

## O Papel da Música Contemporânea na Opinião dos Jovens Universitários<sup>1</sup>

Guilherme Fernando da Silva LOPES<sup>2</sup>

Vinicius Fraga FAIAD<sup>3</sup>

Maria Amélia Miranda PIROLO<sup>4</sup>

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

### RESUMO

Estudo realizado junto a disciplina de pesquisa de opinião, onde buscou-se o aporte teórico nas áreas de música e sociologia e desenvolveu-se o método qualitativo com aplicação de um grupo focal e entrevistas em profundidade. Teve como objetivo entender, na opinião dos jovens universitários, qual o papel da música contemporânea em suas vidas. Foi realizado seu método quantitativo com jovens universitários dos cursos de medicina, direito e engenharias da Universidade Estadual de Londrina e PUC-PR Campus Londrina.

**PALAVRAS-CHAVE:** opinião pública; música contemporânea; método qualitativo; método quantitativo; universitários.

### 1 INTRODUÇÃO

Mesmo considerando a crescente ascensão da música popular atual na vida dos jovens universitários, várias críticas são levantadas em relação as letras que elas apresentam. Este cenário parece revelar certo desconforto, especialmente dos profissionais da área da música e da sociologia, questionando sua relevância social e a possibilidade de influência no estilo de vida, valores e, principalmente, no nível intelectual de seus potenciais consumidores.

A Geração Z é uma denominação sociológica atribuída para as pessoas nascidas a partir de 1991 até 1999, segundo uma pesquisa do IBOPE (Target Group Index) de 2010. Baseando-se neste estudo, podemos afirmar que essa geração é composta por garotos e garotas que passam boa parte do tempo conectados a internet, seja por celular, redes sociais ou nos famosos *chats*. O compartilhamento de informações é algo comum e até necessário na vida desses jovens, pois parecem acostumados a compartilharem fotos, contatos, preferências, pensamentos, preferências e opiniões musicais.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Pesquisa em Relações Públicas.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Ano do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, e-mail: pudou\_@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 4º. Ano do Curso Comunicação Social - Relações Públicas, e-mail: vinaumfaiad@hotmail.com.

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, e-mail: mapirolo@uol.com.br.

A música popular atual não se trata apenas de uma manifestação cultural, mas sim, um ato de consumo, uma vez que representa apenas a aceitação dos indivíduos, para adquirirem determinado produto. No caso da música, ela se manifesta em suas diversas formas vendáveis, como CDs, MP3, show, ou os materiais vinculados a esta. Em muitos casos os materiais estão vinculados a produtos de bandas, com suas logos em camisetas, chaveiros, relógios e diversos tipos de souvenirs. As casas noturnas também se apropriam do meio como opção de entretenimento para estimular a presença e o consumo na casa.

Sendo assim, buscamos entender se a música popular contemporânea é de baixo conteúdo intelectual e fácil captação por parte dos ouvintes para se tornar algo comercial e, assim, vender também os produtos que estão vinculados a ela.

Levando em consideração o fato de que o consumo na sociedade contemporânea é algo louvado e que transmite o status de quem consome, a indústria fonográfica se apropria desta característica e tende à divulgação de músicas de fácil refrão e assimilação, pelos ouvintes. Por outro lado, as letras parecem ser de baixo conteúdo intelectual, geralmente vinculadas a outros produtos vendáveis, ou então para venderem-se a si mesmas de maneira mais facilitada.

## **2 OBJETIVO**

Entender as consequências que o consumo da música contemporânea tem na formação do jovem universitário brasileiro, na opinião de lideranças técnicas e do jovem.

## **3 JUSTIFICATIVA**

O principal fator que contribuiu para a escolha do tema é a realidade atual dos jovens, seus comportamentos, atitudes e forma que estes lidam com os estímulos da pós-modernidade. A música, então, sendo um dos fenômenos que exerce grande influencia no processo de formação cultural e da identidade dos indivíduos, será o alvo de nossa pesquisa.

Primeiramente foram compreendidas as opiniões de profissionais da área musical e professores de ciências sociais para então termos base sobre estilo, produção e história musical, cultura e formação intelectual dos jovens, assim, conseguindo montar um questionário com pontos relevantes e apropriados para nosso tema.

Posteriormente, nos direcionamos especificamente para os jovens universitários. Levamos em consideração a faixa etária do universitário sendo entre 17 e 23 anos de idade. O estudo foi desenvolvido nas instituições universitárias de Londrina, sendo estas a

Universidade Estadual de Londrina e a PUC-PR – Campus Londrina, com os alunos do primeiro ano dos cursos de Direito, Engenharia e Medicina. O motivo de escolha destas universidades se dá pelo fato de termos uma instituição pública e uma privada de ensino.

O foco se dá nos universitários por serem, entre os jovens, os com maior grau de escolaridade e, conseqüentemente, com maior discernimento crítico para analisar e entender de fato o processo de alienação cultural proveniente da música. Sendo a produção musical contemporânea, quase na maioria, empobrecida de conteúdos relevantes ao debate público e educativos, buscamos entender qual seria a ligação entre um indivíduo, que escolheu a carreira acadêmica com o intuito de se tornar um intelectual e futuramente contribuir para o desenvolvimento do seu país, com fenômenos que trazem poucos benefícios a sua formação profissional.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O método utilizado na primeira fase foi o método qualitativo. As técnicas utilizadas foram o grupo focal, envolvendo profissionais do meio musical, e entrevistas em profundidade com profissionais das ciências sociais.

Segundo Morgan (1997), os grupos focais são feitos com participantes homogêneos discutindo um tema previamente definido pelo pesquisador. O objetivo é a coleta de dados a partir das interações desse grupo. Para Caplan (1990), são um grupo pequeno de pessoas que interagem para que se identifique um conceito ou problema.

A técnica consiste em um grupo de pessoas reunidas em uma sala, de uma maneira levemente descontraída, para que os participantes possam demonstrar suas opiniões com maior facilidade. Este grupo responderia às perguntas e estímulos feitos pelo pesquisador, que se manteria observando e anotando todas respostas e feedbacks, até que tenha chegado ao resultado esperado, ou seja, até que os dados estejam saturados.

Já na técnica de entrevista em profundidade, o pesquisador está em contato somente com um entrevistado por vez. O objetivo é, além de recolher informações baseadas nas experiências vividas pelo entrevistado, interpretar da maneira correta as respostas obtidas. Está técnica é mais aprofundada do que o grupo focal.

Na segunda fase foi utilizado o método quantitativo com a técnica de questionário estruturado fechado, sendo o mesmo para todos os participantes e aplicados pessoalmente com cada um.

De modo geral, o campo de pesquisa quantitativo guia-se por um modelo de pesquisa onde o pesquisador constrói um quadro de hipóteses sobre algum fenômeno e situações que quer estudar, e então uma lista de consequências é elaborada a partir das hipóteses. Posteriormente a aplicação dessa pesquisa com os entrevistados, o pesquisador realizará a coleta dos dados que resultarão em números, ou então converterá as respostas obtidas em números, e analisará a aceitação ou não das hipóteses primeiramente elaboradas.

GIL, Antônio Carlos em seu livro “Como elaborar projetos de pesquisa”, de 1991, entende por questionário como: “um conjunto de questões que são respondidas por escrito pelo pesquisado (...); é o meio mais rápido e barato de obtenção de informações, além de não exigir treinamento de pessoal e garantir o anonimato.”.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A fase qualitativa utilizou duas das principais técnicas de pesquisa de opinião pública, sendo elas, primeiramente e com profissionais da música, o grupo focal, e posteriormente com profissionais de ciências sociais, a entrevista em profundidade. Como problemas para a fase quantitativa foram notados: a decadência intelectual nas letras e poesias das músicas atuais; a falta de preocupação da maioria dos cantores no lado artístico da canção, se preocupando apenas em vender; a mudança da indústria musical, antigamente uma indústria artística e atualmente uma indústria comercial; a falta de incentivo das grandes mídias em mostrar os poucos músicos artistas que ainda existem, divulgando apenas músicos comerciais; a falta de crítica por parte dos jovens em deixar se alienar facilmente; a falta de julgamento dos jovens em reconhecer artes (músicas, poesias, harmonias, etc.) boas e as distinguir das de baixa qualidade.

O reflexo disso, segundo Marco Rossi, é uma juventude acomodada, que acaba por aceitar com facilidade o que lhes é proposto. “*Se consome sem refletir se aquilo é bom ou é ruim, se tem qualidade ou não e qual o propósito daquilo. E assim temos gente pensando ‘se é pra ser assim, está tudo bem’, somente aceitando as coisas*” ROSSI, Marco. Para Agnaldo, a despolitização do jovem é causada pela falta de conteúdo na música: “*Musica sem reflexão, despolitizada, faz com que o jovem reflète esses comportamentos. É aquilo que a mídia está empurrando, está sendo absorvido então, e o jovem vai acreditando. Acha que só tem que se divertir, com uma musica de muita alegria, de festa, porém a musica não mostra reflexão ao jovem. Letras vazias, valores estabelecidos, reflexões vazias*”. KUPPER, Agnaldo. Nilda ainda complementa que a música contemporânea trata o sexo de

maneira banalizada, por ser um prazer de fácil acesso: “*eu vejo meninas de 10, 12 anos intimando os meninos para o erotismo. Isso chega a ser uma questão de saúde pública pelas doenças que se transmite, além da gravidez, é claro.*” SOUZA, Nilda.

Dentre os vários pontos levantados pelos profissionais de música e das ciências sociais, estes acima apontados são os de maior relevância para a pesquisa quantitativa e que dão base para estabelecer um cenário da indústria musical atual e sua influência na vida dos jovens que as consomem.

Já com a quantitativa, foi possível obter os resultados a partir de questionários, produzidos baseados nos resultados da qualitativa, aplicados com os alunos do primeiro ano dos cursos de Direito, representando a área de humanas, de Engenharia, representando a área de Exatas, e de Medicina, representando a área de biológicas, das universidades UEL, representando os alunos das universidades estaduais, e PUC-PR, representando os alunos das universidades particulares. Sendo um público total de 728 pessoas, com uma amostra de 252 questionários aplicados. A amostra foi calculada pela seguinte fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Disponível no endereço eletrônico: <  
<http://www.publicacoesdeturismo.com.br/calculoamostral/>> Acesso em: 15 de setembro de 2013.

Com a triangulação dos dados obtidos com as fases qualitativas e quantitativas foi possível verificar a grande participação da música na vida dos jovens. Apontada já no grupo focal e nas entrevistas em profundidade, pode-se afirmar com o resultado dos questionários a tamanha presença da música nas várias atividades cotidianas dos jovens universitários. Isso também aponta a influência que a música tem no comportamento nas atividades dos mesmos, já que, bares e casas noturnas, um dos principais lugares para se escutar música socialmente, foi a atividade de lazer mais optada pelos entrevistados. Essa informação condiz com os resultados das pesquisas da fase qualitativa, onde os profissionais acreditavam que a música influenciava, não só o comportamento nas atividades de lazer, mas no modo de agir e viver a vida dos jovens.

Porém, na questão da influência nos comportamentos amorosos, Diferente dos profissionais de música e ciências sociais, os jovens universitários não acreditam que a música possui influência nesta área. Os profissionais de ciências sociais, em particular, acreditam que a música tem sim poder de manipular o modo de se relacionar entre dos

jovens, a partir do que suas letras abordam e o modo de viver e agir que os cantores levam e mostram em seus videoclipes e músicas. Porém, a grande parte dos jovens universitários, não acredita nesta influência, revelando que apenas 27% vê a música como influência no seu comportamento amoroso.

Em mais um encontro de opiniões, entre os jovens e os profissionais, a grande maioria dos entrevistados acreditam que as músicas populares atuais não possuem o poder de levar os jovens à reflexão sobre a situação social política do país. Pode-se afirmar então que as canções populares atuais mostram letras enfraquecidas intelectualmente, onde não levam a reflexão ou crítica sobre assuntos políticos.

Um tópico destacado pelos profissionais de música e das ciências sociais, e o qual se pode confirmar pelo comportamento dos jovens, a partir de suas respostas, foi a influência que as mídias de massa possuem como julgador cultural. Pode-se constatar essa influência a partir das respostas dos jovens em optarem pelos canais de vídeo do *YouTube*, como Vevo e contas de empresas e artistas musicais, como o principal meio para descobrirem música nova. Canais de vídeo como os exemplificados acima, são administrados por grandes organizações, as quais decidem, a partir da grande aderência por parte dos jovens, qual música é boa ou não para estes escutarem, dificultando o acesso à músicas e músicos independentes, que decidem sair desse padrão comercial industrializados que as músicas populares atuais costumam ter atualmente.

Finalizando os principais pontos em que se pôde constatar respostas significativas para a pesquisa, podemos apontar a falta de crítica e interesse político dos jovens universitários. Como constatado pelos profissionais entrevistados na Fase A e pelas respostas sobre participação na política nos questionários, os jovens universitários atuais não estão promovendo senso crítico sobre o que a mídia os impõe como cultura e política, pois estes apenas aceitam o que leem e assistem na televisão, não procurando pensar, julgar ou participar daquele assunto, sendo ele político ou cultural, como as músicas atuais.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Após realização da Pesquisa de Opinião Pública, pudemos concluir que a música, assim como outros meios de representação cultural, tornou-se forma de entretenimento consumível e passou a ser feita de maneira padronizada para a venda. Como consequência disso, o empobrecimento em suas letras e a falta de conteúdo técnico a tornam de fácil assimilação e consumo, e as tornam similares entre si no que

tange seus aspectos poéticos, harmônicos e melódicos. O foco dessa exposição passa a ser os jovens, por serem mais vulneráveis ao consumo de cultura massificada e estarem em processo de formação cultural. O reflexo que se nota é que a juventude está despolitizada e despreocupada com os problemas sociais que as cercam, em outras palavras, totalmente alienados.

O jovem tornou-se acrítico e apolítico, demonstrando desinteresse com as questões que envolvem problemáticas não somente políticas, como também sociais. Há pouca preocupação com o que é coletivo e foca-se mais nos problemas individuais.

A música popular contemporânea expressa esse sentimento de individualismo. Não detectado na pesquisa, porém, se isso ocorre por causa ou por consequência de tal falta de engajamento político e preocupação com o social.

Os jovens representados na Pesquisa de Opinião Pública eram apenas universitários das maiores instituições de Londrina e dos cursos mais concorridos, subentendendo que estes sejam os com maior grau de escolaridade e, conseqüentemente, maior acesso a informação e cultura. Tendo este fato em vista, torna-se preocupante a falta de interesse pelas questões políticas ao pensar em um universo maior e com menor grau de escolaridade.

A pesquisa comprova, também, que o jovem está cada vez mais inserido nos meios digitais. Podemos ver que, na maioria dos casos, o acesso a músicas e a descoberta de novos conteúdos musicais está ligado à meios digitais. Levando em consideração tal fato, esse tipo de mídia se mostra uma importante ferramenta para se comunicar com tal público.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CAPLAN, S. **Using focus group methodology for ergonomic design.** Ergonomics, v. 33, n.5, p. 527-33, 1990.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MORGAN, D. L. **The Focus Group Guidebook.** Thousand Oaks: Sage, 1998.

MORGAN, D. L. **Focus group as qualitative research.** London: Sage, 1997.

SAWAYA, Juliana. **Geração Y e Z: Juventude Digital**. Disponível em:  
<[http://www.ibope.com/ptbr/noticias/Documents/geracoes%20 y e z divulgacao.pdf](http://www.ibope.com/ptbr/noticias/Documents/geracoes%20y%20e%20z%20divulgacao.pdf)>  
Acessado em: 01/08/2013



## ANEXOS

### QUESTIONÁRIO

#### A música na sua vida

1) Qual é a sua Universidade?

UEL       PUC

2) Qual seu curso?

Medicina       Direito       Engenharia

3) Qual a sua idade?

17       18       19       20       21

22       23

4) Você tem o hábito de ouvir música?

Sim       Não

5) Qual seu estilo musical favorito? (assinale apenas um)

Pop       Rock       Sertanejo       Eletrônico       Funk

Forró       MPB       Clássico       Blues       Axé

Samba       Rap       Reggae       Metal

6) Conteúdo da música pra você é (assinale os três principais):

Letras bonitas       Letras que fazem refletir

Letras fáceis de cantar       Melodia agradável

Melodia com emoção       Melodia que fica na cabeça

Solos com velocidade       Solos que transmitem emoção

Música sem solo

7) Qual o meio que você mais ouve música? (apenas um)

Rádio       MP3 (celular, pen drive, iPod, computador)

YouTube       Televisão       CDs/Discos       Web Rádios

7.1) Qual a principal justificativa da escolha deste meio? (assinale apenas um)

Acesso facilitado       Toca o que eu gosto       Variedade de músicas

Novidades       Eu escolho o que ouvir

8) Como você fica sabendo de músicas novas?

- Rádio                       Televisão                       Revistas e sites de música  
 Indicação de amigos       Acompanhamento meus artistas preferidos  
 Canais de YouTube (Vevo e etc.)

9) O que você faz para seu lazer? (assinale até três opções)

- Fica em casa na internet    Filmes/cinema  
 Festas em casa de amigos       Bares e casas noturnas  
 Passeio em parques                       Idas ao shopping  
 Atividades físicas                       Museus e programas culturais

10) Você costuma ouvir música nestes momentos de lazer?

- Sim       Não

10.1) Na maioria das vezes, no seu principal momento de lazer acima assinalado, que música prefere ouvir?

- Músicas agitadas    Músicas calmas    Músicas tristes  
 Músicas românticas       Músicas que falam sobre “pegação”

11) Como você se considera em seus relacionamentos amorosos?

- Pegador (a)                       Tranquilo, não ligo muito pra isso  
 Só me relaciono com quem conheço e gosto       Outro: \_\_\_\_\_

11.1) Você acha que a música teve influência nesse comportamento?

- Sim       Não

12) Como você enxerga a política?

- Participo ativamente                       Acompanho alguma coisa no jornal  
 Somente acompanho perto das eleições    Não tenho interesse

13) Quanto à relação entre música e política, você acredita que:

- Não existe relação  
 A música é um retrato do momento político (relação país/sociedade)  
 Pode até influenciar  
 Nunca pensei sobre isso

14) Você participa de marchas e passeatas em protesto às decisões políticas?

Sim       Não

14.1) Se sim, você acredita que alguma música possa ter te influenciado nesse comportamento?

Sim       Não

14.2) Se não, caso uma música com letra contra a corrupção ficasse famosa:

Você escutaria, mas não me preocuparia com o contexto

Seria uma música que você não gostaria de ouvir

Te incentivaria a participar de protestos e lutar contra a corrupção

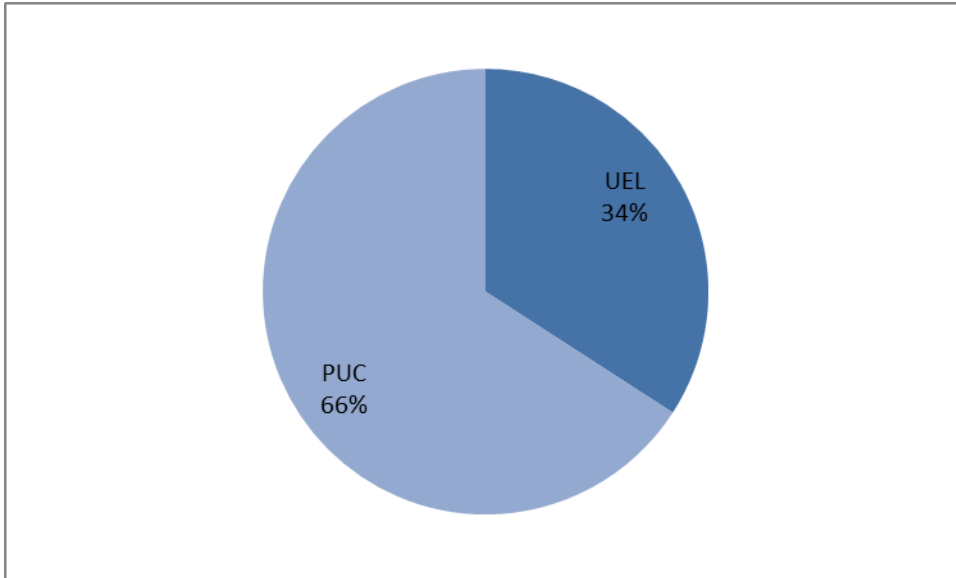
15) Você acredita que marchas e passeatas são:

Atitudes políticas     Atitudes de vândalos       Falta do que fazer

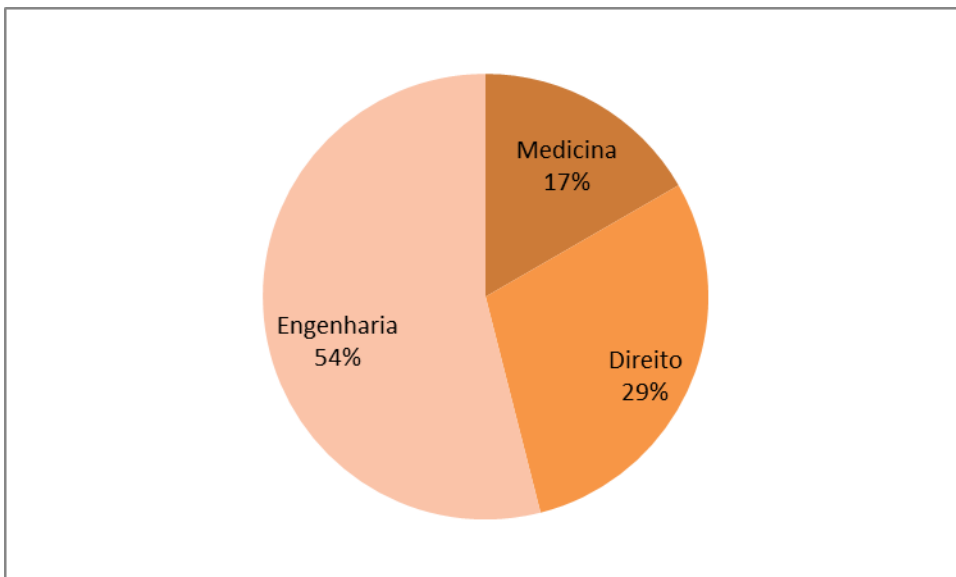
Uma maneira de mudar nossa realidade

## ANÁLISE DAS RESPOSTAS

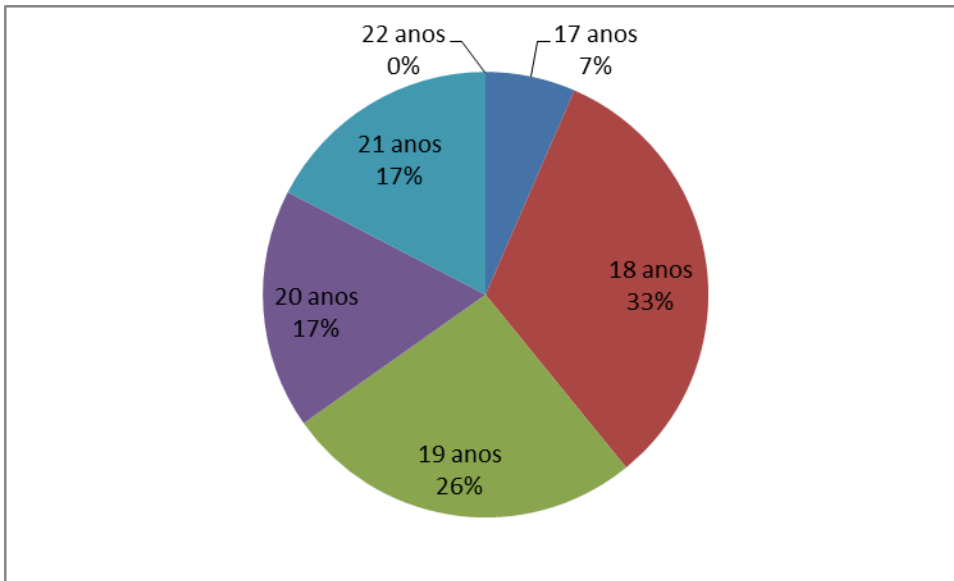
### 1. Qual é a sua Universidade?



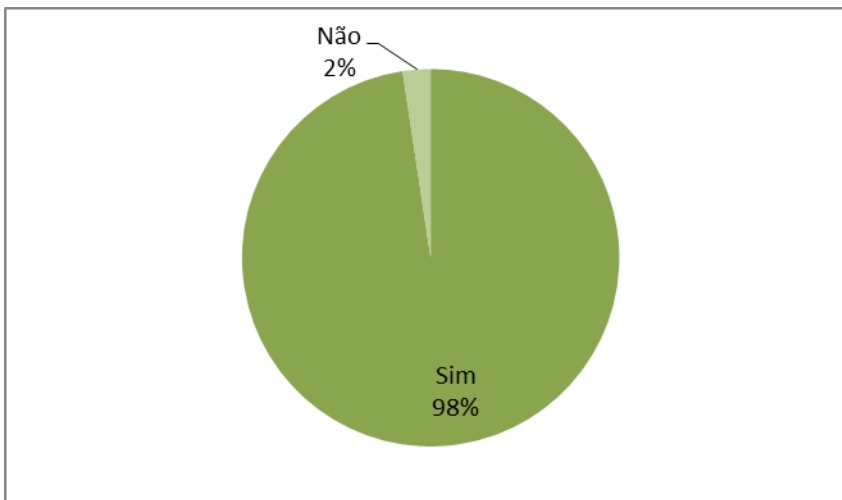
### 2. Qual seu curso?



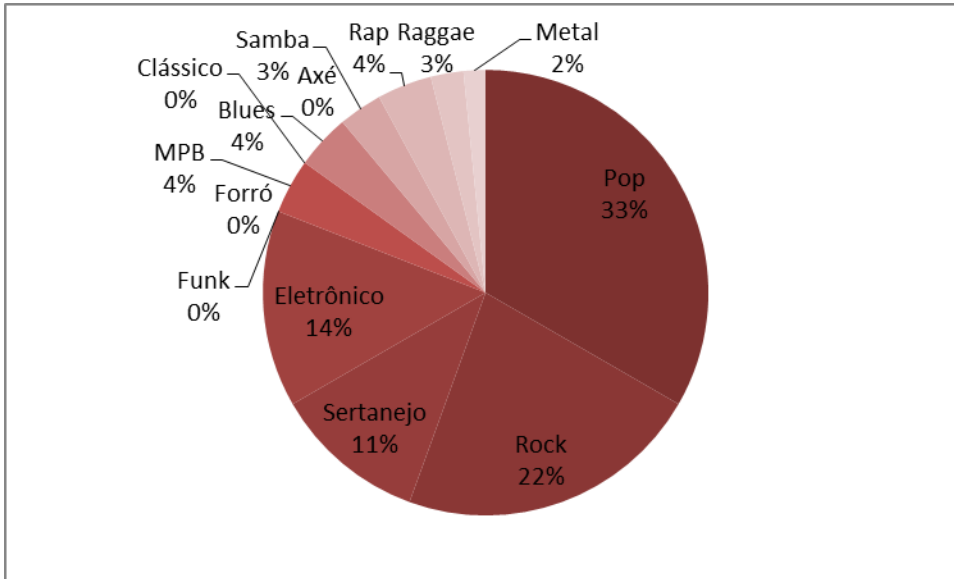
### 3. Qual é sua idade?



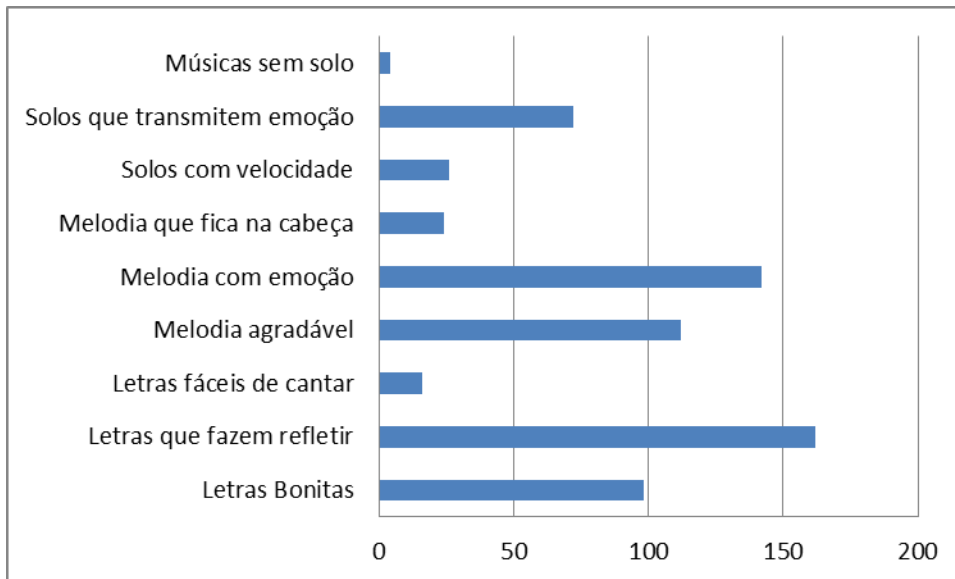
### 4. Você tem o hábito de ouvir música?



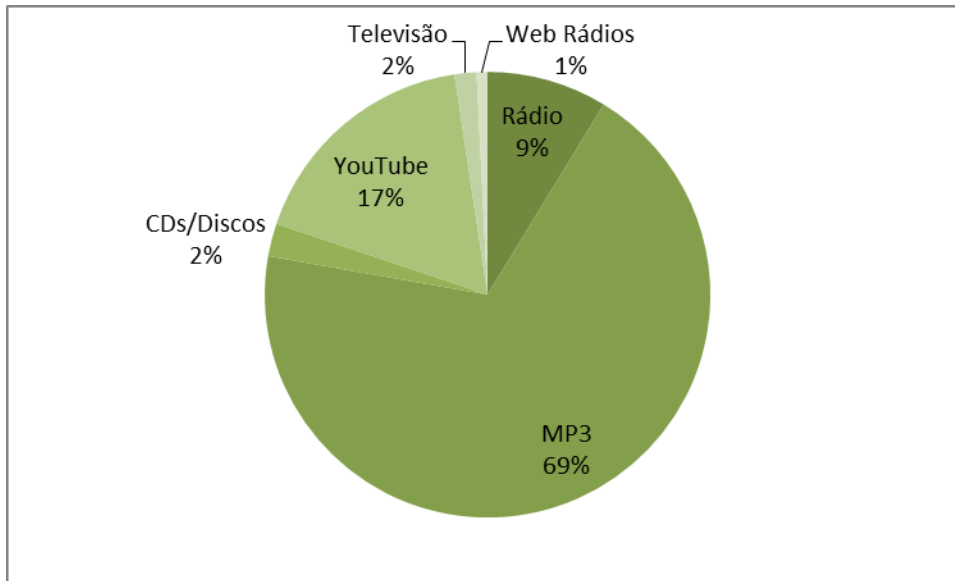
### 5. Qual seu estilo musical favorito?



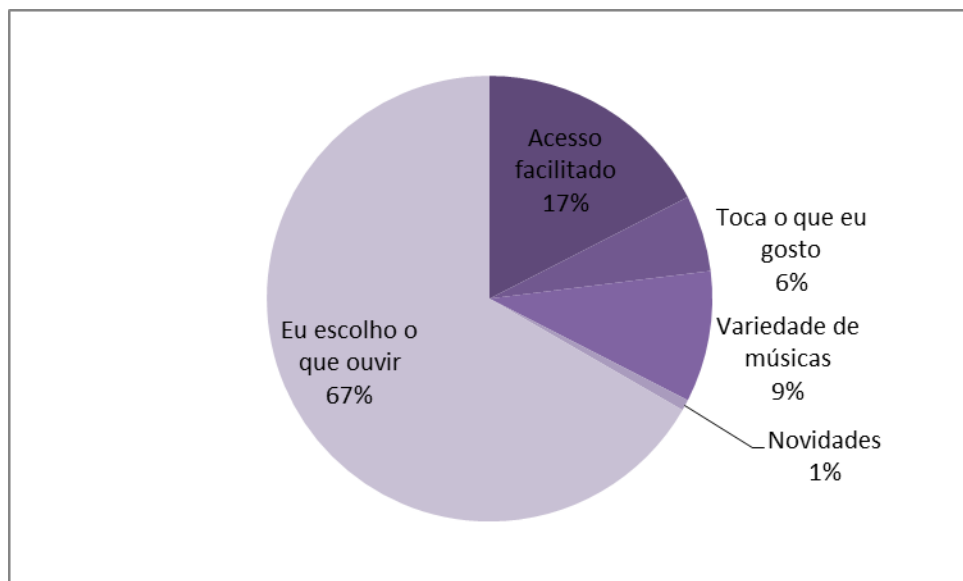
### 6. Conteúdo da música para você é:



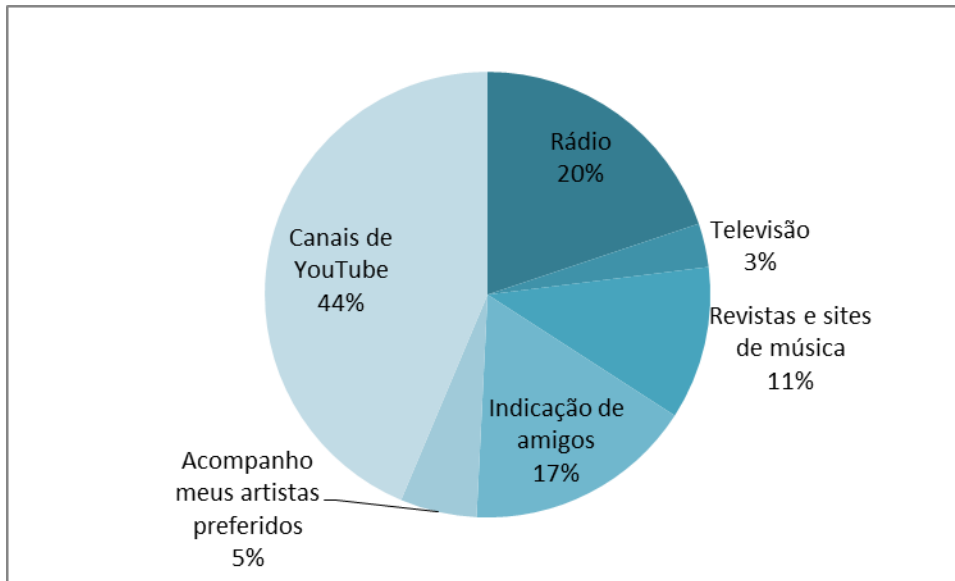
### 7. Qual o meio que você mais ouve música?



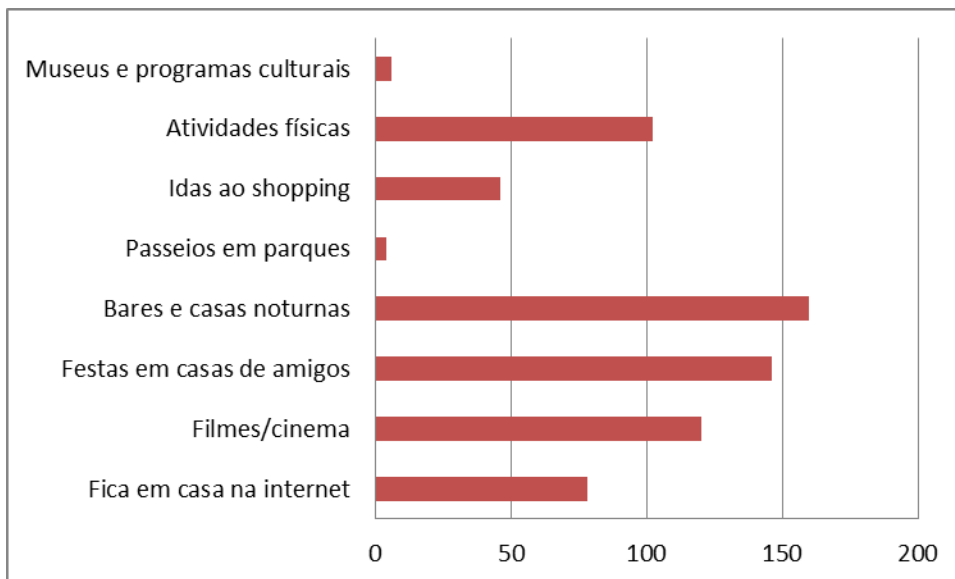
#### a. Qual a principal justificativa da escolha deste meio?



### 8. Como você fica sabendo de músicas novas?\*\*\*

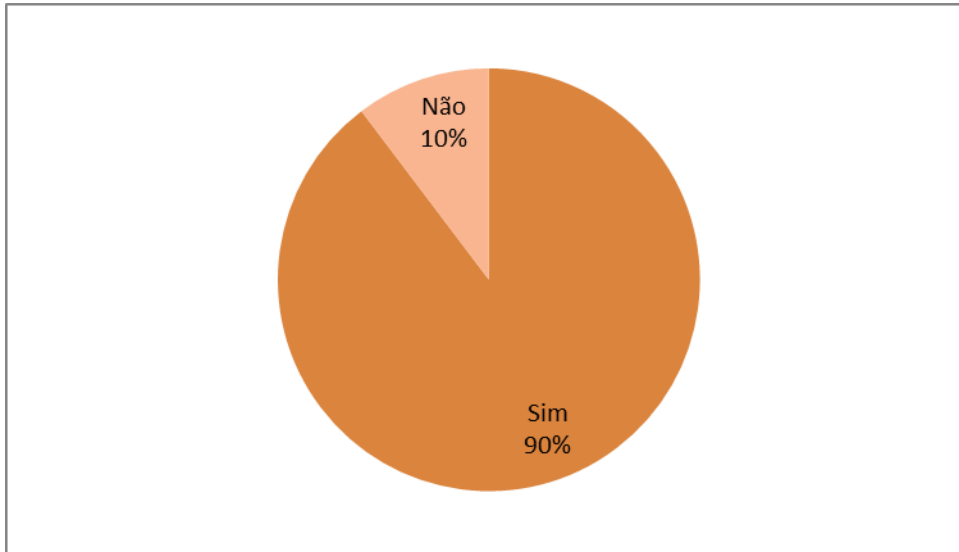


### 9. O que você faz para seu lazer?\*\*\*

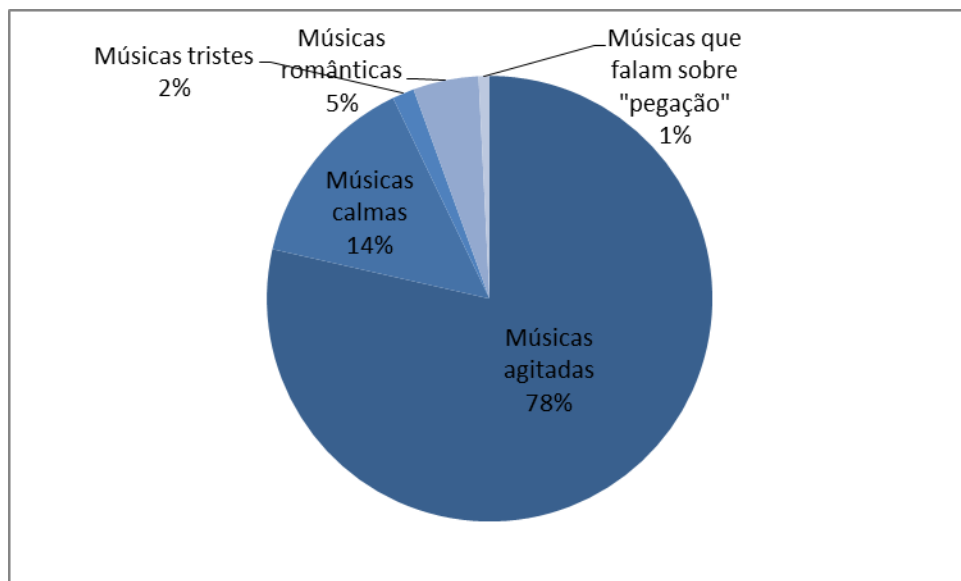




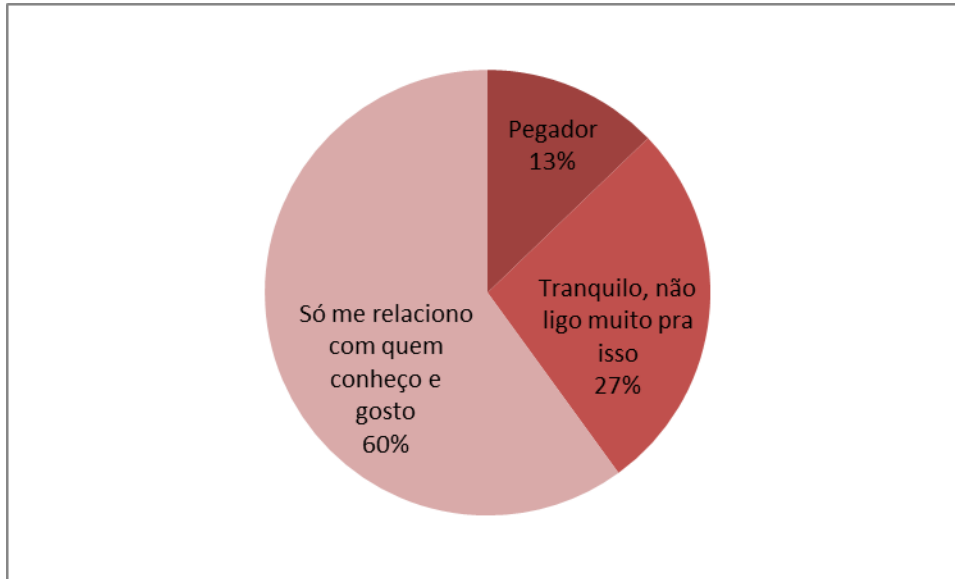
### 10. Você costuma ouvir músicas nestes momentos de lazer?



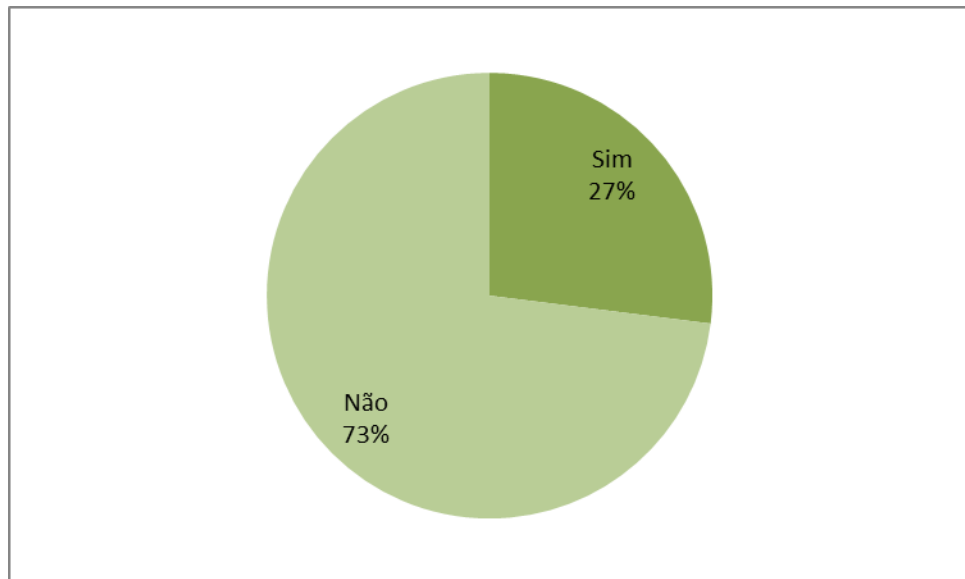
#### a. Na maioria das vezes, no seu principal momento de lazer acima assinalado, que música prefere ouvir?



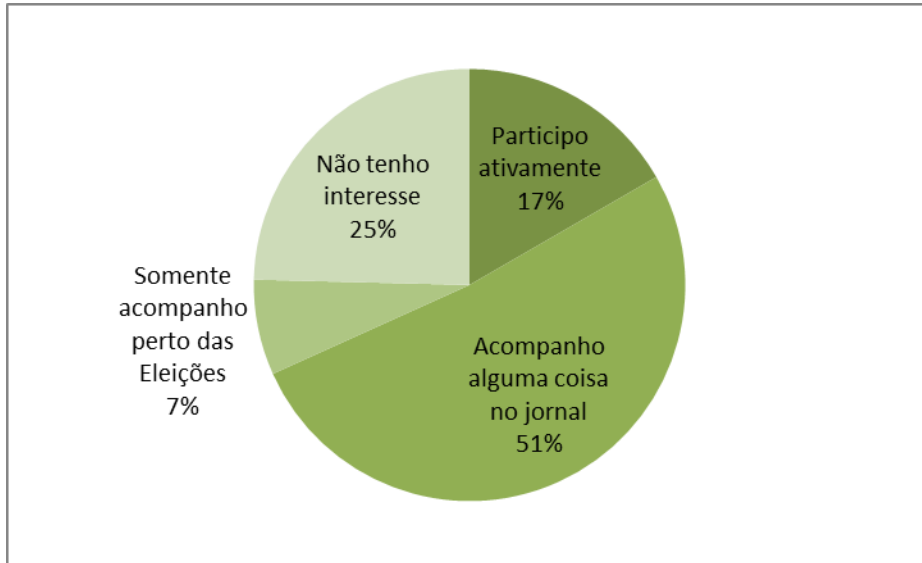
### 11. Como você se considera em seus relacionamentos amorosos?



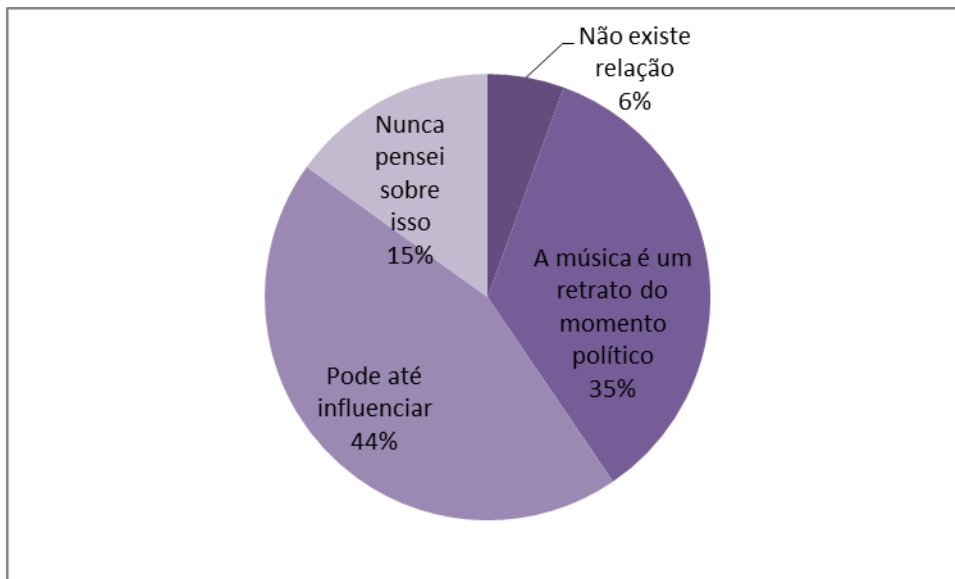
#### a. Você acha que a música teve influência nesse comportamento?



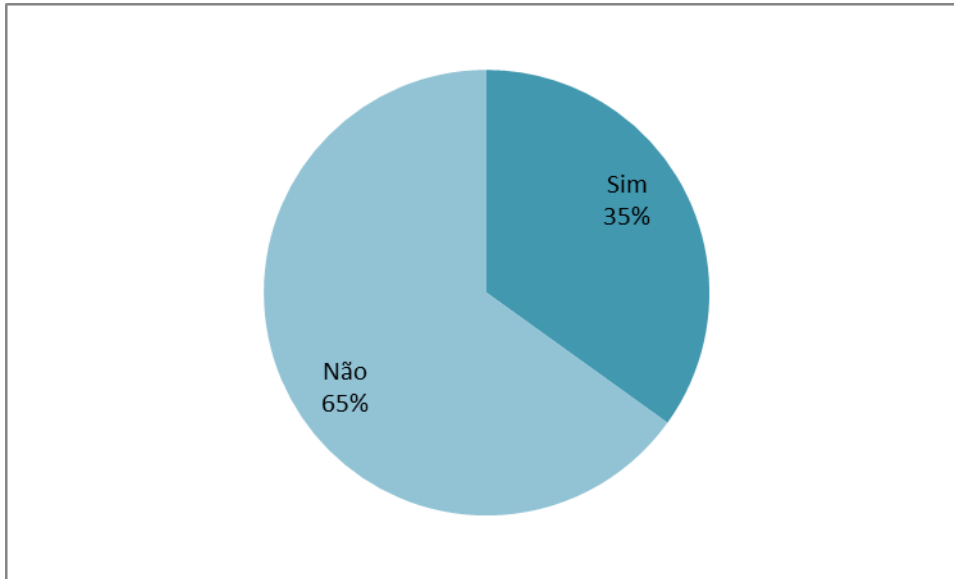
## 12. Como você enxerga a política?



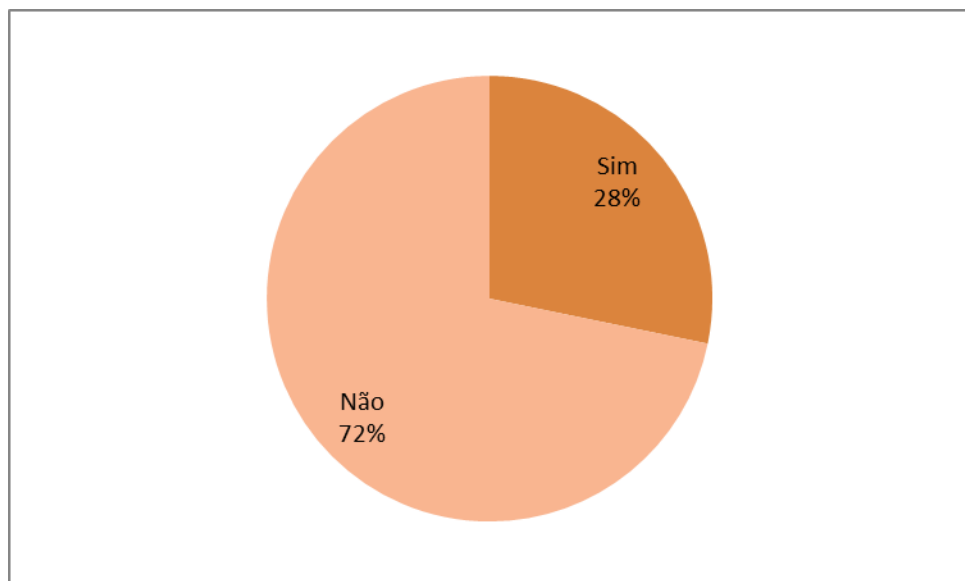
## 13. Quanto à relação entre música e política, você acredita que:



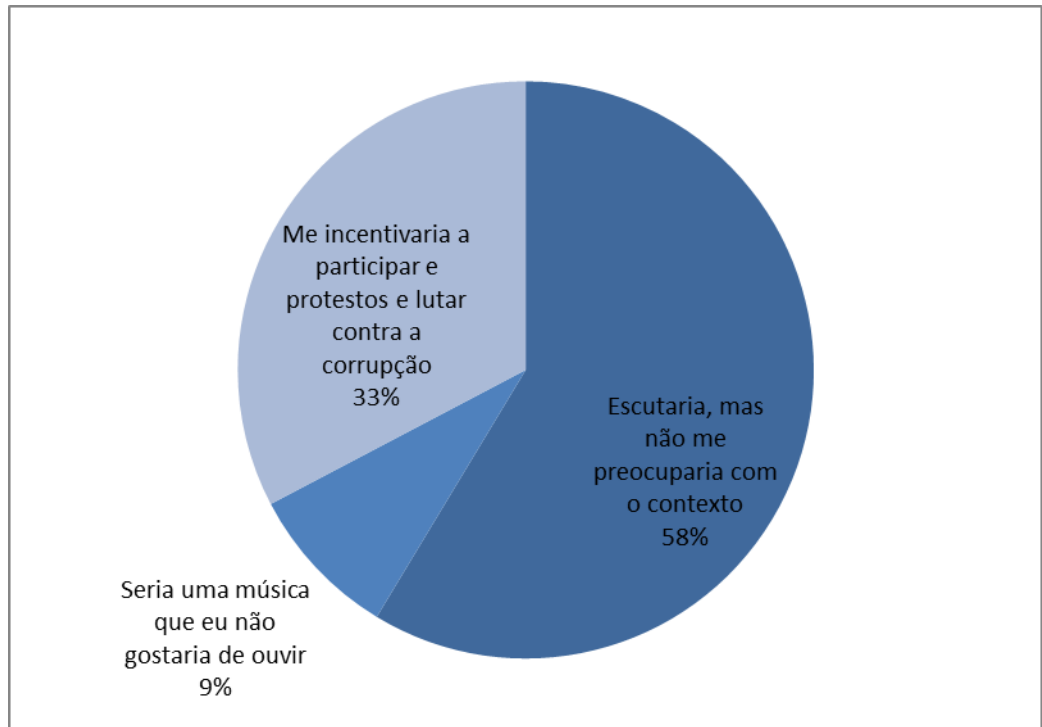
**14. Você participa de marchas e passeatas em protestos à decisões políticas?**



**a. Se sim, você acredita que alguma música possa ter te influenciado nesse comportamento?**



**b. Se não, caso uma música com letra contra a corrupção ficasse famosa:**



**15. Você acredita que marchas e passeatas são:**

