ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DO CONSUMO DE MÚSICA NA ÁREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS (2014-2018)

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF MUSIC CONSUMPTION IN SOCIAL SCIENCES AREA (2014-2018)

RESUMO

Este artigo analisa por meio do método de pesquisa bibliométrica parte da literatura produzida nos últimos cinco anos sobre música e consumo. O objetivo do estudo é relacionar os conceitos música e consumo, explicando aspectos relativos à expressão do comportamento humano. Para a pesquisa foram analisados artigos que tratam de questões sociais, como a violência e questões socioeconômicas, como a comercialização de música. O estudo conclui que a música é produzida desde o início da humanidade e por isso tornou-se parte de sua essência cultural. Seu consumo é influenciado pela cultura ao longo do tempo e o século XXI é o espaço de tempo onde mais se produziu e consumiu música na história da humanidade.

Palavras-chave: Consumo; Música; Comportamento Humano; Sociedade; Cultura.

ABSTRACT

This article analyzes through a bibliometric research part of the literature produced in the last five years about music and its consumption. The objective of the study is to relate the concepts of music and consumption, explaining aspects related to the expression of the human behavior. For the research, were analyzed articles dealing with social issues, such as violence, and socioeconomic issues, such as the commercialization of music. The study concludes that music is produced from the beginning of humanity and therefore has become its cultural essence. Its consumption is influenced by culture over time and the 21st century is the time and space where music has been more produced and consumed in the history of humanity.

Keywords: Consumption; Music; Behavior; Society; Culture.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo da história, todos os povos compuseram algum tipo de melodia que, com o passar do tempo, também se tornaram fonte de renda para seus artistas ou intérpretes. A música é fonte de diversas formas de consumo e todos derivam a partir de dois formatos. O consumo cultural é o primeiro formato e foi o primeiro a surgir: refere-se a toda música consumida para fins institucionais, tais como em rituais religiosos e marchas militares e sociais, tais como celebrações políticas ou marchas festivas.

O consumo de bens é o segundo formato. Ele refere-se a toda música consumida para ou pelo consumo de bens que podem ser trocados por valores monetários, como o dinheiro. Esse segundo formato de consumo surgiu com o rádio e a televisão, que passou a utilizar também o som como ferramenta de estímulo ao consumo de bens, mas não se confunde com o consumo cultural, pois ainda que a cultura seja comercializada, a produção da música cultural não se destina primeiramente ao comércio, mas sim à expressão da cultura (McCRAKEN, 2007; NETO, 2014; SILVA, 2016).

Esta pesquisa analisa e relaciona parte da literatura sobre as conexões entre a música e o consumo. Sabe-se que, por um lado, a música incentiva o consumo e, por outro lado, o consumo é traduzido pela música (SILVA, 2014). No meio dessa relação está o ser humano. Os artigos analisados na área das ciências sociais aplicadas abordam a relação entre consumo, música, violência e comercialização da música discutindo a construção da identidade social e construções de subjetividades acerca do consumo e da música.

Este artigo analisa e sintetiza por meio do método da pesquisa bibliométrica parte da literatura sobre consumo de música relacionado ao comportamento humano. O artigo está estruturado em introdução, contextualização dos aspectos teóricos e metodológicos da análise, análise de resultados sobre consumo e música e, por fim, as considerações finais explicam em síntese a relação entre homem, música e consumo.

2 CONSUMO MUSICAL: ASPECTOS TEÓRICOS

Para Subtil (2011), a sociedade capitalista expõe produtos culturais (obras, artistas e programas) e os transforma em objetos de desejo, por meio de estratégias eficientes de marketing, fomentando o consumo dos mesmos. Na obra “Músicas, mídias e escola: relações e contradições evidenciadas por crianças e adolescentes” (SUBTIL, 2011), a autora defende que as pessoas são influenciadas desde crianças pelo rádio e pela televisão (na época da pesquisa haviam programas destinados ao público infantil, apresentados por Xuxa, Angélica e Eliana), desenvolvendo uma cultura interior.

Ao contrário deste público, os adolescentes vivenciam práticas de saída (shows e encontros sociais), onde trocam experiências, debatem sobre suas opiniões a respeito de artistas dos mais variados gêneros e procuram estar sempre atualizados sobre as novidades desse mercado.

A obra "Downloads Legais *VERSUS* Ilegais: como aumentar a legalidade no consumo da música" (ALVIN, STREHLAU, KIRSCHBAUM, 2013) expõe a necessidade de consumo musical dos jovens universitários, tanto para práticas de socialização, quanto para a "fuga" de sua realidade. Para os autores (p. 334), "A pirataria já existia antes mesmo do surgimento da internet quando os consumidores copiavam LPs, CDs em fitas K-7.

A necessidade de consumir música vem antes do processo de globalização, onde tribos possuíam sua cultura própria e reuniam-se para celebrações. Os efeitos da globalização estimularam o consumo e as igrejas foram afetadas por isso. Segundo a obra "A Salvação pelo Rock: sobre a "cena *underground*" dos jovens evangélicos no Brasil" (JUNGBLUT, 2007), as comunidades religiosas vieram sentindo a perda de seu público mais jovem, e essas passaram a relacionar-se em outros grupos sociais e a consumir culturas audiovisuais diferentes da cultura religiosa.

Para reverter este processo, as igrejas evangélicas vêm provocando mudanças nos cultos e em suas ações de marketing, visando chamar os jovens de volta à igreja. Alguns exemplos de comunidades que buscam abrir igrejas para a nova geração são os Surfistas de Cristo, os Atletas de Cristo, a Organização Palavra da Vida (essa especializada em planejar acampamentos para jovens) e a Bola de Neve Church (p. 146) . Todas elas buscam alguns princípios dentro de seus encontros, associando a paixão pelo esporte, a música e a religião, onde este segundo segmento possui influencias do rock, pop e *urban*, gêneros que a maioria destes jovens identificam-se. Por meio dessa obra, podemos observar que o consumo cultural de música influencia diretamente o jovem a adentrar e a manter-se pertencente a um grupo social. Para Guerra (2018), a música possui o papel de distinção social e de status, que atrelado ao marketing audiovisual do setor, influencia desde crianças a idosos, principalmente o público jovem, fazendo-os sentirem-se estimulados ao consumo musical.

O estímulo ao consumo musical pode provir dos elementos analisados no momento de produção da música, pois esta carrega elementos visuais e audíveis, provocando emoções e experiências a aquele que consome esse produto (CUNFIFF; STILL; GOVONI, 1997). As características emocionais que incentivam o consumo passaram a ser mais estudadas a partir da década de 80. Estes estudos mostram como aspectos sensoriais, emotivos e fantasias do consumidor o levam a finalizar uma compra ou usufruir de um serviço (PEÑALOZA;

SANTOS; GORDIANO, 2011). Para o consumo estimulado por esses aspectos, dá-se o nome de “hedônico”.

> O consumo hedônico refere-se às facetas do comportamento do consumidor relacionadas aos aspectos multissensoriais (gostos, sons, cheiros, impressões táteis e imagens visuais), fantasias (fenômeno de criação de imagens mentais) e fatores emotivos (fenômenos motivacionais com características neurofisiológicas) das experiências dos consumidores com os produtos (LIBERALI; 2000, p. 40-41).

O consumo hedônico é caracterizado pelos aspectos multissensoriais do público e a experiência individual percebida por ele. A intensidade desta experiência possui influências no indivíduo (intrínsecas) e de fatores externos (extrínsecas), tais como o clima, a temperatura, a situação a qual foi consumido ou o grupo social que estava presente, entre diversos outros fatores. Essa intensidade de experiências promove valores para cada consumidor, entre eles a excitação, liberdade ou fuga da realidade (HOLBROOK, 1983; HOLBROOK, 1999; HIRSHMAN, 1983).

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O estudo se desenvolve por meio de abordagem qualitativa, procedimento e método de pesquisa bibliométrico e técnica de análise integrativa da literatura. O período analisado compreende artigos publicado entre os anos de 2014 e 2018.

A base de dados consultada compreende a *Scientific Electronic Library Online* (SCIELO). Os termos buscados foram “consumo” e “música”. Encontram-se nestes critérios na área de Ciências Sociais Aplicadas 13 artigos aplicados ao tema da pesquisa.

Filtrando os artigos, escolheram-se os pertencentes às áreas temáticas de Sociologia, Antropologia, Estudos de Áreas, Comunicação, Estudos Culturais, Ciências Sociais, Demografia, Economia, Estudos Éticos, Humanidades, Idiomas e Linguística, Gerenciamento, Psicologia, Questões Sociais e Estudos Urbanos.

Silva (2014) escreve sobre as favelas e conflitos sociais no Rio de Janeiro em relação ao consumo de música em bailes funk. Em contraste com esse estilo de música e seu consumo está a Cumbia observada através de etnias e classes na Argentina e na América Latina por Alabarces e Whistle (2014).

Uma análise mais técnica do consumo de música é exibida através de uma netnografia no Facebook realizada por Henriques e Pereira (2018), focalizando-se em fãs de rock clássico.

Alves (2016) também faz uma análise voltada para o lado técnico sobre a desmaterialização da música a partir do advento da internet. A difusão e consumo de música através do rádio após a era *on-line*, citada como desmaterialização, em contraste com o *off-line*, toma relevância ao assunto dess artigo, conforme Benzecry e Kischinhevsky (2014).

Seguindo a mesma linha de análise comportamental abordada por Silva (2014) e Alabarces e Whistle (2014), Guerra, Moreira e Silva (2015) abordam a relação entre o consumo de música e a incidência do consumo de drogas, sendo essa consequência daquela. A queda no consumo de bens culturais no Brasil, entre eles a música, é abordada por Sá, Earp e Paulani (2014) através de uma análise de números.

4 ANÁLISE DAS OBRAS ESTUDADAS

O consumo e a música são ações interdependentes. Onde há música, alguém está consumindo algo, que pode ser um bem tangível ou intangível (HENRIQUES e PEREIRA, 2018). A música pode ser considerada como um grande vendedor e por isso está enraizada no consumo. É inegável a relação do comportamento humano e do consumo de música, sendo que as atitudes sociais e individuais de um cidadão pode provir de seu gênero musical preferido. Por vezes, um ideal é passado por forma de música, e o consumidor, ao absorver esse conteúdo, irá se sentir provocado a agir de certa forma e consumirá outros produtos.

A relação entre a música e consumo é extensa e é digna de análise em todas as áreas do conhecimento. Muito além do valor monetário movimentado pela música está os valores morais que ela expressa e "vende" para seus consumidores. Isso é possível observar através dos pesquisadores da temática "consumo" e "música", pertencentes em sua maioria à área das Ciências Sociais Aplicadas.

Em relação às publicações resultantes da busca por consumo e música e atreladas às Ciências Sociais Aplicadas, vislumbra-se 14 artigos atrelados às temáticas comuns entre si de Sociologia, Antropologia, Estudos de Áreas, Comunicação, Estudos Culturais, Ciências Sociais, Demografia, Economia, Estudos Éticos, Humanidades, Idiomas e Linguística, Gerenciamento, Psicologia, Questões Sociais e Estudos Urbanos.

O artigo "Agora abaixe o som: UPPS, ordem e música na cidade do Rio de Janeiro" (SILVA, 2014) analisa a perspectiva do Estado e dos Favelados sobre bailes funk no Rio de Janeiro. Segundo a análise do autor, o Estado alega que os bailes funk ultrapassam o limite de uma manifestação cultural e passam a ser eventos que promovem atividades ilegais e que trazem prejuízo à sociedade. Condenam as letras do funk por apologia ao crime. Já os

Favelados defendem que a intervenção do Estado, assim como ela é feita, não resolve o problema das favelas e que os bailes funk são utilizados por marginais como espaço para promover ilegalidade. Afirmam também que o baile funk é a única atividade recreativa dentro da favela. Acreditam que as letras do funk apenas retratam a realidade da favela, negando apologia ao crime. O artigo foi escrito em português e a análise foi através de pesquisa de campo e análise de entrevistas.

"Todos os negros, mãos para cima: gênero, etnia e classe no cumbia argentino" (ALABARCES e WHISTLE, 2014) abordam o gênero cumbia argentina e seu contexto social. Entende-se cumbia como a música da classe economicamente baixa. Ela é considerada também a voz dessa classe e meio de expressão de sua cultura. Contudo, não é uma música reflexiva ou um grito de resistência, ou um protesto social. É uma forma de vivenciar o mundo através da música para dançar. É uma música sem um propósito social. O artigo foi redigito em espanhol e a análise foi através da literatura já existente sobre o tema abordado.

"Autenticidade e consumo de rock clássico: Uma netnografia no facebook" (HENRIQUES E PEREIRA, 2018) usaram a netnografia no Facebook para analisar o senso de comunidade e a autenticidade entre consumidores de rock clássico. A conexão entre os membros da comunidade, preservação dos significados e a hierarquia de status da comunidade são vistos como elementos que compõem o senso-comum dessa comunidade. O conceito de "clássico" que produz o consumo utópico cria a idealização de um passado autêntico e gera a autenticidade dos consumidores de rock clássico. O artigo foi escrito em português e a análise utilizou além da netnografia, 11 entrevistas de 60 minutos através do Skype com pessoas que faziam parte de 2 (dois) grupos do Facebook. Cada grupo tinha no mínimo 3.000 integrantes, durante 12 meses e 8 horas por semana. Foram analisadas questões éticas e o consumo através do rock clássico.

"Desmaterialização da Música e a Produção Fonográfica do Rock Independente de Teresina no Século XXI" (ALVES, 2016) escreve sobre a produção musical no século XXI e o rock na cidade de Teresina, em contraste com a comercialização da música antes e após sua desmaterialização pela internet. No século XX a música era comercializada pela venda de material físico, como fitas e CDs, e também pelos direitos autorais de reprodução, mas com a disseminação da internet, a forma de lucro através da música se modificou e deixou de ser padrão. Atualmente a fonte de lucro está na música ao vivo, nos eventos como Rock in Rio e em shows. O artigo foi escrito em português e a análise utilizou 220 produtos fonográficos de vários suportes e formatos, referentes a 136 projetos musicais produzidos em Teresina entre os anos de 2000 e 2016.

"Estigma, experimentação e risco: A questão do álcool e das drogas na cena punk" (GUERRA, MOREIRA E SILVA, 2015) investiga a relação entre consumo de música, álcool e drogas no estilo *punk*. Foram analisadas a representação da natureza da relação com o álcool e as drogas, a sua centralidade como questão identitária à coesão e ao posicionamento da cena e a diversidade das atitudes e discursos que nela circulam. Os autores narram a história das drogas na cena *punk* e a consequência de seu consumo. O artigo foi escrito em português e a análise utilizou discos e outros registos fonográficos, testemunhos recolhidos através de 214 entrevistas e observação de contextos e acontecimentos contemporâneos que possam ser relacionados com o *punk*.

O artigo "Interações no rádio musical expandido: um aporte etnográfico" (BENZECRY E KISCHINHEVSKY, 2014) investigam práticas interacionais no rádio musical expandido, que abarca das ondas hertzianas à internet. O consumo de música via rádio é analisado através de uma etnografia, levando em consideração as possibilidades de produção e circulação de conteúdos sonoros na era da internet, formando comunidades de ouvintes que transitam entre os mundos on-line e off-line. O artigo foi escrito em português e a análise utilizou o *podcast* "Muqueca de Siri", dedicado ao samba, no restaurante Cimples Ócio, em Curitiba.

"Mudanças no consumo de bens culturais no Brasil após a estabilização da moeda" (EARP E PAULANI,2014) realizara um estudo sobre o consumo de bens culturais no Brasil, entre eles a música, em relação a situação econômica após o Plano Real. Os autores apontam que apesar da estabilização da economia Brasileira após o Real e a melhora no poder aquisitivo das famílias brasileiras, o consumo de bens culturais diminuiu. A explicação sugerida combina três elementos: uma mudança no padrão de consumo de bens duráveis em paralelo com o crescimento e a melhora distributiva, a mudança no tipo de sociabilidade que o novo padrão implicou e fenômenos específicos desses três mercados que elevaram o número de bens substitutos. O artigo foi escrito em português e a análise utilizou dados de órgãos que analisam o consumo e comportamento humano, além de estudos publicados por jornais brasileiros e autores internacionais que escrevem sobre economia e consumo.

"Produção, difusão e consumo musical VS. O fenômeno da trivialidade e da vulgaridade na música cubana" (JIMÉNEZ, CUÉLLAR, MARÍN, 2015), fala sobre o desenrolar dos costumes de consumo musical no país de Cuba. O autor destaca que antes da chegada da televisão no país, em 1950, a população ainda era formada por tribos, e seu consumo de música e dança era influenciado por suas culturas regionais, como as músicas folclóricas. Após a chegada deste aparelho, a população cubana foi bombardeada de

informações interculturais, tanto de outras regiões do mesmo país, como também de todo o mundo. Jiménez apresenta também outro impacto no consumo musical do país, a Revolução de 1959, onde o novo governo pregava a liberdade de expressão da população e maior transparência de informação. Como o antigo governo era aliado a União Soviética, nesta nova fase houve uma abertura maior aos costumes americanos, onde a população conheceu os novos movimentos culturais internacionais. E desde essa época, a população veio moldando sua forma de consumo de cultura. Hoje, segundo o autor, há trivialidade e vulgaridade nas músicas e danças populares, que perderam o senso de identidade de comunidade e passaram a ouvir artistas não talentosos.

"O declínio do significado social da música" (AMO, LETAMENDIA E DIAUX, 2015) apresenta de que forma a música foi perdendo seu espaço como um elemento de construção de identidade na socialização. Antigamente, o jovem rebelde se sentia pertencente a um movimento, sendo ele o rock, punk, heavy metal, jazz, ou quaisquer outros gêneros musicais que o fazia sentir-se parte de um grupo, buscando o sentimento de pertencer a algo. O autor usa este exemplo também nas antigas culturas, onde tribos possuíam suas batidas e danças características. Já hoje, os jovens perderam essa necessidade de pertencer a um gênero musical e de vestirem-se conforme os costumes do estilo musical. Com o advento da internet e maior circulação de informação musical nas redes, desde os sites *peer-to-peer* (plataformas onde arquivos músicas e vídeos eram disponibilizados para download) até a era do *streaming* (onde podemos ouvir e assistir uma infinidade de opções audiovisuais em qualquer lugar a qualquer momento), os jovens possuem uma quantidade de informação muito maior, quando todo dia podem conhecer artistas e gêneros diferentes e a importância de possuir um gênero específico foi perdendo espaço. Hoje os jovens costumam aderir à gêneros mais populares, pois buscam a socialização.

Em "Atmosfera POP: Marshall McLuhan e a estética contemporânea" (MAYORÁ, 2015) podemos observar como a cultura Pop surgiu e sua influência em relação ao público que antes ouvia *folk, blues* e *country*, influenciando diretamente em seu comportamento humano. A pesquisa mostra como a sociedade enfrentou o surgimento da criação e divulgação da cultura em massa, ou seja, popular. Antes, disponível apenas para classes superiores, as mídias passaram a direcionar conteúdo para a população de classes mais baixas. Os artistas Warhol e Lichtenstein, que motivados a produzir massivamente arte para a casa das pessoas, foram influenciados por Henry Ford, que buscava a produção em linha de montagem, aumentando o volume de produção e diminuindo o valor das peças. Assim, os dois criaram obras que poderiam ser facilmente replicadas e vendidas em comércio popular. Como uma

bola de neve, o cinema em Hollywood atingiu sua "Era Gloriosa", onde a figura de mulher virgem submetida a homens com alto poder aquisitivo deu origem ao *Femme Fatale*, apresentando a memorável Marilyn Monroe.

Surgiram também as primeiras bandas que tocavam o que o povo queria ouvir. Surgiram também os novos artistas solos, quando antigamente as mulheres negras faziam barulho com suas vozes potentes e as mulheres brancas com seus violões eram comentadas e supervalorizadas pela Classe A. A primeira artista a quebrar essa distância foi Madonna, apresentando o novo conceito de feminismo. O autor menciona também Britney Spears, a princesa da música Pop até hoje, que com seus videoclipes e estética perfeita, influenciou gerações. O estudo evidencia também como a cultura Pop foi se moldando conforme as necessidades e desejos de seu público, quando, conforme as décadas, os álbuns físicos foram perdendo espaço para o Streaming, tal como o *Spotify*.

"Novas configurações do álbum de música na cultura digital: O caso do aplicativo Biophilia" (WALTENBERG, 2016) é um artigo onde o autor afirma que, por conta da crescente queda na comercialização de álbuns físicos, além da distribuição digital, há novas tendências para o mercado-fonográfico. O público pode consumir a música conectando-se ao universo proposto pelo artista, envolvendo-se nas canções. Waltenberg também evidencia que o faturamento da comercialização de álbuns físicos vêm decaindo ao longo dos anos e, para não ser prejudicados, os artistas vêm inovando sua forma de promover e distribuir suas músicas. É o caso da cantora Björk, que em 2011 lançou o álbum-aplicativo "Biophilia", onde cada estrela de uma constelação é uma música do álbum, e ao entrar na estrela, um novo menu é apresentado, mostrando o encarte, créditos, e um botão "play" para reproduzir a canção. Com essa pesquisa, podemos observar que o mercado fonográfico deverá passar por inovações para manter seu público, não só limitando-se à distribuição em plataformas de streaming.

O artigo "Significados da juventude através da música como uma experiência de lazer em dois contextos fronteiriços no México" (TIPA, VIERA, 2016) explica a relação da música de dois grupos de jovens mexicanos. Um é um grupo de roqueiros de Tijuana e o outro grupo é de estudantes da Universidade Intercultural de Chiapas, localizada em San Cristóbal de Las Casas. Ao relacionar dois grupos diferentes (de duas fronteiras opostas do México), os autores explicam que as experiências de vida influenciam diretamente no consumo musical dos jovens, os quais buscam a música como um instrumento de fuga de sua realidade. Broad e Viera explicam também que por vezes podemos relacionar o gosto musical dos jovens com seu estilo de vida, uma vez que os mesmos consomem aquilo que se familiarizam, o que gera

melhor experiência. Outro ponto destacado é que os jovens costumam consumir vários gêneros musicais, alguns quando estão em socialização com seus grupos sociais, ou quando querem se conectar a si mesmo.

Pode-se visualizar esta necessidade de se conectar ao "eu-interior", ou "as raízes", na obra "Música de fiesta, expressiones y sentidos del *kuduro* en la ciudad de Salvador"(MARCON; SANTOS, 2017). Nesse artigo, publicado na revista Ultima Décad, os autores buscam apresentar as formas que os habitantes afrodescendentes da cidade de Salvador - BA têm de preservar sua herança histórica. Nesse caso, os mesmos usam a arte – mais especificamente o *kuduro* (gênero musical originado na Angola) - para festejarem sua liberdade e sua luta, conecatando-se, assim, tanto ao seu passado, quanto a si mesmos. Nessa obra é apresentada também a importância que a música têm em conectar as pessoas e preservar sua cultura.

5 DETALHES SOBRE AS PUBLICAÇÕES ESTUDADAS

Ao analisar as revistas, pode-se concluir que a Revista Crítica de Ciências Sociais (RCCS), editada pelo Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, publicou 3 das obras estudadas. As demais revistas são detentoras de apenas 1 (um artigo), sendo elas: Cultura y Representaciones Sociales, editada pela Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); Caderno CRH, editado pela Universidade Federal da Bahia (UFBA); REAd – Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre), ligada a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Galáxia, editada pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); Nova Economia, pertencente a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); Universidad y Sociedad, publicada pela Universidad de Cienfuegos (UCF); Trama Comum, ligada a Universidade Nacional de Rosário (UNR); Ultimadécad, pertencente a Universidad de Chile; Pueblos y Fronteras Digital, editada e publicada pela Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); e Cidades, Comunidades e Territórios, editada e publicada pela Universidade Federal do Piauí (UFPI).

Em relação a filiação dos autores e coautores é possível afirmar que as instituições aparecem mais de uma vez nas menções são: Universidade do País Basco (UPV/EHU) com 3 (três) autores filiados, a Universidade do Porto com 3 (três) menções e a Universidade de Cienfuegos (UCF) também com 3 (três) menções. São universidades que contam com 2 (dois) autores filiados: a Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF), a Universidade de

Buenos Aires (UBA), a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), a Universidade Federal de Sergipe (UFS) e a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). As instituições que contam com apenas com 1 (um) autor filiado são: Universidade Federal do Piauí – UFPI, Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ, Universidade de São Paulo – USP, Universidade Nacional de Entre Rios – UNER, Universidade Autônoma Metropolitana – UAM e a Escola Nacional de Antropologia e História.

O Quadro 2 apresenta os temas das obras estudadas.

"CONSUMO" AND "MÚSICA"			
	TÍTULO	TEMA	METODOLOGIA
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS	AGORA ABAIXE O SOM: UPPS, ordem e música na cidade do Rio de Janeiro	Consumo de música e baile funk. Criminalidade.	Pesquisa de campo qualitativa e análise de entrevistas.
	"Las manos de todos los negros, arriba": Género, etnia y classe en la cumbia argentina	Consumo de música popular na América Latina, exceto Brasil.	Pesquisa bibliográfica
	Autencidade e consumo de rock clássico: Uma netnografia no Facebook.	Consumo de música como forma de afirmação identitária.	Pesquisa qualitativa; Análise de conteúdo; Netnografia;
	Desmaterialização da Música e a Produção Fonográfica do Rock Independente de Teresina no Século XXI	Consumo e comercialização da música após a era da internet.	Pesquisa qualitativa. Análise de produtos fonográficos de vários suportes e tamanhos.
	Estigma, experimentação e risco: A questão do álcool e das drogas na cena punk	Consumo de música e drogas no estilo punk.	Pesquisa qualitativa. Análise bibliográfica de fonografias, entrevistas e eventos contemporâneos.
	Interações no rádio musical expandido: um aporte etnográfico	Consumo de música através do rádio.	Pesquisa qualitativa. Análise de fonografias.
	Mudanças no consumo de bens culturais no Brasil após a estabilização da moeda	Consumo de bens culturais.	Pesquisa qualitativa. Análise de dados socioeconômicos.
	Producción, difusión y consumo musical versus fenómeno de latrivialidad y vulgaridadenla música	Alteração de consumo musical no país de Cuba	Pesquisa documental e bibliográfica

	cubana		
	¿El declive del significado social de la música?	Uso da música para construção de identidade e socialização	Pesquisa audiovisual histórica, qualitativa;
	Pop Atmosférico: Sobre Marshall McLuhan y la estética contemporánea	Cultura popular e seus movimentos	Pesquisa documental e bibliográfica; qualitativa.
	Novas configurações do álbum de música na cultura digital: O caso do aplicativo Biophilia	Adaptação na distribuição de produto audiovisual	Pesquisa documental e bibliográfica; estudo de caso; qualitativa;
	Música de fiesta, expresiones y sentidos Del kuduro em La ciudad de Salvador	Análise da cultura da cidade de Salvador (BA)	Pesquisa documental e bibliográfica
	Significaciones de o juvenil a través de la música como experiencia de ócio en dos contextos fronterizos en México	Consumo musical por jovens em diferentes contextos sociais e regionais	Pesquisa documental e bibliográfica

Quadro 2: Descrição dos temas e metodologias dos artigos pesquisados.

Em relação as palavras-chave, as únicas que são mencionadas 2 vezes são “classes” e “juventudes”. As demais são mencionadas somente uma vez, sendo elas: álbum aplicativo; álbum de música; Biophilia; Björk; indústria fonográfica; música eletrônica; favela; conflitos sociais; cultura; ordem urbana; polícia; cumbia; música popular; gêneros; consumo utópico; autenticidade; comunidades virtuais; rock clássico; desmaterialização da música; produção fonográfica independente; Teresina; culturas juvenis; música portuguesa; música punk rock; música rock; sociologia da música; rádio; samba; interações; etnografia; economia brasileira; estabilização monetária; padrão de consumo; bens culturais; públicos; crítica de arte; música; trivialidade; consumo musical; evolução tecnológica; globalização; música e identidade; sociologia da música; cultura pop; música pop; significados; estudos culturais; música de celebração; kuduro; estilo de vida; diáspora; jovens; experiências de lazer; e música;



Figura 1 – Nuvem de palavras-chaves das obras estudadas.

O Quadro 3 têm como objetivo compilar os dados das obras estudadas, para facilitar a captura das informações.

“CONSUMO” AND “MÚSICA”				
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS				
TÍTULO	AUTOR	ANO	REVISTA	PALAVRAS-CHAVE
AGORA ABAIXE O SOM: UPPS, ordem e música na cidade do Rio de Janeiro	SILVA, Luciane Soares da	2014	**Caderno CRH**	Favela; Conflitos sociais; Cultura; Ordem urbana; Polícia;
"Las manos de todos los negros, arriba": Género, etnia y claseenlacumbia argentina	ALABARCES, Pablo; SILBA, Malvina	2014	**Cultura y Representaciones Sociales**	Cumbia; música popular; classe; gênero;
Autencidade e consumo de rock clássico: Uma netnografia no Facebook.	HENRIQUES, Flávio Medeiros; PEREIRA, Severino Joaquim Nunes	2018	**REAd - Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**	Consumo Utópico; Autenticidade; Comunidades Virtuais; Rock Clássico;
Desmaterialização da Música e a Produção Fonográfica do Rock Independente de Teresina no Século XXI	ALVES, Thiago Meneses	2016	**CIDADES, Comunidades e Territórios**	Desmaterialização da Música, Produção Fonográfica Independente, Teresina;

Estigma, experimentação e risco: A questão do álcool e das drogas na cena punk	GUERRA, Paula; MOREIRA, Tânia; SILVA, Augusto Santos	2016	**Revista Crítica de Ciências Sociais**	Culturas juvenis; música portuguesa; música punk;
Interações no rádio musical expandido: um aporte etnográfico	KISCHINHEVSKY, Marcelo; BENZECRY	2014	**Galáxia (São Paulo)**	Rádio; samba; interações; etnografia;
Mudanças no consumo de bens culturais no Brasil após a estabilização da moeda	EARP, Fábio de Sá; PAULANI, Leda Maria	2014	**Nova economia**	economia brasileira; estabilização monetária; padrão de consumo; bens culturais;
Producción, difusión y consumo musical versus fenómeno de latrivialidad y vulgaridadenla música cubana	LOPEZ JIMENEZ, Luz Esther; ALVAREZ CUELLAR, Yaskil Moisés; VERDECIA MARIN, Marlen	2015	**Universidad y Sociedad**	Política cultural; indústrias culturais; público; crítica de arte; música; trivialidade;
¿El declive del significado social de la música?	AMO, IonAndonidel; LETAMENDIA, Arkaitz; DIAUX, Jason	2016	**Revista Crítica de Ciências Sociais**	Globalização; música e identidade; consumo musical; Sociologia da música; evolução tecnológica;
Pop Atmosférico: Sobre Marshall McLuhan y la estética contemporánea	MAYORA, Román Eduardo	2015	**Trama comun**	Cultura Pop; Musica pop; Meios; Estudos Culturais;
Novas configurações do álbum de música na cultura digital: O caso do aplicativo Biophilia	WALTENBERG, Lucas	2016	**Revista Crítica de Ciências Sociais**	álbum aplicativo; álbum de música; Biophilia;Björk; indústria fonográfica; música eletrônica;
Música de fiesta, expresiones y sentidos delkuduroenlaciudad de Salvador	MARCON, Frank; SANTOS, Ely Daisy de Jesus	2017	**Revista Última Década**	música partidária; Kuduro: estilo de vida; Juventude; Diáspora;
Significaciones de lo juvenil a través de la música como experiencia de ócio	TIPA, Juris; VIERA, Merarit	2016	**Pueblos y Fronteras Digital**	jovens; Juventude; Experiência de lazer; Música;

en dos contextos fronterizos en México				

Quadro 3: Título, autores, ano, revista e palavras-chaves.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a realização da pesquisa foram utilizados 13 artigos encontrados na plataforma *Scielo*. Os resultados foram obtidos a partir da busca pelos termos “consumo” e “música”. Foram analisados artigos na área das Ciências Sociais Aplicadas entre os anos de 2014 a 2019.

Desde as primeiras tribos, o uso de batuques e instrumentos feitos com madeira e outros materiais, eram importantes para as celebrações à deuses e à eventos desses grupos, como uniões entre integrantes, nascimentos e falecimentos. Com o passar dos séculos, outros instrumentos foram inventados, todos visando a celebração e união de grupos sociais. Tudo começou com os grandes concertos e após a criação de bandas, divididas em diversos gêneros, buscando atender grupos específicos da comunidade, podendo citar também o corte nas classes sociais, e os segmentos musicais que consomem.

Nos anos 50, com o surgimento do rock, os jovens passaram a frequentar bares e eventos musicais em busca de socialização. Nesses eventos também circulavam drogas lícitas e ilícitas, que potencializavam a quantidade de jovens nesse consumo. Já nos anos 80, em busca da popularização da música, surgiu Madonna, com uma imagem intimista que influenciava as mulheres a lutar por seus direitos e assumir seus lugares na sociedade (MAYORÁ, 2015). A partir deste momento subgêneros foram aparecendo, captando seu público em diversos locais na sociedade, alterando sua forma de agir e pensar, influenciando movimentos sociais e a socialização entre indivíduos, agindo diretamente no comportamento humano.

A revisão bibliométrica permitiu a análise do consumo de música conforme os pensamentos e necessidades de cada época. Observou-se que a mídia investe em marketing para fomentar esse consumo, a chamada Indústria Cultural, apontada por pensadores como trivial e vulgar (LOPEZ JIMENEZ; ALVAREZ CUELLAR, VERDECIA MARIN, 2015), e com crescente declínio na sua qualidade e significado social (AMO, LETAMENDIA, DIAUX, 2016).

Hoje podemos assistir as novas tendências para o futuro da Indústria Musical, onde artistas, que vieram perdendo espaço nas prateleiras (ALVES, 2016), passaram a divulgar e

distribuir suas obras a partir de aplicativos, como *Spotify* (MOSCHETTA e VIEIRA, 2018). A cantora Björk, por exemplo, lançou o álbum-aplicativo *Biophilia* em 2011, onde o usuário poderia interagir com as canções, visualizando um encarte virtual (WALTENBERG, 2016). Essas tendências provam que os artistas e empresários do segmento devem estar atentos e propor mudanças na produção e distribuição dos seus produtos, para manter o consumo de seu público.

A música é uma forma de diversão e fuga da realidade, mas também é um segmento de mercado em expansão. Nesse mercado, os consumidores devem ser constantemente instigados ao consumo, por meio das letras e batidas, para se tornarem potenciais clientes de outros segmentos e ideais. Com base no referencial estudado, pode-se concluir que o consumo musical influencia diretamente no comportamento humano. Com base no referencial apresentado, podemos concluir que a música e seu consumo podem ser analisados em diferentes espaços e culturas, estando presente desde os anos iniciais de uma pessoa até o seu envelhecimento.

Essa forma de consumo, também, não está limitada as mais altas classes sociais. Nos anos 50, por exemplo, como visto na obra "Atmosfera POP: Marshall McLuhan e a estética contemporânea" (MAYORÁ, 2015), a música foi consumida desde os espaços mais sofisticados até as comunidades mais humildes, em todo o mundo. Além de produto de lazer, a música buscou auxiliar a sociedade em seus problemas políticos, econômicos, educacionais e éticos, participando ativamente em movimentos sociais, críticas ao governo, publicidade de marcas e também no meio acadêmico e profissional.

Sugere-se pesquisas de como as preferências musicais e midiáticas influenciam o desenvolvimento intelectual e físico das crianças e adolescentes, assim como a limitação cultural que esses jovens são submetidos. Aproveitando o tema, pode-se também investigar o papel cultural desempenhado pelas famílias de diferentes classes sociais, e como isso impacta no favorecimento acadêmico/profissiona.

Sugere-se também uma releitura de obras musicais a favor ou contra movimentos sociais em épocas distintas, e como os artistas e produtores das mesmas foram recebidos pela sociedade e pelo governo. Outra sugestão que possuiria grande relevância é a análise das obras musicais destinadas ao público LGBTQ+, e como elas foram abordadas por diferentes públicos. Por fim, sugere-se a pesquisa e análise dos fatores que influenciam um jovem a abandonar a cultura proposta por seu núcleo familiar e passar a consumir outras fontes de cultura.

REFERÊNCIAS

ALABARCES, Pablo; SILBA, Malvina. "Las manos de todos los negros, arriba": Género, etnia y claseenlacumbia argentina. **Cultura representaciones sociales**, México, v. 8, n. 16, p. 52-74, março 2014. Disponível em<http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102014000100003&lng=es&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

ALVES, Thiago Meneses. Desmaterialização da Música e a Produção Fonográfica do *Rock* Independente de Teresina no Século XXI. **Cidades, Comunidades e Territórios**, Brasil, v. 3, n. 32, p. 132-145, junho 2016.
Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-30302016000100010&lang=pt>. Acessado em 03 de junho de 2019.

ALVIM, Bruno Canongia Baeta; STREHLAU, Suzane; KIRSCHBAUM, Charles. Downloads legais versus ilegais: como aumentar a legalidade no consumo de música? **REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre)**, Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 330-350, Aug. 2013. Disponível em<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112013000200003&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

AMO, Ion Andonidel; LETAMENDIA, Arkaitz; DIAUX, Jason. ¿El declive del significado social de lamúsica? **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, n. 109, p. 11-32, maio 2016. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-74352016000100002&lng=pt&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

CUNDIFF, E. W.; STILL, R. R. & GOVONI, N. A. P. Marketing Básico. São Paulo: Editora Atlas, 1977.

EARP, Fábio de Sá; PAULANI, Leda Maria. Mudanças no consumo de bens culturais no Brasil após a estabilização da moeda. **Nova econ.**, Belo Horizonte, v. 24, n. 3, p. 469-490, Dec. 2014. Disponível em<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-63512014000300469&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

GUERRA, Paula. UMA CIDADE ENTRE SONHOS DE NÉON. ENCONTROS, TRANSAÇÕES E FRUIÇÕES COM AS CULTURAS MUSICAIS URBANAS CONTEMPORÂNEAS. **Sociol. Antropol.**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p. 375-400, Aug. 2018. Disponível em<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2238-38752018000200375&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

GUERRA, Paula; MOREIRA, Tânia; SILVA, Augusto Santos. Estigma, experimentação e risco: A questão do álcool e das drogas na cena punk. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, n. 109, p. 33-62, maio 2016. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-74352016000100003&lng=pt&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

HENRIQUES, Flávio Medeiros; PEREIRA, Severino Joaquim Nunes. AUTENTICIDADE E CONSUMO DE ROCK CLÁSSICO: UMA NETNOGRAFIA NO FACEBOOK. **REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre)**, Porto Alegre, v. 24, n. 1, p. 1-29, Apr. 2018. Disponível

em<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112018000100001&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

HIRSCHMAN, E. C. Predictors of self-projection: fantasy fulfillment and escapism. Journal of Social Psychology, Brighton, v. 120, n. 1, p. 63-76, 1983.

HOLBROOK, M. B. Introduction to consumer value. In: HOLBROOK, M.B. (ed.), Consumer value: A framework for analysis and research, p. 1-28. Londres: Routledge, 1999.

JUNGBLUT, Airton Luiz. A salvação pelo Rock: sobre a "cena underground" dos jovens evangélicos no Brasil. **Relig. soc.**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 2, p. 144-162, Dec. 2007. Disponível em<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-85872007000200007&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; BENZECRY, Lena. Interações no rádio musical expandido: um aporte etnográfico. **Galáxia (São Paulo)**, São Paulo, v. 14, n. 28, p. 184-198, Dec. 2014. Disponível em<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-25532014000200016&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

LIBERALI, J. F. de M. Consumo de experiência: Um estudo junto aos clientes de cinema de Shopping Centers de Porto Alegre. Dissertação (Mestrado em Administração) - PPGA. UFRGS. Porto Alegre, 2000.

LOPEZ JIMENEZ, Luz Esther; ALVAREZ CUELLAR, Yaskil Moisés; VERDECIA MARIN, Marlen. Producción, difusión y consumo musical versus fenómeno de latrivialidad y vulgaridadenla música cubana. **Universidad y Sociedad**, Cienfuegos, v. 7, n. 3, p. 95-99, dic. 2015. Disponível em<http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000300014&lng=es&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

MARCON, Frank; SANTOS, Ely Daisy de Jesus. Música de fiesta, expresiones y sentidos Del kuduro em La ciudad de Salvador. **Ultimadécad.**, Santiago, v. 25, n. 47, p. 222-242, dic. 2017. Disponível em <https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362017000200222&lng=es&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

MAYORA, Román Eduardo. Pop Atmosférico: Sobre Marshall McLuhan y la estética contemporánea. **Trama comun.**, Rosario, v. 19, n. 2, p. 331-345, dic. 2015. Disponível em<http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282015000200008&lng=es&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

McCRACKEN, Grant. Cultura e Consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **RAE – Clássicos**, Boston, MA, v. 47, n. 1, p. 99-115, Mar. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v47n1/a14v47n1.pdf>. Acessado em 11 de julho de 2019.

NETO, Manoel J. de Souza. A música como produto do capitalismo. **Cultura e Mercado**. Setembro de 2014. Disponível em: <https://www.culturaemercado.com.br/site/a-musica-como-produto-do-capitalismo/>. Acessado em 11 de julho de 2019.

PEÑALOZA, Veronica; SANTOS, Izabelle Q.; GORDIANO, Ellen C. S. Consumo Hedônico, Consumo Utilitário e Conduta Financeira: Uma Aplicação no Beco da Poeira. XIV SemeAd. Outubro de 2011. Disponível em <http://sistema.semead.com.br/14semead/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=875> Acessado em 19 de junho de 2019.

SILVA, Herom Vargas; Consumo musical e a construção de identidades. **Jornal Brasileiro de Ciência da Comunicação**, São Bernardo do Campo, SP, Nov. 2016. Disponível em: <http://portal.metodista.br/unesco/jbcc/noticias-jbcc/consumo-musical-e-a-construcao-de-identidades> . Acessado em 11 de julho de 2019.

SILVA, Luciane Soares da. Agora abaixe o som: UPPS, ordem e música na cidade do Rio de Janeiro. **Cad. CRH**, Salvador, v.27, n.70, p. 165-179, Abr. 2014. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792014000100012&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

SUBTIL, Maria José Dozza. Músicas, mídias e escola: relações e contradições evidenciadas por crianças e adolescentes. **Educ. rev.**, Curitiba, n. 40, p. 177-194, Junho 2011. Disponível em<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40602011000200012&lng=en&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

TIPA, Juris; VIERA, Merarit. Significaciones de lo juvenil a través de la música como experiencia de ocioen dos contextos fronterizosen México. **Rev. pueblos front. digit.**, San Cristóbal de Las Casas , v. 11, n. 22, p. 43-67, dic. 2016. Disponível em<http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-41152016000200043&lng=es&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.

WALTENBERG, Lucas. Novas configurações do álbum de música na cultura digital: O caso do aplicativo Biophilia. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, n. 109, p. 185-202, maio de 2016. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-74352016000100009&lng=pt&nrm=iso>. Acessado em 03 de junho de 2019.