM ENFOQUE SÓCIO-CULTURAL

Uma infinidade de autores¹, sob ângulos diferenciados, dedicam-se à análise e a tentativas de compreensão do(s) fenômeno(s) cultural(is) e as implicações dele(s) decorrentes, entendendo como fenômeno cultural as várias manifestações das coletividades, inclusive as artísticas e, entre elas, em específico, as manifestações musicais.

As teorias sobre os aspectos culturais das civilizações já percorreram diversos caminhos, passando pelos determinismos biológico e geográfico, por especulações variadas sobre a origem da cultura, pelas noções de relativismo cultural, diversidade cultural e pluralidade cultural e, ainda, pelo estudo das diferentes faixas culturais e as maneiras como se relacionam entre si. A própria conceituação de cultura, conforme ressalta o antropólogo Roque de Barros LARAIA (2003), é tema central das discussões antropológicas nos últimos cem anos e, ainda assim, é um assunto que se demonstra inesgotável.

A uma diversidade de conceitos relaciona-se uma grande variedade de concepções a respeito da área cultural, tornando o assunto extremamente amplo. Mas, diante da temática aqui adotada, a maior necessidade não é definir e conceituar cultura em específico ou desenvolver uma discussão profunda e extensa sobre o assunto. O primordial é explicitar a abordagem cultural com a qual se trabalhou, a fim de clarificar sob que perspectiva foram feitas as reflexões a respeito do assunto música e as questões sócio-culturais que a envolvem na atualidade.

Historicamente, a música e a cultura em geral têm sido analisadas sob diversas abordagens, de acordo com a ênfase a determinados aspectos, em momentos específicos. Muitas vezes, o enfoque dado por estudiosos, pensadores e grupos dominantes de cada época vincula-se a questões consideradas relevantes ou necessárias à manutenção do poder e à sedimentação de ideologias. Assim, apesar dos vários aspectos positivos que muitos estudos apresentam e das contribuições que indubitavelmente trouxeram para as questões culturais e artísticas,

¹ Entre os vários autores que tratam do assunto no Brasil, utilizou-se como referência Roque LARAIA (2003) e Alfredo BOSI (2002), através de seus respectivos livros "Cultura – um conceito antropológico" e "Dialética da Colonização". Ambos dedicam capítulos específicos ao desenvolvimento do conceito de cultura, com discussões atualizadas sobre o tema.

algumas dessas análises também foram responsáveis por fomentar preconceitos, discriminações, elitizações e, ainda, por desconsiderar a produção musical como algo intrínseco ao cotidiano dos grupos diversos que compõem as sociedades.

São numerosos os exemplos que personificam essas situações, bem como são vários os autores que se ocuparam e se ocupam do assunto. No início do Século XX, o sociólogo Karl MANNHEIM (1974), já chamava a atenção para a questão das separações e distinções culturais. O autor introduziu o conceito de distância, considerando-o uma categoria fundamental quando se pretende analisar atitudes autoritárias na política, na estética, nos procedimentos científicos, etc. MANNHEIM alertou para o fato de que a progressiva eliminação da distância entre a elite e as massas possui dois pólos, podendo ser tanto uma promessa de realização plena das potencialidades humanas, quanto um perigo, o da liberdade criativa ser sufocada quando as massas são submetidas à arremetida.

Também com relação aos distanciamentos existentes entre a elite e as massas, o sociólogo Pierre BOURDIEU (1996) atenta para um outro aspecto: a tradição da doxa literária (que pode ser substituída por doxa musical). Trata-se, segundo o autor, de uma devoção cultural que perpassa os campos da literatura, da arte, da filosofia e que resiste à objetivação. Uma espécie de crença que, em vários casos, é uma redoma criada pelo próprio meio artístico para causar um distanciamento (o mito do inacessível, do que não é compreensível pelas “pessoas comuns”), levando os pesquisadores à veneração, a um culto da arte.

BOURDIEU enfatiza que a apresentação dos resultados de uma pesquisa sócio-cultural e artística, quando desenvolvida sob essa perspectiva, pode ser conduzida ao encantamento e a uma desvirtuação dos objetivos iniciais. Ou seja, o pesquisador, envolvido em suas convicções, em conceitos pré-estabelecidos e/ou gostos pessoais, pode não conseguir ter o distanciamento e a isenção necessários a uma reflexão científica, centrada na real situação das questões sócio-culturais atuais e cotidianas.

Atendo-se especificamente aos aspectos relacionados a cultura musical no Brasil, o pesquisador José Miguel WISNIK (2002) destaca que as distinções e os distanciamentos são grandes entraves enfrentados pela área musical. Tradicionalmente, ocorre uma separação que os grupos dominantes sempre levaram a efeito entre a música “boa” e a música “má”, entre a música considerada elevada e

harmoniosa, por um lado, e a música considerada degradante, nociva e “ruidosa”. Percebe-se, portanto, que geralmente há uma preocupação em traçar distinções sem, no entanto, observar as interações que constantemente ocorrem no meio cultural.

Na análise das “culturas brasileiras” ou da pluralidade cultural no Brasil, Alfredo BOSI (2002) destaca que, por sua própria dinâmica, as várias faixas culturais (a cultura erudita, a cultura criadora, a cultura de massa, e a cultura popular) relacionam-se entre si, interagem e tocam-se em vários pontos. O autor demonstra que as interações entre as faixas culturais têm um caráter muito mais ativo do que possa parecer.

Em monografia desenvolvida durante o Curso de Especialização em Música Brasileira no Séc. XX², a autora desta dissertação ressaltou como são perceptíveis as interações culturais no que se refere à música no Brasil:

Em uma análise inicial da cultura musical brasileira, pode-se perceber claramente esse aspecto, a partir das congruências e similaridades nos diversos gêneros e estilos e, ao mesmo tempo, das diferenciações enormes quanto à qualidade musical dentro desse mesmo universo. Um dos motivos que levam a música brasileira a apresentar essas características é, certamente, a apropriação e o aproveitamento de diversos elementos que as músicas comumente distintas entre eruditas, populares e de consumo fazem entre si. Sejam estes elementos estilísticos, temáticos, rítmicos, melódicos ou quaisquer outros, o fato é que propiciam as interações dessas nossas “culturas musicais”. Citemos, por exemplo, a quantidade de temas folclóricos que são aproveitados em canções populares e em composições eruditas, mas que são trabalhadas de maneiras diferenciadas e resultam em soluções composicionais ímpares em cada meio musical”. (VIEIRA, M.D., 2001, p.16)

No estudo da inserção das artes (e da música) nas sociedades há questões fundamentais que diversos autores abordam. Uma delas, de grande relevância, é a difícil tarefa de definir e explicitar o “lugar da arte” dentro dos grupos sociais. Sociólogos, musicólogos, filósofos, historiadores, literatas, enfim, autores ligados a diferentes áreas do conhecimento deram origem a estudos sobre a “necessidade da arte”, as “funções da arte”, e a diversos temas correlatos.

O antropólogo Cliford GEERTZ (1998, p. 45), por exemplo, ressalta a necessidade de se encontrar um lugar para a arte no contexto das demais expressões humanas e dos modos de vida a que essas expressões dão

² Especialização cursada na Escola de Música e Artes Cênicas da Universidade Federal de Goiás, e concluída no primeiro semestre de 2001.

sustentação. Para o pesquisador, esta é uma das principais funções que um discurso sobre arte deve ter.

A definição clara do(s) lugar(es) que a música ocupa nas sociedade é tarefa complexa, pois envolve questões inerentes à diversidade cultural e à própria dinâmica sócio-cultural, bem como aos fatores históricos (que englobam, entre outros aspectos, a manutenção e a transformação das tradições) e as especificidades formais da área musical. Mas, apesar dos enfoques de cada área, e da existência de posicionamentos variados e contrastantes entre os pesquisadores, é possível detectar algumas similitudes, principalmente quando se trata de considerar a arte e a música como elementos que possuem significado e relevância específica no interior da cultura.

Grande parte dos autores demonstra a preocupação de estudar a ordem cultural como algo relacionado às conexões sociológicas. Ou seja, tratar a cultura e os elementos que a configuram (a música é um desses elementos) como fatores intrínsecos ao contexto social. Como destaca Antônio CÂNDIDO³ (1985, p.24),

(...) a arte é social nos dois sentidos: depende da ação de fatores do meio, que se exprimem na obra em graus diversos de sublimação; e produz sobre os indivíduos um efeito prático, modificando a sua conduta e concepção do mundo, ou reforçando neles o sentimento dos valores sociais.

CÂNDIDO (1985) ressalta que o ato completo da linguagem artística depende da interação de três séries: autor-público-obra/autor-obra-público/obra-autor-público e, de acordo com sua classificação, a análise de aspectos culturais relacionados à música suscita enfoques variados. Ela pode acontecer sob várias perspectivas, partindo das instâncias de produção, transmissão e recepção da música, e de suas respectivas relações entre o autor e a obra, a obra e os mediadores (como intérpretes, produtores musicais, gravadoras, meios de comunicação, etc), e a obra e o público.

Os questionamentos e observações referentes aos aspectos ressaltados pelo autor podem contemplar, por exemplo, as formas de contato que cada grupo mantém com a música, seus usos e funções nos diferentes grupos e contextos, as

³ Antônio CÂNDIDO (1985) utiliza a literatura como referência, mas deixa claro que seus comentários são aplicáveis às artes em geral. Portanto, neste trabalho, sempre será considerada a arte musical nas citações do autor.

influências exercidas pelos fatores técnicos e tecnológicos, as possíveis implicações sociais e históricas da música em tempos e espaços diferenciados, o marketing musical e as estratégias de estímulo ao consumo...Há, enfim, uma diversidade de situações que a música propicia, enquanto fenômeno sócio-cultural que se constitui em um dos suportes representativos do imaginário das sociedades⁴.

Conforme pode ser observado, o tema específico desta investigação se detém nas instâncias de recepção da música, relacionadas mais proximamente às instâncias de transmissão. Entretanto, há sempre a necessidade de uma vinculação com as várias outras situações com que estas se relacionam.

Karl MANNHEIM (1974), em suas considerações sobre Sociologia da Cultura, destaca que as estruturas sociais são formadas por um conjunto de funções inter-relacionadas, que possuem grande relevância no processo social e cultural. As distinções entre essas funções, no âmbito artístico-cultural, foram traçadas por alguns autores, cada qual destacando as especificidades de suas áreas.

Com estudos direcionados para a área de etnomusicologia, Allan MERRIAM propôs, na década de 1960, dez funções sociais para a música: de Expressão Emocional, de Prazer Estético, de Divertimento, de Comunicação, de Representação Simbólica, de Reação Física, de Impor Conformidade a Normas Sociais, de Validação das Instituições Sociais e dos Rituais Religiosos, de Contribuição para a Continuidade e Estabilidade da Cultura, de Contribuição para a Integração da Sociedade.

A função da arte (e da música) nas sociedades transforma-se à medida que o mundo e as relações sociais se modificam, pois, conseqüentemente, alteram-se as formas de perceber e conceber o universo artístico. Mas, apesar da grande importância dos estudos sobre o assunto, é necessário evitar uma supervalorização do aspecto funcional em detrimento de outros fatores que fazem parte deste processo.

⁴ “O suporte representativo participável dessas significações – ao qual, é claro, elas não se reduzem e que pode ser direto ou indireto – consiste em imagens ou figuras no sentido mais amplo do termo; fonemas, palavras, instrumentos, pinturas corporais, partituras musicais... As composições de imagens ou figuras podem ser, e freqüentemente são, imagens ou figuras por sua vez, e, portanto, também suporte de significação.(...) Este elemento, que dá à funcionalidade de cada sistema institucional sua orientação específica, que sobredetermina a escolha e as conexões das redes simbólicas – este elemento nada mais é do que o imaginário da sociedade ou da época considerada.” (CASTORIADIS, C., 1995, p.175, 277)

As correntes teóricas que adotam uma visão econômico-funcional tentam explicar a existência e as características das instituições somente a partir da função que elas preenchem na sociedade e do seu papel na economia. Mas as funções não conseguem, por si só, explicar toda a dinâmica que envolve a questão artístico-cultural, assim como os outros aspectos também não a explicam, se dissociados entre si. Assim, em concordância com o pesquisador Cornélius CASTORIADIS (1995, p.157), considera-se que “A função é sempre mais ou menos a mesma, portanto, incapaz de explicar a inverossímil abundância de detalhes e de complicações quase sempre diferentes.”

CASTORIADIS utiliza os rituais como exemplo. Segundo ele, um ritual não pode ser explicado simplesmente pela função mágico-religiosa da qual se originou, pois diversos outros componentes diretos e indiretos integram aquele fenômeno e, à medida que o pesquisador tentar analisá-lo, encontrará mais e mais componentes inseridos em sua configuração.

Desta forma, no processo de interpretação de determinado fenômeno sócio-cultural sempre haverá uma série de componentes diretos e uma série de reduções indiretas que, por sua vez, remetem a outros componentes...Para o autor, há, certamente, uma série de funções que são preenchidas constantemente, mas há também o fato da sociedade inventar e definir para si novas necessidades e/ou novas maneiras de responder às suas necessidades.

É principalmente nesse ponto que a visão estritamente funcionalista é contestada por CASTORIADIS, pois além de haver grande número de casos em que as necessidades das sociedades não são preenchidas, há também um vazio quando se trata de saber quais são as reais necessidades de uma sociedade que as instituições conseguem preencher. O autor concebe as instituições como um sistema funcional em interação com uma rede simbólica, e alerta ser impossível sustentar que o sentido é simplesmente o resultado da combinação dos signos.

Autores como MANNHEIM (1974) e SIMMEL (1986), cada qual com as especificidades próprias de suas concepções e propostas metodológicas, também trabalham nesse direcionamento de inter-relacionar funções e significações culturais (considerando a sociedade como uma construção mental, que se constitui não só de aspectos associativos, mas também de aspectos simbólicos e significativos). Como afirma MANNHEIM, “Algum tipo de sentido, consciente ou não, faz parte de todas as

relações sociais, e os dois – significado e relações de grupo – ocorrem em estado de fusão. (...) Os atos de associação que constituem a instituição são inseparavelmente incorporados àqueles atos em que as idéias são concebidas e reinterpretadas”. (1974, p. 37, 5).

Em concordância com os autores acima citados, toma-se como princípio o fato de que o inconsciente é uma dimensão social, assim como o consciente, e como tal deve ser considerado em todas as relações associativas. Nesse direcionamento, o objetivo fundamental dos estudos sócio-culturais é articular atos de associação e idéias não manifestas que, ao mudar suas funções sociais, assumem novos significados.

As dimensões conscientes e inconscientes se inter-relacionam na composição da cultura musical dos grupos e seus indivíduos. Assim, as funções exercidas pela música, associadas às significações culturais do ouvinte e aos diversos fatores sociais que compõem esse meio, também configuram o imaginário musical do público goianiense e, obviamente, do aluno de primeiro ano de graduação da UFG. Partindo deste mesmo raciocínio, na área artístico-musical, SEKEFF (2002, p.73) faz a seguinte observação:

Não podemos esquecer que marcada pela função poética da qual é constituída e como toda mensagem de informação estética, a música como a arte em geral, “organiza os signos, para expor um *modo* de construção, seu aspecto sensível, material, significante” (CHALUB, 1986; p. 19). O que significa dizer que a mensagem por ela veiculada é *reflexiva*, volta-se para si mesma, gerando ambigüidade e alimentando a obra musical de significação múltipla. Sem desprezar o fato de que, do mesmo modo que a pintura e a palavra escrita, a música também traz sempre uma *lacuna* que é preenchida pelo imaginário do outro, e a lacuna possibilita a emergência do inconsciente.

As interações da música com os espaços sociais são cada vez maiores, e ocasionam a criação de novas sub-áreas de estudos à medida que outras possibilidades de aplicação se processam, como a musicoterapia e a música computacional, por exemplo. De uma musicologia comparada, surgida inicialmente, derivaram-se vertentes como a etnomusicologia, a musicologia histórica, a musicologia cognitiva, a semiologia musical, etc.

O surgimento de novas áreas gera dificuldades para estabelecer os limites de atuação profissional e de investigação de cada especialidade. Mas, por outro lado, propicia o intercâmbio entre disciplinas em trabalhos que busquem respostas às diversas indagações existentes, conforme ressalta MANNHEIM (1974, p. 7):

... há um corpo crescente de conhecimento intercambiável, de conhecimento que possua significado em diversos campos de especialização e possa ser usado em novos esquemas de referência. A continuidade e o progresso em áreas como a economia, antropologia, ciência política, comunicações, arte e literatura não estão garantidos enquanto seus *objetos* forem tratados como entidades independentes e mutuamente impenetráveis.

Entretanto, a questão interdisciplinar, se não for bem tratada e desenvolvida pelo investigador, pode gerar confusões conceituais. Se, por um lado, existe uma necessidade crescente de perceber as inter-relações que se processam no meio cultural, por outro lado, é extremamente necessário que o pesquisador domine as especificidades da área que investiga e que saiba discerni-las.

Assim, apesar da possibilidade de aplicar metodologias investigativas propostas por áreas diversas, faz-se necessário estar atento aos aspectos que distinguem e aproximam a pesquisa em música desses universos. Uma tarefa que gera desafios, pois dependendo da temática que está sendo investigada esses limites podem ser tênues e, nem sempre, estarão explícitos. Envolve ainda a necessidade de uma troca de experiência constante entre os pesquisadores em música com seus pares e com pesquisadores de áreas diversas.

É necessário, enfim, que haja uma atenção redobrada por parte dos que investigam, a fim de que os estudos contemplem de maneira adequada as diversas inter-relações que a música mantém com o meio social. Diante desse quadro, é natural, e até necessário, que os pesquisadores em música busquem trabalhar com procedimentos mistos, tomados por empréstimo das variadas ciências e adaptados à vertente que se pretende investigar na área musical.

Os estudos desenvolvidos nesta investigação estão atentos à compreensão da música como fenômeno sócio-cultural, inserido em um complexo de relações musicais e não musicais. O tema em questão está direcionado aos que “consomem” a música que é praticada e produzida na atualidade.

Concordando com o posicionamento do musicólogo José Maria NEVES (1995), é essencial que o pesquisador preocupe-se em registrar o pensamento e o comportamento do compositor, do intérprete, do professor, do crítico, do público. Ou seja, ele necessita demonstrar como a obra é feita, como ela é transmitida, e como ela é recebida :

A música de hoje - como talvez tenha sido com as músicas de muitas outras épocas passadas - reflete extraordinária vitalidade e diversidade, que, conforme nota Milton Babbitt, é comparável à da própria teoria da música, e a produção musicológica deverá dar conta desta variada diversidade, para contribuir de modo eficaz para a compreensão do fato musical e para seu maior implemento. (...) Somos chamados a sermos os cronistas desta sociedade e de suas práticas musicais, e cronistas que interpretam, no sentido de expressar os anseios dos que as produzem e dos que as consomem. (...) a musicologia histórica não poderá renegar os estudos relativos à música popular, em termos de uso e valor social. Frank Harrison já vem há tempos chamando a atenção para esta necessidade, chegando mesmo a dizer que “a função de toda musicologia é ser, de fato, etnomusicologia, ou seja, ampliar sua gama de pesquisa de forma a incluir material que é qualificado de “sociológico”. (NEVES, 1995. p. 2)

Para a investigação das relações sociais entre música e público, foram utilizados procedimentos metodológicos propostos pela Sociologia da Cultura. A opção pela Sociologia da Cultura como delineada por MANNHEIM (ou Sociologia do Espírito, como ele denomina) deveu-se, principalmente, à amplitude de possibilidades que esta apresenta. Sua proposta viabiliza o cruzamento com outras metodologias e/ou propostas analíticas e propicia uma posição intermediária, sem se constituir em um método rígido e escolástico. Conforme destaca o autor:

Não é necessário contrapor os tipos causal e estrutural de análise como opostos. Defendemos uma posição intermediária que não exclui nenhum dos dois procedimentos. Ambos podem ser incorporados numa abordagem que a partir de componentes isolados e suas relações causais imediatas atinge o complexo estrutural. (...) é preciso contar igualmente com uma capacidade de reconstruir o conceito total das coisas e com uma disposição para recusar uma visão sintética, se esta não se ajustar aos fatos. (MANNHEIM, 1974, p. 36, 9)

Em seus estudos, MANNHEIM tem como uma das principais preocupações a compreensão dos mecanismos intrincados que governam as ações e pensamentos individuais, a fim de saber por que as pessoas adotam determinadas visões típicas. Essas considerações, adaptadas à realidade do universo investigado (no caso, os alunos dos primeiros anos de graduação na UFG), objetivam compreender como é o comportamento dos ouvintes em relação à música e quais as influências que possivelmente determinam suas opções e preferências. Nessa perspectiva, MANNHEIM (1974) ressalta dois pontos principais em relação ao indivíduo:

- 1- Considera incorreto falar-se de determinação social, pois pessoa e sociedade não se confrontam como entidades separadas. Desta forma, “os vários componentes de uma pessoa são socializados de modo diferentes e, às vezes, incoerente” (p. 29).

- 2- Enfatiza o fato de que no processo social e cultural o indivíduo possui envolvimento múltiplos, em grupos diferenciados. Por isso, “nem a integração nem a organização da personalidade resultam unicamente de um crescimento nuclear”. (p. 30)

Estes dois aspectos são de grande importância nas investigações culturais, mas essa preocupação com o indivíduo não significa uma desvinculação do grupo no processo cultural. Pelo contrário, o autor adota uma concepção nominalista e considera que as motivações recebidas pelo indivíduo propiciam o seu comportamento dentro de uma determinada estrutura.

O método proposto por MANNHEIM é composto por três passos básicos: O primeiro deles é “examinar as expressões documentadas de pensamentos, sentimento ou gosto, para que seu sentido inerente ou pretendido se revele”. A fim de detectar e documentar essas expressões, ou seja, identificar as opções e preferências do ouvinte em relação à música, a primeira etapa desta pesquisa constituiu-se de um levantamento sistemático de informações, através de um questionário⁵.

No questionário, por amostragem, buscou-se levantar informações acerca das formas mais frequentes de contato que o entrevistado mantém com a música, o gosto e a preferência musical, os hábitos, os valores e a formação musical do grupo investigado. Feito esse levantamento, o segundo passo foi definir os procedimentos de manipulação e análise dos dados obtidos. Concomitantemente ao manuseio desses dados, foi feito um detalhamento do contexto sócio-cultural no qual se desenvolveu a pesquisa, a fim de subsidiar a terceira etapa da investigação, quando se juntaram o primeiro e segundo passos do método proposto por MANNHEIM.

No terceiro passo, a análise do conteúdo das manifestações (os dados coletados e detectados no primeiro passo) foi retomada no contexto restaurado da interação original (o contexto complexo em que as expressões de gosto e comportamento são concebidas). Houve uma fusão das informações obtidas em todo o processo de investigação, concretizando-se o que o autor denomina de integração. Entretanto, esse procedimento não se trata de um mero apêndice final à rotina de coleta de dados. MANNHEIM (1974, p.7) destaca que a integração “abarca

⁵ O modelo do questionário encontra-se na seção “anexos” da dissertação ora apresentada.

o processo inteiro, começando com a busca de relevância na pesquisa e continuando na condensação de material pertinente a despeito de sua procedência especializada.” Assim, a interpretação e a compreensão dos dados obtidos aconteceu a partir do cruzamento com as discussões teóricas, observando-se a dinâmica do processo cultural local e a heterogeneidade dos fatores que nele interagem.

Após todos esses procedimentos, foram analisadas e detalhadas as interações entre os indivíduos e os aspectos mais relevantes de sua relação com a música, propiciando inferências sobre como acontecem as inter-conexões entre os hábitos, opções, conhecimentos, preferências e valores musicais, e os vários fatores que os influenciam. Foi possível, ainda, sugerir procedimentos visando a aplicação prática das informações obtidas.

1.2 DIFUSÃO MUSICAL E TECNOLOGIA: MARKETING CULTURAL, INDÚSTRIA FONOGRAFICA, E MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA.

Antônio CÂNDIDO (1985) descreve o âmbito técnico como um dos principais fatores sócio-culturais que atua sobre a formação e caracterização dos públicos, alterando a própria atitude geral em relação à arte. As modificações propiciadas pelos aparatos tecnológicos, segundo o autor, interferem não só na relação público e obra, mas também nas relações entre o intérprete e a obra (em características da *performance*, principalmente) e entre o autor e a obra (nos aspectos composicionais, por exemplo). Na realidade, esses três campos estão interligados, e recebem influências diversas, diante do desenvolvimento acelerado e da sofisticação cada vez maior dos aparatos tecnológicos.

Determinados aspectos em que as influências técnicas puderam ser sentidas com maior evidência na área musical são destacados por alguns pesquisadores, como, por exemplo, as possibilidades de reverberação na produção da música pelos alto-falantes, a alta amplificação da massa sonora, a equalização e o conceito de alta-fidelidade do som (inicialmente em relação às interpretações ao vivo e, atualmente, em relação ao padrão de gravações imposto pelo meio

fonográfico). No tocante às transformações ocorridas quanto à *performance*, a pesquisadora Heloísa VALENTE (2000, p. 3,5) destaca:

A performance mediatizada tecnicamente, como as próprias palavras sugerem, necessita de aparatos técnicos para a emissão da mensagem ou ainda, para a emissão e recepção, simultaneamente. É o caso do microfone e amplificação, da transmissão radiofônica e todas as mídias sonoras. Embora as características gerais da performance ao vivo sejam preservadas, perde-se a tatalidade, o peso, o volume, elementos que compõem a atmosfera da mídia primária, como denomina o estudioso em semiótica da cultura Vicente Romano (1984). (...) A passagem dos processos de fonocaptação e fonofixação analógico para digital trouxe consigo a possibilidade de um maior controle do material sonoro, abrindo novos campos tanto no que se refere às possibilidades de manipulação deste, quanto na criação de novos recursos técnicos (correção de erros durante a performance) e estéticos (reverberação, espacialização, eliminação de ruídos).

No que se refere à recepção da música, em específico, autores como VALENTE (2000) e José Jorge de CARVALHO (1999), dentre outros, têm se dedicado a analisar as transformações por que passam os hábitos de audição a cada invenção que surge ou a cada inovação tecnológica que é realizada. Carvalho, por exemplo, destaca que as facilidades nos sistemas de gravação de CDS ampliaram o acesso do público às músicas do mundo, trazendo ao ouvinte novas dimensões e linguagens sonoras. Ou seja, possibilitando que esse ouvinte tenha, em sua própria casa, as sonoridades representativas de diversos locais do mundo e, desta forma, conheça a diversidade da cultura musical dos povos.

Entretanto, ressalta o autor, essas mesmas tecnologias de gravação e reprodução, com seus procedimentos e intervenções, propiciam uma padronização e homogeneização do gosto:

(...) são capazes de fazer a percussão de uma bateria de escola de samba soar cada vez mais próxima a como soam nas gravações os timbales de uma orquestra ou os tambores de um grupo de música religiosa coreana ou Indonésia. Assim, não apenas a alteridade musical, do ponto de vista do espectro tímbrico, é controlada eletronicamente; mais que isso, as diferenças radicais de forma e estrutura são agora, caso necessário (e essa necessidade é exercida), suavizadas... (CARVALHO, 1999,p. 4)

Assim como acontece nas diversas sociedades, o ouvinte goianiense também está exposto a todas essas influências e está sujeito às formas de contato com a música que os meios eletro-eletrônicos propiciam. Fatores como a amplificação do som, os processos de gravação e reprodução sonora, a digitalização em CDs, os recursos da informática e os Meios de Comunicação de Massa são apenas alguns exemplos da diversidade de recursos técnicos hoje utilizados, tanto na produção quanto na difusão e na recepção da música.

Mas onde essas possibilidades tecnológicas são utilizadas em maior quantidade e, muitas vezes, simultaneamente, é, sem dúvida, nos meios difusores da música. A mídia, através dos veículos de comunicação de massa, propicia uma divulgação ampla, difundindo a música nos mais diversos tipos de público e de ambientes. Fator que possui grande relevância no que se refere aos contatos do ouvinte com o universo musical.

... o advento da eletricidade, da eletrônica e da informática, deu origem às mídias, o que significou uma revolução que teve conseqüências sem precedentes em toda a história da paisagem sonora. (...) De acordo com Schafer, isso se deu, inicialmente, com a invenção do fonógrafo, do rádio e do telefone. Esses aparelhos – as mídias sonoras – afetaram a percepção de forma avassaladora e definitiva. Até então, cada som da paisagem sonora era único e irrepitível. As formas de mediatização técnica do som que foram surgindo e se aperfeiçoando ao longo dos anos, abalaram irrevogavelmente tanto a natureza, quanto a produção e difusão do som, uma vez que possibilitavam, pela primeira vez na história, que este se libertasse do espaço e do tempo. A esse fenômeno, Schafer denominou *esquizofonia*. (VALENTE, 2000, p.1)

O processo de difusão da música nos dias atuais está intrinsecamente relacionado ao desenvolvimento dos diversos aparatos técnicos de gravação, digitalização, reprodução e propagação do som, e às mudanças sócio-culturais ocasionadas pelo uso dessa tecnologia. No campo musical, esse processo envolve de alto-falantes a satélites, de microfones a redes virtuais, bem como engloba a dinâmica que envolve a mídia e seus recursos, como os meios de comunicação de massa e as estratégias utilizadas pelo marketing, por exemplo.

Maria Luiza MENDONÇA (1998) ressalta que o marketing tem sido definido tradicionalmente como um conjunto de procedimentos destinados a identificar e proporcionar satisfação às necessidades e vontades dos mercados. Cada grupo deve trabalhar com maior eficiência e eficácia que seu concorrente e estar apto a realizar alterações a fim de que os produtos se adaptem ao gosto do mercado, desde sua elaboração até a promoção para a venda. Nesse processo, é necessário reconhecer que existe uma mão dupla, como destaca Antônio RUBIM (1997, p. 4):

O mix de marketing, em sua acepção mais abrangente, significa não só ponto de venda, preço e promoção, portanto dimensões que expõem o produto no mercado ao consumidor em espaços geográficos e virtuais, mas também pesquisa que, incidindo sobre as conformações do produto, possibilita sua alteração, adequando-o às demandas detectadas no mercado. O reconhecimento desta mão-dupla entre produtor e consumidor, não deve, entretanto, levar a uma ingênua suposição da plena realização dos interesses dos consumidores e do domínio do consumidor sobre o produtor. (...) Daí ser mais lúcido compreender o marketing como um conjunto de dispositivos que hoje busca equacionar a complexa e desigual relação contemporânea entre produtores e consumidores .

Observando as diferentes esferas sociais é possível identificar o uso constante do marketing não só no meio empresarial. A política, por exemplo, é um desses segmentos que tem cada vez mais se utilizado dessas estratégias para compor a imagem pública dos candidatos. Conforme destaca CANCLINI (1998, p. 189), são formas mediatizadas de poder que transferem a cena política, “Fernando Collor, Carlos Menem e Alberto Fujimori são alguns dos líderes que, nos últimos anos, cultivam esta mudança. (...) a espetacularização televisiva acentua e modifica, assim, o sentido da atuação política.”

O marketing cultural, de acordo com RUBIM (1997, p.3), surge a partir do pós-segunda guerra, quando acontece uma redefinição das relações entre a sociedade civil e o campo cultural. Até então, destaca o autor, a organização cultural era direcionada pelas práticas de mecenato e/ou por iniciativas estatais. O marketing cultural, “afirma-se como modalidade distinta e contemporânea de organização e funcionamento da cultura, retendo e ao mesmo tempo se distanciando do mecenato, da atuação do Estado e da ação do mercado, em suas feições de mercado de consumo cultural ou de produção de bens simbólicos, orientada por uma lógica de indústria cultural”. Segundo José Roberto ZAN (2003), a formação desse mercado de bens simbólicos acontece de fato no Brasil a partir do final dos anos sessenta, provocando modificações importantes nas relações cultura e sociedade.

A emergência de um público consumidor de cultura decorre da maior complexidade que as relações sócio-econômico-políticas adquirem. Entretanto, essa complexidade estrutural não acontece de repente, ela resulta de um processo que há muito vinha se desenvolvendo e acaba desencadeando várias transformações. As modificações sociais advindas do surgimento de alguns aparatos técnicos é um dos fatores de grande importância nesse processo visto que, desde o final do século XIX, tanto as transmissões sonoras via rádio quanto as gravações e reproduções já tornavam-se uma realidade.

Nesse período, surgem conceitos como Cultura de Massa e Comunicação de Massa e, em 1947, logo após a guerra, é empregado pela primeira vez, por ADORNO e HORKHEIMER, o termo Indústria Cultural. A atualidade dessas teses, utilizadas e discutidas constantemente, parece inegável no mundo contemporâneo, mas determinados aspectos dos estudos desses autores, como é comum acontecer,

passam por algumas reavaliações. No que se refere às novas relações mercado e cultura que se estabelecem no pós-guerra, por exemplo, RUBIM (1997, p.3) destaca:

... inaugura dinâmicas fora de seu estrito controle, diferente do que antevia Adorno. A profusão das “indústrias”, dos mercados e dos produtos culturais na atualidade; o acelerado desenvolvimento de novas sócio-tecnologias de criação e produção simbólicas; o aumento inusitado dos criadores; o surgimento de novas modalidades e habilidades culturais; a concentração de recursos nunca vista neste campo sugerem não só a importância do campo cultural na contemporaneidade, mas abrem, sem garantir, perspectivas de uma rica diversidade (multi)cultural e possibilidades de reorganização da cultura.

Tratando especificamente do consumidor de cultura, grande parte dos autores considera o marketing cultural como uma ferramenta, uma estratégia de promoção. Trata-se de mais um instrumento de informação utilizado para atingir determinado consumidor. Assim como acontece com a TV e o rádio, por exemplo, o marketing cultural teria o papel de promover e tornar públicas as expressões culturais, desde que estas reúnam um público com as características necessárias para se tornar um consumidor da empresa e do produto que se está divulgando.

MENDONÇA (1998) observa que a união entre marketing e cultura pode ser uma alternativa que viabilize a diversificação das produções culturais. Pode, ainda, atender às expressões culturais que ainda estão fora do circuito da grande mídia. Entretanto, para que isso seja possível, a pesquisadora destaca alguns itens que precisam ser verificados nesse processo:

1. É impossível se utilizar para as produções culturais as mesmas formas de avaliação utilizadas para os outros tipos de bens em geral. Se isso acontece, “a lógica da mercadoria e do mercado vai permear todo tipo de produção cultural, muitas vezes em detrimento da autonomia criadora do artista.” (p.305).
2. Quando se pretende avaliar o papel real do marketing cultural como elemento impulsionador da cultura, a questão cultural que permeia o assunto é “**Que tipo de cultura se tenta promover?**”.
3. Um dos maiores dilemas que se apresenta para os produtores e criadores culturais é aderir ou não ao circuito comercial e correr os riscos de perder a autonomia de criação na tentativa de satisfazer o gosto popular. Pois fora do circuito comercial uma das únicas possibilidades para se ter acesso ao público é a obtenção de apoios financeiros, o que nem sempre acontece.

No caso do Brasil, destaca MENDONÇA (1998, p.305), a situação torna-se ainda mais complicada, pois, “sem pretender reproduzir aqui a distinção entre cultura de massa e cultura de elite, ou alta cultura e culturas populares, é imperativo distinguir certas classes de produtos que exigem conhecimentos prévios ou maior elaboração intelectual para sua fruição Nesta esfera, o público consumidor, no Brasil, é considerado ainda muito restrito”⁶.

A música, sob a perspectiva do consumo cultural, pode ser vista como um bem simbólico (ou “mercadoria”) extremamente valioso, com alto índice de aproveitamento nas diversas esferas. Suas características específicas propiciam uma grande proximidade com o público, e sua natureza, baseada nas sonoridades, facilita a propagação e a assimilação por parte das pessoas, possibilitando uma identificação quase imediata. Gillo DORFLES (1992, p. 30), na década de 1950, ressalta: “Com efeito, a música é talvez a única forma artística cuja capacidade associativa é inexausta e inesgotável, cuja capacidade de se ligar condicionamentos quer patéticos, quer sensoriais, quer das mais abstratas motivações, é infinita. (...) esteada unicamente naquelas abstratíssimas leis que regem – em cada época - a sua existência e o seu devir”.

A lógica da indústria cultural está associada ao processo de produção e circulação da cultura e às transformações ocorridas nesse meio. Essa é a lógica que integra a música ao mercado e, principalmente, rege sua relação com os principais meios difusores: o marketing cultural, a indústria fonográfica e a mídia, via veículos de comunicação de massa. A indústria fonográfica, responsável pela distribuição musical, é parte integrante desse processo e tem atuado decisivamente nas relações público e música.

Segundo Márcia Tosta DIAS (2000) a concentração da produção musical no âmbito de poucas empresas, bem como a centralização das normas e decisões é uma das principais características da indústria fonográfica mundial. Atualmente, ressalta a autora, mais de dois terços do mercado mundial de discos está na mão de gravadoras como a Sony Music e a Warner Music. Organizações transnacionais que

⁶Os motivos que ocasionam essa problemática no Brasil são variados e complexos, e envolvem aspectos educativos, sociais, políticos, etc. Esse assunto tem sido investigado e debatido por diversos pesquisadores e profissionais da área cultural. Na opinião desta pesquisadora, sem aprofundar o debate, e de forma abrangente, o problema desemboca em um ponto chave: uma política cultural incoerente e inadequada à realidade nacional e a falta de uma vinculação entre essas ações culturais e a política educacional.

atuam com produtos eletro-eletrônicos ou no mercado da mídia televisiva e cinematográfica.

Vários aspectos da relação música e indústria fonográfica já foram estudados. Alguns são controversos como, por exemplo, a interferência das gravadoras na programação dos meios de comunicação através de um *play list* (uma relação de músicas indicada pelas gravadoras com os “sucessos” a serem tocados), a existência do “jabá” (dificilmente comprovado, pode ser considerado como um suborno branco, porque não está tipificado na lei) e, até mesmo, a imposição de modificações no conteúdo e nas características formais da música.

(...) é interessante lembrar que o próprio tempo de duração de uma canção de massa foi determinado pelos limites da gravação em discos de 78 rpm que comportavam algo em torno de três minutos de gravação em cada face. Esse padrão institucionalizou-se de tal forma que, quando surgiram os discos em 33 rpm, com uma capacidade muito maior de tempo de gravação, eles passaram a conter quatro, cinco ou mais faixas de cada lado, cada um correspondendo a uma música. Composições muito longas podiam não ser do agrado do consumidor. (ZAN, 2003, p.2)

Segundo ZAN (idem) o aprofundamento da internacionalização da indústria e do mercado fonográficos no Brasil acontece no decorrer da década de setenta quando grandes gravadoras, como a WEA, instalaram-se no país. Nesse período, a produção fonográfica brasileira passou a organizar-se de maneira mais racional, com maior eficácia e, em relação aos padrões internacionais, registrou-se uma aproximação maior das condições técnicas de produção e divulgação do disco.

Houve também uma rearticulação das empresas fonográficas com outros meios de comunicação. “As rádios ampliaram e segmentaram suas programação em FM, a indústria editorial expandiu e segmentou suas publicações ligadas ao mundo do disco, enquanto as emissoras de televisão, além dos programas musicais, transformaram as trilhas de telenovela em canais privilegiados de divulgação de novos lançamentos musicais” (ibidem, p.8).

De acordo com o autor, dos anos setenta até os dias atuais, o mercado fonográfico brasileiro passou por várias oscilações, com bons e maus períodos. No período de 1989 a 1992, por exemplo, houve o apogeu da nova música sertaneja (ou sertanejo romântico), quando intérpretes como Chitãozinho e Xororó e Leandro e Leonardo lideraram a vendagem de discos no país. “É interessante notar que ao longo desses anos o mercado fonográfico brasileiro passou por uma crise considerável. De 76,9 milhões de unidades vendidas em 1989 (incluindo LPs,

Cassetes e CDs), a indústria da música registrou um declínio vertiginoso, atingindo, em 1992, a casa dos 32,1 milhões. Entretanto, precisamente nesse período, as super-estrelas do sertanejo bateram seus próprios recordes”. (ZAN, 2003,p.1)

Mas, atualmente, conforme divulga a imprensa⁷, mesmo as grandes gravadoras mundiais (também chamadas *majors*), como Sony, Universal, BMG, EMI, Warner, passam por momentos críticos, com demissões geradas por queda nas vendas e no faturamento. É observada uma necessidade de adaptação aos novos tempos, visto que entre os chamados “vilões” estão a pirataria virtual e a pirataria física de CDs, muito facilitadas pelo desenvolvimento tecnológico. Assuntos bastante discutidos em 2003, principalmente no Brasil, originando uma CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) e a aprovação da lei que aumentou as penas para esse tipo de crime, bem como intensificando as ações de combate à pirataria nos diversos setores. Em artigo na internet, Dirley FERNANDES (2003, p.1) comenta:

O mais provável é que 2003 fique marcado como o ano em que o mundo pisou no acelerador nessa transição entre a antiga forma de distribuir música e a próxima, em que a internet vai predominar. Dois marcos podem ser lembrados. Na semana que terminou no dia 26 de outubro a venda de singles via internet nos EUA foi de 870 mil faixas. A de singles físicos foi de 170 mil. Isso aí: cinco downloads – pagos! – para cada CD vendido nas lojas. (...) O cantor Pierre Aderne, que vende seu último CD, “o ovo”, pela internet...é dos que apostam que elas vão mudar para tentar fazer com que tudo fique igual. “O feitiço virou contra o feiticeiro. As gravadoras impuseram a bagaceira, o mega-sucesso que hoje facilita a vida do pirata. Mas elas ainda podem se reanimar. Basta retomar o trabalho de valor...”. Quem sabe não é o fim, do mercado fonográfico, do efeito manada, que, de tempos em tempos, empastela nossos ouvidos com um único gênero musical?

As acusações de imposição musical das gravadoras remetem imediatamente a um outro universo, o dos meios de comunicação de massa (MCM); completando a trilogia dos meios difusores da música aqui enfocada (marketing cultural, indústria fonográfica, e meios de comunicação de massa). Desde seu surgimento até os dias atuais os MCM suscitaram discussões nas mais diversas áreas, com pontos de vista e enfoques variados.

Divergências à parte, no que se refere à difusão da música é inegável que há uma grande relação entre os meios de comunicação e os padrões musicais

⁷ O site do grupo Reuters (www.reuters.com.br/), por exemplo, divulgou em janeiro de 2003 matéria sobre o assunto. Parte da matéria diz: “Assim como todo o segmento musical, a Universal Music está sofrendo com a queda da venda de CDs. Ainda assim apesar da redução de 23 por cento em seu lucro operacional, a gravadora ainda domina o mercado fonográfico, sendo responsável por um em cada quatro discos vendidos no mundo”.

vigentes. No caso do Brasil, por exemplo, a maior parte da população brasileira tem acesso à música quase somente através dos meios de comunicação, principalmente o rádio e a televisão.

Os estudos iniciais dos efeitos dos meios de comunicação de massa sobre o receptor limitavam-se aos efeitos comportamentais ou político-ideológicos derivados de quem emitia a comunicação, ou mesmo do domínio exercido pelos veículos de comunicação sobre as pessoas, estabelecendo uma relação linear e direta nesse processo. A idéia que primeiro despontava, sugeria uma relação básica de poder, em que a associação entre passividade e receptor era evidente.

O professor e pesquisador da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, Mauro Wilton de SOUSA (1995, p.16), ressalta que no Brasil essas questões têm sido estudadas desde o final dos anos 50, “quando o meio acadêmico finalmente rompeu o relativo silêncio que se impôs perante a indústria cultural que vinha se desenvolvendo no país”. Porém, somente com a expansão das agências norte-americanas de publicidade no Brasil, passou-se a privilegiar o ângulo psicossocial no estudo do comportamento ante as tendências do consumo, através do modelo de análise funcionalista em comunicação.

O aspecto mais relevante a ser apontado, segundo SOUSA, é a estratégia que sustentou empiricamente esse modelo, pois não se trabalhava diretamente com a massa, mas com os indivíduos, indagando sobre suas carências, desejos e necessidades. Com esse uso instrumental do indivíduo e de grupos sociais, garantia-se o uso dos meios de comunicação em uma lógica de preservação do sistema, para se conseguir um controle social sobre a massa.

Posteriormente, com o regime militar em sessenta e quatro (1964), e com as discussões advindas da “escola frankfurtiana” (Adorno, Marcuse, Horkheimer, entre outros) e dos chamados “teóricos da mídia” (tem como representantes maiores Marshall McLuhan e o seu mentor, Harold Innis), outras tendências de pensamento sobre o receptor foram surgindo e passaram a ser expressão do dualismo teórico sujeito/objeto/mercadoria, que nasce das considerações sobre a indústria cultural.

SOUSA demonstra que a ótica surgida nos países avançados nos anos 80, quando os sul-americanos vislumbravam o rompimento com o regime militar e com o

subdesenvolvimento, passa a descrever o receptor em uma zona limite e conflitiva: de um lado é o sujeito-indivíduo, o apelo ao uso dos bens disponíveis na sociedade; de outro lado é o sujeito-social, mas no limite do aqui e agora.

Nessa perspectiva surge uma pluralidade de tendências, que vão trabalhar os paradigmas das correntes teóricas anteriores, combinados a elementos diferenciados, para aplicação nas novas práticas da contemporaneidade. Um cenário no qual o próprio lugar da comunicação e do indivíduo/sujeito/receptor está sendo revisto. Essas tendências caracterizam-se pela busca de um novo modo de compreender o social e, paralelamente, um novo modo de compreensão da singularidade do indivíduo. No caso da comunicação, o que chama a atenção é a busca das mediações entre emissor/sujeito que ultrapassem a noção do determinismo.

(...) a pesquisa de recepção – não significa apenas mais um modismo, como apontam alguns críticos, nem sequer pode ser chamada de nova, uma vez que os primeiros estudos realizados nos Estados Unidos datam da década de 1940. (...) o novo, na retomada dos estudos de recepção é o tratamento da lógica que reveste o processo de recepção, especialmente nas classes populares; é trabalhar com a significação da cultura mediática no cotidiano e na cultura de classe; é considerar o receptor o sujeito do processo e da própria pesquisa. (JAKS, N., p.151-152)

Partindo desse enfoque, há, portanto, a necessidade de considerar o papel do ouvinte como sujeito participante do processo que envolve a produção, a difusão e a recepção musical. Sob a ótica do consumo cultural e de acordo com as proposições de CANCLINI (1998), esse ouvinte é um consumidor-cidadão que, ao consumir, também pensa, seleciona e reelabora o sentido social. Para o autor, os processos de consumo são vistos hoje como algo mais complexo do que antes se costumava pensar. Consumir deixa de ser algo totalmente vinculado ao supérfluo, aos impulsos primários dos indivíduos, e à simples relação meios manipuladores e dóceis audiências.

CANCLINI (1998, p.34) ressalta que “lembrar que nós cidadãos também somos consumidores leva a descobrir na diversificação dos gostos uma das bases estéticas que justificam a concepção democrática da cidadania.” Nesta perspectiva, é evidenciada uma constante interação entre a homogeneização do consumo e a heterogeneização das características de cada grupo social. Ou seja, apesar da óbvia influência dos meios massivos de comunicação na homogeneização dos gostos e

tendências, existem, simultaneamente, as particularidades de cada grupo; ambas não se anulam. Pelo contrário, constituem essa complexa e intrincada rede que compõe os aspectos sócio-culturais (e musicais) das populações.

... o receptor, de fato, não é o fim de uma linha de consumo. Ela provém de experiências de vida, de maneiras de entender o passado e visualizar o futuro, de sorte a significar ao que se vê na televisão, na publicidade e na mídia segundo esse mundo vivido, diversificado e fragmentado. Ele não consome a mensagem como tal, ele a ressignifica antes. Isso quer dizer que ele não é de fato receptor individual, no sentido de usuário passivo do que lhe é proposto, mas é um ressignificador, um recriador social e localizado do que lhe é proposto. A publicidade, pois, assim como a TV, não são suficientes, enquanto instrumentos e veículos, para a mudança de comportamento de indivíduos e de grupos. (...) A relação televisiva e publicitária está permeada por uma negociação determinada pelas práticas culturais e pelo imaginário social. (SOUSA, 2003, p.2)

As diversas discussões sobre a controvertida relação entre o mercado, as produções culturais e os meios difusores fazem parte do universo de pesquisadores e profissionais das diferentes vertentes que atuam na área. Tanto o marketing cultural quanto a publicidade, o jornalismo cultural, a produção cultural, e os vários grupos que fazem parte do processo de difusão da cultura, passam por debates e avaliações sobre qual seria a forma ideal de se trabalhar com as questões culturais contemporâneas.

Apesar da existência de posicionamentos distintos entre essas áreas e grupos, e independente dos instrumentais e estratégias que estas utilizam, há pontos em que as opiniões se convergem. Um desses pontos, de grande importância, refere-se à necessidade de uma formação e de uma preparação adequada para os agentes que atuam no meio; aqueles que exercem o papel de promover, informar, divulgar, enfim, difundir a cultura.

Atuando com o jornalismo cultural, a jornalista Lena FRIAS (2001, p. 181), por exemplo, destaca que é preciso dispor de um “compromisso com a cultura no sentido intelectual, dominar a linguagem, o campo, as ferramentas inclusive teóricas do exercício da cultura...e ser ético”. Já MENDONÇA (1998, p. 307-308), referindo-se aos que atuam com o marketing cultural, ressalta ser necessário que o agente:

....tenha familiaridade com os conceitos de cultura, de cultura brasileira, com as manifestações culturais existentes no Brasil, suas diferentes raízes culturais e suas formas de expressão. (...) O trabalho do gestor cultural, ao assessorar instituições públicas de incentivo cultural, ao divulgar manifestações culturais e incentivar a participação popular, ao fornecer informações de qualidade aos meios de comunicação, deve se encaminhar na direção de conservá-las, tanto quanto possível, como territórios que escapam da homogeneização e do controle mercantil.

2 A MÚSICA EM UM CONTEXTO SÓCIO-CULTURAL ESPECÍFICO

2.1 MÚSICA E AMBIENTE URBANO CONTEMPORÂNEO

A presença da música em grande parte das esferas da vida social é inegável. É possível identificar relações entre música e educação, música e mercado econômico, música e política, música e lazer, música e entretenimento, música e comunicação, música e esportes... Enfim, as diversas instâncias contam com a presença constante da música em seu cotidiano.

Uma visão rápida e panorâmica já seria suficiente para enumerar alguns dos diferentes locais em que a música atua, direta ou indiretamente. No que se refere aos meios de comunicação, por exemplo, a música vem sendo utilizada como trilha sonora de filmes e novelas, efeitos sonoros para diversos tipos de programas, *jingles* e fundo musical para comerciais, *clips* para divulgação, etc..

Nas atividades diárias, a observação da vida social urbana evidencia um ambiente diversificado de atuação e de presença da música. Para identificar esse quadro, basta um passeio ao shopping (com seu som ambiente), a freqüência a missas, cultos e casamentos (nas igrejas e templos), às festas, às danceterias e boates, aos shows e aos concertos (em praça pública ou ambientes fechados), uma caminhada pelas ruas entre os vendedores ambulantes (que fazem da música o seu produto de venda) ou pelas avenidas (a profusão de carros de som, os milhares de automóveis com aparelhos de som ligados, e os ônibus do transporte coletivo, que circulam com rádios ligados às emissoras com as quais possuem contrato de exclusividade). Há ainda as residências, onde a população tem contato com grande parte dos instrumentos necessários à convivência musical, através do acesso às televisões, rádios, internet, CDs, DVDs, etc..

Enumerar todas as instâncias onde a presença da música é freqüente, bem como as várias formas de utilização dos sons musicais no mundo contemporâneo seria tarefa demasiadamente longa e, até mesmo, redundante, pois as pessoas convivem diariamente com essa realidade. Entretanto, mesmo em contato constante com essa profusão de sons, os membros que compõem os diversos grupos e sociedades nem sempre estão atentos à presença, à origem e à influência dessas músicas em seu cotidiano.

A população constitui-se como público em potencial e tem grande importância nesse processo, como ressalta Maria de Lourdes SEKEFF (2002, p.73):

Na linguagem musical (assim como nas linguagens artísticas) a contribuição do artista é sempre um processo primário, um processo lacunar, incompleto em si, favorecendo processos secundários na percepção do público. Pode-se mesmo dizer que a experiência musical é um processo indivisível do qual artista e público tem sua cota de criatividade, de viva e efetiva participação, contribuindo para a totalidade do processo. Ou ainda, a música se completa...*no ouvinte*.

Na dinâmica sócio-cultural diária as instâncias de produção, transmissão e recepção da música estão em constante interação e, ao mesmo tempo, interagem de maneira desigual e diferenciada com outros campos da vida política, econômica, educacional, histórica... Para que se tenha uma amplitude do campo de atuação da música dentro da sociedade é necessário considerar todo o processo e as esferas que nele atuam, e ter ciência da constante inter-relação entre as várias práticas, as quais não se dissociam em momento algum.

A diversidade musical do que é consumido pela população tem relação direta com os mediadores que propiciam sua difusão. E esses mediadores, por sua vez, se relacionam com os meios de produção da música e com os seus criadores. No ambiente urbano esse processo se evidencia, e a estrutura social alcança um grau de complexidade cada vez maior, visto que “A cidade é sempre um organismo em mutação, pois, a cada instante, há algo mais que a vista não alcança, mais do que o ouvido possa perceber, uma composição nova em um cenário novo que espera para ser analisado.” (LIMA; FERNANDES, 2000, P.9)

A inserção da música no ambiente urbano apresenta um panorama intrincado de situações. Em tempos de globalização, por exemplo, definir e traçar diferenciações entre as cidades, ou compreender como se processam os níveis de complexidade de suas estruturas sociais (e seus desdobramentos) são desafios cada vez maiores.

A Globalização nos leva a reimaginar a nossa localização geográfica e geocultural. As cidades, e sobretudo as megacidades, são lugares onde essa questão se torna intrigante. Ou seja, espaços onde se apaga e se torna incerto o que antes se entendia por “lugar”. Não são áreas delimitadas e homogêneas, mas espaços de interação em que as identidades e os sentimentos de pertencimento são formados com recursos materiais e simbólicos de origem local, nacional e transnacional. A comparação entre cidades da Europa, Estados Unidos e América Latina é um bom recurso para verificar que a articulação entre as diferenças internas de cada urbe – e do local, nacional e global nelas – varia notoriamente. (CANCLINI, 2003, p. 153)

Nas grandes cidades, sejam elas metrópoles, megalópoles, ou centros urbanos em ascensão, a música está presente sob diferentes formas e formatos e

adquire usos e funções diferenciados. Mas, principalmente, a música está inserida nas mais diversas manifestações, de cunho ideológico, religioso, político, estético, econômico,....Dentro de um mesmo ambiente urbano, com suas especificidades e características próprias, há a convivência simultânea entre tendências musicais diversas, que envolvem tanto os gêneros da tradição local - que na maioria das vezes passaram por ressignificações - quanto os vários outros gêneros, absorvidos de origens diversificadas.

Assim, gêneros e estilos musicais como o Rap, o Gospel, o Folclore, o Rock, o Erudito, o Popular, etc., encontram seu(s) espaço(s) nos diversos campos sociais, de acordo com a identificação que o público tem com cada qual. Enquanto os amantes da música clássica se reúnem nos teatros para os recitais e concertos, nos ginásios e clubes estão as bandas de Rock e de Pop e os grupos de Funk. Enquanto nas igrejas e templos os fiéis se embalam na música religiosa, nas boates e danceterias o público se agita com os diversos gêneros dançantes...

Mas nada impede que o participante do show de Rock de hoje não esteja amanhã entoando as músicas religiosas, ou que o amante do erudito de hoje decida-se amanhã pela “balada”¹ nas danceterias da cidade. Essa simultaneidade e a convivência múltipla em diversas esferas, bem como a possibilidade do indivíduo escolher e ser fiel a apenas uma das várias opções musicais que as cidades oferecem² é um dos aspectos que caracteriza o mundo urbano atual e a relação do público com a música na contemporaneidade.

Além do aspecto técnico, já ressaltado no capítulo anterior, Antônio CÂNDIDO (1985) destaca dois outros importantes âmbitos de influência na relação entre público, autor e obra: o estrutural e o valorativo. Obviamente, na prática cotidiana esses âmbitos, e os vários outros desdobramentos que deles derivam, não se separam. Entretanto, essa classificação é didática e oportuna quando se pretende uma melhor compreensão do panorama social em que se insere a música.

¹ Balada, neste sentido, equivale a “agitos”, “farras”, “ferveções”. Ou seja, é uma das muitas gírias utilizadas pela juventude para designar seus passeios e diversões.

² Obviamente, essas opções estão restritas ao que é oferecido a esse público, pois, geralmente, o contato com a diversidade de possibilidades musicais existentes não é disponibilizado. A maior parte da população não tem acesso sequer aos gêneros e estilos musicais mais comuns ao seu meio cultural. O que, também, não bastaria por si só, visto que há diversos componentes que tecem essa intrincada rede dos valores e das preferências musicais das pessoas.

CÂNDIDO ressalta que, no âmbito estrutural, as diferenciações de público se processam a medida que há um crescimento do volume demográfico urbano. Esses públicos podem constituir-se em grupos estruturados ou em conjuntos informes, dos quais é possível, ou não, se originarem grupos com uma configuração e uma estrutura mais definida. A sociedade contemporânea, destaca o autor, é repleta dessas coleções informes de pessoas, que aumentam e se fragmentam na mesma proporção em que cresce a complexidade da estrutura social.

No caso de Goiânia, cidade na qual esta investigação se desenvolveu, um dos caminhos para compreender como acontecem os contatos da população com a música é conhecer alguns aspectos da estrutura sócio-cultural e da infra-estrutura musical da cidade, bem como os agentes que participam desse processo. Assim, podem ser detectadas algumas influências que o ouvinte goianiense recebe cotidianamente e se inter-relacionam na configuração do comportamento musical desse público (no qual estão inseridos os alunos de primeiro ano de graduação da UFG, objeto desta pesquisa)

2.1.2 O Panorama Musical em Goiânia

Goiânia conta atualmente com 70 anos³ e, de acordo com o Censo 2000 do IBGE⁴, tem uma população total de 1.093.007 habitantes, distribuídos em uma área 724,08 Km², sendo 1.085.806 habitantes na zona urbana e 7.201 na zona rural. É uma cidade jovem e em franca expansão, que possui várias características comuns aos centros urbanos do Brasil e do mundo, mas, ao mesmo tempo, mantém as especificidades de seu contexto e de seu imaginário sócio-cultural.

Como acontece em todo o país, Goiânia apresenta vários problemas sociais, bem como as diversas benesses propiciadas pela vida moderna, os quais vão se refletir e ser refletidos no cenário musical (e nas artes em geral). O desemprego, a violência, o trânsito conturbado, a agitação, a diversidade de lojas e shoppings, as várias opções de lazer e entretenimento, a facilidade de acesso às informações, os

³ “Em 24 de outubro de 1933 é lançada a pedra fundamental e, em 07 de novembro de 1935, se dá a ‘mudança provisória’ do governador para Goiânia. A mudança definitiva acontece em 1937. Em julho de 1942, em seu Batismo Cultural, a nova capital já contava com 15 mil habitantes, o dobro da antiga capital, Goiás, com seus 200 anos de existência.” (VIEIRA, M.D, 2001)

⁴ Fonte: Site oficial da Prefeitura de Goiânia. www.goiânia.go.gov.br

benefícios e os problemas trazidos pelo desenvolvimento tecnológico, etc, convivem nesse universo. Mas, ao mesmo tempo, diversos aspectos diferenciam as cidades e grupos sociais entre si, imprimindo assim configurações únicas e específicas.

A conformação de Goiânia hoje e as características culturais de sua população atual têm origem na formação do estado e em sua constituição sócio-política e econômica. A cidade tem traços de uma economia agropecuária que convive simultaneamente com um comércio em expansão e uma industrialização ainda em desenvolvimento. Essas particularidades estão refletidas no modo de vida da população que, por um lado, se configura como uma sociedade urbana e, por outro lado, cultiva hábitos e costumes das zonas rurais e dos pequenos municípios do interior.

As tradições e hábitos rurais, fundem-se aos costumes diversos advindos por meio do processo de migração e se entrecruzam com as características da modernidade que resultam, principalmente, do desenvolvimento tecnológico, dos contatos facilitados com todo o mundo através da informática e de um sistema político-econômico globalizante. Essa convivência constante entre urbanidade e ruralidade na vida social goianiense resulta em significações culturais próprias, expressas de diversas maneiras, inclusive nos seus valores musicais.

Nos vários ambientes de Goiânia, em espaços abertos ou fechados, as atividades e eventos musicais acontecem, em sua maioria, a partir das iniciativas estatais (dos governos Estadual, Municipal ou Federal, principalmente através de Leis de Incentivo à Cultura), institucionais (de órgãos e/ou entidades religiosas, políticas, educacionais, etc) ou mercadológicas (de agentes e produtores).

Os eventos musicais públicos podem, ainda, ser classificados a partir da origem dos artistas (locais, nacionais e internacionais) e de sua caracterização (sonorização mecânica, música ao vivo, música acústica ou amplificada, etc). Trata-se, portanto, de um assunto de grande amplitude, que será tratado brevemente neste trabalho. O intuito específico é identificar os espaços e as principais possibilidades de contato com a música que o público goianiense possui atualmente.

Para eventos que exijam uma infra-estrutura mais adequada (como sonorização, acústica, iluminação, etc), Goiânia conta com dois teatros, o Teatro Rio Vermelho do Centro de Cultura e Convenções (com capacidade para 2070 pessoas) e o Teatro Goiânia (vinculado ao governo estadual, e com capacidade para 700

peçoas). Nesses dois espaços acontecem grande parte dos recitais e concertos eruditos, e shows musicais de MPB ou outros gêneros musicais que sejam mais adequados a esse tipo de ambiente. Em sua maioria, são eventos pagos, com exceção de recitais e concertos promovidos pela Fundação Orquestra Sinfônica de Goiânia, pela Orquestra de Câmara Goyazes, e pela Escola de Música e Artes Cênicas da UFG, geralmente às segundas e terças à noite e aos domingos pela manhã.

Um outro espaço que ultimamente passou a ser utilizado é o anfiteatro da Organização Jaime Câmara, onde acontecem apresentações do Projeto *Executiva in Concert*. Os auditórios do Centro Federal de Ensino Tecnológico de Goiás (CEFET) e da Escola de Música e Artes Cênicas da UFG também abrigam eventos musicais. Os três espaços são de menor porte, mas têm sido bastante utilizados tanto nas apresentações para o público com o qual atuam quanto para públicos externos e/ou eventos realizados por outros órgãos/instituições⁵.

Com espaço interessante e único, há também o Centro Cultural Martim Cererê, vinculado ao governo municipal. São dois teatros fechados com capacidade para trezentos espectadores, um teatro de arena, que comporta quinhentos e cinquenta pessoas sentadas, e bar com um pequeno palco. Neles, geralmente acontecem shows de artistas locais e/ou independentes e alternativos. Em relação aos eventos alternativos, festivais como o “Goiânia Noise Festival”, o “Festival Bananada” e o “Go Rock” têm sido destaque entre os jovens, reunindo bandas nacionais e locais.

Os dois ginásios de esportes (Goiânia Arena e José de Assis) também são palco para alguns shows e eventos em que a música está presente (principalmente de bandas nacionais de Rock e Pop Rock, ou encontros religiosos). Esporadicamente, quando é esperado um grande público, acontecem eventos desse tipo nos dois maiores estádios da cidade, o Serradourada e o Olímpico - geralmente no caso de artistas já renomados nacional e internacionalmente. Estes espaços são vinculados ao governo estadual, com administrações terceirizadas, em sua maioria.

⁵ Neste sentido, é necessário destacar que até mesmo os locais que atuam com a música, como as escolas de artes ligadas ao Estado e Município, por exemplo, não possuem espaços para apresentações. Assim, sempre necessitam alugar ou solicitar empréstimos de auditórios e teatros para a realização de recitais e outras atividades destinadas ao público.

Os músicos da região apresentam-se com freqüência em espaços fechados como bares e choperias, fazendo o chamado “som do barzinho”. Nesses locais, que já se integraram à paisagem noturna de Goiânia, acontecem as apresentações com “voz e violão”, em sua maioria com repertórios da Música Sertaneja e/ou de vários gêneros populares como as canções, as baladas e o pop.

Grande parte dos shows com bandas nacionais ou artistas consagrados pelo público jovem acontecem nos salões dos clubes particulares da cidade (os clubes Jaó e Jóquei tem se destacado na organização desses eventos), nas casas de shows (onde, geralmente, são convidados grupos que estão em voga, de acordo com os sucessos do momento – atualmente, as bandas de forró tem sido o destaque), e nas festas promovidas por Boates e Danceterias. Além destes espaços, há o caso de alguns shoppings de Goiânia, que mantém música ambiente tocada por tecladistas e que, em determinadas ocasiões, promovem shows ao vivo com artistas locais e nacionais.

Um espaço onde acontece um evento tradicional que reúne grande público todos os anos é o da Exposição Agropecuária de Goiânia, que geralmente é realizada por um período de 15 dias.

... o público de milhares de pessoas por dia circula durante todo o tempo pelos caminhos asfaltados do parque ou senta-se nas barracas para comer, beber, conversar, escutar música, apreciar o movimento ... Grande parte desse público é atraída pelos shows musicais que acontecem praticamente todas as noites e trazem ídolos da música sertaneja, da música romântica, do axé *music*, do pagode, do *pop rock* nacional, em uma miscelânea e heterogeneidade de gêneros musicais que atende a uma numerosa platéia, também heterogênea ...(Vieira, M.D, 2001, p, 60-61)

No complexo cultural do Chafariz da Praça Universitária, espaço vinculado à Secretaria Municipal de Cultura, recentemente reformado e reinaugurado, acontece o Projeto *terça tem canja*. E no Centro Cultural Martim Cererê a Sociedade Goiana de Música desenvolve o Projeto Manhãs Musicais, aos domingos pela manhã.

Nos espaços abertos, destacam-se as iniciativas estatais, com shows musicais realizados principalmente na Praça Universitária e na Praça Cívica. Aos domingos, durante a Feira do Sol, acontece o Projeto “Um Gosto de Sol”, realizado pela Secretaria Municipal de Cultura, onde músicos da região se apresentam.

E há ainda, em pequena quantidade, os chamados “Músicos de rua” que se exibem principalmente na feira *hippie* e na feira da lua, aos sábados à noite e aos domingos pela manhã. A música e a dança que é difundida no carnaval da Bahia (a chamada Axé Music), chega à capital goianiense todos os anos no carnaval temporão denominado Carnagoiânia. Atualmente, o evento acontece no Autódromo Internacional de Goiânia, mas no início era realizado nas ruas da cidade. O autódromo é mais um local vinculado ao governo estadual, com administrador terceirizado.

Esses são alguns dos vários espaços e situações que possibilitam formas de contato do ouvinte goianiense com a música. Ao lista-los, a impressão inicial que se tem é de que há grande quantidade de espaços e diversidade de atividades musicais. Entretanto, essa porcentagem torna-se ínfima, se confrontada com o número de habitantes e, principalmente, com a quantidade de pessoas que residem nas regiões periféricas, visto que os locais desses eventos, em sua maioria, estão sediados na região central da cidade.

Obviamente, não é só a existência dos espaços que assegura a realização de atividades musicais e um maior acesso da população aos mesmos ou, ainda, garantam que haja uma preocupação com a qualidade desses eventos. Algumas questões a esse respeito mereceriam pesquisas detalhadas, como, por exemplo, as formas de utilização dos espaços, os critérios utilizados para a realização dos eventos musicais, um estudo do público que frequenta essas atividades, as dificuldades e as facilidades de acesso por parte do público, a não continuidade de eventos que se propunham a ser sistemáticos (como alguns festivais de música, por exemplo), os incentivos e os patrocínios recebidos, a política cultural que é proposta pelos órgãos governamentais na área musical, etc. Entretanto, como os objetivos são outros neste momento, estas questões ficam como sugestões para investigações posteriores.

Na composição da estrutura sócio-cultural dos vários centros urbanos e, entre eles, Goiânia, há uma grande quantidade de profissionais envolvidos no processo de criação, mediação e difusão da música, que propiciam ao público a aproximação com o mundo sonoro. Compositores, intérpretes, instrumentistas, arranjadores, técnicos de som, engenheiros de som, produtores musicais, educadores musicais, críticos, teóricos da música, são apenas uma pequena parte

dos agentes que compõem esse todo. Modalidades que apresentam uma variedade de desdobramentos, diante da heterogeneidade de gêneros e estilos musicais existentes e da diversidade de formações musicais (somente entre os instrumentistas, por exemplo, é possível identificar músicos auto-didatas, músicos populares, músicos de orquestras, músicos com formação acadêmica..).

Os agentes que compõem os vários meios em que a música atua desempenham papéis fundamentais, seja em seu ambiente específico e/ou em inter-relação com as outras instâncias da música e com as instâncias correlatas (música e psicologia, música e engenharia, música e acústica musical, música e marketing, música e sociologia, etc.). Envolvidos em uma complexa rede, todos esses personagens são decisivos na configuração do meio musical de cada sociedade.

Neste aspecto, BOURDIEU (1996, p. 207) afirma que “não é possível, mesmo no caso do campo científico, tratar a ordem cultural (a epistême) como totalmente independente dos agentes e das instituições que a atualizam e a levam à existência, e ignorar as conexões sócio-lógicas que acompanham ou sustentam as consecuições lógicas ...”

Em Goiânia, percebe-se uma ampliação sensível no número de agentes que atuam e participam do processo cultural na área musical. Entre os motivos possíveis, está o aumento no número de estúdios e gravadoras (a maioria de pequeno porte e algumas de médio porte) e, por conseqüência, uma maior necessidade de músicos de estúdio, técnicos de som, produtores musicais, etc.

Muitos desses estúdios são utilizados para ensaios de bandas e grupos musicais e para gravações de determinados gêneros, como *jingles* e vinhetas, por exemplo, ou CDs de demonstração. Algumas gravadoras, um pouco maiores e com equipes mais definidas, começam a investir na produção local, com uma divulgação mais ampla para o mercado de consumo.

Seria prematuro tentar afirmar o por quê desse aumento de gravadoras e estúdios em Goiânia, pois é um processo recente e em desenvolvimento, que necessitaria de estudos mais aprofundados. Entretanto, algumas causas para essa proliferação podem ser citadas a partir do acompanhamento do cenário musical da cidade nos últimos anos:

- aumento expressivo de novas bandas, grupos musicais e intérpretes, com interesse de profissionalização na área musical, e alguns destes conseguiram uma razoável afirmação entre o público e um maior espaço na mídia;
- a tecnologia digital facilitou, agilizou e barateou o processo de gravação e reprodução de discos;
- as dificuldades de acesso às gravadoras de grande porte foram um incentivo para a criação de novos selos e de trabalhos independentes, a fim de que os novos músicos e os músicos fora do circuito comercial se inserissem no mercado;
- apesar de não haver em Goiânia uma formação específica nessa área, observa-se uma preocupação maior com os aspectos relacionados à produção, agenciamento e divulgação musical. Esse é um fator de grande importância na busca por patrocínios;
- e, ainda, foram criadas e aprovadas as Leis de Incentivo à Cultura do município e do estado (que passaram por reformulações recentes). O que, de certa forma, fomentou o mercado.

Junto a essas causas, diversas outras poderiam ser citadas. Entretanto, não há conhecimento de estudos específicos a respeito. Para esta análise, tomou-se como referência principal as discussões desenvolvidas em seminários, palestras, reuniões e outros eventos culturais realizados na cidade, bem como algumas observações pessoais de como o ambiente musical vem se desenvolvendo em Goiânia.

2.2 DIFUSÃO MUSICAL EM GOIÂNIA: O ACESSO À MÚSICA ATRAVÉS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

O assunto difusão musical engloba todas as formas de propagação da música; as diversas maneiras de levá-la às pessoas, seja em pequena, média ou grande escala. Está relacionado às apresentações ao vivo nos shows, recitais e festivais de música, às divulgações verbais entre as pessoas, e aos processos educativos formais e não formais, nos quais os educadores musicais cumprem o importante papel de agentes multiplicadores e divulgadores da cultura musical.

Refere-se também à utilização e propagação da música nas instituições religiosas e nos diversos tipos de associações. Enfim, refere-se a todas as instâncias citadas neste tópico anterior e a vários outros espaços e situações. Mas, sem dúvida, a maior parte da difusão musical nos dias atuais acontece através dos meios de comunicação de massa e engloba principalmente as emissoras de televisão e de rádio, e a internet (de forma mais restrita, pois a porcentagem de pessoas que tem acesso a computadores ainda é pequena).

Inicialmente, é necessário considerar que essa difusão musical acontece de forma direta e de forma indireta, visto que há programas voltados especificamente para a música (paradas musicais, videoclips, os shows especiais – ao vivo ou não), programas em que a música é um dos componentes (shows de variedades, programas de auditório, programas religiosos...) e programas em que a música é utilizada de maneiras diferenciadas (como trilha sonora de telenovelas minisséries e filmes, ou fundo musical para propagandas e comerciais, por exemplo).

Em Goiânia, além das emissoras de canais fechados (por assinatura), que são restritas, existem cinco emissoras de canais abertos de TV, vinculadas às redes nacionais e com uma programação que atinge todo o país. No caso específico da música, destacam-se os programas de variedades e os programas de videoclips, conforme demonstra a tabela abaixo. Nas televisões abertas há alguns casos de programas locais em que a música é o foco (ou uma das atrações) como “Raddar” e “Frutos da Terra”, ambos da TV Anhanguera e “Cidade Esperança”, da TV Cultura.

No que se refere às emissoras de rádio, as programações são locais, em sua maioria. Com exceção da rádio Antena 1 FM, que é transmitida via satélite de

São Paulo, e de algumas emissoras AM que transmitem programas religiosos, jornalísticos, esportivos e, às vezes, musicais, em parceria com emissoras de outras regiões. Já a internet dá acesso às rádios de todo o mundo, ficando ao ouvinte a opção pela emissora que atenda às suas preferências.

TABELA 1 – Relação de emissoras e programas de televisão em Goiânia

| Emissora | Canal | Vínculo Nacional | Alguns Programas Musicais |
|----------------------|--------------|---------------------------------------|--|
| TV Anhanguera | 2 | Rede Globo de Televisão | -Caldeirão do Huck -Altas Horas -Domingão do Faustão -Jovens Tardes (encerrado) -FAMA (duas edições, já encerrado) |
| TV Record de Goiânia | 4 | Rede Record | - É Show - Raul Gil - A Noite é Nossa - Domingo da gente - Bahia 50º (temporário) |
| TV Serradourada | 9 | SBT – Sistema Brasileiro de Televisão | - Domingo Legal - Hebe - Programa do Ratinho |
| TV Goiânia | 11 | Rede Bandeirantes | -Clipmania -Boa Noite Brasil -Sabadaço -Show da Fé (intérpretes de músicas religiosas) |
| TV Cultura | 13 | Fundação Padre Anchieta | -Bem Brasil -Musikaos -Metrópolis |

Em Goiânia existem atualmente 9 emissoras AM e 12 emissoras FM. É através destas rádios que o ouvinte tem contato com notícias diárias, propagandas e comerciais, promoções e premiações e, principalmente, com uma enorme quantidade de músicas. Repertório com o qual ele convive ligando seus aparelhos de rádio em casa, no trabalho, no automóvel, nos ônibus urbanos, nos passeios; enfim, nos diversos locais e situações vivenciadas cotidianamente.

Entretanto, nas rádios AM a programação musical em específico é pouco contemplada quando comparada às rádios FM. Nas AMs a música tem utilizações e funções diversas e é veiculada em menor quantidade, apesar de existirem alguns programas de música sertaneja e de música caipira (geralmente no início da manhã) e alguns programas de variedades, que veiculam as músicas que estão nas paradas

e/ou são pedidas por ouvintes via telefone ou carta. Há muita programação esportiva, noticiários, e conteúdos de caráter religioso. Uma das exceções é a Rádio Universitária, ligada à Universidade Federal de Goiás, sobre a qual será feito um maior detalhamento no próximo tópico deste capítulo.

Um fator que chama a atenção nas rádios AM (e começa a estar presente também nas FMs) é o seu aproveitamento pelas instituições religiosas. Em Goiânia há um predomínio de emissoras AM com esse perfil, e grande parte veicula quase exclusivamente músicas vinculadas a temas religiosos. Um misto de vários gêneros (baladas, canções, rocks, etc) onde são inseridas letras de louvação e de adoração a Deus e que, de acordo com a vertente com a que está vinculada, é chamada de música Gospel, música religiosa católica e/ou música cristã.

TABELA 2 – Emissoras de rádio AM e FM em Goiânia

| EMISSORAS DE RÁDIO EM GOIÂNIA | | |
|--------------------------------------|-------------------------|---------------------------|
| | Rádios FM | Rádios AM |
| 1 | RBC (90.1 MHZ) | RIVIERA (540 KHZ) |
| 2 | COMPANHIA (91,9 MHZ) | DIFUSORA (640 KHZ) |
| 3 | EXECUTIVA (92.7 MHZ) | 730 (730 KHZ) |
| 4 | BAND GOIÂNIA (93,8 MHZ) | JORNAL (820 KHZ) |
| 5 | INTERATIVA (94,9 MHZ) | UNIVERSITÁRIA (870 KHZ) |
| 6 | ARAGUAIA (97,1 MHZ) | 930 KHZ |
| 7 | SUCESSO (98,3 MHZ) | ALIANÇA (1090 KHZ) |
| 8 | 99 (99,5 MHZ) | CBN (1230 KHZ) |
| 9 | MIL (102,9 MHZ) | BRASIL CENTRAL (1270 KHZ) |
| 10 | NATIVA (103,7 MHZ) | |
| 11 | TERRA (104,3 MHZ) | |
| 12 | ANTENA 1 (105,3 MHZ) | |

A programação das rádios FM de Goiânia foi objeto de estudo desta pesquisadora durante os anos de 1999/2000, quando foi elaborada a monografia “A Programação Musical das Rádios FM de Goiânia – um estudo sobre as significações culturais”. Já em relação às emissoras de TV e as rádios AM em Goiânia não há conhecimento de estudos que enfoquem especificamente a questão musical.

Apesar de quatro das atuais emissoras - COMPANHIA, BAND, SUCESSO e NATIVA - ainda não existirem no período em que foi feita a pesquisa, os resultados

e as conclusões a que se chegou em relação às oito rádios FM investigadas demonstram aspectos interessantes:

-Independente do caráter da emissora, o repertório musical veiculado obedece a alguns critérios, tais como: horário e tipo de público a ser atingido. Assim, no início da manhã, geralmente se ouve programas com músicas mais suaves, de menor balanço: por exemplo, as músicas chamadas de "raiz", em que se inserem as modas de viola e a música caipira; as músicas românticas, principalmente internacionais; e, em menor incidência, os instrumentais.

-Em todas as emissoras, são dois os pré-requisitos básicos para a elaboração da programação: os pedidos dos ouvintes e o *feeling*⁶ do programador musical. Todos os programadores das emissoras goianienses pesquisadas atuam com base em suas experiências e não possuem formação específica, conforme declararam seus Diretores Artísticos.

-Ns programação musical veiculada, as músicas coincidentes em todas as rádios são sempre as que estão em voga nas novelas do momento e, geralmente, do gênero canção romântica, que é bem aceita por todos os níveis de "consumidores". Ou são ainda, em alguns casos, os "carros-chefe" dos novos CDs lançados pelas gravadoras.

-Há uma grande incidência de regravações de músicas, nos vários gêneros. Portanto, em todas as rádios foram ouvidas novas interpretações de músicas consagradas e, às vezes, até desconhecidas pelo público mais jovem, que adquirem novos arranjos, nova estética, até mesmo novo gênero, em determinados casos, para coincidir com as tendências e a homogeneização do "gosto" atual.

-A maioria dos locutores das rádios investigadas não divulga os compositores e grande parte deles anuncia as músicas de uma maneira que credita ao intérprete a autoria das músicas. Por exemplo, "você acabou de ouvir a nova música de *fulano*". Somente duas das rádios pesquisadas fogem a esta regra.

⁶ Feeling equivale à percepção, intuição, que o programador teria para "prever" o que agrada ao público.

-No caso das rádios que veiculam músicas internacionais, estas são, geralmente, de origem norte-americana e/ou cantadas em Inglês. Praticamente não são ouvidas músicas européias, latinas, ou de outras nacionalidades.

- As oito rádios FM que atuam em Goiânia veiculam, diariamente, um repertório musical heterogêneo, de acordo com as especificidades de cada uma. Porém, estas emissoras podem apresentar algumas semelhanças que permitem aglutiná-las em grupos diferenciados, de acordo com o público que atendem e com sua proposta de programação. Encontra-se, por exemplo, similitudes entre as rádios Araguaia e Interativa, entre as rádios Executiva, RBC e Antena 1 (apesar desta apresentar uma programação quase exclusiva de músicas internacionais, veicula gêneros parecidos com as outras duas), e entre as rádios Terra, 99 e Mil.

- Mesmo veiculando gêneros diferenciados, a opção dessas FMs, na maioria das vezes, é pelas músicas de consumo imediato, com melodias, letras e ritmos repetitivos e com características popularescas e comerciais, de fácil audição e de fácil vendagem, gerando uma certa homogeneização de tendências. Não esquecendo, é claro que, dentre os diversos gêneros veiculados, existem músicas com maior ou menor qualidade de elaboração.

-Um aspecto que chama a atenção é a “migração” de intérpretes dentro dos gêneros diferenciados, tornando difícil a tarefa de classificá-los. Observa-se, por exemplo, que intérpretes de músicas baianas, como o axé, têm inserido em seu repertório clássicos⁷ da MPB e baladas românticas, e que alguns Grupos de Rock Nacional passaram a gravar suas composições em cadências mais lentas e sem os aparatos eletrônicos, abastecendo o mercado fonográfico de CDs acústicos.

-A convivência simultânea entre heterogeneidade/homogeneidade é característica da mentalidade mundial atual, na qual as tendências globalizantes convivem com os regionalismos próprios de cada povo. Esses aspectos refletem-se

⁷ Os dicionários trazem diversas utilizações para o termo clássico. Neste trabalho, ele foi utilizado no sentido de padrão de qualidade, de modelo, referindo-se às músicas que se tornaram perenes no repertório da Música Popular Brasileira, e transformaram-se em referência.

não só na programação musical difundida nas rádios FM de Goiânia, mas também nos diversos componentes culturais das várias sociedades, gerando uma profusão de “novidades” musicais. Assim, a definição exata dos gêneros musicais veiculados nas rádios torna-se, uma tarefa difícil, pois há grande fusão de ritmos, melodias, temas e estilos, que originam diversos subgêneros, nos quais estão embutidos ainda alguns hibridismos culturais, que foram acontecendo ao longo dos tempos.

O ouvinte, entre outros aspectos, tem suas significações culturais advindas do imaginário popular da região em que habita, mesclado às informações que a mídia lhe proporciona nos níveis local, nacional e mundial. Portanto, a ampla cobertura geográfico-espacial e o acesso facilitado ao rádio e à TV (em menor escala, à Internet, pois a informática ainda não é acessível à maior parte da população no Brasil) tornam os meios massivos de comunicação uma das principais formas de difusão e recepção da música.

Entretanto, os usos que tem sido feito desses meios, e a postura adotada pelos que detêm as concessões, dificulta uma democratização da comunicação; inviabiliza que a diversidade cultural existente seja contemplada e, ainda, impossibilita ao ouvinte o acesso aos diversos gêneros e estilos musicais. Parte das conclusões da pesquisa sobre a programação musical das FMs evidencia tais aspectos:

... percebe-se que o ouvinte das rádios FM em Goiânia possui poucos parâmetros de qualidade para escolhas e preferências de um ou outro gênero musical, pois as suas opções são restritas. No entanto, isso não significa que esse ouvinte não traz consigo suas opiniões próprias e as opiniões de sua coletividade. Dentre as poucas opções que lhe são oferecidas, ele opta por aquelas que lhe parecem mais condizentes consigo e com seu meio. (...) É possível, então, identificar grupos diferenciados na população de Goiânia, e perceber que a programação musical das cinco emissoras FM que não veiculam o sertanejo representa esses últimos grupos. Dessas rádios, duas têm grande incidência de clássicos da MPB, duas optam pelo Pop e pelo Rock, e uma veicula somente música internacional. Um reflexo de que as músicas que se tornaram parte do repertório, transformando-se em clássicos, ainda refletem o imaginário de grande parte da população. Parece-nos visível também que o pop e o rock representam uma outra parcela desses ouvintes, que buscam nesses dois estilos uma forma de expressão, representada principalmente pelos jovens. (VIEIRA, M. D., 2001, p. 110)

**3 A PRESENÇA DA UFG NO CONTEXTO GOIANO E
A BAGAGEM MUSICAL DO ALUNO DE PRIMEIRO ANO DE GRADUAÇÃO:
INTERAÇÕES E INTER-RELAÇÕES**

3.1 ESTRUTURA E ATUAÇÃO DA UFG NO CENÁRIO SÓCIO-CULTURAL DE GOIÁS

Inaugurada em 1960, a Universidade Federal de Goiás (UFG) foi, durante vários anos, a única universidade pública do estado de Goiás. Atualmente, já existem a Universidade Estadual de Goiás (UEG) e o Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET), além de uma grande quantidade de faculdades e universidades particulares que, em poucos anos, ampliaram em quase mil por cento o mercado do ensino superior em Goiás.

A UFG formou-se a partir da reunião de cinco escolas superiores então existentes em Goiânia: Faculdade de Direito, a Faculdade de Farmácia e Odontologia, que hoje constituem duas unidades distintas, a Escola de Engenharia, que a partir de 1991 foi dividida em duas unidades, Escola de Engenharia Civil e Escola de Engenharia Elétrica, o Conservatório de Música e a Faculdade de Medicina. É uma instituição pública de ensino superior que tem como objetivos principais:

(...) a formação de profissionais altamente qualificados nas várias áreas do conhecimento; a pesquisa nos diversos campos acadêmicos; a implementação de programas e projetos de atuação na realidade regional e nacional; e a criação, promoção e difusão de inovações tecnológicas e de programas artísticos e culturais, a UFG tem conseguido conquistar espaços e tem hoje um importante papel no desenvolvimento econômico e social do Estado, seja formando profissionais qualificados, seja produzindo conhecimento e tecnologia, seja difundindo-os junto à sociedade. (Fonte: site oficial da UFG. Disponível em : www.ufg.br)

Em sua estrutura, a Universidade Federal de Goiás conta hoje com seis Campi, que abrigam mais de 60 cursos de graduação, nas oito áreas do conhecimento, e quase 70 cursos de pós-graduação oferecidos pela Instituição. São dois Campi em Goiânia, três nos municípios goianos de Catalão, Jataí e Firminópolis, e um em Porto Nacional, Estado do Tocantins; além do curso de licenciatura em Matemática, na cidade de Rialma, e o curso de graduação em Direito, mantido na Cidade de Goiás.

A Comunidade Universitária da UFG é composta por um quadro de docentes com mais de mil e cem professores efetivos e quase cento e cinquenta professores substitutos, mais de mil e novecentos funcionários técnico-administrativos, e um corpo discente com cerca de treze mil alunos de graduação e pós-graduação¹.

¹ Dados referentes ao ano de 2002, disponibilizados no site oficial da Instituição www.ufg.br. Acesso em 20/02/2004.

A Administração Central da UFG é constituída pela Reitoria e por três Conselhos: Conselho Universitário (CONSUNI), Conselho de Ensino, Pesquisa, Extensão e Cultura, (CEPEC) e Conselho de Curadores. A Reitoria compreende o Gabinete do Reitor, as Pró-Reitorias de Graduação (PROGRAD), de Pesquisa e Pós-Graduação (PRPPG), de Administração e Finanças (PROAD), de Desenvolvimento Institucional e Recursos Humanos (PRODIRH), de Extensão e Cultura (PROEC), de Assuntos da Comunidade Universitária (PROCOM), a Procuradoria Jurídica, as Coordenadorias e Assessorias Especiais, os Órgãos Suplementares, os Campi do Interior e os Órgãos Administrativos.

Em Goiânia, a UFG conta com o Campus I (Campus Colemar Natal e Silva), no Setor Universitário, e o Campus II (Campus Samambaia), localizado na saída para Nerópolis (GO-040), em região mais afastada do centro da cidade. Em ambos funcionam, além das vinte e quatro Faculdades, Escolas e Institutos de Ensino, as instâncias administrativas (Reitoria, pró-reitorias e suas assessorias), e Órgãos (vinculados ou não às pró-reitorias) como o Sistema de Bibliotecas, o Museu Antropológico, o Centro de Ensino e Pesquisas Aplicadas à Educação, entre outros.

As Unidades de Ensino da UFG em Goiânia são assim distribuídas:

- Dez no Campus Colemar Natal e Silva (Campus I), em uma área de 227.325m²: Fac. de Direito (FD), Fac. de Medicina (FM), Fac. de Educação (FE), Fac. de Enfermagem (FEN), Fac. de Farmácia (FF), Fac. de Nutrição (FANUT), Fac. de Odontologia (FO), Esc. de Engenharia Civil (EEC), Esc. de Engenharia Elétrica e de Computação (EEEC) e Inst. de Patologia Tropical e Saúde Pública (IPTSP).
- Quatorze no Campus Samambaia (Campus II), em uma área aproximada de 5.000.000m² : Fac. de Artes Visuais (FAV), Fac. de Ciências Humanas e Filosofia (FCHF), Fac. de Letras (FL), Fac. de Educ. Física (FEF), Fac. de Comunicação e Biblioteconomia (FACOMB) Esc. de Agronomia e Engenharia de Alimentos (EA), Esc. de Veterinária (EV), Esc. de Música e Artes Cênicas (EMAC), Inst. de Ciências Biológicas (ICB), Inst. de Matemática e Estatística (IME), Inst. de Física (IF), Inst. de Informática (INF), Inst. de Química (IQ) e Inst. de Estudos Sócio-Ambientais (IESA). (Fonte: *site* oficial da UFG – www.ufg.br)

Composto pelo Diretor, Vice-Diretor, Chefes de Departamento, Coordenadores de Cursos de Graduação e Pós-Graduação (*Stricto Sensu*) e

representantes dos docentes, dos servidores técnico-administrativos e dos estudantes, o Conselho Diretor é o órgão máximo deliberativo e de recurso em matérias acadêmicas, administrativas e financeiras de cada unidade de ensino.

As atividades da Universidade Federal de Goiás têm como base o tripé Ensino, Pesquisa e Extensão, desenvolvidas de maneira inter-relacionada e integradas. Dentro das várias áreas de atuação da UFG, as ações e projetos visam atender tanto ao público interno quanto o público externo, de acordo com as necessidades apresentadas. Esse direcionamento também é adotado no âmbito cultural, com atividades e projetos voltados para a comunidade universitária e para a população em geral.

Nesses quarenta e três anos de existência, a história da UFG funde-se à história cultural de Goiás. Sua atuação nas questões culturais do estado e, principalmente, da capital goiana, desenvolveu-se durante esse período através de atividades das mais diversas naturezas, que eram e são realizadas na própria universidade ou outros espaços, por iniciativa própria ou a partir de parcerias estabelecidas com órgãos estatais e/ou empresas.

Na década passada o Conselho Universitário da UFG deliberou pela criação de uma Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PROEC). Antes, a UFG contava apenas com um Núcleo de Apoio e Incentivo à Cultura (NUCAIC), que foi absorvido pela recém-criada Pró-Reitoria, juntamente com sua equipe de trabalho. Não há como afirmar se ao longo dos anos anteriores as atividades e eventos culturais obedeciam a critérios pré-estabelecidos e traçados dentro de uma perspectiva definida, ou se eram realizados sem uma sistematização direcionada.

Em síntese, é dentro dessa estrutura complexa que o aluno recém-ingresso se insere, trazendo consigo, entre outras características, uma bagagem cultural e musical advinda, em grande parte, do(s) meio(s) e situações sócio-culturais com os quais convivia e convive fora da universidade. No ambiente universitário, os novos acadêmicos passam a interagir, recebendo informações e conhecimentos diversificados, através de experiências e contatos musicais diferenciados que, se estimulados, podem e devem propiciar várias transformações em sua formação.

3.2 DO CONTEXTO GOIANIENSE PARA O AMBIENTE DA UFG: ESTRATÉGIAS PARA INVESTIGAR UMA POSSÍVEL RELAÇÃO DO ALUNO DE PRIMEIRO ANO DA UFG COM A MÚSICA

Dentro do amplo universo que compõe a comunidade universitária e, em específico, o corpo discente da Universidade Federal de Goiás, optou-se pela investigação dos alunos recém-ingressos na UFG que, em 2003, estavam cursando o primeiro ano de graduação. Esta opção está ligada à possibilidade de identificar o cotidiano musical desse aluno/ouvinte principalmente a partir das características trazidas do ambiente externo à universidade, ainda em processo inicial de interação com o cenário sócio-cultural universitário.

Considerando o fato de que esse grupo permanecerá por pelo menos quatro anos na UFG, é possível afirmar que nesse período acontecerão mudanças, e que estas ocorrerão também no perfil do aluno em relação à música. Entretanto, até que ponto a UFG estará desempenhando seu papel de contribuir positivamente nessas modificações, para a ampliação da bagagem cultural da comunidade universitária? Certamente isso dependerá das ações culturais implementadas na área musical e estas podem ser traçadas com base no conhecimento prévio do público a ser atendido.

Nesse sentido, seria preciso adotar uma primeira providência, a fim de identificar se havia uma relação do grupo de alunos de primeiro ano de graduação da UFG com a música e, caso houvesse, como se processava e se configurava. Fez-se necessário, então, definir estratégias que propiciassem e viabilizassem essa identificação.

Mesmo considerando que determinados pesquisadores criticam o levantamento de informações quantitativas em pesquisas com características qualitativas, optou-se pelo uso de questionários. Bem utilizado, o questionário pode tornar-se um instrumento de grande eficácia, desde que inserido em um estudo planejado e integrado em todas as suas etapas, como destaca MANNHEIM:

Condensar um volume desconcertante de informação e proporções controláveis significa depurar, refinar e tornar utilizáveis os dados pertinentes, preparando-os para as operações subsequentes(...) A coleta paciente e o uso crítico dos dados devem suplementar e controlar o exercício da intuição. A despeito do valor desta última, o domínio do método empírico no estudo de casos e, às vezes, dos procedimentos estatísticos de amostragem são pré-condições para uma análise segura. (1974. p.7,36)

Já BOURDIEU (1996), considera esse tipo de análise estatística reducionista, por tratar-se de um instrumento geralmente utilizado em leituras e análises externas, que tendem a adotar explicações em estado isolado sobre o indivíduo investigado. Entretanto, o próprio autor destaca a possibilidade de haver uma vigilância especial, enfatizando que tais métodos devem passar por uma crítica histórica. Neste sentido, considera-se que o julgamento em questão não se refere à aplicação de questionários em si, mas sim sobre o uso que comumente é feito desse recurso.

Um outro aspecto positivo a ser considerado nas pesquisas com questionários é ressaltado por TEIXEIRA COELHO (2000, p. 163). Para o pesquisador, o principal papel desse instrumento de investigação não é obter respostas, mas sim trazer à tona os questionamentos, ou seja, “levantar problemas, de cuja existência se suspeitava ou não”.

Definido o uso dos questionários, adotaram-se as providências preliminares, visando sua aplicação nas salas de aula selecionadas:

1. Cadastramento de Projeto e Questionário no Comitê de Ética em Pesquisa da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação; analisados, receberam parecer positivo.
2. Comunicação da realização da pesquisa e solicitação de autorização à Pró-Reitoria de Graduação para a aplicação dos questionários.
3. Entrega, em mãos, de correspondência assinada pela orientadora da Pesquisa aos diretores das Unidades de Ensino, a fim de solicitar a autorização para a aplicação dos questionários.
4. Agendamento com os professores responsáveis pelas turmas de alunos, após encaminhamento feito pelos Diretores das Unidades de Ensino.
5. Aplicação dos questionários nos primeiros anos de graduação da UFG, em todos os cursos de Goiânia.

Com base nos 2781 matriculados nos primeiros anos de graduação, em todos os cursos que ofereceram vagas para o Processo Seletivo 2003 em Goiânia, foi identificada a necessidade de aplicar 583 questionários, a fim de obter-se uma amostragem com margem de erro mínima (de até 3%) e intervalo de confiança de

95%². Para facilitar a aplicação e contemplar todos os cursos oferecidos pela UFG em Goiânia com percentuais equivalentes ao número de alunos de cada qual, optou-se por distribuir os questionários nas oito áreas do conhecimento, conforme estabelece a classificação do Ministério da Educação:

TABELA 3 – Distribuição dos questionários por área do conhecimento

| QUESTIONÁRIOS APLICADOS NA UFG POR ÁREA DO CONHECIMENTO | |
|---|--|
| Área do Conhecimento | Número de Questionários Aplicados |
| 1. CIÊNCIAS EXATAS E DA TERRA | Total de questionários aplicados: 151 |
| Compreende cursos: • Ciência da Computação • Física • Matemática • Química | |
| 2. ENGENHARIAS | Total de questionários aplicados: 107 |
| Compreende cursos: • Engenharia Civil • Engenharia Elétrica • Engenharia de Computação | |
| 3. CIÊNCIAS BIOLÓGICAS | Total de questionários aplicados: 55 |
| Compreende curso: • Ciências Biológicas | |
| 4. CIÊNCIAS DA SAÚDE | Total de questionários aplicados: 119 |
| Compreende cursos: • Enfermagem • Medicina • Farmácia • Nutrição • Odontologia | |
| 5. CIÊNCIAS AGRÁRIAS | Total de questionários aplicados: 159 |
| Compreende cursos: • Agronomia • Engenharia de Alimentos • Medicina Veterinária | |
| 6. CIÊNCIAS HUMANAS | Total de questionários aplicados: 316 |
| Compreende cursos: • Ciências Sociais • Educação Física • Filosofia • Geografia • História • Pedagogia | |
| 7. CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS | Total de questionários aplicados: 210 |
| Compreende Cursos: • Biblioteconomia • Jornalismo • Relações Públicas • Radialismo • Publicidade e Propaganda • Direito | |
| 8. LINGÜÍSTICA, LETRAS E ARTES | Total de questionários aplicados: 138 |
| Compreende Cursos: • Letras • Artes Cênicas • Artes Visuais (Licenciatura) • Artes Plásticas • Design Gráfico • Design de Interiores • Design de Moda • Música • Educação Musical • Musicoterapia | |
| Total de questionários aplicados nas 8 áreas do conhecimento: 1255 | |

² Na definição da amostragem a ser analisada, foi consultado o Prof. Carlos Leão, do Depto. de Ciências Sociais da Faculdade de Ciências Humanas e Filosofia da UFG, que ofereceu competente colaboração. Para os cálculos, feitos por meio de fórmula estatística específica, o consultor utilizou o livro: STEVENSON, W. J. **Estatística Aplicada à Administração** SP: Harbra, 1981.

Tendo como critério a aplicação dos questionários por área do conhecimento, tornou-se necessário identificar a amostragem necessária a cada área³, bem como definir o intervalo de seleção das amostras, visto que optou-se por uma escolha aleatória. Observando-se a tabela abaixo, por exemplo, no caso da primeira área (Ciências Exatas e da Terra) que contava com 316 alunos matriculados, os cálculos feitos indicaram que seriam necessários 76 questionários selecionados em intervalos de quatro para uma amostragem com erro final de 5%. Como 151 alunos desta área responderam aos questionários aplicados, os 76 que serviram como amostragem foram retirados desses 151 em intervalos de quatro em quatro questionários.

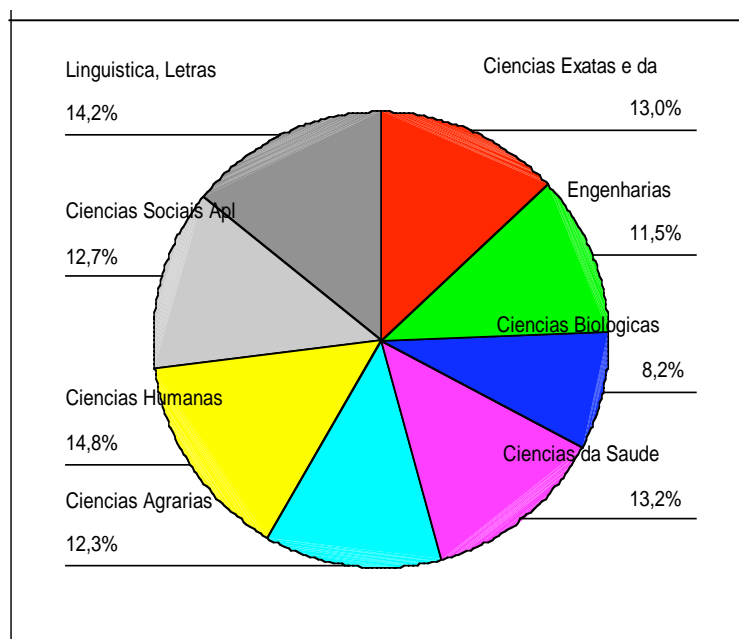
Esse mesmo procedimento foi adotado para as oito áreas. Posteriormente a essa etapa, os questionários selecionados foram enumerados seqüencialmente, para que os dados fossem digitados.

TABELA 4 – Cálculo da amostragem de questionários por área do conhecimento

| CÁLCULO DA AMOSTRAGEM: ÁREA DE CONHECIMENTO | | |
|--|--------------------------------|---------------------------------|
| AREA 1 | População: 316 Intervalo: 4 | Amostra: 76 Erro final: 0,05 |
| AREA 2 | População: 201 Intervalo: 3 | Amostra: 67 Erro final: 0,06 |
| AREA 3 | População: 91 Intervalo: 2 | Amostra: 48 Erro final: 0,07 |
| AREA 4 | População: 338 Intervalo: 4 | Amostra: 77 Erro final: 0,05 |
| AREA 5 | População: 263 Intervalo: 4 | Amostra: 72 Erro final: 0,05 |
| AREA 6 | População: 604 Intervalo: 7 | Amostra: 86 Erro final: 0,05 |
| AREA 7 | População: 291 Intervalo: 4 | Amostra: 74 Erro final: 0,05 |
| AREA 8 | População: 494 Intervalo: 6 | Amostra: 83 Erro final: 0,05 |
| TOTAL QUESTIONARIOS | | 583 |

³ A definição da amostragem por área do conhecimento foi feita a partir de fórmula disponibilizada no programa *Excel* pelo Professor de estatística Ms. Luciano Bandeira, da Universidade Paulista.

GRÁFICO 1 – Distribuição percentual da amostragem de questionários por área do conhecimento.



O questionário aplicado possuía 20 questões com formatos diferenciados, algumas de múltipla escolha, outras com opção única; algumas com questões objetivas, outras com questões discursivas. Apesar de dificultar a sistematização dos dados, esse tipo de questionário possui aspectos positivos que, no caso desta investigação, suplantaram as dificuldades. Entre eles, destaca-se:

- A maior liberdade para o entrevistado se manifestar em relação aos seus gostos e preferências, diminuindo os riscos de indução nas respostas;
- A possibilidade do entrevistado se expressar com suas próprias idéias, por meio de resposta discursiva;
- As chances de o investigador explorar melhor as informações, pois cada questão não se encerra em si mesma. As respostas não são, necessariamente, excludentes; podem ser correlacionadas com outros fatores, propiciando desdobramentos variados.
- O questionário propiciou opções diversificadas ao entrevistado, contemplando sua convivência múltipla, em circunstâncias variadas; em consonância com a perspectiva que se trabalhou nesta investigação, a qual compreende a realidade sócio-cultural como uma rede complexa e não definitiva, inserida em um contexto diversificado e heterogêneo.

Na etapa de aplicação dos questionários, alguns fatores merecem destaque. Em primeiro lugar, houve boa receptividade por parte dos diretores e professores de Unidades de Ensino, os quais facilitaram o acesso às salas de aula e, ainda, demonstraram grande interesse pela temática. Grande parte desses diretores e professores enfatizou o fato de ser uma pesquisa oportuna e necessária.

Outro fator a ser ressaltado foi a participação espontânea por parte do aluno. Em sua maioria, os entrevistados responderam ao questionário com grande interesse. Houve casos em que alguns alunos travaram conversação com a pesquisadora sobre as questões culturais e musicais na universidade, demonstrando curiosidade pelos resultados da pesquisa, solicitando que houvesse uma divulgação das análises assim que estas fossem concluídas. Em casos específicos, alunos interessaram-se por saber como poderiam participar de atividades musicais e de projetos culturais na universidade.

Diante da observação acima, e dos comentários que os alunos faziam entre si e, às vezes, com o professor que estava em sala de aula naquele momento, é interessante ressaltar um aspecto abordado pelo pesquisador TEIXEIRA COELHO (2001, p. 67). O autor lembra que determinados tipos de pesquisa podem funcionar como ações culturais, ao suscitar o debate entre os entrevistados, bem como a reflexão sobre o assunto abordado.

(...) que o questionário proposto funcionasse numa dupla mão de direção, trazendo-nos informações sobre os estudantes universitários e possibilitando-lhes, ao mesmo tempo, um momento de reflexão sobre sua própria condição cultural. Queríamos, em outras palavras, que o ato de questionar assumisse simultaneamente a natureza de uma ação cultural – o que de fato conseguimos. (...) O contato com os respondentes e com os que gentilmente colaboraram na aplicação do questionário revelou-nos que atingimos nossa meta de tornar o questionário um instrumento de ação cultural, levando o estudante a meditar sobre seus próprios valores, seu comportamento e suas atitudes diante deste assunto.

A impressão que se teve durante a aplicação dos questionários foi exatamente essa descrita por TEIXEIRA COELHO, pois foi possível observar que o entrevistado sentia necessidade de compartilhar com os colegas suas opiniões a respeito do assunto. Este foi um fator que acabou ocasionando uma maior demora nas salas de aula. O questionário deveria ser respondido em dez minutos, mas, em alguns casos, os alunos gastaram o dobro do tempo.

Os questionários foram aplicados durante os meses de junho, agosto e setembro, nos horários matutino, vespertino e noturno. É importante destacar que ao entrar nas salas de aula foram explicitados os motivos da pesquisa e a livre opção do aluno de responder ou não o questionário. Nesse aspecto, a colaboração dos alunos surpreendeu a pesquisadora, pois o índice dos que não concordaram em responder foi mínimo, proporcionando um quantitativo de questionários respondidos acima do que se esperava inicialmente. Do total de alunos (2781), 1255 responderam ao questionário aplicado e, destes, 583 foram separados aleatoriamente para análise.

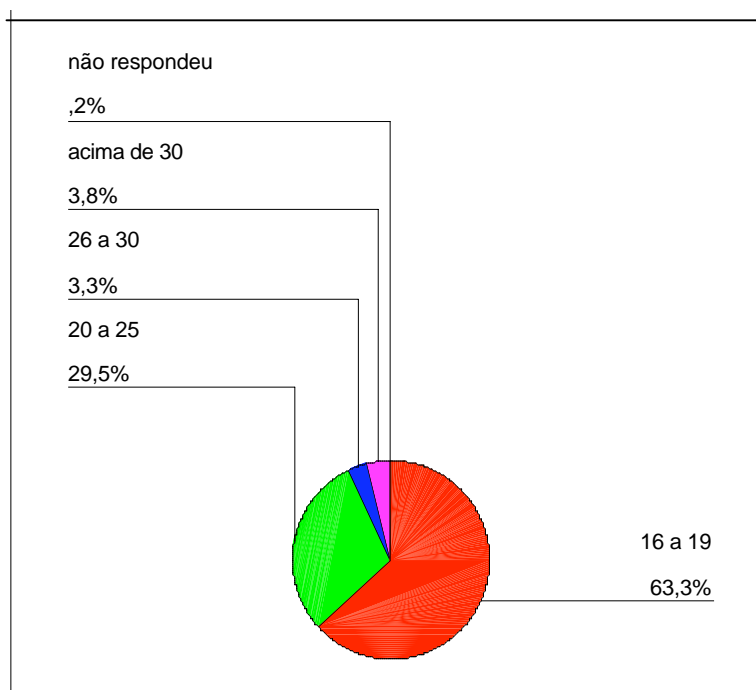
Para a manipulação dos dados respondidos pelos entrevistados optou-se pelo programa *SPSS for Windows*; um software que permite o gerenciamento e a análise estatística de dados. Nesta etapa, foi fundamental o apoio de profissionais da área da Sociologia⁴. Diante das características diversificadas do questionário o SPSS mostrou ser o programa mais indicado por contar com recursos necessários a esta investigação, tais como o cruzamento de respostas múltiplas e a correlação de variáveis. Entretanto, para o caso de tabelas mais simples não foi descartado o uso do programa *Microsoft Excel*.

Entre os 583 questionários aplicados, 309 entrevistados são do sexo feminino e 267 do sexo masculino; 7 não responderam a essa pergunta. A maior porcentagem de alunos do sexo feminino está na área de Ciências da saúde (58 alunos = 76,3% da área), e do sexo masculino na área das Engenharias (56 alunos = 83,6% da área).

A porcentagem mais equilibrada de alunos do sexo feminino e masculino está na área de Ciências Humanas (48 do sexo feminino = 55,% da área, e 38 do sexo masculino = 44,2% da área). A faixa etária predominante é de 16 a 19 anos, mas há uma porcentagem significativa de “calouros” na faixa etária de 20 a 25 anos, conforme demonstra o gráfico número dois:

⁴ Colaboraram gentilmente o Professor Jordão Horta Nunes, Coordenador do Mestrado em Sociologia, e a Mestranda em Sociologia Dilze Percílio, ambos do Departamento de Ciências Sociais da Faculdade de Ciências Humanas e Filosofia da UFG.

GRÁFICO 2 – Faixa etária percentual dos alunos de 1º ano/graduação UFG - 2003



O cruzamento destas informações com as áreas do conhecimento indicam ainda que a faixa etária de 20 a 25 anos tem maior porcentagem de alunos nas áreas de Ciências Humanas (34 alunos = 39,6% da área e 5,8% de todas as áreas) e Lingüística, Letras e Artes (32 alunos = 38,6% da área e 5,5% de todas as áreas). A faixa etária acima de 30 anos também é predominante na área de Lingüística, Letras e Artes (11 alunos = 13,3% da área e 1,9% de todas as áreas)

Na questão referente à formação escolar de nível médio dos alunos de primeiro ano de graduação observa-se uma predominância de escolas particulares (62,1%), conforme ilustrado na tabela abaixo. Resultado que, em princípio, parece contrariar as últimas pesquisas sócio-econômicas realizadas pela UFG quanto à sua clientela, as quais evidenciam um maior número de alunos de originários de escolas públicas em seu corpo discente.

Entretanto, é necessário ressaltar que durante a aplicação dos questionários diversos alunos disseram ter cursado o ensino médio em várias escolas, e/ou ter se transferido para a escola particular somente no último ano do ensino médio (3ª série). Nesses casos, foram orientados a citar principalmente o nome da última

escola em que estudaram antes de ingressarem na Universidade, bem como indicar os preparatórios pré-vestibulares, no caso dos que freqüentaram cursinhos. Dos 583 entrevistados, 264 fizeram curso pré-vestibular, 310 não fizeram e 9 não responderam.

TABELA 5 – Caracterização da instituição de ensino na qual o entrevistado cursou o Ensino Médio.

| Instituição de Ensino | | Frequency | Percent |
|-----------------------|---------------|-----------|---------|
| Valid | Pública | 193 | 33,1 |
| | Particular | 362 | 62,1 |
| | Conveniada | 18 | 3,1 |
| | não respondeu | 10 | 1,7 |
| | Total | 583 | 100,0 |

3.2.1 Características que Compõem o Perfil do Aluno de Primeiro Ano da UFG em Relação à Música

A definição dos aspectos relevantes para a investigação depende das informações que o pesquisador considera fundamentais para atingir os objetivos propostos naquela ocasião específica, pois, obviamente, não há como contemplar todos as características e, muito menos, considerar que é possível esgotar o assunto em uma única investigação. Diante disso, na observação dos vários fatores que poderiam ser contemplados na caracterização do perfil musical dos alunos de primeiro ano de graduação da UFG, optou-se pelo levantamento de aspectos relacionados a quatro vertentes de análise:

- Importância da Música
- Preferência Musical
- Formas de Contato com a Música
- Formação Musical e/ou Participação em Atividades Musicais.

Com exceção das perguntas referentes à identificação do entrevistado, todas as outras questões do questionário aplicado foram agrupadas a fim de atender

a essas quatro vertentes. Na seqüência, serão apresentadas as perguntas dos questionários correspondentes a cada um desses núcleos, os resultados computados e a análise das respostas obtidas.

3.2.2.1 Importância da música

A fim de identificar o grau de importância da música na vida do entrevistado e qual a concepção que ele tem de música, foram feitas duas perguntas a esse respeito no questionário, correspondentes às questões 19 e 20:

19. Qual o grau de importância da música em sua vida? a. () é fundamental b. () tem alguma importância c. () tem pouca importância d. () nenhuma importância, vivo bem sem ela.

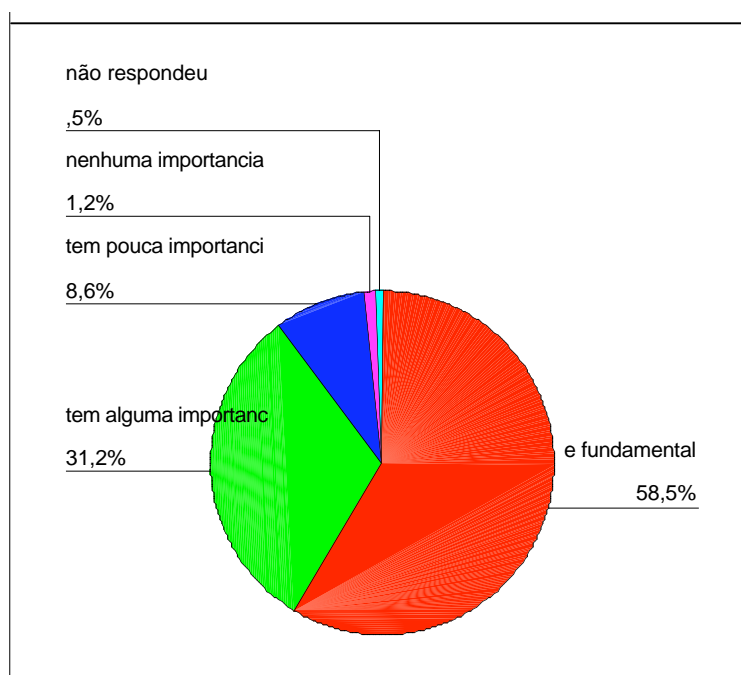
20. O que é a música para você? _____

Em resposta à questão 19, quase 60% dos entrevistados, 341 pessoas, consideram a música fundamental em suas vidas, conforme demonstram a tabela seis e o gráfico número três. O cruzamento dessas respostas com as áreas do conhecimento demonstra ainda que, em todas as oito áreas, a média de entrevistados que assinalou esta opção é de 58%, com uma maior predominância nas áreas de Lingüística, Letras e Artes (75,9%) e Ciências Sociais Aplicadas (68,9%).

TABELA 6 - Importância da música na vida do entrevistado

| Importância da música na vida do entrevistado | | Frequency | Percent |
|---|------------------------|-----------|---------|
| Valid | É fundamental | 341 | 58,5 |
| | Tem alguma importância | 182 | 31,2 |
| | Tem pouca importância | 50 | 8,6 |
| | nenhuma importância | 7 | 1,2 |
| | Não respondeu | 3 | ,5 |
| Total | | 583 | 100,0 |

GRÁFICO 3 – Dados percentuais da importância da música na vida do entrevistado.



A pergunta número 20 é a única totalmente discursiva em todo o questionário e, por isso, dá margem a uma maior subjetividade. É importante abrir um parêntese em relação a esta questão, pois foi uma das que mais originou comentários dos entrevistados durante a aplicação nas salas de aula. Alguns acharam muito difícil encontrar uma definição para música, outros consideraram que o espaço reservado à resposta era muito pequeno, alegando não ser possível definir música em tão poucas palavras, e muitos disseram nunca ter “parado para pensar no assunto”. Mesmo assim, dos 583 entrevistados somente 29 não responderam a pergunta “O que é a música para você?”.

Diante do grande número de questionários respondidos (554) a sistematização das respostas exigiu o estabelecimento de alguns critérios e classificações, visto que cada uma das definições dos entrevistados possibilitava desdobramentos variados. Assim, após a leitura das 554 respostas, foram destacadas as palavras chave de cada qual, a fim de identificar em que direcionamento essas definições se encaixavam.

No questionário de número 222, por exemplo, o entrevistado respondeu que “Música é diversão, descanso, forma de protesto e reivindicação. Ótimo meio para

relaxar”. Somente neste caso há possibilidades de associar a música a três vertentes diferenciadas: música como diversão, música como descanso e relaxamento, música como protesto e reivindicação.

Todos os termos destacados nas respostas aos 554 questionários foram agrupados com base em significados semelhantes ou afinidade de sentido. Desta forma, formaram-se grupos diferenciados como demonstra a tabela a seguir (número sete). Entretanto, ao destacar as diversas palavras chave, alguns termos não se encaixavam em nenhum desses grupos. Assim, passaram a fazer parte do quesito “outros aspectos/situações”.

Nesses casos, as definições envolvem desde observações generalizadas (por exemplo, música é “tudo”, é “inspiração”, é “fundamental”, é “complemento”, é “a melhor coisa que existe”, “música é música”, etc) até descrições inusitadas (música é “números em movimento”, é “coisa legal”, é “forma de ganhar dinheiro”, é “tudo de bom”, é “matemática”, “todos gostam”, etc).

TABELA 7 – Termos utilizados pelo entrevistado para definir música

| Na concepção dos entrevistados, música é: |
|---|
| -Sentimentos, lembranças, emoções, afetos, paz de espírito, linguagem da alma, fantasia, transe, viagem, mundo paralelo, embala sonhos, magia, transcendência, estimula a reflexão..... |
| -Expressão social, crítica, protesto, ideologia, filosofia, conscientização, manifestação social, atitude, fatos ou anseios políticos, expressa características da época, expressa a sociedade, reivindicação, história, forma opinião, idéias, pensamentos, conceitos..... |
| -Expressão cultural, expressão artística, arte..... |
| -Passatempo, distração, lazer, diversão..... |
| -Relaxa, harmonia interior, livra do stress, descontraí, acalma, remédio, descanso, equilíbrio, tranquilidade da mente, válvula de escape, liberação de tensões, sentir bem, anima, alterações e influência no humor..... |
| -Mensagem, informação, modo para conhecer a visão de mundo das pessoas, une pessoas, une tribos, aproxima... |
| -Louvação, palavra de Deus, adoração, dom Divino, comunicação com Deus, religião.... |
| -Formação intelectual, educação, ensinamento.... |
| -Dança, movimento, ritmo, pulsação..... |
| -Conjunto de sons, ritmo, melodia, harmonia, letra, som , equilíbrio sonoro, |

Após a separação de todos os termos retirados dos questionários em grupos diferenciados, foi elaborada uma classificação baseada nas “funções sociais da música”, estabelecidas por MERRIAM (1964), citadas à página 11. As dez funções sociais da música foram conjugadas a alguns aspectos enfocados pelos autores Robert JOURDAIN (1998) e David Tame (1984)⁵ em seus respectivos livros “Música, Cérebro e Êxtase” e “O Poder Oculto da Música”, para, por fim, se adaptarem às respostas dos entrevistados.

Deste cruzamento, resultaram 12 possibilidades de associações, às quais as respostas dos questionários foram vinculadas, como demonstram os resultados da tabela abaixo, após tabulação:

TABELA 8 – Definição de música para o entrevistado

| O que é música para o entrevistado | Frequency | Percent |
|--|-----------|---------|
| 1- Relaciona música a expressão emocional e melhoria do estado de espírito; | 292 | 52,7 |
| 2- Relaciona música a terapia; | 213 | 38,4 |
| 3- Relaciona música a expressão sócio-econômico-política, protesto e conscientização, expressão de vida e cotidiano; | 123 | 21,6 |
| 4- Relaciona música a entretenimento; | 94 | 16,9 |
| 5- Relaciona música a outros aspectos/situações | 74 | 13,3 |
| 6- Relaciona música a expressão artística e cultural; | 71 | 12,8 |
| 7- Relaciona música a comunicação, integração social e ajustamento aos pares; | 49 | 8,8 |
| 8- Relaciona música a ritmo, melodia, harmonia...(definição formal) | 48 | 8,6 |
| 9- Relaciona música a reação física; | 26 | 4,7 |
| 10- Relaciona música a desenvolvimento de habilidades e estímulo intelectual; | 20 | 3,6 |
| 11- Relaciona música a louvação e religiosidade; | 13 | 2,3 |

⁵ Em seus estudos, JOURDAIN relaciona música a: melhoria do estado de espírito, expressão de algo, contar uma história, simbolismo social, ajustamento aos pares, função particular na vida de cada indivíduo, etc. TAME estabelece vinculações entre música e: corpo físico, plantas, mente e emoção, influências psicológicas, estrutura social, comunicação e multiplicação de estados de consciência, etc.

As definições elaboradas pelos entrevistados na questão número 20 revelam que a música tem um lugar de destaque no cotidiano da maioria do grupo. O papel desempenhado pela música na vida dessas pessoas parece estar mais relacionado às influências exercidas sobre os aspectos particulares e íntimos de cada entrevistado, visto que as vinculações que aparecem com maior frequência nas respostas são entre música e emoções, música e melhoria do estado de espírito, e música e funções terapêuticas.

Entretanto, há uma porcentagem considerável de relações entre a música e os aspectos sócio-econômicos e políticos, bem como ao entretenimento. Apesar de aparecerem com menor frequência nas respostas, é importante ressaltar que todas as outras vinculações também resultaram das respostas espontâneas do próprio entrevistado. Este fator leva a concluir que grande parte do grupo pesquisado considera que a música pode exercer funções variadas dentro das sociedades (música como entretenimento, como expressão artística e cultural, como fator de integração social, etc).

3.2.2.2 Preferência musical

De acordo com a classificação de CÂNDIDO (1985), além dos âmbitos técnicos e estruturais, já destacados, um terceiro âmbito de influência na relação entre público, autor e obra é o dos valores. Manifestando-se sob designações variadas, os valores (gosto, moda, voga,...) exprimem as expectativas sociais que se sedimentam em cada meio, e tendem a se transformar em rotina. Muitas vezes, ressalta o autor, “o que julgamos reação espontânea da nossa sensibilidade é, de fato, conformidade automática aos padrões. (...) mesmo quando pensamos ser nós mesmos, somos público, pertencemos a uma massa cujas reações obedecem a condicionamentos do momento e do meio.” (p.41)

Este âmbito é polêmico sob certos aspectos, pois, se por um lado gostos e preferências são algo estritamente pessoal e inerente ao ser humano, por outro lado, o que vai defini-los é a somatória de várias situações que envolvem a vida dos indivíduos. Como destaca Robert JOURDAIN (1998, p. 335) “são diversos os fatores que vão influenciar para que o ouvinte faça determinadas escolhas musicais e,

muitas vezes, os motivos não são pessoais nem musicais. As escolhas, em sua maioria, acontecem por influência dos valores sociais, as pessoas ouvem para se ajustarem, assumindo a música como um emblema de solidariedade social com seus pares, cada geração adotando seus próprios estilos, conspicuamente diferentes”. CÂNDIDO cita um exemplo na área que ilustra essas observações:

Em 1837 Liszt deu em Paris um concerto, onde se anunciava uma peça de BEETHOVEN e outra de PIXIS, obscuro compositor já então considerado de qualidade ínfima. Por inadvertência, o programa trocou os nomes, atribuindo a um a obra de outro, de tal modo que a assistência, composta de gente musicalmente culta e refinada, cobriu de aplausos calorosos a de PIXIS, que aparecia como de BEETHOVEN, e manifestou fastio desprezivo em relação a esta, chegando muitos a se retirarem. (1985, p.41)

Na identificação da(s) preferência(s) musical(is) do ouvinte buscou-se contemplar três aspectos principais: gêneros/estilos musicais conhecidos e preferidos; intérpretes, músicas ou compositores mais lembrados espontaneamente pelo entrevistado, e fatores que mais chamam a atenção na construção da música (ritmo, melodia, letra, etc.). Para tal, foram elaboradas três questões:

16. Há algum compositor, intérprete ou música de sua preferência? a. () não b. () sim. Cite algum(s): _____

17. O que mais lhe chama a atenção em uma música? a. () o ritmo b. () a melodia
c. () a letra d. () os arranjos instrumentais e. () os arranjos vocais
f. () o intérprete g. () outros _____

18. Identifique os tipos de música (gêneros e estilos musicais) que você já ouviu. Depois, assinale aqueles que você gosta e os que não gosta.

| | Já ouviu? | Gosta? | | Já ouviu? | Gosta? |
|----|----------------------|-----------------|----|--------------------------------|-----------------|
| 01 | () Sertanejo | () sim () não | 12 | () MPB | () sim () não |
| 02 | () Moda de Viola | () sim () não | 13 | () Techno | () sim () não |
| 03 | () Samba | () sim () não | 14 | () Jazz | () sim () não |
| 04 | () Hard Rock | () sim () não | 15 | () Blues | () sim () não |
| 05 | () Rock Nacional | () sim () não | 16 | () Clássico/erudito | () sim () não |
| 06 | () Pop Rock | () sim () não | 17 | () Axé | () sim () não |
| 07 | () Pagode | () sim () não | 18 | () Cantochão/Canto Gregoriano | () sim () não |
| 08 | () Ópera | () sim () não | 19 | () Música Dodecafônica | () sim () não |
| 09 | () Balada Romântica | () sim () não | 20 | () Música Eletroacústica | () sim () não |
| 10 | () Bossa Nova | () sim () não | 21 | () Funk | () sim () não |
| 11 | () Punk Rock | () sim () não | 22 | () Outros: _____ | |

Em resposta à pergunta número 16, 453 pessoas afirmaram possuir intérprete, compositor ou música preferida (77,7% dos entrevistados), como demonstra o gráfico abaixo. Nas respostas foram citados diversos nomes de intérpretes, compositores e músicas, com representantes de vários gêneros musicais. A relação desses nomes, com o número de vezes que foram citados pelos entrevistados, encontra-se na seqüência, na tabela de número nove.

GRÁFICO 4 – Percentual de entrevistados que possuem intérprete, compositor e/ou música preferida.

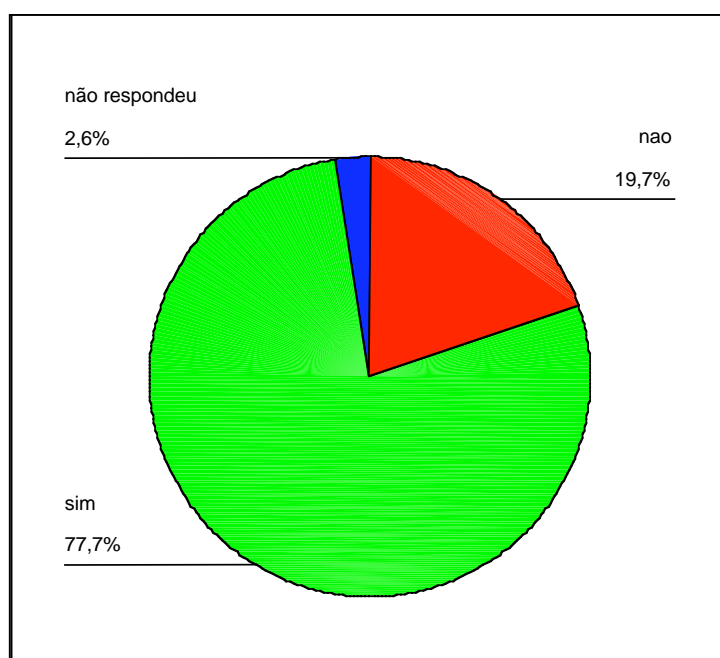


TABELA 9 – Relação de intérpretes, compositores e músicas lembrados pelos entrevistados em suas respostas ao questionário.

| Nº | Intérprete/Compositor/ Música | Frequência citado (a) |
|----|-------------------------------|-----------------------|
| 1 | Djavan | 83 |
| 2 | Renato Russo | 66 |
| 3 | Marisa Monte | 59 |
| 4 | Caetano Veloso | 52 |
| 5 | Chico Buarque | 50 |
| 6 | Legião Urbana | 32 |

| | | |
|----|---|----|
| 7 | Zeca Baleiro | 27 |
| 8 | Elis Regina | 26 |
| 9 | Zé Ramalho | 23 |
| 10 | Gilberto Gil | 22 |
| 11 | Capital Inicial | 21 |
| 12 | Skank | 20 |
| 13 | Paralamas do Sucesso | 19 |
| 14 | Adriana Calcanhoto, Cássia Eller , Kid Abelha | 18 |
| 15 | Cazuza, Raul Seixas | 16 |
| 19 | Alanis Morrissete, O Rappa, Titãs, U2 | 13 |
| 22 | Engenheiros do Hawai, Milton Nascimento, Nando Reis | 12 |
| 23 | Metallica, Tom Jobim | 11 |
| 24 | Beethoven | 10 |
| 25 | Arnaldo Antunes, Chiclete com Banana, Osvaldo Montenegro | 9 |
| 26 | Fagner, Geraldo Azevedo, Humberto Gessinger, Ivete Sangalo, Pearl Jam, Toquinho, Vinícius de Moraes. | 8 |
| 27 | Alceu Valença, Ana Carolina, Beatles, Bob Marley, Nirvana | 7 |
| 28 | Alexandre Pires, Almir Sater, Charlie Brown Jr., CPM 22, Creed, David Quilan, Eric Clapton, Frejat, Guns' n Roses, Hebert Viana , Janis Joplin, Jorge Vercilo, Jota Quest, Lenine, Maria Betânia , Mozart, Peninha, Roberto Carlos, System of a Down, Tião Carreiro. | 6 |
| 29 | Bach, Black Sabbath, Bruno e Marrone, Chico César , Cold Play, Enya, Jon Bon Jovi Los Hermanos, Ludmila Feber, Lulu Santos, Queen, Red Hot Chili Peppers, Sandy & Júnior, Zeca Pagodinho. | 5 |
| 30 | AC DC, Aerosmith, Aline Barros, Angra, Cartola, Chopin, Diante do Trono, Gabriel o Pensador, João Bosco, Jorge Aragão, Oficina G3, Os Tribalistas, Ozzy Osborn | 4 |
| 31 | Ana Paula Valadão , Asa de Águia, Audioslave, B. B. King, Belchior, Chico Science, Christian e Ralf, Ed Mota, Emérson Nogueira, Eminem, John Lennon, Kleber Lucas, Nora Jones, Pato Fu, Paulinho da Viola, Ramones , Sepultura, The Cramberries, The Doors, Zélia Duncan, Zezé de Camargo e Luciano | 3 |
| 32 | Alda Célia, André Matos, Avril Lavigne, Belle and Sebastian, Bjorn, Bob Dylan, Bush, Carlos Santana, Cassiane, Celini Dion, Cidade Negra, Cordel do Fogo Encantado, Davi Silva, Detonautas, Elba Ramalho, Elomar, Eternal Devastation, Falamansa, Fernanda Brum, Gal Costa, Geraldo Vandré , Green Days, Guilherme Arantes , Hole, Ian Gillan, IRA, Iron Maiden, Jim Morrison, Jimmy Hendrix, Jimmy Page, Joe Satriani, Lauren Hill, Led Zeppelin, Lenny Kravitz, Leonardo, Lobão, Marina Lima, Michael Jackson, MR. Crowley, MxPx, Natiruts, Ney Matogrosso, Night Wish, Oásis, Orishas, Penélope, Rafael Greick, Renato Vargas, Roxette, Samuel Rosa, Savage Garden, Sérgio Lopes, Simple Red, Staind, Steve Ray Vaughn, Tom Yorke, (Radiobrad), Tony Garrido, Tourniquet , Virtud, White Cross, Xangai, Yamandú Costa, Zizi Possi. | 2 |
| 33 | "Preciso de Ti" (Igreja Batista de Lagoinha), 10.000 maniacs, A Promessa, Abismo de Rosas, Acapella, Addiction, Adriana, Africa Bambaata , Águas de Março, Águas purificadoras, Alessandra Samadello, AM, André Pulse, Andréa Fontes, Andréia Vieira , Anthony Kiedis, Antidemon, Antônio Cirilo, Aretha Franklin, Ash, Atep, Autoramhs, Axe Roses, Babado Novo, Back at One, Banda Calypso, Banda Vida, Barão Vermelho, Bebel Gilberto, Bee Gees, Bessie Smith, Beth Carvalho, Billie Holiday, Blind Melon, Blitz, Blues Etílicos, Bono Vox, Bororó, Breeders, Bride, Britney Spears, Buddy Guy, Canção Nova, Canhoto, Capercelly, Caroline King, Cassiano, Catatonia, Catedral, CBVR, Celícia Keys , Celina Borges, Chapman, Charlie Parker, Chet Baker, Chevelle, Chico Rei e Paraná , Chitãozinho e Xororó, Christian Linderberg, Clara Nunes, Comunidade Cristã, Comunidade de Nilópolis, Comunidades, Cris Córner, Cristina Mel, Crud, Dan Dukan, Dança da Solidão (Paul. | 1 |

| | |
|---|--|
| <p>da Viola), Danhboard Confessional, Daniel Jones (Silverchair), Daron Malakian, David Gilmore (Pink Floyd), Demônios da Garoa, Destiny Childs, Diamond Darrel, Diesel, Dilermando Reis, Dinho Ouro Preto, Dire Straits, Distillers, DJ Mac Rk, Marky, DJ Mau-Mau, D'Nuts, Dogwood, Dream Theater, Dredq, Duke Ellington, Dunga, Eagles, Ed Vedder, Edith Piaff, Edu Falaschi, Egberto Gismonti, Ehalia, Ekanta, Ela Disse Adeus, Elaine de Jesus, Ella Fitzgerald, Emílio Santiago, ERA, Erasmo Carlos, Estranged, Eugênio Jorge, Evanescence, Extreme - More Than Words, Fábio Júnior, Faint (New Metal), Falcão (o Rappa), Faroeste Caboclo, Feeder, Fernanda Brum, Fernando Iglesias, Fernando Perillo, Flávio Venturini, Flaw, Forçote Boys, Fruto Sagrado, Funk, George Harrison, Gino e Geno, Gita, Goo Goo Dolls, Gorillaz, Goya, Grupo Elo, Grupo Maná, Guilherme e Santiago, Haydn, Henri Salvador, Hermeto Pascoal, High and Dry, Hives, Holly Tree, Hosanna Music, I Love if Loud, Incubus, India Lirie, Isaph Borba, Itamar Assunção, Ivan Lins, Jackson do Pandeiro, James Hetfield, James La Brie (Dream Theater), Jars of Clay, Jefferson Airplane, Jennifer Lopez, Jeremiah Bousser, Jimmy Rogers, João Gilberto, João Pacífico, John Bohan, John Scottfield, José Fortuna, Kelly Key, Kiko Zambianki, Kirato, Kittie, KLB, Korn, Lacuna Coil, Lemon Heads, Líbina, Lifchouse, Light House Family, Linkin Park, Liszt, Lorena Macneeth, Love in the Afternoon, Luciana Melo, Luis Tatit, Luiz Gonzaga, Madonna, Manu Uroo, Marcelo Camelo e Rodrigo Amarante (Los hermanos), Marcelo Yuca, Marcos Góes, Maria Eugênia, Mariah Carey, Marky Coldpeny, Marlon e Maicom, Marquinhos Gomes, Martinho da Vila, MD2, Meat puppets, Mercheeha, Mestre Ambrósio, Metal Nobre, Mike Stern, Miss Zittin, Misunder stood (Jon Bon Jovi), Moacir Franco, Mob Dick, Moby, Monissey, Mortification, Motebox 20, MQN, Muddy Waters, música "Mais uma Vez", Música "Time" (Pink Floyd), Música Love Theme (do compositor Kitaro) Música Promised Land da banda L'arc en Ciel, Música Relicário (Cássia Eller e Nando Reis), Música: A Change of Seasons Part I (Dream Theater), Música: Black Dog, Música: Chop Suey, Música: Como nossos pais, Mutantes, Nana Caymmi, Nara Leão, Natasha - Capital Inicial, New Years Day - U2, Nickelback, Noel Gaelagher, Noel Rosa, Novo Som, Novos Baianos, Nsync, Nunho Mindelis, Oceano (Djavan), Orlando Moraes, Paco de Lucia, Padre Zezinho, Pádua, Pantera, Parabólica (Engenheiros), Paul McCartney, Paul Simon, Paula Toller, Paulo Diniz, Paulo Ricardo, Pedro Camargo Mariano, Pena Branca, Petra, Pilty, Placebo, Plebe Rude, Proibida Pra Mim, Quarteto Athus, Racionais, Raimundos, Rancid, Raphael Rabelo, Rapsódia Húngara, Reluz, Renato Teixeira, Revelação, Rhapsody Rick Martin, Robbie Williams, Robert Plant, Rodox, Roger Rothers, Ron Knelly, Ronnie Dio, Roole, Roupas Nova, RPM, Rush, Sade, Samuel Santos, Santa Geração, Sapatos Bicolores, Sara Brighthman, Schild, Scott Henderson, Sebastião Tapajós, Secos e Molhados, Segredos (Frejat), Senhora Dona Persona, Shakira, Shaman, Shrushe, Simone, Sinatra, Slipknot, Soad, Sons de Carrilhões, Soundgarden, SPC, Staurus, Steve harris, (Iron Maiden), Steven Curtis, Sting, Stratovarius, Strauss, Strokes, Swaup, Taiguara, Taproot, Tchaikovsky, Telemann, Terceira Sinfonia (Heróica), Thália, The Beatles, The Corrs, The Cure, The End, The Flanders, The Strokes, Theatre of Tragedy, Tom Zé, Tribo de Jah, Twister, Ulian Dion, Ultraje, Uriah Hieppie, Valter Júnior, Valv, Vanessa Camargo, Van-Hallen, Vétales, Veraneio Vascaína, Vileard, Violino, Violins and Old Books, Vital Farias, Voices, Wallflowers, Weezer, Westlife, White Stripes, Whitney, Zé Mulato e Cassiano.</p> | |
|---|--|

As respostas à pergunta número 17 revelam que para 64,2% dos entrevistados (374 pessoas) a letra da música é o item que mais chama a atenção. Em seguida, estão a melodia, com 43,9% (256 pessoas), o ritmo, com 41,5% (242

peçoas), os arranjos instrumentais, com 37,7% (220 peçoas), os arranjos vocais, com 21,3% (124 peçoas), e o intérprete, com 16,6% (97 peçoas).

Quarenta entrevistados assinalaram a existência de outros aspectos que lhes chamam a atenção em uma música. Entretanto, na observação dessas respostas verifica-se que a maioria já está contemplada nos itens apresentados na questão e/ou apenas reforçam a predileção do entrevistado pelo “todo”, por um conjunto de aspectos que compõem uma música, como demonstra a tabela abaixo.

TABELA 10 – Outros itens que chamam a atenção do entrevistado na música.

| Quest. | Outros aspectos na música |
|--------|--|
| 8 | Harmonia do Conjunto |
| 57 | O conjunto |
| 59 | O conjunto |
| 101 | Todos citados acima |
| 125 | A agressividade aliada à boa letra e à melodia |
| 137 | Crítica, história... |
| 152 | Tudo |
| 171 | O clima que consegue criar em um ambiente, |
| 186 | A música toda tem que ter harmonia, todos os itens são importantes |
| 224 | O conjunto melodia/letra |
| 341 | Harmonia |
| 342 | O momento |
| 345 | A banda |
| 351 | Versatilidade do intérprete |
| 352 | O conjunto entre as opções citadas |
| 354 | A boa combinação destes tópicos |
| 360 | A sinceridade com que é tocada |
| 582 | O piano na música |
| 362 | O conjunto letra, ritmo, arranjos vocais e instrumentais |
| 371 | O conjunto |
| 373 | Tudo na música me encanta |
| 380 | Tudo |
| 383 | Tem que ter conteúdo de qualidade |
| 392 | Todos os itens propostos |
| 416 | O desempenho no palco |
| 447 | O conjunto da obra |
| 455 | A combinação da letra com uma melodia inovadora |
| 456 | Geralmente a junção dos itens acima |
| 486 | O conjunto dos acima |
| 489 | A combinação dos itens citados |
| 492 | O carisma do intérprete |
| 513 | Observo o conjunto |
| 516 | Um pouco de cada |
| 519 | Harmonia, timbres, solista |
| 545 | A banda |
| 554 | O conjunto, o "todo" da música |

Na identificação dos gêneros e/ou estilos musicais conhecidos e preferidos pelos entrevistados, as respostas à pergunta 18 revelam os seguintes resultados:

TABELA 11 – Gêneros/estilos musicais conhecidos e preferidos

| Gêneros/estilos musicais conhecidos e preferidos | | | | | | |
|--|----------------------------|---------------|---------|-----------|---------|---------------------------------|
| Nº | Gênero/estilo | Conhece | | Gosta | | Diferença entre conhecer/gostar |
| | | Frequenc y | Percent | Frequency | Percent | Percent |
| 1 | Sertanejo | 556 | 95,4 | 198 | 34,0 | 35,6 |
| 2 | MPB | 549 | 94,2 | 492 | 84,4 | 89,61 |
| 3 | Pagode | 547 | 93,8 | 127 | 21,8 | 23,2 |
| 4 | Samba | 546 | 93,7 | 224 | 38,4 | 41,0 |
| 5 | Rock Nacional | 546 | 93,7 | 493 | 84,6 | 90,3 |
| 6 | Axé | 536 | 91,9 | 142 | 24,4 | 26,5 |
| 7 | Moda de Viola | 534 | 91,6 | 287 | 49,2 | 53,7 |
| 8 | Pop Rock | 523 | 89,7 | 426 | 73,1 | 81,4 |
| 9 | Funk | 504 | 86,4 | 59 | 10,1 | 11,7 |
| 10 | Balada Romântica | 499 | 85,6 | 330 | 56,6 | 66,1 |
| 11 | Techno | 487 | 83,5 | 273 | 46,8 | 56,0 |
| 12 | Bossa Nova | 479 | 82,2 | 306 | 52,5 | 63,9 |
| 13 | Ópera | 445 | 76,3 | 198 | 34,0 | 44,5 |
| 14 | Jazz | 438 | 75,1 | 260 | 44,6 | 59,36 |
| 15 | Hard Rock | 435 | 74,6 | 205 | 35,2 | 47,1 |
| 16 | Blues | 418 | 71,7 | 301 | 51,6 | 72,0 |
| 17 | Clássico/Erudito | 391 | 67,1 | 261 | 44,8 | 66,75 |
| 18 | Punk Rock | 385 | 66,0 | 143 | 24,5 | 37,1 |
| 19 | Cantochão/Canto Gregoriano | 212 | 36,4 | 100 | 17,2 | 47,1 |
| 20 | Música Eletroacústica | 150 | 25,7 | 89 | 15,3 | 59,3 |
| 21 | Outros | 75 | 12,9 | | | |
| 22 | Música Dodecafônica | 50 | 8,6 | 19 | 3,3 | 38,0 |

No que se refere ao conhecimento de gêneros musicais pelos entrevistados, observa-se que as respostas a esta questão mantiveram uma equivalência percentual para grande parte dos gêneros/estilos apresentados como opção (entre 80 e 95%). Entretanto, entre os gêneros/estilos menos expostos à mídia e/ou mais ligados ao academicismo essa porcentagem cai para cerca de 9 a 75%.

A análise dos dados acima demonstra que os gêneros/estilos menos conhecidos pelos entrevistados são a música Dodecafônica (8,6%), a música Eletroacústica (25,7%) e o Cantochão/Canto Gregoriano (36,4%). O Punk Rock (66%) é o quarto nessa lista, com porcentagem equivalente ao Clássico/Erudito (67,1%). Os gêneros/estilos mais conhecidos são o sertanejo (95,4%) e a MPB

(94,2%), mas a diferença percentual em relação aos vários outros gêneros/estilos que aparecem na seqüência é pequena, conforme pode ser visto na tabela.

Entre os gêneros preferidos estão o Rock Nacional (84,6%) e a MPB (84,4%). Já os menos preferidos, de acordo com as respostas dos entrevistados, são a Música Dodecafônica (3,3%), o Funk (10,1%) e a Música Eletroacústica (15,3%). Entretanto, quando confrontados os aspectos “conhecer e gostar”, logicamente acontecem mudanças, visto que tanto a Música Dodecafônica quanto a Música Eletroacústica são, também, as menos conhecidas. Nesse sentido, observa-se que dos gêneros/estilos mais conhecidos, os que o entrevistado menos gosta são o Funk (11,7%), o Pagode (23,2%), o Axé (26,5%) e o Sertanejo (35,6%).

Há, portanto, uma certa “rejeição” a determinados gêneros assinalados como muito conhecidos pelos entrevistados, como o pagode, o axé e o funk, os quais estão na casa de 86 a 96% de conhecimento mas se mantêm apenas na casa dos 12 a 26% na preferência de todo o grupo. Esta constatação mereceria maiores estudos, mas, entre outros fatores, pode estar relacionada às significações culturais; ou seja, à não identificação musical, visto que outros gêneros/estilos apresentam essa relação de maneira diferenciada. A moda de viola e a balada romântica, por exemplo, possuem o mesmo nível de conhecimento por parte dos entrevistados, mas se mantêm na casa dos 50 a 60% das preferências.

Há também um certo “ecletismo” em alguns casos, nos quais a preferência de um mesmo ouvinte pode variar entre o sertanejo, o rock e o erudito. Tais aspectos podem ser observados tanto nas respostas referentes aos gêneros/estilos musicais conhecidos e preferidos, quanto nas respostas em que o entrevistado cita os compositores, intérpretes e músicas prediletos.

A partir da comparação entre o fato de conhecer e gostar do gênero/estilo, conclui-se que os preferidos são o Rock Nacional (90,3%), a MPB (89,61%) e o Pop Rock (81,4%). É interessante observar a coerência entre esses dados e a relação de compositores e intérpretes citados pelos entrevistados, descritos na tabela número nove. Os nomes que aparecem com maior freqüência nas respostas são de representantes ligados a essas três vertentes musicais.

Uma outra correlação a ser feita refere-se ao fato de haver uma predominância de entrevistados que citaram a letra da música como um dos elementos que mais chama a atenção em uma música. Uma das observações a

esse respeito é o fato da letra, vinculada à melodia (segundo item mais assinalado), facilitar a memorização, propiciar o “cantarolar” e o entendimento da mensagem verbal, bem como a troca de impressões a respeito da música, mesmo sem haver um conhecimento da linguagem musical.

É importante ressaltar que durante a aplicação dos questionários vários entrevistados perguntaram a que “tipo” de sertanejo, funk e pagode o questionário se referia. Ou seja, se era o sertanejo rural ou a nova música sertaneja (também diferenciados como música de raiz e sertanejo urbano, ou, ainda, como música caipira e sertanejo romântico); se era o pagode de fundo de quintal ou o pagode comumente divulgado nos meios de comunicação de massa; se era o funk originário dos grupos de jovens das periferias ou o funk dos meios midiáticos.

Esse tipo de distinção acontece com grande parte dos gêneros musicais surgidos nos meios populares, que vão se transformando e assumindo características diferentes das de origem. As modificações fazem parte de qualquer fenômeno cultural, e vários motivos podem ser apontados como geradores desse processo. Entretanto, algumas vezes essas transformações acontecem por meio de interferências planejadas e deliberadas. Um exemplo é o aproveitamento das manifestações populares por parte da indústria cultural e da mídia, conforme ressalta Alfredo Bosi:

(...) eles [os meios de comunicação] procuram ir ao encontro dos gostos do povo, tornando-se então popularescos ou pseudotradicionalistas (já que não lhes é dado ser autenticamente tradicionais), como o fazem alguns programas de rádio e não poucas fotonovelas meio sentimentais, meio modernizantes, meio moralizantes. O *típico* popular, com todas as suas tendências para a caricatura, é um modo pelo qual a indústria cultural projeta o povo como o outro. (...) Do ponto de vista do dinamismo capitalista, a flecha parece sempre ir no sentido de uma desagregação da segunda pela primeira. Esse fenômeno existe, quer no plano moral, quer no plano estético...(2002, p329,330)

Entretanto, há inúmeros fatores envolvidos nesse processo, e são várias as dificuldades de se estabelecer as maneiras como ele é desencadeado. Assim como é difícil comprovar até que ponto são realmente essas as causas, visto que o fio que separa as várias faixas culturais é extremamente tênue. Como já se destacou várias vezes nesse trabalho, a configuração de um fenômeno sócio-cultural é assunto muito complexo e tentar explicá-lo sem um estudo mais profundo pode levar a reducionismos e simplismos.

Alguns entrevistados destacaram a ausência de determinados gêneros/estilos, não contemplados na questão 18. Foi explicado pela pesquisadora que, diante da variedade de gêneros/estilos existentes, seria impossível listar todos. Assim, os entrevistados poderiam acrescentar suas sugestões no espaço destinado ao item “outros”, o que foi feito por setenta e cinco alunos (12,9%). Conforme pode ser observado, o gênero/estilo mais lembrado e citado nas respostas é a música Gospel Evangélica, seguida pelo Heavy Metal.

TABELA 12 – Gêneros/estilos musicais citados pelos entrevistados

| Outros gêneros/estilos musicais lembrados pelos entrevistados | | | |
|---|--------------------|------------------|--------------------|
| Gênero/estilo | Nº de vezes citado | Gênero/estilo | Nº de vezes citado |
| Gospel (Músicas Evangélicas) | 16 | Acid Jazz | 1 |
| Heavy Metal | 8 | Choro | 1 |
| Religiosas (católicas, atuais, etc) | 4 | Country | 1 |
| Rap | 4 | Electro | 1 |
| New Age | 4 | Lounge | 1 |
| Reggae | 4 | Progressivo | 1 |
| Forró | 3 | Ritmos Africanos | 1 |
| Grunge | 3 | Temas de Anime | 1 |
| Trance | 3 | Música Árabe | 1 |
| Latinas (salsa, por exemplo) | 2 | Soul | 1 |
| Maracatu | 2 | Manguebeat | 1 |
| Folclóricas | 2 | Metal Épico | 1 |
| New Metal | 2 | Metal Melódico | 1 |
| Eletrônicos | 1 | Drum Bass | 1 |
| Outros tipos de Rock | 1 | Xote | 1 |
| Instrumentais | 1 | | |

3.2.2.3 Formas de contato com a música: hábitos e consumo musicais

Neste grupo de informações buscou-se identificar o comportamento do entrevistado em relação aos hábitos de frequência a eventos musicais, os locais/situações de audição de música, os hábitos de audição de música nos meios de comunicação de massa, as preferências por emissoras e programas musicais, os momentos de audição de música, e os hábitos de consumo musical por meio da

aquisição de CDs, DVDs e Fitas Cassete. As perguntas 10 a 15 do questionário contemplaram esses questionamentos:

10. Você costuma freqüentar shows e/ou recitais? a. () não b. () sim. Com que freqüência?
a. () sempre b. () pelo menos uma vez ao mês c. () às vezes d. () raramente

11. Onde e/ou como você mais ouve música? a. () em festas b. () em shows c. () em recitais
d. () em boates e. () no disc man/walk man f. () em casa (CDs e fitas) g. () em reuniões com
amigos h. () no som do carro (CDs e fitas) i. () outros _____

12. Você costuma ouvir música nos Meios de Comunicação? a. () não b. () sim. Em quais e
com que freqüência, em média?

| | | | | | |
|---|-----------------------|---------------------|----------------------|--------------------------|----------------|
| 1 | Rádio | a.todos os dias () | b.fins de semana () | c. 3 a 5 dias/semana () | d.não ouve () |
| 2 | TV | a.todos os dias () | b.fins de semana () | c. 3 a 5 dias/semana () | d.não ouve () |
| 3 | TV a cabo/ assinatura | a.todos os dias () | b.fins de semana () | c. 3 a 5 dias/semana () | d.não ouve () |
| 4 | Internet | a.todos os dias () | b.fins de semana () | c. 3 a 5 dias/semana () | d.não ouve () |
| 5 | Outros Meios: | | | | |

13. Nos Meios de Comunicação assinalados acima há algum programa/emissora em específico
que você goste e/ou atenda às suas preferências musicais? a. () não b. () sim. Qual? _____

14. Em que momentos você mais costuma ouvir música? a. () ao estudar b. () ao descansar
c. () ao desenvolver tarefas em casa d. () no trânsito e. () no trabalho
f. () reserva momentos específicos p/ audição de músicas g. () não costuma ouvir música
h. () em outros momentos: _____

15. Você costuma comprar CD, Fita ou DVD musical? a. () não b. () sim. O que mais lhe
influencia para comprá-los? a. () a música fazer parte da trilha sonora de novela ou filme
b. () a divulgação nos meios de comunicação c. () o artista ou a música estar em evidência
e. () indicação feita por amigos f. () outros motivos: _____

As respostas à questão número 10 indicam que dos 583 entrevistados 90 (15,4%) não tem o hábito de freqüentar shows e recitais. Entre os que possuem esse hábito, a opção “às vezes” é a mais assinalada (47,3% dos entrevistados). Já os outros itens apresentados na questão apresentam um equilíbrio de percentuais, conforme demonstram a tabela e o gráfico abaixo.

Quando cruzados às áreas do conhecimento, esses percentuais são mantidos, havendo uma maior tendência no item “às vezes” para os cursos da área de Ciências da Saúde (55,84%), no item “não freqüenta” para os cursos da área de Ciências Exatas e da Terra (26,3%), e no item “sempre”, para os cursos da área de Lingüística, Letras e Artes (18%).

TABELA 13 – Frequência a shows e recitais

| Hábitos de Frequência a shows e Recitais | | Frequency | Percent |
|--|-------------------------|-----------|---------|
| Valid | não freqüenta | 90 | 15,4 |
| | Sempre | 74 | 12,7 |
| | pelo menos 1 vez ao mês | 61 | 10,5 |
| | às vezes | 276 | 47,3 |
| | Raramente | 73 | 12,5 |
| | não respondeu | 9 | 1,5 |
| | Total | 583 | 100,0 |

GRÁFICO 5 - Percentuais de freqüência a shows e recitais



Como indica a tabela abaixo (nº 14), a questão 11 apresenta múltiplas opções e possibilita mais de uma resposta. Entre os locais/situações mais assinalados pelos entrevistados para a audição de músicas estão as festas (196), o som do carro (174) e os shows musicais (156). Os recitais figuram como o menos assinalado, com apenas 6% das respostas.

Nem todos os 49 entrevistados que assinalaram a opção “outros locais/situações” citaram o local por escrito, mas, entre os que especificaram, a Igreja foi o espaço mais lembrado, com 17 citações.

TABELA 14 – Locais/situações de audição de música pelo entrevistado

| Local / situação onde mais ouve música | | Frequency | Percent |
|--|--------------------|-----------|---------|
| Valid | Festas | 196 | 33,6 |
| | Som do Carro | 174 | 29,8 |
| | Shows | 156 | 26,8 |
| | Boates | 93 | 16 |
| | Disk Man/ Walk Man | 72 | 12,3 |
| | Outros | 49 | 8,4 |
| | Recitais | 35 | 6 |

TABELA 15 – Hábito de audição de música através dos veículos de comunicação.

| Hábito de ouvir músicas nos meios de comunicação | | Frequency | Percent |
|--|--|-----------|---------|
| 1 | Não | 43 | 7,4 |
| 2 | sim, no rádio | 106 | 18,2 |
| 3 | sim, no rádio e na TV | 124 | 21,3 |
| 4 | sim, no rádio e na TV por assinatura | 10 | 1,7 |
| 5 | sim, no rádio e na internet | 53 | 9,1 |
| 6 | sim, no rádio, TV por assinatura e internet | 21 | 3,6 |
| 7 | sim, no rádio, na TV e na internet | 90 | 15,4 |
| 8 | sim, no rádio, na TV e na TV por assinatura | 17 | 2,9 |
| 9 | sim, na TV | 16 | 2,7 |
| 10 | sim, na TV e na TV por assinatura | 3 | ,5 |
| 11 | sim, na TV e na internet | 11 | 1,9 |
| 12 | sim, na TV por assinatura | 5 | ,9 |
| 13 | sim, na TV por assinatura e na internet | 7 | 1,2 |
| 14 | sim, na TV, na TV por assinatura e na internet | 7 | 1,2 |
| 15 | sim, na internet | 14 | 2,4 |
| 16 | sim, em todos | 55 | 9,4 |
| 17 | não respondeu | 1 | ,2 |
| 18 | Total | 583 | 100,0 |

Nesta pergunta, somente 43 entrevistados afirmam não ouvir música nos MCM, a maior parte respondeu que é “no rádio e na TV” onde mais ouvem música (124 pessoas) e, em seguida, está a opção “no rádio” (109 pessoas). Entretanto, ao observar o tempo de exposição do entrevistado a cada um desses veículos, o rádio detém a maior porcentagem de ouvintes no quesito “todos os dias” (206 pessoas). A TV, assim como a Internet e a TV por assinatura, é assistida/ouvida principalmente aos finais de semana, conforme demonstra a tabela abaixo.

TABELA 16 – Tempo de exposição à música nos meios de comunicação

| Exposição à música nos MCM | Rádio | TV | TV paga | Internet |
|----------------------------|-------|-----|---------|----------|
| 1 Todos os dias | 206 | 79 | 36 | 49 |
| 2 Fins de semana | 105 | 167 | 52 | 133 |
| 3 3 a 5 dias na semana | 164 | 78 | 39 | 76 |
| 4 nao ouve | 106 | 258 | 455 | 324 |
| 5 não respondeu | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Total | 583 | 583 | 583 | 583 |

Em resposta à questão 13, como demonstra o gráfico abaixo (número 6), mais da metade dos entrevistados assinalou que há emissoras e/ou programas musicais preferidos nos meios de comunicação, relatados em tabela, na seqüência. Como pode ser observado, as emissoras mais citadas pelos entrevistados em função da programação musical são: Rádio Interativa, TV Cultura e o canal MTV.

Além das emissoras, vários entrevistados citaram seus programas prediletos, conforme demonstra a relação da tabela número 18. É necessário ressaltar que em todas as questões que permitiam respostas desse tipo os entrevistados tinham liberdade para citar os nomes na quantidade que quisessem. Desta forma, o levantamento foi feito com base no número de vezes que cada emissora foi citada em todas as respostas.

GRÁFICO 6 – Existência de Emissoras/programas musicais preferidos nos MCM.

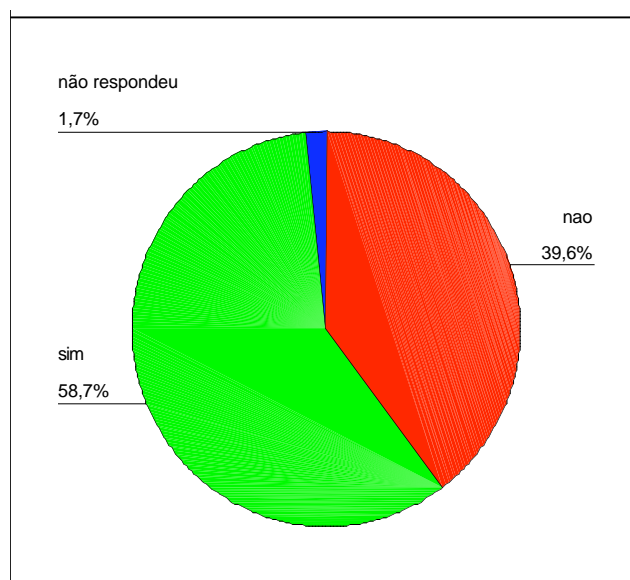


TABELA 17 – Emissoras de comunicação que atendem as preferências musicais dos entrevistados.

| Emissora de rádio | vezes citada | Emissora de TV | vezes citada | Emissora de TV assinatura | vezes citada | Internet | vezes citada |
|--------------------------|--------------|-----------------------|--------------|----------------------------------|--------------|----------------------|--------------|
| Interativa | 113 | TV Cultura | 28 | MTV | 81 | Rádio Terra | 3 |
| Executiva | 42 | Band | 7 | Multishow | 15 | KAZAA (MP3) | 3 |
| Araguaia | 29 | Globo | 6 | RIT - TV | 3 | Usina do Som | 2 |
| RBC | 21 | Record | 3 | Rede Vida | 2 | Rádio UOL | 2 |
| Terra | 10 | SBT | 1 | Shows (Directv) | 2 | Site Música francesa | 1 |
| 99,5 | 9 | | | Gênesis | 2 | Rádio MPB | 1 |
| Antena 1 | 9 | | | TV Senado | 2 | Brasil 2000 | 1 |
| Universitária | 8 | | | E&A Mundo | 1 | Rádio Fluminense | 1 |
| Jovem Pan | 4 | | | Sony Music | 1 | Rádio Clik | 1 |
| Nativa | 4 | | | TV Senac | 1 | | |
| Aliança | 3 | | | Rád. 89 (Directv) | 1 | | |
| K do Brasil | 2 | | | TVE | 1 | | |
| 96 (Anápolis) | 2 | | | Canal 300 (SKY) | 1 | | |
| Aleluia | 1 | | | | | | |
| Difusora | 1 | | | | | | |
| FM 100,5 (Evangélica) | 1 | | | | | | |
| Natividade (BSB) | 1 | | | | | | |
| Mil | 1 | | | | | | |
| Vitória | 1 | | | | | | |
| Riviera (Gospel) | 1 | | | | | | |

TABELA 18 – Programas musicais lembrados pelos entrevistados

| Programas Musicais Lembrados Pelos Entrevistados | | | | | |
|--|------------------------------|----|--------------------|----|-----------------------|
| Nº | Nome do Programa | Nº | Nome do Programa | Nº | Nome do Programa |
| 1 | 12 hs de evangelização | 16 | FAMA | 31 | Orquestras |
| 2 | A Vez do Brasil | 17 | Fúria MTV | 32 | Paradão do Garotão |
| 3 | A Vida é um Show | 18 | Geração Gospel | 33 | Pianíssimo |
| 4 | Altas Horas | 19 | Gospel Line | 34 | Por Trás da Fama |
| 5 | Alto Falante | 20 | Hoje é dia de Jazz | 35 | Prog. De flash back |
| 6 | Bem Brasil | 21 | Ind. Brasileira | 36 | Prog. Ratinho |
| 7 | Brasil Caipira | 22 | Instrumentais | 37 | Programa Ig. Videira |
| 8 | Caldeirão do Huck | 23 | Interfone | 38 | Radical é ser de Deus |
| 9 | Clip Mania | 24 | Jovens Tardes | 39 | Raul Gil |
| 10 | Clip Rit | 25 | Momento Jazz | 40 | Território Sertanejo |
| 11 | Clipes | 26 | Mundo da Música | 41 | TOP 20 |
| 12 | Das Antigas | 27 | Música Clássica | 42 | TVZ (multishow) |
| 13 | Disk MTV | 28 | Música Erudita | 43 | Universo em Canção |
| 14 | Ensaio Geral | 29 | Musikaos | 44 | Viola Minha Viola |
| 15 | Executiva de todos os tempos | 30 | Ondas Latinas | 45 | Vôo Livre |

Na tabela abaixo, referente às respostas da questão número 14, observa-se que a música é mais ouvida pelos entrevistados em momentos de descanso (58,5%) e no desenvolvimento de tarefas em casa (53%). Cinquenta e seis entrevistados (9,6%) responderam que ouvem músicas em outros momentos diferentes dos que foram citados. Entretanto, na maioria das vezes, as respostas escritas apenas detalharam um pouco mais as alternativas apresentadas na questão, conforme demonstra a tabela número 19.

TABELA 19 – Momentos em que o entrevistado mais ouve música

| Momentos em que ouve música | Frequency | Percent |
|---|-----------|---------|
| Ao descansar | 341 | 58,5 |
| Desenvolvendo tarefas em casa | 309 | 53 |
| No trânsito | 156 | 26,8 |
| Reserva momentos específicos para audição | 108 | 18,5 |
| Ao estudar | 100 | 17,2 |
| Outros momentos | 56 | 9,6 |
| No trabalho | 42 | 7,2 |
| Não ouve | 7 | 1,2 |

TABELA 20 – Outros momentos de audição de música citados pelo entrevistado

| Nº | Outros momentos em que o entrevistado costuma ouvir música | Nº | Outros momentos em que o entrevistado costuma ouvir música |
|----|--|----|---|
| 1 | No ônibus | 27 | Na Igreja |
| 2 | Relaxamento em casa | 28 | Reunião com os amigos |
| 3 | Ao jogar jogos eletrônicos | 29 | Em qualquer momento, fazendo qualquer coisa |
| 4 | Durante a noite | 30 | Quando dá vontade, sem horário específico |
| 5 | Com amigos | 31 | Festas, shows, etc |
| 6 | Durante o banho | 32 | Geralmente enquanto escrevo |
| 7 | Igreja | 33 | Quando utilizo o computador |
| 8 | No banheiro | 34 | Em todos possíveis |
| 9 | Em frente ao computador | 35 | Almoço, Jantar, Café da manhã, ao trocar de roupa, etc.... |
| 10 | Quando estou em casa a toa | 36 | Diversas ocasiões |
| 11 | Ao me divertir, festas | 37 | Quando não estou ocupado |
| 12 | Ao dormir | 38 | no computador, ou em casa, organizando minhas coisas, escrevendo cartas |
| 13 | Sempre que tenho tempo disponível em casa | 39 | Eventualmente |
| 14 | Ao conversar, ao namorar, para dançar | 40 | Reuniões com amigos |
| 15 | Em viagens de ônibus | 41 | Cozinhando, reunião com amigos |
| 16 | No chuveiro | 42 | Enquanto me arrumo para ir à Faculdade |
| 17 | De madrugada, no silêncio da noite | 43 | Todos momentos que tenho bons discos à mão |
| 18 | Em todos os momentos | 44 | Em festas, encontros com amigos |
| 19 | Em festas | 45 | Antes de deitar |
| 20 | Ao memorizar textos de peças teatrais | 46 | No computador |
| 21 | Em reuniões com amigos (músicos) | 47 | Todos os momentos |
| 22 | Ao limpar a Igreja e momentos esporádicos em casa | 48 | Ao ler, ao meditar, sempre. |
| 23 | Tomando banho | 49 | Para meditar, dançar e estudar a música |
| 24 | Nos cultos da minha igreja | 50 | Na Igreja ou nos ensaios na casa de amigos |
| 25 | Quando acho tempo disponível | 51 | O tempo todo |
| 26 | À noite, quando chego em casa | 52 | Festas, shows e boates |

Em resposta à questão número 15, sobre o hábito de comprar CDs, DVDs e Fitas, quase 80% dos entrevistados assinalou que sim, como demonstra a tabela:

TABELA 21 – Hábito de comprar CD, Fita ou DVD musical

| Compra de cd, fita cassete ou dvd musical | | Frequency | Percent |
|---|---------------|-----------|---------|
| Valid | Não | 120 | 20,6 |
| | Sim | 461 | 79,1 |
| | não respondeu | 2 | ,3 |
| | Total | 583 | 100,0 |

Entre as quatro possibilidades apresentadas na questão 15, que também é de múltipla escolha, o hábito de compra de CDs, fitas cassete e DVDs musicais está mais relacionado à indicação de amigos (vide tabela 21). Entretanto, observa-se que a maior parte dos entrevistados (47,3%) listou “outros motivos” para o seu consumo.

TABELA 22 – Influências para a compra de CDs, Fitas e DVDs musicais.

| Influências no hábito de compra de CDs, Fitas e DVDs musicais | frequency | Percent |
|---|-----------|---------|
| ▪ A música fazer parte da trilha sonora de novela ou filme | 1 | 7,0 |
| ▪ A divulgação nos meios de comunicação | 2 | 14,1 |
| ▪ O artista ou a música estar em evidência | 8 | 13,4 |
| ▪ Indicação feita por amigos | 18 | 20,2 |
| ▪ Outros motivos | 76 | 47,3 |

A análise da relação de “outros motivos” descritos pelos entrevistados revela que o principal fator citado é o gosto musical (ou preferências pessoais). Quanto a esse aspecto, é interessante retomar as discussões teóricas sobre valores musicais, lembrando o fato do gosto musical estar relacionado aos diversos fatores que compõem o meio em que as pessoas vivem e ser, muitas vezes, influenciado pelos condicionamentos impostos por esse meio.

Se observados por essa perspectiva, todos os itens apresentados na questão número 15 estão relacionados à configuração do gosto das pessoas (em maior ou menor grau). Entretanto, a maioria dos ouvintes não os assinalou e preferiu associar suas preferências estritamente ao âmbito pessoal. O que demonstra a dificuldade das pessoas assumirem e aceitarem conscientemente as influências exercidas sobre seus valores. A esse respeito CÂNDIDO (1985, p.41) observa que “Embora esta verificação fira a nossa vaidade, o certo é que muito poucos dentre nós seriam capazes de manifestar um juízo livre de injunções diretas do meio em que vivemos.” (p.41)

3.2.2.4 Formação musical e/ou participação em atividades musicais

Para identificar se os entrevistados tiveram algum tipo de ensino formal de música, tanto nas escolas de ensino regular em que estudaram quanto em escolas especializadas, foram elaboradas as questões 7 e 8 do questionário. Além desse fator, a pergunta 9 forneceu subsídios para identificar se o entrevistado desenvolve ou participa de alguma atividade musical e qual é a atividade mais freqüente.

7. Nas escolas em que estudou (da pré-escola ao ensino médio) teve aulas de música em alguma?
a. () não b. () sim. Em que série (s)? _____
8. Estuda ou já estudou música em escola especializada? a. () não b. () sim. Por quanto tempo e em qual escola (ou c/ qual professor)? _____
9. Desenvolve ou participa de algum tipo de atividade musical? a. () não b. () sim. Qual?
a. () participa de grupo musical b. () canta em coral c. () toca em banda ou fanfarra
d. () toca algum instrumento. Qual? _____
e. () outros _____

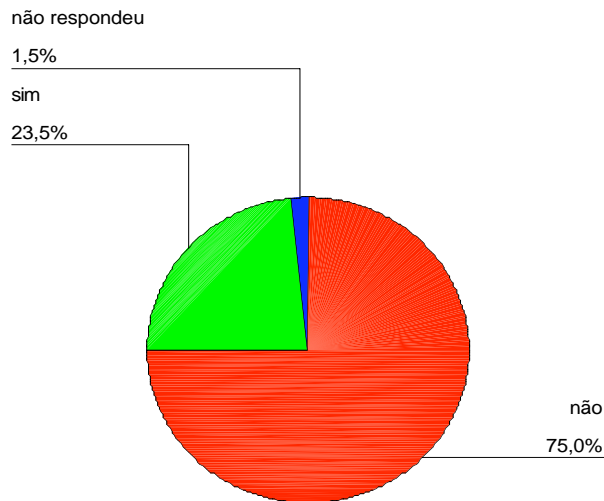
Na questão número sete, as respostas obtidas revelam que 75% dos alunos não estudaram música nas escolas de ensino regular. Dos 583 entrevistados, somente 23,5% tiveram aula de música nessas instituições e há uma predominância de alunos das escolas de ensino médio, principalmente no primeiro ano.

Entretanto, a maioria dos entrevistados estudou música por um período pequeno de tempo. Grande parte, por exemplo, cita que teve aulas apenas no primeiro ano do ensino médio, ou somente na 5ª série do ensino fundamental. A tabela 23 e o gráfico número 7 ilustram esses dados:

TABELA 23 – Fase escolar que os entrevistados tiveram aulas de música no ensino regular

| Série em que estudou música no ensino regular | Frequency | Percent |
|---|-----------|---------|
| Valid | | |
| Pré-alfabetização | 3 | 2,2 |
| Ensino Fundamental - fase 1 | 20 | 14,6 |
| Ensino Fundamental - fase 2 | 23 | 16,8 |
| Ensino Médio | 77 | 56,2 |
| Ensino Fundamental e Médio | 8 | 5,8 |
| Nas duas fases do Ensino Fundamental | 5 | 3,6 |
| Não citou a série | 1 | 0,7 |
| Total | 137 | 100,0 |

GRÁFICO 7 – Percentual de entrevistados que estudaram música no ensino regular



Quanto ao estudo de música em escola especializada, 114 dos 583 entrevistados responderam a opção sim, o que equivale a 19,6% dos questionários respondidos, conforme ilustra o gráfico 8. Cruzadas com as áreas do conhecimento, essas informações indicam que a área de “Ciências Exatas e da Terra” é a que possui maior percentual de alunos que estudou música em escola especializada (27,6% dos 76 entrevistados da área), seguida de “Linguística, Letras e Artes” (25,3% dos 83 entrevistados da área) e de “Ciências da Saúde” (24,6% dos entrevistados da área). O restante das áreas mantém percentuais entre 13 e 16%.

GRÁFICO 8 – Estudo de música em escolas especializadas na área: percentuais

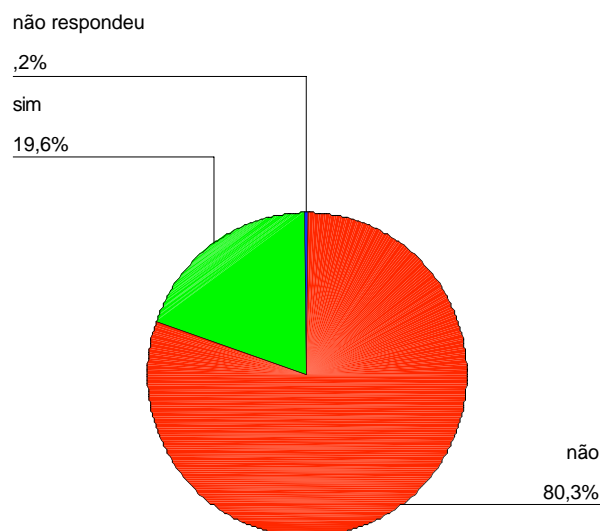


TABELA 24 – escolas e/ou professores de música mais citados pelos entrevistados

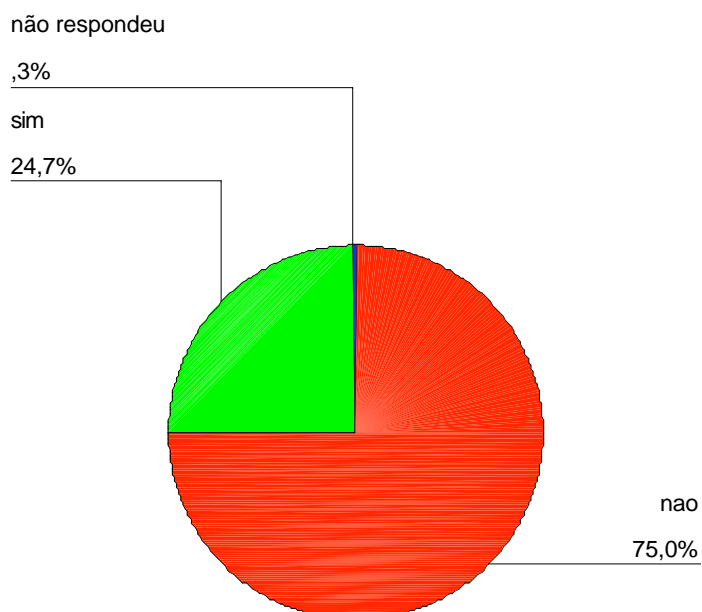
| Nº | Escola e/ou professor com o qual estudou música | Vezes citado |
|-----|--|--------------|
| 1. | Veiga Valle, profs: Alex Teles, Carlos Eduardo, Haendel Santos, Clarice, Luiz Júnior, Weber, Cláudio Augusto, Roberto, Sônia, Alberto Cabral | 20 |
| 2. | Escola Gustav Ritter / Gustav Ritter, profª Léia Maria | 12 |
| 3. | Centro Livre de Artes | 9 |
| 4. | Musika | 5 |
| 5. | Escola de Música de Brasília | 3 |
| 6. | Escola de Música Tocando, Profs. Lan, Kan Cambay | 3 |
| 7. | Conservatório da UFG | 2 |
| 8. | Escola Harmonia Musical, Profª Sandra Sá Ferreira | 2 |
| 9. | Escola Sarau Music Center profs. Jairo, Cristiane, Aurélio | 2 |
| 10. | Bianca Music Center – Profª Bianca | 1 |
| 11. | Centro Cultural Rui Barbosa (Rondônia) | 1 |
| 12. | Clube do Choro de Brasília | 1 |
| 13. | Escola Beethoven | 1 |
| 14. | Escola Clave de Sol | 1 |
| 15. | Escola de Música JAM (Anápolis) | 1 |
| 16. | Escola Dó-Re-Mi | 1 |
| 17. | Escola HL – Centro de Educação Musical. Profs. Moisés e Mateus | 1 |
| 18. | Escola Musicarte | 1 |
| 19. | Escola Pauta | 1 |
| 20. | Escola Pró-Música e profs. Particulares | 1 |
| 21. | Escola Ritmo e Som – Profª Edna | 1 |
| 22. | Escola Sol Maior | 1 |
| 23. | Escola Studio 38 | 1 |
| 24. | Escola Travessia | 1 |
| 25. | Instituto Musical Villa Lobos (Itumbiara) | 1 |
| 26. | Lilian Centro de Música | 1 |
| 27. | Prof. Adão | 1 |
| 28. | Prof. Alessandra | 1 |
| 29. | Prof. Felipe Valoz | 1 |
| 30. | Prof. Hudson | 1 |
| 31. | Prof. João Carlos da Silva | 1 |
| 32. | Prof. Marquinhos | 1 |
| 33. | Prof. Reinaldo | 1 |
| 34. | Prof. Vinícius | 1 |
| 35. | Prof. Walvir | 1 |
| 36. | Prof. Marcos Morgado | 1 |
| 37. | Profªs Kellyta e Olondira | 1 |
| 38. | Profª Lindeia | 1 |
| 39. | Profª Maria Tereza (Inhumas) | 1 |
| 40. | Profª Marília, Profª Miriam | 1 |
| 41. | Profª Ofélia Dondo | 1 |
| 42. | Profª Valéria (Uberaba) | 1 |
| 43. | Profs. Marcos Ribeiro e Renato Taborda | 1 |
| 44. | Profs. Jorge Beat e Lazineho | 1 |
| 45. | Profs. Reginaldo, Saddi, Marshal Gaioso | 1 |

TABELA 25 - Período que o entrevistado estudou música em escola especializada

| Tempo de estudo musical em escola especializada | Frequency | Percent |
|---|-----------|---------|
| até 1 semestre | 25 | 22,0 |
| até 1 ano | 17 | 14,9 |
| até 2 anos | 14 | 12,3 |
| até 3 anos | 11 | 9,6 |
| até 4 anos | 12 | 10,5 |
| acima de 4 anos | 20 | 17,5 |
| não respondeu por quanto tempo | 15 | 13,1 |
| Total | 114 | 100 |

Observando a tabela acima (número 25) verifica-se que 13,1% dos entrevistados não responderam por quanto tempo estudaram música em escola especializada. Entre os que especificaram o tempo de estudo, os períodos mais citados foram: “até um semestre” (22%) e “acima de quatro anos” (17,5%). Em resposta à pergunta número nove, 144 dos 583 entrevistados assinalaram que participam de algum tipo de atividade musical. O gráfico número 9 ilustra a porcentagem desses alunos em relação ao total de questionários analisados.

GRÁFICO 9 – Desenvolvem e/ou participam de atividades musicais: percentuais



Entre os entrevistados que praticam atividades musicais 31% são do sexo masculino e 17,8% é do sexo feminino. Quase 66% dos 144 entrevistados que praticam atividades musicais estão na faixa etária de 16 a 19 anos, seguido da faixa entre 20 a 25 anos (30,5%). As áreas do conhecimento que possuem maior percentual de alunos que participam de atividades musicais são as de Lingüística, Letras e Artes (32,5% do entrevistados da área), Ciências Humanas (29,2% dos entrevistados da área) e Ciências Exatas e da Terra (28,9% dos entrevistados da área). A área que apresenta um percentual menor de alunos que desenvolve ou participa de atividades musicais é a da Ciências Agrárias (12,5% dos entrevistados da área).

Feito o cruzamento entre o número de entrevistados que estudaram música em escola especializada e os que participam de atividades musicais, verificou-se que mais da metade dos que desenvolvem ou praticam atividades musicais não tiveram aprendizagem musical em escola especializada (52,8%). Dos 144 alunos que participam de atividades musicais 68 estudam ou estudaram em escola especializada, o que equivale a 47,2% do total. Entretanto, o período de estudo é curto, 14 desses alunos só estudaram música até um semestre ou até um ano.

Entre os 144 entrevistados que participam de atividades musicais, a maioria assinalou a opção “toca algum instrumento” (75%), conforme demonstra a tabela abaixo. Alguns alunos desenvolvem mais de uma atividade e, em certos casos, houve os que assinalaram até três alternativas. Na relação dos instrumentos mais tocados (tabela 25) figura o violão (61 pessoas) e, na seqüência, o teclado (19 pessoas), a guitarra (15 pessoas) e o piano (12 pessoas).

TABELA 26 – Tipo de atividade musical desenvolvida pelo entrevistado

| Atividade Musical Desenvolvida | Frequency | Percent |
|---------------------------------------|------------------|----------------|
| Toca Algum Instrumento | 108 | 75,0 |
| Participa de Grupo Musical | 42 | 29,2 |
| Toca em Fanfarra ou Banda | 19 | 13,2 |
| Canta em Coral | 17 | 11,9 |
| Outras atividades | 12 | 8,3 |

TABELA 27 – Instrumentos musicais citados pelos entrevistados que desenvolvem atividades musicais:

| Instrumentos musicais tocados pelos entrevistados | | | |
|---|-------------------|---------------------|-------------------|
| Instrumento Musical | Nº de praticantes | Instrumento Musical | Nº de praticantes |
| Violão | 61 | Cavaquinho | 2 |
| Teclado | 19 | Flauta | 2 |
| Guitarra | 15 | Canto | 2 |
| Piano | 12 | Pandeiro | 2 |
| Bateria | 10 | Baixo acústico | 2 |
| Contra-baixo | 8 | Bombardino | 1 |
| Percussão | 4 | Clarinete | 1 |
| Trombone | 4 | Fagote | 1 |
| Flauta Doce | 3 | Saxofone Alto | 1 |
| Órgão | 3 | Berimbau | 1 |
| Violino | 3 | Atabaque | 1 |
| Viola Clássica | 2 | Viola | 1 |
| Gaita | 2 | Triângulo | 1 |

Como demonstra a tabela número 27, o instrumento com maior índice de praticantes é o violão, citado por 61 dos 108 alunos que tocam algum instrumento musical. Na seqüência, estão o teclado, a guitarra, o piano e a bateria. Além das opções de atividades musicais apresentadas na questão, alguns alunos citaram outros tipos de atividades, conforme demonstra a tabela número 28:

TABELA 28 – Outros tipos de atividades musicais desenvolvidas pelos entrevistados

| Nº Quest. | Outras atividades musicais desenvolvidas |
|-----------|--|
| 188 | Construção de um centro musical em Itapuranga-Go |
| 239 | Participo do movimento de música eletrônica e faço curso de DJ |
| 368 | Com meus irmãos, que estudam música |
| 449 | Dança |
| 450 | Produção musical |
| 469 | Equipe de música da Igreja |
| 470 | Canto no banheiro |
| 518 | Aulas de canto na faculdade |
| 543 | Faço as aulas de música do curso (Artes Cênicas) |
| 544 | Vocalista de grupo musical |

3.3 CONFIGURAÇÃO DO PERFIL DOS ALUNOS DE PRIMEIRO ANO DE GRADUAÇÃO DA UFG EM RELAÇÃO À MÚSICA

As informações advindas das questões respondidas, relacionadas entre si, demonstram que a música é um elemento presente e constante no dia-a-dia da maioria dos alunos de primeiro ano de graduação da UFG. Em seu cotidiano, esse aluno ouve música principalmente nos horários de descanso e durante a realização de tarefas em casa, bem como em som automotivo, nos percursos do trânsito.

As festas e shows são os locais onde mais acontecem os contatos com a música, entretanto, a frequência a shows e recitais é esporádica (“às vezes”, conforme consta no questionário). Apesar de não aparecer como um item na questão, outro local que alguns entrevistados citaram como fonte de contato com a música são as Igrejas. Aliás, a música religiosa também aparece como opção em outras questões que admitiam sugestões por parte dos respondentes.

Conforme mostram as respostas dos alunos, a exposição à música através dos meios de comunicação de massa é grande. Mais de 90% ouve programas musicais nos MCM, principalmente por meio do rádio e da TV. Quanto ao tempo dedicado a cada um desses veículos, a grande maioria dos entrevistados ouve música todos os dias somente através do rádio, principalmente nas emissoras FM. A Rádio Interativa é a mais citada, seguida das rádios Executiva, Araguaia e RBC FM.

As emissoras de canais abertos de TV são mais assistidas aos finais de semana. Alguns programas musicais foram citados pelos entrevistados, principalmente os que são veiculados pela Rede Cultura de Televisão (Bem Brasil, Musikaos, apresentações de orquestras, shows musicais, etc) e os Videoclipes da Rede Bandeirantes de Televisão (Clipmania). Mas os programas musicais de TV mais lembrados são os do canal por assinatura MTV, com larga porcentagem à frente das outras emissoras. Ainda no que se refere aos meios de comunicação, observa-se uma boa porcentagem de ouvintes que elegem a internet como veículo difusor de música. O acesso aos *sites* acontece principalmente aos finais de semana.

Quase 80% dos entrevistados possui o hábito de comprar CDs. Além do gosto musical, ressaltado por grande parte dos alunos, a segunda maior influência para a compra é através das indicações de amigos. As principais opções musicais

detectadas são o Rock Nacional, a MPB e o Pop Rock; gêneros com grande porcentagem de conhecimento e de preferência por parte dos ouvintes. Há também uma porcentagem significativa de rejeições ao funk, ao pagode e ao axé, apesar de constarem como gêneros bastante conhecidos pelos entrevistados.

Seguindo a mesma tendência dos gêneros/estilos mais citados, os compositores, músicas e intérpretes lembrados com maior frequência pelos entrevistados são representantes da MPB e do Rock Nacional, como Djavan, Caetano Veloso, Marisa Monte, Renato Russo, Legião Urbana, Capital Inicial, entre outros. Verifica-se ainda que há pouco conhecimento de determinados gêneros/estilos mais relacionados ao meio musical acadêmico (como as músicas dodecafônica, eletroacústica, e o cantochão/canto gregoriano), e um conhecimento mediano de gêneros/estilos pouco freqüentes na mídia (como o punk rock, o clássico/erudito e o blues).

No tocante à formação musical e participação em atividades musicais por parte do entrevistado, a grande maioria não se insere nesses itens. Setenta e cinco por cento dos alunos não teve aula de música no ensino regular e não pratica atividade musical, e 80,3% nunca estudou música em escola especializada. Verifica-se que no ensino regular a música é pouco contemplada e, dentro da porcentagem de alunos que tiveram aulas de música na grade curricular das escolas, os períodos de estudo são curtos; apenas um ou dois anos de toda a vida escolar do entrevistado (da pré-alfabetização ao ensino médio).

A maioria dos alunos teve aulas de música somente no ensino médio, o que demonstra uma ausência de iniciação musical nas escolas durante a pré-alfabetização e a primeira fase do ensino fundamental. Períodos considerados de grande importância para o desenvolvimento das várias habilidades, inclusive as musicais. Entre os 19,6% dos entrevistados que assinalaram estudos de música em escola especializada, pode-se observar que há uma leve predominância de alunos que apenas iniciaram os estudos, freqüentando por até um semestre ou até um ano.

O percentual de alunos que estudou música por mais de quatro anos é de 17,5%. Entretanto, deve-se lembrar que neste caso estão incluídos na amostragem os alunos de primeiro de graduação da Escola de Música e Artes Cênicas, que são submetidos a prova específica de música no processo seletivo. De acordo com os nomes citados pelos alunos, observa-se ainda que a distribuição entre escolas

públicas de ensino musical e escolas e/ou professores particulares é quase equivalente. Cerca de 50% dos alunos estudou em escolas de música municipais e estaduais como Gustav Ritter, Centro Livre de Artes e Veiga Valle, e o restante estudou com professores e escolas particulares diversificados.

Em linhas gerais, esse é o panorama das características coincidentes que configuram o perfil musical da maioria dos entrevistados. No entanto, não é só de semelhanças que os aspectos culturais de uma determinada sociedade se constituem. Diante da complexidade alcançada pelas estruturas sociais, as diferenças dentro de um mesmo espaço coletivo, compartilhado por grupos diversos, tendem a ser cada vez maiores.

Assim, inseridos no espaço universitário, os alunos de primeiro ano de graduação da UFG possuem origens variadas e se relacionam em diversas outras instâncias. Apresentam, portanto, particularidades e distinções entre si, que levam à constituição de sub-grupos diferenciados dentro de um mesmo ambiente. Todos esses aspectos devem ser contemplados, para que não hajam generalizações.

A análise das informações obtidas através dos questionários evidencia essa situação, pois basta observar que em vários dos tópicos abordados existe um equilíbrio entre os itens respondidos. Ou seja, mesmo havendo uma das porcentagens que se destaca (um item mais assinalado pelos entrevistados), em muitos casos, o intervalo percentual dos itens restantes na mesma questão é bem próximo. Na pergunta que aborda os hábitos de frequência a shows e recitais, por exemplo, os itens “sempre”, “raramente” e “pelo menos uma vez ao mês” se mantêm na casa dos 10 a 12%.

O mesmo acontece com a questão sobre conhecimentos e preferências musicais. Apesar de haver os gêneros/estilos assinalados com maior frequência pelos entrevistados, o índice percentual de vários outros itens da pergunta se equivalem, como acontece com a “Balada Romântica”, a “Bossa Nova”, o “Techno” e o “Clássico/erudito”, por exemplo. Todos se situam na casa dos 50 a 60 por cento na preferência dos que conhecem esses gêneros/estilos. Isto significa que, mesmo havendo tendências mais definidas em todas as características investigadas, há também uma variabilidade de concepções, entre as opções disponíveis.

4 AS POSSIBILIDADES DE AÇÕES CULTURAIS EM MÚSICA NA UFG

4.1 O PAPEL CULTURAL DO AMBIENTE UNIVERSITÁRIO

Os membros que compõem a comunidade universitária são agentes culturais em potencial, e atuam como multiplicadores em todos os grupos sociais com os quais se relacionam. Além de investir na preparação profissional do corpo docente, a preocupação das universidades deve estar voltada para a formação do cidadão, para a preparação do homem. Nessa perspectiva, a Universidade Federal de Goiás tem um papel fundamental a ser cumprido na área cultural, a fim de possibilitar aos seus novos alunos uma formação com menos lacunas. Para o escritor e filósofo Alcione ARAÚJO (2001, p. 216-217) essa necessidade é premente em todo o país:

(...) Hoje é possível você formar numa universidade brasileira um médico que nunca leu um romance, um engenheiro que nunca ouviu uma sinfonia. O que significa isso? Isso deve significar alguma coisa. Por que o desprezo, o descaso com essas produções do simbólico? Por que o desprezo e o descaso com a produção do espírito? (...) Que cidadão é esse? Que ser humano é esse? Ele não tem uma noção muito correta do seu papel social, da sua função social, de seus direitos e deveres, enfim da sua cidadania e da cidadania do outro. E que, sobretudo, não desenvolveu suas possibilidades humanas, através da sensibilidade que a cultura no sentido clássico, ocidental, poderia lhe dar que é, afinal, toda a produção do espírito, toda a produção do simbólico. Esse papel precisa ser revisto e precisa ser repensado porque senão nós todos vamos nos transformar em algo que seja a negação do humano, que seja a negação do sensível, que seja a desconstrução do plano espiritual.

O Doutor em Comunicação e Cultura, professor André LÁZARO (2001), atenta para o cenário extremamente complexo em que as universidades estão inseridas e para a grande ameaça que representa o que ele denomina como um *certo* “desinteresse pela cultura crítica”. Por isso, enfatiza, abordar a questão cultural nas universidades é um ato de grande responsabilidade, visto que uma de suas missões sociais é transmitir uma tradição enorme, que aumenta e se dinamiza cada vez mais. Paralelamente, as universidades convivem com a sedução de um mercado imediatista, que incentiva modificações para que elas se transformem em “produtoras” de profissionais.

Essa dicotomia entre a formação crítica e a resposta imediata para uma profissão é um dos grandes desafios das universidades na atualidade. Segundo Antônio CELSO (2001), ex-reitor da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), as universidades estão passando por uma crise de identidade e de legitimidade. No mundo atual, globalizado e excludente, é necessário que haja uma

adaptação, uma revisão no seu perfil, pois não há mais lugar para o modelo tradicional, baseado nos ditames europeus e americanos.

O quadro torna-se ainda mais preocupante quando se observa que no Brasil há, historicamente, uma grande tendência de se atender ao emergencial e deixar de lado o essencial. Os resultados de atitudes e ações no campo da cultura só são sentidos a médio e longo prazo, e estas podem se revelar desastrosas se não houver muita cautela, planejamento e compromisso. As universidades possuem uma responsabilidade de formação cultural, destaca LÁZARO (2001, p.16), “uma obrigação de transmitir para uma geração nova um volume de informações culturais muito grande”.

Na teoria, ressalta o autor, a universidade seria um ambiente onde a questão cultural deveria estar implícita em todas as atividades e áreas, e onde todos os estudantes pudessem ampliar sua bagagem cultural. Entretanto, na prática a realidade mostra-se bem diferente, e demonstra a necessidade absoluta de órgãos que trabalhem especificamente com a área cultural dentro de cada universidade. Afinal, conforme destaca José TEIXEIRA COELHO (2000, p. 163), é necessário, antes de tudo, que se construa uma cultura universitária e, para isso, o primeiro assunto da universidade deve ser ela mesma:

(...) antes de voltar-se para o *conhecimento* em abstrato, e para a sociedade, de modo imediato, como querem os chavões mais circulados, a universidade tem de produzir o conhecimento de si mesma e propor-se como uma sociedade – ou, na palavra mais comum, uma comunidade. (...) Sem uma cultura universitária, não existe uma identidade universitária. Sem uma cultura universitária, sem uma identidade universitária, como pode a universidade contribuir para a formação de uma cultura mais ampla, essa cultura que é chamada de *social* e que só é chamada de social porque absurdamente proliferam as *culturas não sociais* – que dizer, as não-culturas?

4.1.2 Atuação Cultural/Musical da UFG

A Escola de Música e Artes Cênicas e a Rádio Universitária são os órgãos Universidade Federal de Goiás que possuem atividades na área musical com uma maior sistematização e, dentro de suas especificidades, oferecem programações fixas, eventos, atividades e projetos. Há também outros espaços na UFG que, esporadicamente, realizam eventos ou projetos relacionados à música. Entretanto, é

a partir da intermediação da rádio e da EMAC¹ e, em muitos casos, da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, que essas ações geralmente são realizadas. Por meio destes espaços, o aluno recém-ingresso e a comunidade universitária em geral têm a possibilidade de manter um contato mais constante com a música.

A presença da UFG no campo musical é importante, visto que até hoje seus Cursos de Música, reconhecidos pelo Conselho Federal de Educação em 1969, são os únicos em nível de terceiro grau em Goiás. O Conservatório de Música foi integrado à Universidade Federal de Goiás em 1968, juntamente com o Instituto de Belas Artes de Goiás. Naquela época, ambos formaram o Instituto de Artes, que englobava todos os cursos da UFG na área artística.

A partir de 1996, com a Reforma Administrativa da UFG, o Instituto de Artes deixou de existir, desdobrando-se em Escola de Música e em Faculdade de Artes Visuais, que atualmente constituem duas Unidades de Ensino independentes, com gerenciamento administrativo distinto e atuações diferenciadas. Em 2000, com a implantação dos cursos superiores na área de Artes Cênicas, a Escola de Música passou a ser Escola de Música e Artes Cênicas da Universidade Federal de Goiás (EMAC).

Atualmente, são oferecidos pela EMAC cinco Cursos de Graduação: MUSICOTERAPIA, bacharelado, MÚSICA, bacharelado - nas habilitações Canto, Instrumentos Musicais, Regência Coral e Composição, EDUCAÇÃO MUSICAL, licenciatura - nas habilitações Canto, Instrumentos Musicais e Ensino Musical Escolar, ARTES CÊNICAS, bacharelado - com habilitação em Interpretação Teatral e ARTES CÊNICAS, licenciatura - com habilitação em Encenação Teatral.

A Pós-Graduação em Música conta com o Mestrado (*Stricto Sensu*) em Música na Contemporaneidade e as Especializações (*Lato Sensu*) em Música Brasileira, Performance Musical, Musicoterapia na Educação Especial, Musicoterapia na Saúde Mental, e Ensino da Música e Artes Integradas: fundamentos estéticos e metodológicos. Além destes, são oferecidos cursos livres

¹ As informações relativas à Rádio Universitária foram obtidas através do site oficial da emissora, e as informações sobre a Escola de Música e Artes Cênicas tiveram como fonte o estudo monográfico desenvolvido por esta pesquisadora no Mestrado em Música, como trabalho final da disciplina "Música, Cultura e Sociedade". O título da monografia é: POLITICA DE AÇÕES CULTURAIS NA ÁREA MUSICAL – um estudo sobre os Projetos de Extensão e Cultura desenvolvidos pela Escola de Música e Artes Cênica da Universidade Federal de Goiás".

para a comunidade em geral, através das Oficinas de Música. Ao todo, são cerca de 850 alunos, matriculados na Graduação, Pós-Graduação e nos Cursos Livres².

Como uma de suas principais atribuições, a EMAC tem a responsabilidade de formar os músicos, os educadores musicais, os atores e os professores de teatro que irão atuar profissionalmente em Goiás e em outros Estados do Brasil e/ou no exterior. Para tanto, é preciso que seja oferecida a esses alunos uma formação adequada às necessidades que o mercado apresenta, mas, ao mesmo tempo, lhes seja propiciada uma formação crítica, coerente com o que a área cultural exige de seus agentes³.

A atuação da Universidade não se restringe ao ensino, assim como o papel da Escola de Música e Artes Cênicas deve ser bem mais amplo, contemplando a pesquisa, a extensão e a cultura. Na formação do profissional de música são desenvolvidas ações culturais em consonância com as ações educativas através de projetos e atividades direcionadas para o corpo discente da Escola. A EMAC também desenvolve ações culturais direcionadas para a comunidade universitária em geral e para a comunidade externa à UFG.

Neste sentido, é necessário enfatizar alguns desdobramentos em atividades permanentes e estáveis, como a implementação do Coro da Graduação, da Banda Pequi e da Prática de Orquestra Clássica na EMAC. No que se refere aos eventos⁴, entre 1999 e 2002 foram realizados mais de 200 Concertos, Recitais e Espetáculos na EMAC, no Teatro Goiânia e na cidade de Pirenópolis. Também foram realizados Festivais de Música, Fóruns de Musicoterapia, Oficinas de MPB, Concurso Internacional de Piano (parceria Gina Bachauer) e o Programa Musicistas, que trouxe artistas/professores internacionais para Cursos e Recitais em Goiânia. A EMAC possui uma Comissão de Eventos, que trabalha com o objetivo de oferecer eventos musicais de alto nível tanto para a comunidade universitária como também para a sociedade em geral.

Criada em 1962, a Rádio Universitária (870 AM) tem sua sede no Lago das Rosas, em região próxima ao centro de Goiânia. Nela são veiculados diversos

²480 alunos na Graduação, 70 na Pós-Graduação, e 280 nos Cursos Livres. Fonte: Relatório da Direção da EMAC, 1ª gestão Glacy Antunes de Oliveira, 1999/2002.

³Considera-se aqui que todos os que participam desse processo são agentes culturais em potencial e cada qual, em determinado momento, terá sua contribuição a dar quando de sua participação em programas de ações culturais.

programas musicais, em estilos e gêneros variados, bem como programas jornalísticos, esportivos, de utilidade social, etc. A programação é produzida por profissionais do quadro permanente da Rádio, por alunos estagiários e, ainda, por meio de parcerias e convênios. De acordo com as informações do site oficial da emissora, a política de programação da rádio universitária se orienta por quatro princípios básicos:

SOCIAL - A rádio deve estar à disposição da população na construção de uma sociedade livre, justa e sem desigualdades sociais.

EDUCATIVO - Ser o canal de integração entre a Universidade e a Rede Pública de educação, além de desenvolver campanhas educativas relativas a saúde, meio ambiente, na produção e divulgação de campanhas esclarecedoras de questões como doenças transmissíveis, prevenção às drogas, preservação do ecossistema e do meio ambiente, interpretação dos direitos humanos declarados pela ONU, na defesa da vida da participação popular nas grandes decisões do país.

CULTURAL - Preservação de uma identidade de cultura popular brasileira. Formar apreciadores de diversos estilos musicais incluindo a música clássica e erudita. A rádio Universitária constitui na única emissora goiana que apresenta programas específicos de música clássica e erudita.

ACADÊMICO - Prática laboratorial dos estudantes de Comunicação, Biblioteconomia, Engenharia e Música, além de divulgar a produção científica da Universidade Federal de Goiás.

A atual grade de programação da Rádio Universitária é composta por programas musicais variados, tais como: “A voz do campo” (música caipira e folclórica), “Brasileiríssimas”, “Sala de Concertos”, “O espírito da música “ (MPB, blues, jazz, rock underground), “Flauta e Bandolim” (o choro em todas as suas tendências e variações), “Universitária em Seresta” (a música e a canção seresteira), “Meu Sertão” (música sertaneja, com duplas cantando ao vivo), “Parque de Diversões” (músicas e historinhas infantis), “O Canto da Bossa”, “Demolândia” (o rock em todas as suas vertentes), “Conexão Rádio França Internacional” (informação e música/paris / via satélite), “Violão e Violonistas goianos”. Da parceria entre Rádio Universitária e Escola de Música e Artes Cênicas, surgiu o programa “Música na Escola de Música”. Uma transmissão aos sábados da gravação dos recitais que acontecem no auditório da EMAC às quartas-feiras, por meio de Projeto de Extensão que leva o mesmo nome.

⁴ Fonte: Relatório de Gestão da Direção da EMAC. Gestão Glacy Antunes de Oliveira, 1999/2002.

A Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal de Goiás (PROEC) atua com as questões culturais e de extensão, implementando políticas e “promovendo a inserção da universidade no processo de desenvolvimento da região Centro-Oeste”, conforme consta na página oficial da UFG na Internet. Segundo as informações do site, cabe também à PROEC as funções de “sistematizar, apoiar e acompanhar as ações que visem a interação da Universidade com a sociedade, incentivar a produção tecno-científica e artístico-cultural, promover a interação/integração com os serviços prestados à população através das políticas públicas e apoiar/implantar o Programa de Ensino à Distância e a Educação Continuada”.

A PROEC tem sede no prédio da reitoria da UFG (no Campus II), onde funciona a Coordenadoria de Extensão e Cultura, a Secretaria Executiva e Apoio, e a Revista de Extensão e Cultura. Conta ainda com um espaço cultural na Praça Universitária (Campus I), “destinado a abrigar os eventos artístico-culturais na forma de oficinas, cursos, promoções, realizações, etc. Inaugurado em fevereiro de 1990, desenvolve atividades nas áreas de dança, vídeo, cinema, teatro, artes plásticas e exposições, atendendo a grupos artísticos organizados, à comunidade em geral e ao público universitário.” (Disponível em: www.proec.ufg.br)

O estabelecimento de uma Pró-Reitoria específica para a área de extensão e cultura evidencia a necessidade de se traçar diretrizes para uma política cultural sistemática dentro da UFG, que dê maior alcance e amplitude às ações culturais desenvolvidas e sedimente o papel da universidade como agente cultural. Nesse sentido, conforme consta na página oficial da PROEC, pretende-se como Política Cultural na UFG:

...ampliar o intercâmbio cultural entre a UFG e a sociedade, colaborar com o desenvolvimento cultural do Estado de Goiás como instrumento de construção da cidadania e incentivar a pesquisa cultural na UFG. As diretrizes dessa política visam reforçar a estrutura de divulgação cultural na UFG, assegurar dotação orçamentária para a área de cultura, incentivar a elaboração de projetos educativos regionais, propor e ampliar convênios com vistas à capacitação de recursos humanos e desenvolvimento de atividades culturais. (Disponível em: www.proec.ufg.br)

A Resolução 001/2002, que define os objetivos e normatiza a Extensão e Cultura na UFG, foi aprovada em janeiro de 2002 pelo Conselho Universitário. Esta resolução prevê a realização de todas as atividades por meio de Projetos,

elaborados pelas Unidades de Ensino e pelos Órgãos da UFG interessados em desenvolvê-los. Com exceção apenas para as atividades eventuais de curta duração (até 20 horas).

Entre outras medidas, a Resolução 001/2002 define que os Projetos cadastrados na PROEC comporão o Programa de Extensão e Cultura da Unidade/Órgão que os propôs, e que estes devem ser recadastrados anualmente, no caso de Projetos continuados e de longa duração. Quanto ao público a ser atendido, as atividades de cultura podem ou não ter a comunidade interna como principal beneficiária, e as atividades de extensão devem estar direcionadas à comunidade não acadêmica.

De acordo com a Resolução CONSUNI 001/2002, são previstos na UFG quatro tipos básicos de ações nas áreas de Cultura e/ou de Extensão, definidos no Anexo à Resolução:

- Cursos - que podem ser de extensão ou na área cultural (estes visam aumentar o conhecimento geral das pessoas nas diversas modalidades culturais, independentemente de sua formação específica e têm como objetivo capacitar a população na área cultural. Atendem tanto a comunidade interna como a externa à UFG).
- Produções - Elaboração e divulgação de produtos acadêmicos que instrumentalizam ou que são resultantes das ações de ensino, pesquisa e extensão (ex: cartilhas, vídeos, filmes, cassetes, produções artísticas, etc.).
- Eventos - tem a finalidade de criar condições para que as pessoas possam ter acesso aos bens científicos, técnicos e culturais. (ex.: concerto, espetáculo, show, palestra, seminário, etc.).
- Prestação de Serviços - Realização de trabalho para terceiros (comunidade ou empresa), de caráter permanente ou eventual. (ex.: assessorias, consultorias e cooperação interinstitucional).

A criação da PROEC e a recente aprovação da Resolução 001/2002 são, sem dúvida, um grande passo para o estabelecimento de uma política cultural sólida. Estas medidas possibilitam, principalmente, uma sistematização das atividades e projetos desenvolvidos pelos órgãos e unidades que compõem a UFG

de maneira mais coerente e sintonizada com as necessidades atuais da universidade e da comunidade em geral.

Mas a possibilidade de implementação de tudo o que se propõe como Política Cultural na UFG só acontecerá a longo prazo, visto que são várias as dificuldades para a estruturação adequada de uma pró-Reitoria e, principalmente uma Pró-Reitoria com atribuições tão amplas e diversificadas como a PROEC. Aspectos como dotação orçamentária reduzida e falta de recursos humanos especializados são apenas algumas das dificuldades imediatas enfrentadas nesse processo de estruturação.

As atividades musicais dentro da UFG não são realizadas somente pelos órgãos oficiais competentes. Há casos em que a iniciativa parte dos órgãos que representam os alunos, como DCEs, CAs (Diretórios e Centros Acadêmicos) ou Casas de Estudantes. Podem originar-se também de propostas setorizadas e localizadas de grupos de alunos de cursos e áreas específicas, que se propõem a realizar atividades musicais (improvisadas ou não).

Com exceção de Encontros de Estudantes, Seminários e outros tipos de eventos que constam da grade do curso e/ou são realizados dentro do planejamento anual da Universidade, grande parte das atividades musicais acontece extra-oficialmente. Como não são atividades cadastradas, infelizmente não há como detalha-las sem que seja feita uma pesquisa direcionada com esse fim.

Entre os espaços físicos utilizados para a realização de eventos musicais, a UFG conta com alguns auditórios. Entretanto, são espaços inadequados para determinadas apresentações, visto que não contam com tratamento acústico, sonorização e iluminação e, ainda, comportam platéias relativamente pequenas, diante do quantitativo de pessoas que compõem a comunidade universitária e do público atingido pelas atividades de extensão (externo à UFG). Os maiores auditórios da Universidade Federal de Goiás são os da Faculdade de Direito e da Faculdade de Educação, e comportam respectivamente 400 e 360 pessoas.

As atividades da Escola de Música e Artes Cênicas são, em sua maioria, realizadas no Campus II, no auditório da própria escola (que comporta cerca de trezentas pessoas) e no Teatro Goiânia, no Setor Central. A Rádio Universitária também conta com um pequeno auditório, mas pela natureza de suas atividades a

maior parte da programação musical é realizada nos estúdios de gravação e de transmissão e/ou ao vivo, direto do local em que são desenvolvidas.

As atividades musicais, obviamente, não se restringem a espaços fechados. A Praça Universitária é muito utilizada para a realização de shows musicais e, em alguns casos, utilizam-se outras áreas externas como os pátios das Unidades de Ensino e/ou áreas ao ar livre, como a que existe próxima ao Centro de Convivência no Campus II. Entretanto, observa-se que esse aproveitamento de espaços acontece apenas esporadicamente.

Em uma descrição sucinta e básica, esta é a estrutura que a Universidade Federal de Goiás oferece hoje para o desenvolvimento de atividades músico-culturais. Mas, o fundamental é saber como essas possibilidades podem ser utilizadas e exploradas, dentro de uma política de ações culturais na área musical. Quais seriam, então, as ações culturais em música possíveis de realização pela Universidade Federal de Goiás? Como a estrutura da UFG poderia atuar visando uma ampliação da bagagem musical do novo aluno?

4.2 AÇÕES CULTURAIS NA UFG: POSSÍVEIS INTERFERÊNCIAS PARA A AMPLIAÇÃO DA BAGAGEM MUSICAL DO ALUNO DE PRIMEIRO ANO DE GRADUAÇÃO

As características que compõem o perfil dos alunos de primeiro ano de graduação da UFG em relação à música estão em constante interação com as contribuições culturais que a universidade oferece no sentido de aprimorar e ampliar a bagagem musical. As reflexões desenvolvidas podem servir como subsídio para a elaboração de estratégias e ações que contemplem as necessidades da formação cultural/musical do corpo discente da UFG, visto que o grande número de alunos que ingressa a cada ano permanecerá na instituição por, no mínimo, quatro a cinco anos.

Não há fórmulas definidas e definitivas nem soluções que aconteçam da noite para o dia, pois quando se trata de questões sócio-culturais a primeira e principal providência é pensar e planejar a longo prazo. Ou seja, é identificar possibilidades, definir as prioridades e investir na realização do que se propõe.

Identificar as instâncias da universidade que já atuam com a questão cultural e musical e que poderiam trabalhar de maneira conjugada, é um primeiro caminho.

Destacou-se, por exemplo, a existência da Rádio Universitária e da Escola de Música e Artes Cênicas. Com base no que propõe a política cultural da UFG, como ambas poderiam dar continuidade aos projetos e atividades que já vem desenvolvendo e, ainda, ampliar sua atuação com ações integradas que visem o objetivo proposto acima?

Essas duas instâncias são exemplos possíveis e viáveis para uma atuação sistemática na área da cultura musical, pois já desenvolvem uma política nesse sentido, mas nada impede que outros órgãos e unidades trabalhem com esse fim. O importante é que as possibilidades sejam traçadas com coerência, a partir de estudos e debates a respeito. E, mais importante ainda, que sejam articuladas por agentes culturais preparados; cada qual dentro de sua especialidade e área de afinidade.

Obviamente, não cabe à universidade sanar e resolver problemas de um sistema educacional que está em crise constante, como é o caso do Brasil. Os resultados de falhas na política educacional e cultural do país são sentidos em todos os âmbitos, e isso não é diferente na universidade. O novo aluno, ao ingressar na UFG, já passou por um processo seletivo concorrido e é um entre vários que disputaram uma vaga na universidade pública. Entretanto, ainda não lhe foram oferecidas grande parte das possibilidades de conhecimento; principalmente quando se trata de aspectos relacionados às artes e à cultura musical.

Propiciar o acesso do aluno às informações culturais, e fomentar o debate e a reflexão, é um dos papéis exercidos pela universidade. Apesar da instituição educacional não ser a única nesse processo, há uma grande parcela de contribuições e de responsabilidades que devem ser cumpridas.

Entre as informações advindas desta investigação alguns aspectos chamam a atenção na configuração do perfil do aluno de primeiro ano de graduação da UFG em relação à música. A partir das características detectadas, é possível traçar comentários que podem, também, servir como sugestões, a fim de oferecer ao aluno as possibilidades de aprimoramento musical e de desenvolvimento crítico das habilidades como ouvinte e, quiçá, como agente musical.

Os principais pontos observados referem-se ao pouco acesso à diversidade musical e às práticas musicais, bem como às dificuldades de uma maior aproximação com a linguagem da música e/ou com a produção cultural desenvolvida dentro e fora da universidade. Verificou-se, por exemplo, a necessidade de ampliar as possibilidades de contato com a diversidade musical existente, pois a maioria dos entrevistados está sujeita a conhecer apenas os gêneros musicais veiculados com frequência pela mídia.

A realização de eventos musicais é uma das soluções apresentadas, desde que aconteçam sistematicamente, como parte de um conjunto de ações planejadas. Os eventos englobam diversos tipos de atividades, desde shows e recitais ao vivo e/ou didáticos até apresentações de clipes em telões. O importante é que sejam pensados em locais e situações estratégicas, a fim de contemplar o maior público possível, dentro da comunidade universitária, com qualidade e infra-estrutura adequadas.

Os eventos constituem um ponto de extrema importância dentro de uma política cultural, pois possibilitam o contato direto entre o músico e o público e propiciam o acesso a um repertório musical de qualidade que, geralmente, não é disponibilizado em outras ocasiões e em outros espaços. Entretanto, quando integrados a uma política de ações culturais, é relevante que aconteçam aliados à outras atividades e Projetos em desenvolvimento, bem como articulados com a política educacional adotada pela instituição.

O incentivo à prática musical e/ou ao desenvolvimento de atividades relacionadas à música foi outra necessidade detectada, visto que a maioria dos entrevistados tem uma exposição muito mais passiva do que ativa em relação à música. Nesse aspecto, poderia ser pensada a realização de oficinas musicais para iniciantes, a criação de corais e de coros cênicos amadores, entre outras atividades. O importante, nesses casos, é que estas propostas venham ao encontro das expectativas dos alunos dos diversos cursos de graduação, sejam adequadas aos horários de cada curso e aconteçam em locais acessíveis.

Para os que já desenvolvem atividade musical, seria necessário incentivar sua participação na vida cultural universitária, pois o debate, a reflexão e a criatividade são estimulados a partir dos relacionamentos interpessoais. Muitas vezes, é dessas iniciativas que surgem algumas inovações no campo da música

e/ou são lançados novos compositores e intérpretes que estão fora do circuito comercial. A esse respeito, André LÁZARO (2001, p. 18) faz a seguinte observação:

Há uma enorme produção realizada basicamente pela juventude de pouco mais do que 20 anos, garotada que está fazendo muita música, muito teatro. (...) Acho que um papel importante da universidade seria se conseguirmos abrir as portas para essa produção mais jovem, dar quilometragem de estrada, como eu costumo dizer, quilometragem de palco para a garotada mais nova porque acho que é um momento muito singular pelo qual o Brasil está passando agora, um momento de conflitos brutais de significação cultural, e esses conflitos só vão poder encontrar um termo se se expuserem ao olhar público e forem apreciados criticamente no convívio público. Não há maldição maior ao artista do que excluí-lo do contato com o seu público potencial.(...) creio que a universidade tem um papel decisivo em ser um berçário dessas experiências, desde que torne-se capaz de dialogar com outros grupos sociais;

Diante do fato da maioria dos entrevistados não ter tido acesso ao ensino formal de música, foi detectada a necessidade de propiciar essa iniciação, mesmo que seja somente em um patamar básico, que lhes dê condições para uma fruição musical mais elaborada. Desta forma, os critérios de escolha e de seleção poderão acontecer com base em um conhecimento musical e cultural mais amplo.

Atividades nesse sentido podem ser viabilizadas através do oferecimento de disciplinas optativas na grade curricular de todos os cursos de música, constando como horas complementares, por exemplo. Mas é importante o desenvolvimento de estudos detalhados dessas possibilidades, visando integrá-las às recentes reformulações no currículo da UFG, que passam a vigorar em 2004.

Sugere-se, enfim, que a implementação e a ampliação das atividades culturais/musicais para o corpo discente aconteça de maneira articulada entre a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, Pró-Reitoria de Graduação, a Escola de Música e Artes Cênicas, a Rádio Universitária e outros órgãos/unidades que atuam com a música na UFG. Como ressalta SEKEFF:

(...) a música na universidade deve ser privilegiada particularmente com a *pesquisa* (não esqueçamos que *performance* exige *pesquisa*) dada a relevância desta última no estabelecimento de novos saberes e na garantia de produções de ponta. Quanto à *extensão*, a ela cabe alimentar a sociedade com a produção dos conhecimentos construídos, retroalimentando desse modo o próprio sistema universitário. (...) Rompendo com o paradigma da ordem racionalista ocidental e com seu novo *olhar* consubstanciado na *globalização*, a universidade deve recorrer também, constantemente, às reflexões geradas pelas diferentes ciências humanas, cabendo aí mais uma vez um papel particular à música. Afinal, a interdisciplinaridade é o modo privilegiado de diálogo entre saberes que a tradição ocidental mantinha separados. (1997, p. 201)

CONCLUSÃO

Os resultados desta investigação reafirmam a existência de conexões e interações entre a música e os aspectos sócio-culturais que envolvem o grupo pesquisado. O perfil dos alunos de primeiro ano de graduação da UFG em relação à música está intrinsecamente relacionado às diversas influências recebidas em seu cotidiano, no qual, os dados demonstram, a música se insere em vários momentos e situações. Com esta pesquisa, comprovou-se que essas influências são percebidas em diferentes graus, a partir dos vários âmbitos que compõem a vida social e cultural dos entrevistados.

Os questionários aplicados revelaram-se um instrumento eficiente. As respostas obtidas demonstraram coerência e possibilitaram identificar várias características da cultura musical dos entrevistados, assim como o contato pessoal durante a aplicação dos questionários possibilitou uma proximidade maior com os alunos e evidenciou aspectos importantes para a análise e a reflexão sobre o contexto do grupo pesquisado.

O perfil traçado evidencia um quadro heterogêneo, mas dentro de uma tendência homogeneizadora. Ou seja, em todo o grupo as escolhas, preferências e hábitos musicais possuem semelhanças que se direcionam para um mesmo caminho, mas, por outro lado, também apresentam diferenciações em determinados aspectos. As diferenciações, entretanto, estão restritas ao universo musical que é disponibilizado a esse público, às formas mais freqüentes de contato e ao acesso à música.

As principais formas de contato cotidiano com a música são os veículos de comunicação como o rádio, a TV e a internet, com destaque para as rádios FM e para as emissoras de TV que veiculam programas com videoclipes. O consumo musical para quase oitenta por cento dos entrevistados acontece também através da aquisição de CDs, Fitas e DVDS musicais. Dentro desse universo, as preferências musicais do grupo revelam uma diversidade de tendências.

Há uma predominância do Rock Nacional, da MPB e do Pop Rock, mas as opções dos entrevistados variam e se distribuem entre as sugestões de gêneros/estilos apresentadas nos itens do questionário. Diante desse quadro, é necessário evidenciar como pode ser percebida a influência exercida pelas

estratégias de marketing, pela atuação da indústria fonográfica, e pelas disponibilidades tecnológicas do mundo contemporâneo.

A música, incorporada ao dia-a-dia, possui um papel relevante e exerce funções diversificadas na vida da maioria dos entrevistados. Relações significativas são estabelecidas entre a música e suas influências sobre as emoções, e a música e suas capacidades terapêuticas (para desestressar, descansar, relaxar, etc). Mas são feitas vinculações a vários outros aspectos: como expressão social, política, econômica, cultural, artística, como entretenimento, como integração social e ajustamento aos pares, etc. Há, enfim, diversas formas de interação entre a música e o cotidiano dos entrevistados.

Observou-se ainda que, em todo o grupo, são baixos os índices referentes à participação em atividades musicais, à freqüência a eventos como recitais e shows e ao estudo musical anterior ao ingresso na universidade – nas diversas fases da vida escolar dos entrevistados. Entre os alunos que estudaram música, detectou-se uma falta de continuidade, pois a maioria se integra a essas atividades por pouco tempo. Tanto nas escolas de ensino regular, como nas escolas especializadas, o período médio de contato dos alunos com a linguagem musical é de apenas um a dois anos.

É importante destacar que, mesmo havendo grande exposição à música em diversos momentos do cotidiano, há pouco acesso dos entrevistados à diversidade de linguagens musicais. As questões estruturais podem explicar em parte essa pouca acessibilidade. A estrutura educacional goianiense, em sua maioria, não contempla o ensino musical como parte integrante do currículo estudantil, conforme demonstraram as respostas dos entrevistados a essa questão.

Há ainda os problemas relacionados à estrutura econômico-financeira, que é repleta de desigualdades e dificulta o acesso da população ao lazer, ao entretenimento, às atividades e eventos culturais, bem como inviabiliza, para a grande maioria, o estudo de música em escolas especializadas e/ou com professores particulares.

O estudo revelou que são poucas as escolas públicas de ensino musical em Goiânia, e estas não conseguem atender a demanda. A inscrição dos alunos é geralmente feita por meio de filas enormes e a seleção já não acontece somente através de testes, mas, muitas vezes, por sorteio, diante do grande número de interessados.

A ênfase e a relevância dos resultados desta investigação está nas possibilidades de aplicá-los em ações culturais e em ações educativas na área musical. As conclusões evidenciam o compromisso e reforçam o papel fundamental que cabe à UFG nesse processo, visto constituir-se em uma das instâncias que exerce influência na formação cultural/musical de seus alunos.

Diante do ambiente favorável que a UFG apresenta atualmente, em direção ao estabelecimento de uma política cultural, torna-se primordial destacar a atuação necessária da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura em consonância com as Unidades de Ensino e/ou Órgãos que atuam, ou possam atuar, com questões culturais direcionadas para a área musical, como a EMAC, a Rádio Universitária, a Fundação Rádio e TV, o Museu Antropológico, o CEPAE, etc.

Os resultados obtidos serão encaminhados, a título de sugestão, à Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFG, podendo servir como subsídio para a implementação das ações sugeridas, estabelecendo diretrizes para uma política cultural na área musical e contemplando, em um momento inicial, o corpo discente recém-ingresso na instituição. Sugere-se, inclusive, que ao final dos próximos três ou quatro anos seja feito um novo levantamento de informações, a fim de identificar se houve influência das ações desenvolvidas e em que aspectos a Universidade Federal de Goiás exerceu seu papel, cumprindo com o compromisso de formar profissionais cidadãos, no que se refere à cultura musical.

Pode-se ressaltar, enfim, que há vinculação entre os resultados obtidos e os tópicos de discussão desenvolvidos. A configuração do imaginário musical do público investigado acontece a partir de fatores objetivos e subjetivos, simbólicos ou não, e estes fatores recebem influências diversas, principalmente no que se refere aos âmbitos estruturais, técnicos, e valorativos, ressaltados por Antônio CÂNDIDO (1985) - o que faz com que o grupo se delinieie tanto a partir dos aspectos congruentes, quanto pelas características diferenciadas.

Inserida nas dimensões conscientes e inconscientes que compõem o imaginário das sociedades, a música desempenha papéis, exerce funções, integra-se ao domínio do sensível e às manifestações do espírito, constituindo as significações culturais do ouvinte, modificando condutas e concepções e reforçando valores sociais.

Concordando com WISNIK (1999, p.28-29):

... As mais diferentes concepções do mundo, do cosmos, que pensam harmonia entre o visível e o invisível, entre o que se apresenta e o que permanece oculto, se constituem e se organizam através da música. (...)a música não refere nem nomeia coisas visíveis, como a linguagem verbal faz, mas aponta com uma força toda sua para o não-verbalizável; atravessa certas redes defensivas que a consciência e a linguagem cristalizada opõem à sua ação e toca em pontos de ligação efetivos do mental e do corporal, do intelectual e do afetivo. Por isso mesmo é capaz de provocar as mais apaixonadas adesões e as mais violentas recusas. Há mais essa peculiaridade que interessa ao entendimento dos sentidos culturais do som: ele é um objeto diferenciado entre os objetos concretos que povoam o nosso imaginário porque, por mais nítido que possa ser, é invisível e impalpável. (WISNIK, 1999, p. 28-29)

Ao ressaltar as possíveis interferências do ambiente universitário sobre o universo cultural/musical dos alunos, a pesquisa consolida as assertivas da sociologia da cultura quanto às influências do contexto na configuração do perfil das pessoas. O estudo apresentado revelou-se um desafiante recorte para os estudos sócio-culturais em música, evidenciando o fenômeno musical como um complexo de relações e como elemento interferente nos grupos sociais, com influências diversas no cotidiano dos indivíduos.

Goiânia, março de 2004.

Marisa Damas Vieira

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ARAÚJO, A. Educação e Cultura – juntas ou separadas. In: ALMEIDA, C. J. M. et al (orgs.). **Cultura Brasileira ao Vivo: cultura e dicotomia**. Rio de Janeiro: Imago, 2001. p. 211-221.
- BOSI, A. **Dialética da Colonização**. 4ª ed. São Paulo: Cia. das Letras, 2002.
- BOURDIEU, P. Fundamentos de uma Ciência das Obras. In **As Regras da Arte**. São Paulo: Cia. das Letras, 1996. p. 203-311.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.
- CANCLINI, N. G. , **A Globalização Imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CÂNDIDO, A. **Literatura e Sociedade**. São Paulo: Editora Nacional, 1985.
- CARVALHO, J. J. de. **Transformações da Sensibilidade Musical Contemporânea**, Brasília: CESPE/UnB, 1999 (Série Antropologia, 266).
- CASTORIADIS, C. **A Instituição Imaginária da sociedade**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995. p. 139-97
- DIAS, M.T. **Os Donos da Voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.
- DORFLES, G. **O Devir das Artes**. Tradução de: Píer Luigi Cabra. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- FERNANDES, Dirley. Um 2004 Digital Pra Vocês. Disponível em : www.laboratoriopop.com.br/z_edição_0001/mat_um2004digital.htm. Acesso em 04/02/2004
- FISCHER, E. **A Necessidade da Arte**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- FRIAS, L. Mídia e Cultura Brasileira. In ALMEIDA, C. J. M. et al (orgs.). **Cultura Brasileira ao Vivo: cultura e dicotomia**. Rio de Janeiro: Imago, 2001. p. 179 -183.
- GEERTZ, C. **O Saber Local: novos ensaios em antropologia interpretativa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- JAKS, N. Pesquisa de Recepção e Cultura Regional. In SOUSA, M. W. (org.) **Sujeito: o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- JOURDAIN, R. **Música, Cérebro e Êxtase: como a música captura a nossa imaginação**. Tradução de: Sônia Coutinho. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

LARAIA, R. de B. **Cultura**: um conceito antropológico. 16ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

LÁZARO, A. Funções do Estado na Cultura. In ALMEIDA, C. J. M. et al (orgs.). **Cultura Brasileira ao Vivo**: cultura e dicotomia. Rio de Janeiro: Imago, 2001. p. 13-18.

LIMA, R.; FERNANDES, R. C. (orgs). **O Imaginário da Cidade**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2000.

MANNHEIM, K. **Sociologia da Cultura**. São Paulo: Perspectiva/EDUSP, 1974. p. XIII- XXIV, 01-67.

MELO, J. M. de **Teoria da Comunicação**: paradigmas Latino-americanos. Petrópolis: Vozes, 1998.

MENDONÇA, M. L. M. Cultura e Mercado: as relações perigosas in **Revista Comunicação & Informação**. Goiânia: CEGRAF, 1998 (v.1,n2, Jul/Dez).

MERRIAM, A. P. **The Anthropology of Music**. Evanston, Ill.: Northwestern University Press, 1964.

NEVES, J. M. Musicologia Histórica para a Música de Hoje in **Anais do 8º Encontro Anual da ANPPOM**. João Pessoa: 18 a 22/09/1995, p. 1-2. Disponível em: www.ceart.udesc.br/Revista_Arte_Online/abemsul/artigo18.html. Acesso em 31/07/03.

Página Oficial da Escola de Música e Artes Cênicas da Universidade Federal de Goiás, disponível em: www.musica.ufg.br

Página Oficial da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal de Goiás, disponível em: www.proec.ufg.br

Página Oficial da Universidade Federal de Goiás, disponível em: www.ufg.br

Página Oficial da Rádio Universitária, disponível em www.radio.ufg.br

Página Oficial da Prefeitura de Goiânia, disponível em www.goiânia.go.gov.br

RUBIM, A. A. C. **Dos Sentidos do Marketing Cultural**. In: Pretextos. Disponível em: WWW.facom.ufba.br/pretextos.

SEKEFF, M. L. **A Música na Universidade Brasileira no Final de Milênio**. Anais do X Encontro Anual da ANPPOM- Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Música. 1997.

SEKEFF, M.L. O Chiste e a Música. In SEKEFF, M. L.; Zampronha, E. S. (orgs) **Arte e Cultura**: estudos interdisciplinares II. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2002.

SIMMEL, G. **El Individuo y la Libertad** – ensayos de crítica de la cultura. Barcelona: Ediciones Península, 1986. p. 93-27, 217-228, 263-270.

SOUSA, M. W. de, **Publicidade e Consumo Cultural**. Disponível em: www.montessorinet.com.br/art_mau.htm. Acesso em 23/06/03

SOUSA, M. W. (org.) **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

TAME, D. **O Poder Oculto da Música**: a transformação do homem pela energia da música. Tradução de: Octávio Mendes Cajado. São Paulo: Cultrix, 1984.

TEIXEIRA COELHO, J. **Guerras Culturais**. São Paulo: Iluminuras, 2000.

TEIXEIRA COELHO, J. A Cultura Política dos Jovens Universitários in MOISÉS, José Álvaro et al (orgs). **Cultura e Democracia** – vol. 2, Rio de Janeiro: Fundo Nacional de Cultura, 2001. (Cadernos do Nosso Tempo – Nova Série 5).

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. **Resolução CONSUNI** nº 001/2002 de 25 de Janeiro de 2002. Define objetivos e normatiza a Extensão e Cultura na UFG. Disponível em www.proec.ufg.br

VALENTE, H. de A. D. **A Canção na Mídia**: ouvidos e olvidos. Disponível em: www.anpom@.musica.ufmg.br. Acesso em 19/09/2000.

VIEIRA, M.D. **A Programação Musical das Rádios FM de Goiânia**: um estudo sobre as significações culturais. Goiânia, 2001. 120 folhas. Monografia (Especialização em Música Brasileira) – Escola de Música e Artes Cênicas, Universidade Federal de Goiás.

VIEIRA, M.D. **Política de Ações Culturais na Área Musical**: um estudo sobre os projetos de extensão e cultura desenvolvidos pela Escola de Música e Artes Cênicas da Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2003. 30 folhas. Monografia (Mestrado em Música na Contemporaneidade) - Escola de Música e Artes Cênicas, Universidade Federal de Goiás.

WISNIK, J. M. Algumas Questões de Música e Política no Brasil, in BOSI, Alfredo. **Cultura Brasileira** – temas e situações. 4ª Ed., 3ª Reimp. São Paulo: Ática, 2002.

WISNIK, J. M. **O Som e o Sentido** - uma outra história das músicas, 2ª ed. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

ZAN, J. R. **Da Roça à Nashville**. Disponível em: www.labeurb.unicamp.br/rua1texto6.htm. Acesso em 04/02/2004 .

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA:

ADORNO, T. W. **Textos Escolhidos**. São Paulo: Nova Cultural, 1999. (Coleção Os Pensadores).

ALMEIDA, C. J. M. et al (orgs.). **Cultura Brasileira ao Vivo: cultura e dicotomia**. Rio de Janeiro: Imago, 2001.

AMARAL, K. F. do. **Pesquisa em Música e Educação**. São Paulo: Loyola, 1991.

BARBOSA, J. A.. Cultura & Mercado. In **Revista CULT**. São Paulo: Editora 17,1999 (fevereiro).

BASTOS, J. de M. Músicas Latino-americanas hoje: musicalidade e novas fronteiras. In **Música Hoje** – Revista de Pesquisa Musical. Nº 5/6. Belo Horizonte: Escola de Música da UFMG, 1998/1999. p. 104-135.

BENJAMIN, W.. Paris do Segundo Império. In **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo – obras escolhidas III**. SP: Brasiliense, 1994, p. 9-98.

BENJAMIN, W. O Autor como produtor; A obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica. In **Magia e Técnica, Arte e Política: obras escolhidas I**. São Paulo: Brasiliense, 1994, p. 120-136; 135-196.

BOURDIEU, P. A Cultura está em Perigo. In **Contrafogos 2**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de: Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. São Paulo: Ed. Da Universidade de São Paulo, 1997.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo, Perspectiva, 1998.

FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso**. São Paulo, Loyola, 1998.

HANSLICK, E. **Do Belo Musical**. 2ª Ed., Campinas: Edit. Unicamp, 1992.

LIMA, S. A. de. Pesquisa e Performance. In **Anais do XIII Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música**. 2000

LUCKESI, C.C. Educação e sociedade; redenção, reprodução e transformação. In **Filosofia da Educação**, São Paulo: Cortez, 1990.

MAFFIOLETTI, L. de A.. Os paradigmas da Educação Musical. In **cadernos de Formação, Educação Musical**. Porto Alegre: SMED, 1993, pp. 14-19.

MARCIUSI, M. G. **A Relação Arte, Ciência e Novas Tecnologias na Pós-Modernidade**. Disponível em: www.montessorinet.com.br/artmarci.htm Acesso em 23/06/03

MOURA, R. M. **Sobre Cultura e Mídia**. São Paulo: Irmãos Vitale, 2002.

PALACIOS, G. A. Compreensão Filosófica dos Aspectos Musicais. In **Revista Música Hodie**. Vol. 1, dezembro, 2001. p. 24-29

PINTO, T. de O. Som e Música: Questões de uma Antropologia Sonora. In **Revista de Antropologia**. Nº 1, V. 44. São Paulo, 2001. disponível em: www.scielo.php?script=sc1_arttest. Acesso em 30/04/2002

SCHURMANN, E. F. **A Música como Linguagem: uma abordagem histórica**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

SIMMEL, G.. A Metrópole e a Vida Mental. In VELHO, O. G. (org). **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967. p. 13-28.

SOUZA, J. Contribuições Teóricas e Metodológicas da Sociologia para a Pesquisa em Educação Musical. In **Anais do 5º Encontro Anual da ABEM e 5º Simpósio Paranaense de Educação Musical**. Londrina: 1996. p. 11-39.

SOUZA, J. (org.) Cotidiano e Mídia: desafios para uma educação musical contemporânea. In **Música, Cotidiano e Educação**. Porto Alegre: UFRGS, 2000. p. 45-58

SOUZA, A. M. A. Cultura Rock e Arte de Massa. In BRAGA, J. L.; NETO, A. F. **A Encenação dos Sentidos: mídia, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

SOUZA, V. de; FARIA, H. **Formação de Agentes Culturais** (publicado originalmente como DICAS nº 95 em 1997). Disponível em: <http://federativo.bndes.gov.br/dicas/D095.htm>, acesso em 15/01/2003.

TEIXEIRA COELHO, J. **O Que é Ação Cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e Cultura Moderna: Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de Massa**, 2ª ed. Tradução de: Carmen Grisci, Petrópolis-RJ: Vozes, 1998.

TINHORÃO, J. R. **Música Popular - do gramofone ao rádio e TV**, São Paulo: Ática, 1981 (Coleção Ensaios).

ULHÔA, M. T. de; ARAGÃO, P. Música Híbrida – Matrizes Culturais e a Interpretação da Música Brasileira. In **Anais do XIII Encontro da Associação Nacional de Pesquisa em Pós-Graduação em Música**. Vol. 2. Belo Horizonte, 2001. p. 348-354

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – Sistema de Bibliotecas. **Normas para apresentação de documentos científicos**. Curitiba: Editora UFPR, 2001.

VALENTE, H. de A. D. Anatomias da Canção das Mídias (apontamentos sobre a performance e seus espaços). In **Anais do V Fórum do Centro de Linguagem Musical**. São Paulo: ECA-USP, 28-30/10/2002. P 123-135

VELHO, O. G. (org.) **O Fenômeno Urbano**, 4ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WEBER, M. **Ensaio de Sociologia**. 5ª ed. Org. e introdução: GERTH, H. H. e MILLS, Wright. Rio de Janeiro: Zahar, 1971. p. 371-408.

WEBER, M. **Os Fundamentos Racionais e Sociológicos da Música**. São Paulo: EDUSP, 1995.

ZAN, J. R. Música Popular Brasileira, Indústria Cultural e Identidade. In **ECCOS Revista Científica**. Nº 1, v. 3, São Paulo: UNINOVE, 2001. P. 105-122

ANEXOS

| | |
|-----|---|
| Nº | Outros motivos que influenciam o entrevistado a comprar CDs, Fitas ou DVDs musicais |
| 2 | Preferências Musicais |
| 4 | Arranjos, aprendizagem |
| 10 | Preferência Pessoal |
| 12 | Letra |
| 13 | Só gosto do que é bom |
| 14 | Qualidades específicas do estilo |
| 15 | Gostar das Músicas |
| 16 | Por eu gostar |
| 18 | Gosto por música |
| 22 | Meu gosto pelo artista ou pelas músicas |
| 26 | Gosto pelo artista |
| 28 | Sensação de bem-estar |
| 29 | Quando há uma ou mais músicas de meu agrado |
| 31 | Coletânea de Rock |
| 35 | Crescimento espiritual |
| 37 | Revistas especializadas |
| 39 | Gosto próprio |
| 43 | Gosto pessoal |
| 48 | O conjunto da obra |
| 54 | Qualidade |
| 55 | Música que gosto |
| 56 | Curiosidade |
| 58 | A história e o estilo da banda/artista |
| 61 | Gosto próprio |
| 63 | Música que gosto |
| 64 | Compro as de minha preferência |
| 65 | Compro o que me agrada |
| 67 | Preferência de estilo |
| 68 | Artistas que não estão em evidência, que conheci ocasionalmente |
| 69 | Gosto pessoal |
| 72 | Por gostar do artista e da música |
| 73 | Estilo musical |
| 76 | Os de minha preferência |
| 79 | Gostar de alguma música |
| 86 | Gostar do som |
| 87 | Afinidade com o estilo de música |
| 88 | Gosto da música |
| 93 | Gosto da música independente de ser ou não divulgada na mídia |
| 98 | A música ser boa |
| 100 | Qualidade da letra e da melodia, de acordo com critérios próprios |
| 101 | Gosto Musical |
| 102 | Minha identificação com música e músico |
| 104 | Preferência Musical |
| 112 | Fidelidade a determinados artistas |
| 114 | Gosto da banda/artista |
| 120 | Gostar de pelo menos uma música do CD |

| | |
|-----|--|
| 125 | Estilo de música que gosto |
| 129 | Qualidade musical |
| 130 | O artista agradar-me |
| 131 | Banda preferida |
| 132 | Eu gostar do trabalho do artista |
| 133 | Por eu gostar da banda |
| 135 | Gosto musical |
| 137 | Gosto pelo artista/música |
| 139 | Gosto por Blues/Jazz |
| 144 | O estilo musical |
| 146 | O estilo musical |
| 148 | Qualidade |
| 149 | Meu gosto |
| 150 | Por gostar do artista |
| 151 | A letra e a harmonia da música |
| 152 | Vontade de conhecer a banda |
| 153 | Paixão por música |
| 155 | O tipo de música e o artista da minha preferência |
| 158 | Sequências de cantores que já conheço |
| 170 | As músicas e tipos de música que gosto de ouvir |
| 171 | Preferências individuais |
| 172 | O artista ser de minha preferência |
| 176 | Música com letra que vale a pena ouvir, ou instrumental (música clássica, por exemplo) |
| 179 | Qualidade sonora |
| 180 | Músicas inspirativas, evangélicas |
| 181 | Sempre escolho de acordo com os ritmos e artistas que mais gosto |
| 183 | Preferências pessoais |
| 184 | Conhecer previamente |
| 185 | Bandas e cantores da minha predileção |
| 186 | Gostar da banda |
| 188 | qualidade da composição da letra |
| 191 | Artista preferido |
| 193 | Ouvindo as músicas por mim mesmo |
| 196 | O cantor que eu gosto |
| 199 | Opção própria |
| 200 | Por gostar do cantor |
| 206 | Artistas da minha preferência |
| 208 | Gosto Musical |
| 210 | Bandas que gosto |
| 215 | CD novo de cantor renomado |
| 222 | Preferência por banda/cantor |
| 223 | Simplesmente gosto da música |
| 224 | Tipo musical que gosto |
| 225 | Preferência pelo cantor ou grupo musical |
| 227 | Meu gosto pela música |
| 229 | Artistas preferidos |
| 233 | Gostar da música |
| 235 | Gostar do toque das músicas |

| | |
|-----|--|
| 236 | Gostar do estilo há algum tempo (não estar em evidência) |
| 237 | Lançamentos de cantores de minha preferência |
| 238 | Compro CDs que valham a pena |
| 240 | Quando eu gosto |
| 243 | Gosto |
| 246 | Preferência pessoal |
| 248 | Ouvir e gostar |
| 249 | Preferência pessoal |
| 252 | Gosto pela música |
| 253 | Minha afinidade pelas músicas |
| 255 | Músicas preferidas (estilos preferidos) |
| 256 | Músicas gospel de louvor e adoração |
| 263 | Compro para o meu namorado, que coleciona CDs e DVDs |
| 269 | Eu gostar das músicas |
| 276 | Estilo musical |
| 278 | Estilo musical que gosto |
| 279 | Gosto individual |
| 281 | Gostar da música |
| 285 | Porque gosto! |
| 291 | A qualidade da música |
| 292 | Por gostar do estilo musical |
| 294 | Gosto. Estilo musical do cantor |
| 295 | Preferência particular |
| 296 | Já ouvi antes a música e gostei |
| 298 | Gosto Musical |
| 300 | Preferência Musical |
| 303 | Tocar meu espírito como o próprio Deus |
| 304 | Eu gostar realmente do cantor (a) |
| 312 | Gostar do artista |
| 313 | Gostar do artista |
| 314 | Eu ouvir e gostar |
| 320 | Escutar e gostar da música |
| 324 | Porque gosto de determinado estilo musical |
| 325 | Eu já ter CDs anteriores da banda |
| 326 | Gosto por música |
| 327 | Bons cantores ou composições |
| 328 | Gostar da banda |
| 329 | Por fazer meu gosto musical |
| 333 | Que atenda ao meu gosto |
| 339 | Gosto Pessoal |
| 341 | Afinidade pessoal |
| 342 | O artista e o estilo |
| 343 | A melodia |
| 344 | Gosto musical e para tocá-las |
| 345 | O meu gosto |
| 347 | Gosto musical |
| 348 | A música me encantar |
| 349 | Gosto pessoal |

| | |
|-----|--|
| 351 | A procura de novidades |
| 352 | A qualidade musical |
| 353 | As que são do meu agrado |
| 354 | Qualidade do artista |
| 358 | Gosto próprio |
| 360 | Artistas preferidos; novos artistas/música feita por amor e arte |
| 362 | Interesse próprio |
| 366 | Religiosos |
| 368 | Por que música traz cultura |
| 371 | Músicas religiosas e músicas que estiverem em evidência |
| 372 | Por gostar |
| 374 | Trabalhos que eu conheço e admiro |
| 379 | Gosto pelo cantor/banda |
| 383 | Gosto pessoal |
| 391 | Cantores da minha igreja e CDs de música sacra |
| 393 | Meu gosto e preferência |
| 395 | Procuro por artistas específicos |
| 398 | MPB |
| 399 | Pelo artista e pela música |
| 406 | Já ter ouvido e gostar |
| 413 | Meu estilo musical |
| 415 | Músicas de minha preferência |
| 416 | Compro o que agrada os meus ouvidos |
| 417 | Acompanhar no violão |
| 418 | Prefiro MPB e Rock |
| 419 | Gosto próprio mesmo |
| 424 | As belas letras da música |
| 425 | Por que gosto muito de música |
| 426 | Através do gosto próprio |
| 428 | Pelo repertório |
| 431 | A música ser do meu gosto |
| 432 | Gosto do estilo do CD |
| 434 | Qualidade artística |
| 435 | Por gostar de determinado artista ou estilo musical |
| 437 | Ao conhecer "por acaso" determinada produção musical e dela gostar |
| 441 | Eu gostar da música |
| 443 | Gosto musical e estilo de música |
| 445 | Escolha pessoal |
| 447 | Preferência pessoal |
| 449 | Pela letra e estilo do artista |
| 452 | Influência de estilos musicais |
| 453 | Gosto próprio |
| 455 | Qualidade da obra do artista |
| 456 | Preferência pessoal |
| 458 | Gostar do gênero |
| 461 | Também descobro músicas na internet |
| 464 | Gosto Pessoal |
| 465 | Música Gospel |

| | |
|-----|---|
| 466 | Estilos de música preferidos |
| 467 | Aqueles que devo estudar, como música clássica, ou ainda que ao ver o CD me agrada o estilo |
| 468 | Gostar do artista |
| 476 | Minhas preferências |
| 479 | Pesquisa |
| 480 | Afinidade com o tipo musical |
| 482 | Ritmo que me agrada |
| 483 | Ouvir algumas músicas e gostar delas |
| 484 | Gosto pessoal |
| 485 | A procura de músicas que satisfaçam o meu gosto e preferência |
| 486 | Momentos que vivi e relacionei com as músicas |
| 489 | O artista e/ou a música devem agradar-me |
| 490 | Fazer parte do meu gosto musical |
| 492 | Gostar da música |
| 494 | Gostar das músicas e/ou do artista |
| 495 | Procuro comprar apenas CDs do estilo que gosto |
| 497 | Preferência musical pessoal |
| 498 | Segundo o meu gosto musical, sem influência externa |
| 503 | Pelo gosto da música e do cantor |
| 507 | Evangélicas |
| 508 | O estilo me agrada |
| 510 | Ser algo que me toca profundamente |
| 513 | Procuro descobrir bandas novas e me aperfeiçoar tocando as músicas que gosto |
| 514 | Quando gosto |
| 515 | Já serem conhecidos por mim |
| 517 | Gostar muito daquela banda |
| 518 | O meu interesse pelo artista |
| 519 | Coleciono discos há mais de 20 anos e já tenho algumas referências |
| 520 | eu gostar |
| 521 | Gostar da música, que me sensibilize |
| 526 | Conhecer a apreciar o repertório |
| 527 | Buscar conhecer |
| 529 | Por que gosto do "produto" |
| 531 | Certas músicas que me agradam |
| 535 | Meu gosto |
| 536 | Compro o que gosto |
| 538 | Gosto pelo artista |
| 542 | Pelo artista |
| 543 | Às vezes compro por gostar de alguma música |
| 544 | Sucessos (devido ao grupo) |
| 545 | De preferência a boa música esquecida, os clássicos |
| 546 | Um pouco de cada coisa, depende da música |
| 547 | Preciso realmente gostar do artista ou show |
| 549 | Porque gosto |
| 552 | Gosto pelos artistas e suas músicas |
| 553 | Meu gosto |
| 557 | Músicas com as quais me identifico |
| 559 | A música deve me agradar |

| | |
|-----|------------------------------|
| 560 | Interesse pela arte |
| 565 | Meu gosto pessoal |
| 570 | Gostar de uma só música |
| 578 | Gosto pelo estilo |
| 583 | Por gostar do tipo de música |