

De quem é essa música? Influência social nas atitudes perante avaliações artísticas

Diogo Araújo DeSousa

Othon Cardoso de Melo Neto

Roberta Camara Rocha Menezes

Universidade Federal de Sergipe – Aracaju, SE – Brasil

Resumo

Este estudo analisou a forma como as pessoas percebem e avaliam uma letra de música quando sua composição é atribuída a um cantor e compositor de renome nacional, regional ou desconhecido, assim como quando ela é atribuída a um homem ou uma mulher. Uma amostra de 168 indivíduos com nível superior completo (84 homens, 84 mulheres) relatou suas atitudes perante letras de músicas fictícias atribuídas a diferentes cantores, avaliando-a em escalas relativas ao quanto gostaram da letra, quão bem escrita a consideraram e quão interessados estariam em ouvi-la. Resultados apontam que, quando associada a cantores nacionais, a letra da música é mais bem avaliada que quando associada a cantores regionais e cantores desconhecidos, respectivamente. O sexo do cantor não influenciou nos julgamentos. Esses resultados são discutidos à luz de alguns modelos de atitude e influência social.

Palavras-chave: Influência social, Música, Atitude, Autoria, Avaliação artística.

Who wrote this song? Social influence on attitudes concerning artistic evaluations

Abstract

This study examined people's reaction on the evaluation of song lyrics when they are led to believe the lyrics were written either by a national, regional or unknown singer and composer, as well as when the lyrics are associated to a male or female singer. 168 people with college degrees (84 male, 84 female) were asked to describe their attitudes towards fictitious lyrics in terms of how much they liked it, how well-written they judged it, and how interested they would be in listening to it. Results indicate that lyrics associated to national singers were more favorably evaluated than lyrics associated to regional singers and unknown singers, respectively. The singer's gender did not influence the judgments. These results are discussed in terms of some attitude and social influence models.

Keywords: Social influence, Music, Attitude, Authors, Artistic evaluation.

Introdução

Considere a seguinte situação, leitor: certo dia, ao ouvir o rádio tocando, você descobre que uma de suas canções preferidas, daquele artista famoso cujas músicas todos adoram, foi composta e lançada pela primeira vez por um cantor do qual você nunca ouviu falar. É a descoberta de que a sua música favorita é, na verdade, apenas uma versão cantada por um famoso de uma música composta por um desconhecido.

Será que, depois de saber disso, você ainda gostaria da mesma forma dessa música? Talvez

sim. Mas e se você tivesse ouvido desde o princípio a versão do tal desconhecido, será que ainda assim teria notado e gostado tanto desta canção? Nossas opiniões e atitudes são moldadas somente por nossos gostos, valores e vontades? Ou será que outros fatores exercem significativa parcela de influência nessa história? Curioso com essa possibilidade? Vamos a alguns fatos.

Targino Gondim compôs “Esperando na janela” para o seu primeiro CD, em 1996. Poucos conheciam a música e talvez ainda menos pessoas a escutassem frequentemente,

até que Gilberto Gil fez sua versão para o filme *Eu, Tu, Eles*, em 2000. A música “estourou” como sucesso.

Mary Schmich escreveu “Filtro Solar”, em 1997. Talvez o texto passasse apenas como mais uma das tantas mensagens de autoajuda que circulam diariamente, não fosse o fato de Pedro Bial ter gravado uma versão desse discurso musicado, em 2003.

Fernando Mendes compôs “Você não me ensinou a te esquecer”, em 1978, música pouco conhecida e considerada brega até Caetano Veloso tornar-se intérprete de uma versão da música para o filme “Lisbela e o Prisioneiro”, em 2003.

Esses são apenas alguns exemplos do dia a dia que nos levam a questionar se o fato de uma obra artística ser associada a este ou àquele artista influencia a maneira como o público a avalia. Embora esses exemplos estejam relacionados a públicos específicos de grupos e classes diferentes no interior da sociedade, ainda assim eles podem ser vistos como indícios de que uma obra pode ser encarada como tendo melhor qualidade, ou ser mais atrativa, quando associada a um artista nacionalmente famoso que quando associada a um artista desconhecido. Qual a força da influência social sobre a preferência de determinadas músicas ou textos quando estes são atribuídos a pessoas famosas?

Pesquisas anteriores abordaram temas próximos à música, assim como outras trataram de modelos de atitude e influência social na avaliação de obras artísticas e textuais. Leme, Otta, Lima e Sampaio (1983-1998) realizaram uma pesquisa em que era pedido que estudantes de Psicologia avaliassem um texto das *Obras completas* de Sigmund Freud. A um grupo de estudantes era dada a informação de que o texto era de Freud. A outro, era dito que se tratava de um texto de Skinner. Havia ainda um terceiro grupo que não recebia qualquer informação. A avaliação era feita através de escalas bipolares. Os resultados encontrados indicaram que o efeito polarizador de Freud era muito maior que o de Skinner. A atribuição de seu nome tornava o julgamento mais favorável. Já o nome de Skinner tornava negativos alguns aspectos que eram positivos, acentuava aspectos negativos ou simplesmente não produzia efeito.

Paludi e Bauer (1983) realizaram uma replicação do estudo clássico de Goldberg (1968) acerca da avaliação de performance. Eles convidaram estudantes universitários a

avaliarem um artigo acadêmico nos campos da política, da psicologia da mulher e da educação (campos julgados como masculino, feminino e neutro, respectivamente). Ao artigo era atribuída a autoria de um homem, uma mulher ou um autor cujo primeiro nome aparecia abreviado apenas com a primeira letra. Os resultados encontrados por esses pesquisadores indicaram que os artigos eram diferentemente percebidos e avaliados de acordo com o nome do autor. Se o artigo fosse apresentado como escrito por um homem, ele era avaliado mais favoravelmente do que o mesmo artigo apresentado com outra autoria.

Colley, North e Hargreaves (2003) realizaram uma pesquisa para avaliar o viés que surgia nos julgamentos de uma música New Age quando sua composição era atribuída a um homem ou a uma mulher, e quando o nome do compositor vinha seguido ou não de uma rápida biografia. Os autores encontraram um viés antifeminino na avaliação da qualidade da música na situação em que era exposto apenas o nome do compositor. Outros resultados encontrados nesse estudo indicaram a tendência das mulheres a classificarem mais favoravelmente as músicas que os homens.

Fried (1996, 1999) realizou dois estudos para examinar a reação do público contra músicas violentas de rap nos Estados Unidos. Ele levantou a hipótese de que músicas rap recebiam mais críticas negativas que outros tipos de música, não importando o verdadeiro conteúdo das letras, talvez por sua associação com a cultura negra. Foram conduzidos dois experimentos nos quais se examinavam os efeitos do gênero da música e da raça do cantor nas reações a letras violentas. Os participantes liam uma passagem violenta de uma letra de música e eram levados a acreditar que, em uma situação, aquela era uma música rap, enquanto que, em outra, aquela era uma música *country* ou *folk*. Além disso, a música era associada certas vezes a um artista branco e outras a um artista negro. Depois disso, era pedido que os sujeitos respondessem o quão ofensiva e perigosa acreditavam ser aquela música. Os resultados deram sustento à hipótese, uma vez que as reações à música eram significativamente mais negativas quando se acreditava que aquela era uma música rap ou quando ela estava associada a um negro.

Salganik, Dodds e Watts (2006) arquitetaram um experimento para investigar o fenômeno da popularização de determinadas

obras artísticas. A justificativa básica para uma música, livro ou filme tornar-se famosa entre o público é baseada na ideia de que o produto hit tem melhor qualidade que outros. No entanto, dificilmente *experts* na área acertam ao predizer que produto será o novo sucesso. Para tentar entender esse paradoxo, Salganik et al. (2006) criaram um mercado de música artificial por meio do qual 14.341 participantes fizeram *downloads* de músicas desconhecidas em duas condições diferentes: sabendo das escolhas que participantes anteriores fizeram ou sem saber delas. À medida que se aumentava a força da influência social, aumentava também a disparidade entre as escolhas das músicas e a não previsibilidade do sucesso. O sucesso foi apenas parcialmente determinado pela qualidade da música, quer dizer, as melhores músicas raramente recebiam poucos *downloads* e as piores raramente recebiam muitos, mas quaisquer outros resultados foram possíveis.

Essas pesquisas demonstram que existem muitos fatores capazes de modificar a maneira como as pessoas percebem uma música ou outra obra artística. A autoria ou a associação do texto a diferentes artistas é um desses fatores. Ela é capaz de moldar a atitude do sujeito perante a obra avaliada.

A atitude do indivíduo é sustentada com base em valores, sentimentos, crenças e experiências diferentes que se traduzem também em comportamentos diferenciados. Jaspars (1986, citado por Lima, 1993) define atitudes da seguinte maneira:

Predisposições comportamentais adquiridas, introduzidas na análise do comportamento social para dar conta das variações de comportamento em situações aparentemente iguais. Como estados de preparação latente para agir de determinada forma, as atitudes representam os resíduos da experiência passada, que orientam, enviesam ou de qualquer outro modo influenciam o comportamento.

Segundo Fazio (1986, 1989, 1995, citado por Lima, 1993), as atitudes se expressam por meio de um julgamento avaliativo que pode ter três características, quais sejam, sua direção (favorável ou desfavorável), sua intensidade (posições extremadas ou fracas) e sua acessibilidade (chance de ativação automática memória quando nos encontramos com o objetivo de atitude).

Lima (1993) afirma que há uma separação de modalidades de respostas avaliativas que

correspondem a três diferentes formas de expressão das atitudes. A primeira delas é a cognitiva, que se refere a comportamentos, ideias, opiniões e crenças que ligam o objeto de atitude aos seus atributos ou consequências e que exprimem uma avaliação mais ou menos favorável. A segunda é a resposta avaliativa, que se refere às emoções e sentimentos provocados pelo objeto de atitude. A última é a resposta avaliativa comportamental, que se refere aos comportamentos ou às intenções comportamentais em que as atitudes podem se manifestar.

Como explica Aronson, Wilson e Arket (2002), nossas atitudes mudam frequentemente como reação a influências sociais. A influência social é o processo pelo qual os comportamentos ou pensamentos de um indivíduo são alterados como consequência da ação de outros indivíduos. Um dos processos de influência social de maior impacto na história da Psicologia Social, segundo Myers (2000), é o conformismo social. O conformismo é um dos processos de influência social que tem expressão implícita e que pressupõe uma norma gerada em grupo. Diz respeito ao sujeito ou grupo se submeter e aceitar a norma do outro sujeito ou grupo. Neste processo, a minoria vai submeter-se à norma proveniente da maioria.

Hovland e Weiss (1952) realizaram um estudo clássico acerca da mudança de atitude provocada pela influência social. Os participantes do estudo eram remunerados para ler um artigo de jornal em que se defendia a construção de submarinos nucleares ora atribuídos a um prestigiado físico americano, ora a um jornal pouco credível. Os resultados obtidos numa medição da atitude acerca da energia nuclear mostraram que os textos atribuídos a uma fonte pouco credível tendiam a ser vistos como mais enviesados dos que os que eram atribuídos a fontes credíveis, cujo texto leva uma maior mudança de opinião, mas que, no entanto, não durava mais do que algumas semanas.

Leme et al. (1983-1998) nos contam que de há muito a Psicologia vem demonstrando que nossas percepções são influenciadas não só pelos estímulos que atingem nossos sentidos, mas por uma série de outros fatores, tanto contextuais como pessoais, entre estes nossas expectativas. Portanto, as expectativas referentes a cantores famosos ou desconhecidos, por exemplo, podem influenciar

nossas percepções e atitudes em relação a uma música.

DeSousa, Sousa, Menezes e Melo Neto (2009) testaram essa conclusão. Eles estudaram a possível influência social na avaliação de obras artísticas entre alunos de graduação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). A pesquisa consistia em associar obras musicais fictícias a variados artistas divididos por esferas de sua fama (nacional, regional e desconhecida) e então solicitar aos sujeitos do experimento que avaliassem a letra da música em termos de suas atitudes perante elas. A hipótese do estudo era a de que letras de músicas associadas a cantores nacionalmente famosos seriam mais bem avaliadas que letras associadas a cantores regionais e desconhecidos, respectivamente.

DeSousa et al. (2009) encontraram resultados curiosos, que corroboraram a hipótese de que o nome do suposto artista da música surtia influência nas atitudes dos sujeitos, no entanto, em uma ordem diferente da hipotetizada. Cantores regionais foram mais bem avaliados que cantores nacionais e desconhecidos, respectivamente. Os autores levantaram uma possível explicação para esse fenômeno, levando em consideração o sentimento de bairrismo fortemente presente no ambiente acadêmico, que poderia ter justificado as melhores atitudes do público universitário federal a artistas regionalmente renomados.

Com referência nos conceitos, ideias e pesquisas citados, foi elaborado um novo experimento, tomando por base o estudo anteriormente descrito de DeSousa et al. (2009). O presente experimento objetiva investigar se a atribuição da letra de uma música a cantores famosos nacional ou regionalmente e a cantores desconhecidos surte influência na atitude daqueles que a leem. No entanto, a amostra deste estudo foca não mais universitários, e sim indivíduos com nível superior completo, distantes da realidade acadêmica das universidades federais, supondo-se dessa forma abrandar o efeito de bairrismo questionado na pesquisa anterior.

A variável dependente analisada foi a atitude do sujeito perante a música, avaliada em suas três dimensões descritas por Lima (1993). Para a dimensão avaliativa, a variável dizia respeito ao quanto o sujeito gostou da letra. Para a dimensão cognitiva, ao quão bem escrita ela era considerada. Por fim, para a dimensão avaliativa comportamental, ao quanto o sujeito

estaria disposto a ouvir a música representada pela letra.

Os objetivos específicos da pesquisa são (1) identificar se a associação da letra da música a diferentes cantores tem efeito sobre o quanto o sujeito gosta da composição, (2) identificar se a associação da letra a diferentes cantores tem efeito sobre como o sujeito avalia a composição quanto a sua elaboração e (3) identificar se a associação da letra a diferentes cantores tem efeito sobre a pré-disposição que o sujeito demonstra para ouvir a música, além de (4) avaliar a relevância de outras variáveis quanto a suas influências sobre a avaliação de composições de letras de música.

Para a realização do experimento, levantou-se a hipótese de que as pessoas tenderiam a gostar mais, avaliar como mais bem elaborada e estar mais dispostas a ouvir letras associadas a cantores nacionais primeiramente, seguidos de cantores regionais e, por fim, desconhecidos. Isto é, para as três dimensões da atitude do indivíduo, era esperado que os sujeitos se mostrassem mais favoráveis, respectivamente, às letras associadas a cantores nacionalmente reconhecidos, intérpretes regionalmente famosos e nomes de artistas desconhecidos.

Método

Participantes

A pesquisa contou com a participação de 168 sujeitos moradores da cidade de Aracaju, com grau de escolaridade de ensino superior concluído. Dos que especificaram suas formações, a maioria foi composta por pessoas formadas em cursos da área de ciências humanas (51,4%), seguidos dos formados em cursos da área de ciências exatas (25,2%), da área de ciências da saúde (22,4%) e da área de ciências sociais (0,9%). Os participantes foram divididos igualmente em função do sexo, e as idades variaram de 20 a 63 anos, com média de 34,28 anos (DP=10,8 anos).

Delineamento

A fim de levantar as informações necessárias para o estudo e estabelecer as relações propostas, realizou-se uma pesquisa empírica com delineamento experimental. Antes de iniciar a coleta de dados, foi realizado um pré-teste nos moldes de análise semântica com três sujeitos de nível superior completo.

No grupo experimental, o desenho fatorial da pesquisa seguiu o formato 2 (sexo do sujeito) x 2 (sexo do suposto cantor e compositor) x 3 (área de reconhecimento do cantor – nacional, regional ou desconhecida) x 2 (temática da letra da música – relacionamento amoroso ou nonsense). Para o grupo controle, o desenho seguiu o formato 2 (sexo do sujeito) x 2 (temática da letra da música – relacionamento amoroso ou nonsense). Cada um dos blocos fatoriais foi composto por seis participantes, totalizando a amostra de 168 sujeitos.

A variável dependente do experimento foi a atitude do sujeito perante a música, avaliada em suas três dimensões. Para a dimensão avaliativa, a variável dizia respeito a quanto o sujeito gostou da letra. Para a dimensão cognitiva, o quão bem escrita ela era considerada. Por fim, para a dimensão avaliativa comportamental, o quanto o sujeito estaria disposto a ouvir a música representada pela letra.

Procedimentos

O método para o recrutamento de participantes foi a amostragem por conveniência aleatória, respeitando o perfil de nível de escolaridade superior completo e mantendo o controle do desenho estatístico segundo o delineamento da pesquisa para as seguintes variáveis: gênero do sujeito, gênero do artista, área de reconhecimento do artista e temática da letra da música; considerando ainda a aplicação controle.

Os questionários autoaplicados eram respondidos individualmente pelos participantes. O sujeito era convidado a participar da pesquisa, após a confirmação do seu nível de escolaridade. Era dito apenas que se tratava de um estudo acerca de música e preferências musicais, ocultando o objetivo final da pesquisa até o término do questionário. Caso aceitasse participar, o sujeito recebia o questionário, uma caneta e as instruções da pesquisa, ressaltando-se que não havia respostas corretas ou erradas, que o importante para o estudo eram suas opiniões e que não era necessário identificar seu nome. O questionário a ser entregue ao participante era escolhido randomicamente, seguindo os limites do desenho fatorial do experimento previamente estabelecido.

Após concluir o questionário, o participante recebia um termo de consentimento informado com os contatos dos

condutores da pesquisa e, neste momento, era esclarecido acerca do real objetivo desta. Após a entrega do termo, explicava-se ao sujeito que, caso assim desejasse, poderia solicitar que seus dados não integrassem o banco de dados da pesquisa. Se fosse esse o caso, o questionário era descartado. Os participantes estavam assegurados eticamente pelas diretrizes da Resolução 196/96 do Conselho Nacional de Saúde.

Os dados obtidos foram submetidos a análises com o auxílio do *software* Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Os resultados encontrados serão descritos em seção específica.

Instrumento

O instrumento utilizado neste estudo foi baseado no instrumental desenvolvido por DeSousa et al. (2009). Os questionários dividiam-se em dois tipos em função da temática da letra de música apresentada, e em sete tipos em função do suposto cantor e compositor da letra, contabilizados os questionários-controle, que não possuíam nenhum nome de cantor associado à letra. Dessa forma, cada um dos catorze tipos de questionários foi aplicado em um grupo de doze sujeitos (seis homens e seis mulheres), para composição da amostra.

As temáticas das duas letras fictícias variavam entre relacionamento amoroso e nonsense. À letra da música presente no questionário, variava-se a atribuição da autoria entre Lulu Santos, Marisa Monte, Chico Queiroga, Patrícia Polayne, Carlos Souza e Carla Souza, ou, no caso controle, não havia autoria atribuída. Além de estarem divididos igualmente em função do sexo, os supostos cantores e compositores da letra se dividiam em função da sua área de reconhecimento. Lulu Santos e Marisa Monte representavam cantores reconhecidos nacionalmente, aqui no Brasil; Chico Queiroga e Patrícia Polayne representavam cantores reconhecidos regionalmente, no Estado de Sergipe; e Carlos Souza e Carla Souza foram nomes fictícios criados para a representação de cantores desconhecidos. A escolha desses nomes foi submetida ao pré-teste realizado.

O questionário se subdividia em três partes. A primeira, cujo cabeçalho pedia que o participante pensasse um pouco sobre música, era composta por cinco perguntas gerais que questionavam acerca dos seus gostos, do que

lhe chamava mais atenção em uma música e se ele se considerava bom conhecedor de letras de música. Essa parte era igual para todos os catorze tipos de questionários e tinha por objetivo fazer com que o sujeito se acostumasse à temática de letras de música antes de passar para a condição experimental.

A segunda parte continha uma letra de música fictícia, criada pelos próprios pesquisadores, a qual era atribuída a um dos cantores mencionados (exceto nos questionários da situação controle), para que o sujeito a lesse e em seguida respondesse uma série de perguntas relacionadas a essa obra para mensurar o quanto ele havia gostado da letra, como a avaliava quanto à sua composição e qual sua disposição para ouvi-la. As respostas a essas perguntas eram dadas por meio de escalas tipo Likert de cinco pontos, que iam de gostei muito a não gostei, muito bem escrita a muito mal escrita, e gostaria muito a não gostaria, respectivamente.

Nessa segunda parte, ainda estavam presentes perguntas que serviam de controle a determinadas variáveis, como o fato do sujeito não conhecer o cantor que, segundo as hipóteses, tinha reconhecimento nacional ou regional, ou não gostar das suas músicas, o que poderia ter influência nas suas respostas.

A terceira e última parte do questionário coletava alguns dados sociodemográficos do participante, a saber, idade, sexo e formação do sujeito (ver anexos 1 e 2 para dois exemplos de questionário).

Materiais

Foram utilizados questionários em papel, canetas e pranchetas.

Resultados

Primeiramente, analisamos aspectos gerais das respostas dadas pelos participantes da pesquisa. 57,5% dos sujeitos afirmaram gostar muito de ouvir música, 35,9% afirmaram gostar de ouvir música, 4,2% afirmaram gostar um pouco e os 2,4% restantes afirmaram não gostar muito. Nenhum participante disse não gostar de ouvir música.

Quando questionados sobre qual seu foco de atenção ao ouvir uma música, 16,8% dos participantes afirmaram que costumam prestar mais atenção na letra, 20,4% disseram prestar mais atenção à melodia e os outros 62,8%

alegaram prestar igual atenção aos dois. Ao relacionar o sexo do sujeito ao seu foco de apreciação musical, embora homens e mulheres, no geral, costumem prestar igual atenção à letra e à melodia, a análise mostrou que houve uma tendência entre os homens para maior apreciação à melodia enquanto que as mulheres apresentaram relativa tendência a apreciar mais a letra (Tabela 1). Entretanto, essa tendência não se mostrou estatisticamente significativa ($X^2=3,25$; $gl=2$; $p=0,197$).

Em sua maioria (61,3%), os participantes afirmaram não serem bons conhecedores de letras de música. Mas quando questionado se o sujeito conhecia a letra de música apresentada no questionário, as respostas variaram em função da área de reconhecimento do suposto cantor e compositor. Houve uma diferença significativa entre as respostas daqueles que liam a letra com o nome de um artista nacionalmente conhecido e as respostas daqueles que a liam com o nome de um artista desconhecido ou na situação controle ($X^2=7,79$; $gl=3$; $p=0,05$). As pessoas que liam a letra associada ao nome de Lulu Santos ou Marisa Monte tenderam a responder mais que conheciam a música do que aqueles que a leram com o nome de Carlos Souza ou Carla Souza, ou aqueles que a leram sem qualquer nome de cantor associado.

Foram comparados também os sentimentos que os participantes disseram experimentar em função da área de reconhecimento do suposto cantor e da temática da letra (Tabela 2). Houve diferença significativa para os relatos de sentimento de amor ($X^2=37,01$; $gl=1$; $p<0,001$), de indiferença ($X^2=8,71$; $gl=1$; $p=0,003$) e de tédio ($X^2=5,74$; $gl=1$; $p=0,017$) entre aqueles que leram a letra com temática de relacionamento e os que leram a letra *nonsense*. Os sujeitos na temática de relacionamento citaram o sentimento de amor com maior frequência que aqueles da temática *nonsense*, enquanto que o inverso ocorreu para os sentimentos de indiferença e de tédio. Também houve diferença quanto ao sentimento tédio entre os que leram a letra com artista nacional ou regional e o grupo com artista desconhecido ($X^2=13,15$; $gl=3$; $p=0,004$). O grupo com artista desconhecido citou o sentimento tédio com maior frequência (16,7%) que os grupos com artista nacional (2,1%) ou regional (0%).

Tabela 1: Frequência de respostas do foco de atenção em função do sexo do sujeito.

Quando ouve uma música, você costuma:	Sexo do Sujeito	
	Masculino	Feminino
Prestar mais atenção na letra	13,3%	20,2%
Prestar mais atenção na melodia	25,3%	15,5%
Prestar igual atenção nos dois	61,4%	64,3%
Total	100% 84	100% 84

Tabela 2: Sentimentos trazidos pela letra da música em função da área de reconhecimento do cantor e da temática da letra.

Sentimento	Área de reconhecimento do cantor			Temática da letra		
	Nacional	Regional	Desconhecido	Controle	Relacionamento	Nonsense
Amor	31,3%	37,5%	25%	41,7%	54,8%	10,7%
Felicidade	12,5%	8,3%	12,5%	12,5%	13,1%	9,5%
Indiferença	27,1%	20,8%	16,7%	29,2%	13,1%	32,1%
Tristeza	10,%	10,4%	12,5%	4,2%	9,5%	10,7%
Tédio	2,1%	0%	16,7%	12,5%	2,4%	11,9%
Total	48	48	48	24	84	84

O sexo do suposto cantor e compositor da música não demonstrou influência significativa sobre as variáveis analisadas acerca do julgamento e da atitude do sujeito em relação à composição. Portanto, serão relatados apenas os resultados obtidos com as análises das demais variáveis, a saber, área de reconhecimento do artista, sexo do participante e temática da letra.

Foi encontrado um efeito estatisticamente significativo da variável área de reconhecimento sobre o quanto o sujeito gostou da letra (dimensão avaliativa da atitude), $F(3,168)=18,59$; $p<0,001$. Os participantes apresentaram maior tendência a gostar da composição quando sua autoria foi atribuída a um cantor nacional ($M=3,83$) do que quando foi atribuída a um cantor desconhecido ($M=2,29$), enquanto que os cantores regionais ($3,40$) e o grupo controle ($3,12$) demonstraram apreciação mediana.

Houve também efeito estatisticamente significativo da variável temática da letra sobre o mesmo quesito, o quanto o sujeito gostou da letra, $F(1,168)=7,16$; $p=0,008$. Os participantes tenderam a gostar mais da letra com temática de relacionamento amoroso ($M=3,39$) que da letra com temática *nonsense* ($M=2,94$).

Entretanto, não houve efeito significativo da variável sexo do participante sobre o quanto o participante gostou da letra, $F(1,168)=1,41$;

$p=0,235$. A Tabela 3 traz um resumo das médias do quanto o participante gostou da letra em função dessas variáveis.

Quanto à dimensão cognitiva da atitude, a área de reconhecimento do suposto cantor demonstrou influência significativa sobre a avaliação em bem ou mal escrita que o sujeito fez da letra ($F(3,168)=17,08$; $p<0,001$). Os participantes apresentaram maior tendência a avaliar a música como bem escrita quando sua autoria foi atribuída a um cantor nacional ($M=3,98$) ou a um cantor regional ($M=3,67$) do que quando foi atribuída a um cantor desconhecido ($M=2,71$). O grupo controle demonstrou avaliação mediana ($M=3,42$).

Já as outras duas variáveis – sexo do participante e temática da letra – não demonstraram efeito significativo sobre essa dimensão (respectivamente, $F(1,168)=0,25$; $p=0,62$; e $F(1,168)=1,14$; $p=0,29$).

Por fim, em se tratando da dimensão avaliativa comportamental, o sexo do participante demonstrou influência estatisticamente significativa sobre o quanto se estaria disposto a ouvir a música ($F(1,168)=8,74$; $p=0,004$). As mulheres responderam que gostariam mais de ouvir a música do que os homens ($M=3,73$ x $M=3,24$). A temática da letra também demonstrou influência significativa sobre essa dimensão ($F(1,168)=9,44$; $p=0,003$). As pessoas

responderam que gostariam mais de ouvir a música para a temática de relacionamento ($M=3,76$) que para a temática *nonsense* ($M=3,20$). Não foi encontrado efeito significativo da área de reconhecimento do suposto cantor sobre o quanto o participante gostaria de ouvir a música ($F(3,168)=0,71$; $p=0,548$). A Tabela 4 apresenta os dados comparativos relacionados a essa dimensão.

Foi qualificada, ainda, uma interação dupla significativa entre a variável área de reconhecimento do artista e a variável sexo do respondente no tocante à dimensão avaliativa comportamental, isto é, o quanto o participante gostaria de ouvir à música ($F(3,168)=3,01$; $p=0,032$). A Figura 1 expressa essa interação entre as duas variáveis.

Tabela 3: Possíveis fatores de influência para o quanto o participante gostou da letra.

Fator de Influência		Médias do quanto gostou da letra
Área de reconhecimento	Nacional	3,83
	Regional	3,40
	Desconhecido	2,29
	Controle	3,12
Sexo do sujeito	Masculino	3,09
	Feminino	3,24
Temática	Relacionamento	3,39
	<i>Nonsense</i>	2,94

Tabela 4: Possíveis fatores de influência para o quanto o participante gostaria de ouvir a música.

Fator de Influência		Médias do quanto gostaria de ouvir
Área de reconhecimento	Nacional	3,62
	Regional	3,46
	Desconhecido	3,31
	Controle	3,58
Sexo do sujeito	Masculino	3,24
	Feminino	3,73
Temática	Relacionamento	3,76
	<i>Nonsense</i>	3,20

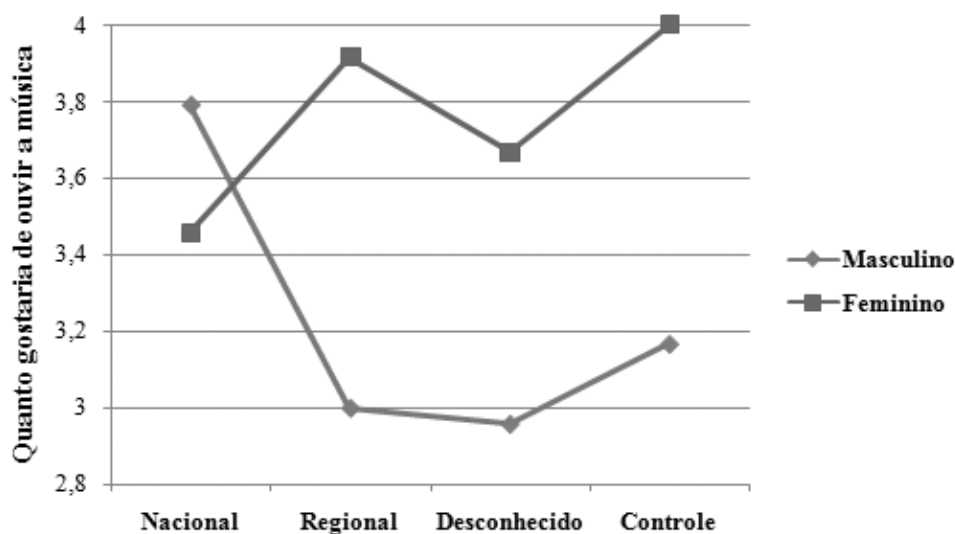


Figura 1: Interação entre fatores de influência para o quanto o sujeito gostaria de ouvir a música.

Discussão

Com base nos resultados apresentados, pode-se dizer que as hipóteses do presente estudo foram confirmadas. A associação da letra de uma música a diferentes cantores influenciou o modo como as pessoas a avaliaram. Essa diferença pode ser encarada como reação a influências sociais, uma vez que um desses processos, segundo Myers (2000) é o conformismo social. Segundo este autor, o conformismo é um dos processos de influência social que tem expressão implícita e que pressupõe uma norma gerada em grupo. É uma mudança no comportamento causada pela maneira como as outras pessoas agem (Kiesler & Kiesler, 1969, citado por Myers, 2000).

As hipóteses de que as pessoas gostariam mais das letras associadas a artistas nacionais, bem como a de que estas letras seriam avaliadas como mais bem escritas foram corroboradas, exemplificando o conformismo social estudado por Myers (2000) e observado também nos estudos de Hovland e Weiss (1952) e Salganik et al. (2006). Entretanto, a presente pesquisa mostrou resultados diferentes da pesquisa de DeSousa et al. (2009). Nesta, os sujeitos abordados eram estudantes de uma universidade federal, podendo o sentimento de protecionismo à cultura regional existente neste reduto acadêmico agir como mediador para a não corroboração das hipóteses sugeridas. Já no presente estudo, tentou-se suprimir tal sentimento mudando o perfil dos sujeitos abordados. Por todos possuírem o nível superior completo, acreditou-se haver relativa distância de vivência destes com qualquer centro acadêmico que pudesse causar o mesmo tipo de influência que aquela detectada na pesquisa anteriormente citada. Desta forma, foi clara a preferência dos participantes pelas letras associadas a cantores nacionalmente conhecidos, seguidos pelos cantores regionais e, por fim, o pouco interesse pelos cantores desconhecidos. Também com relação à hipótese sobre o grupo controle foi corroborada, já que, como as letras não eram associadas a nenhum autor, os sujeitos tenderam a avaliá-las de forma neutra, sem nenhum tipo de influência aparente.

Foi repetida a escolha dos nomes dos artistas aos quais as letras seriam associadas em relação ao estudo de DeSousa et al. (2009). Em relação aos nomes nacionais, pelo fato de o estilo musical favorito dos entrevistados na

pesquisa anterior ter sido distribuído na grande maioria entre MPB, rock e pop rock, acreditou-se que este estilo não mudaria muito no presente estudo. Isto realmente foi verificado, já que o estilo musical mais citado foi MPB. Seria interessante, para futuras pesquisas, uma investigação prévia do estilo musical favorito dos participantes a serem abordados, a fim de que a escolha dos artistas não seja equivocada, já que isto poderia influenciar os resultados. Em relação aos nomes regionais, mudar o nome destes autores poderia apresentar outros tipos de resultados que desviariam da linha que o presente estudo pretendeu seguir, que seria a de replicar o estudo de DeSousa et al. (2009). Além disso, não possuímos em nosso Estado muitos nomes regionais conhecidos massivamente, sendo assim, ficou muito difícil escolher nomes além de Chico Queiroga e Patrícia Polayne que pudessem ser reconhecidos pelos sujeitos durante a pesquisa. Vale ressaltar que o nome da cantora Patrícia Polayne algumas vezes não foi reconhecido pelos participantes, fato este que também aconteceu na pesquisa de DeSousa et al. (2009), mesmo este estudo tendo trabalhado com sujeitos mais velhos, que estavam fora do ambiente acadêmico, que disseram gostar mais de estilos musicais como MPB, houve semelhança nesse aspecto entre as duas pesquisas. Apesar disto não ter influenciado os resultados gerais de nenhum dos dois estudos, deve-se atentar para este fato, pois mais da metade dos participantes afirmaram gostar muito de música e mesmo assim, algumas vezes, os cantores do nosso Estado não foram sequer reconhecidos.

Quando a música era associada a compositores nacionalmente reconhecidos, as pessoas tenderam mais a dizer que conheciam a letra do que quando ela era associada aos outros. A confirmação dessa hipótese pode ser uma expressão do conformismo social observada também no trabalho de DeSousa et al. (2009), pois se supõe que seria embaraçoso para alguns participantes admitir não conhecer uma música que eram levados a acreditar ser de um artista de fama nacional.

Em relação aos sentimentos que as letras das músicas causaram nos participantes, pode-se dizer que foi significativo ver que as composições associadas aos cantores Carlos Souza e Carla Souza causaram o sentimento de tédio mais frequentemente (16,7%) que as obras associadas a outros cantores. Enfatizando

a ideia de Leme et al. (1983-1998) de que nossas expectativas podem influenciar nossas percepções e atitudes, podemos ver aqui que a letra associada a um autor desconhecido não só não chama a atenção do leitor/ouvinte da mesma forma que um compositor reconhecido pelo público, como também pode agir de forma negativa na avaliação de uma música.

O sexo dos participantes não influenciou significativamente nenhuma variável, exceto o quanto se estaria disposto a ouvir a música, em que as mulheres se mostraram mais dispostas. A temática da letra também não influenciou muitas variáveis, apenas a dimensão avaliativa comportamental, em que os participantes afirmaram estarem mais dispostos a ouvirem a música com a temática relacionamento que a temática *nonsense*. Para isso, pode-se levantar a hipótese de que as pessoas identificam-se mais com o sentimento amor, citado muitas vezes nos questionários, do que com um tema impessoal, muitas vezes difícil de se identificar, como o caso da letra de temática *nonsense*. Esta temática trouxe sentimentos de indiferença, tristeza e tédio para muitos participantes, o que se supõe estar associado a menor média dessa temática no quesito “Você gostaria de ouvir essa música?”.

Assim como em DeSousa et al. (2009), nossa pesquisa também não encontrou, diferentemente dos estudos de Paludi e Bauer (1983) e Colley et al. (2003), diferenças de atitudes do sujeito perante a letra da música em função do sexo do artista associado a ela. Uma hipótese já explicitada no estudo anterior que poderia explicar essa diferença nos resultados dos experimentos é que parte dos estudos utilizados para o embasamento desta pesquisa, que tratam das diferenças de atitude em função do sexo, podem estar defasados por conta do tempo em que foram realizados. Além disso, no nosso país, temos um acervo grande de cantoras de sucesso que são muito bem reconhecidas por todo público brasileiro.

O presente estudo veio como forma de sustentar as hipóteses citadas de que, para as três dimensões da atitude, as pessoas se mostram mais favoráveis primeiramente às letras associadas a cantores nacionalmente reconhecidos, em seguida a intérpretes regionalmente famosos e, por último, a nomes de artistas desconhecidos. Além disso, também a hipótese sobre os resultados do experimento de DeSousa et al. (2009) de que o bairrismo de uma universidade federal apontou para

preferência maior pelos cantores regionais, já que muitos não são sequer reconhecidos, como já foi dito neste estudo. Desta forma, a replicação do experimento surpreendeu com seus resultados, corroborando com todas as hipóteses levantadas e com a maioria dos estudos que embasaram esta pesquisa.

Referências

- Aronson, E., Wilson, T. D., & Arket, R. M. (2002). *Psicologia Social* (3ª ed.). Rio de Janeiro: LTC.
- Colley, A., North, A., & Hargreaves, D. J. (2003, Abr.). Gender bias in the evaluation of New Age music. *Scandinavian Journal of Psychology*, 44(2), 125-131. Recuperado em 25 de Março de 2010, de <http://www.blackwell-synergy.com/>
- DeSousa, D. A., Sousa, K., Menezes, R. C. R., & Melo Neto, O. C. (2009). Influência social e Avaliação Artística. *Mosaico: Estudos em Psicologia*, 3(1), 1-14. Recuperado em 25 de Março de 2010, de <http://www.fafich.ufmg.br/mosaico/>
- Fried, C. B. (1996, Dez.). Bad Rap for Rap: Bias in Reactions to Music Lyrics. *Journal of Applied Social Psychology*, 26(23), 2135-2146. Recuperado em 25 de Março de 2010, de <http://www.blackwell-synergy.com/>
- Fried, C. B. (1999, Abr.). Who's Afraid of Rap: Differential Reactions to Music Lyrics. *Journal of Applied Social Psychology*, 29(4), 705-721. Recuperado em 25 de Março de 2010, de <http://www.blackwell-synergy.com/>
- Goldberg, P. (1968). Are women prejudiced against women? *Transaction*, 5, 28-30.
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1952). The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. *The Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635-650. Recuperado em 25 de Março de 2010, de <http://www.jstor.org/>
- Leme, M. A. V. da S., Lima, M. da P. P., Otta, E., Sampaio, & S. M. R. (1998). Profecias auto-realizadoras em sala de aula. In P. I. C. Gomide, & L. N. D. Weber, *Análise experimental do comportamento: manual de laboratório* (5ª ed.; pp. 51-67). Curitiba: Ed. da UFPR. (Trabalho original publicado em 1983).

Lima, M. L. S. A. P. (1993). *Atitudes*. In J. Vala & M. B. Monteiro (Eds.), *Manual de Psicologia Social* (pp. 167-199). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Myers, D. G. (2000). *Psicologia Social* (6ª ed.). Rio de Janeiro: LTC.

Paludi, M. A., & Bauer, W. D. (1983, Mar.). Goldberg revisited: What's in an author's name? *Sex Roles*, 9(3), 387-390. Recuperado em 25 de Março de 2010, de <http://www.springerlink.com/>

Salganik, M. J., Dodds, P. S., & Watts, D., J. (2006, Fev.). Experimental Study of Inequality and Unpredictability in an Artificial Cultural Market. *Science*, 311, 854-856. Recuperado em 25 de Março de 2010, de <http://www.sciencemag.org/>

Enviado em 16 de Maio de 2010

Texto reformulado em 8 de Fevereiro de 2011

Aceite em 13 de Maio de 2011

Publicado em 31 de Dezembro de 2011

ANEXO 1

Questionário A – Temática da letra: relacionamento amoroso Exemplo com suposto cantor e compositor Lulu Santos



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE - UFS

Bom dia/Boa tarde/Boa noite. Somos pesquisadores da UFS e estamos fazendo uma pesquisa aqui na universidade sobre música. Dura aproximadamente 10 minutos. Você poderia participar? Eu quero dizer que não existem respostas certas ou erradas, queremos apenas saber a sua opinião.

Inicialmente, pense um pouco sobre música:

1. Você gosta de ouvir música?

() Gosto muito () Gosto () Gosto um pouco () Não gosto muito () Não gosto

2. Qual seu estilo musical favorito?

3. Quais seus cantores ou bandas favoritos? (Pense em 3 ou mais exemplos)

4. Quando ouve uma música, você costuma:

- () Prestar mais atenção na letra
() Prestar mais atenção na melodia
() Prestar igual atenção nos dois

5. Você se considera bom(a) conhecedor(a) de letras de música?

() Sim () Não

Leia esta letra de música:

Lulu Santos – Pra lembrar de você

Te entrego por inteiro
Todas as minhas partes
Me embrulho pra presente
E preparo mil artes

Não adianta pedir
Pra eu lembrar de você
Eu jamais te esqueci
Jamais vou esquecer
Eu quero é ser lembrado
Sou feliz sendo seu amigo
Mas seria completo
Se fosse seu namorado

Esqueça as coisas supérfluas
Prove amostras-grátis de mim
Sou péssimo pra teoria
E amar não é prático assim

Não adianta pedir
Pra eu lembrar de você
Eu jamais te esqueci
Jamais vou esquecer
Eu quero é ser lembrado
Sou feliz sendo seu amigo
Mas seria completo
Se fosse seu namorado

Agora responda, por favor:

6. Você conhece essa música?

() Sim () Não

7. Você conhece o compositor e cantor dessa música?

() Sim () Não

Se sim:

a) Você conhece outras músicas desse cantor? Cite uma música ou trecho de uma:

b) Você gosta das músicas dele?

() Gosto muito () Gosto medianamente () Gosto pouco () Não gosto

8. Você gostou dessa letra?

() Gostei muito () Gostei () Gostei um pouco () Não gostei muito () Não gostei

9. Como você avalia essa música?

() Muito bem escrita

() Bem escrita

() Mais ou menos bem escrita

() Mal escrita

() Muito mal escrita

10. Que sentimentos essa música trouxe para você?

() Amor

() Euforia

() Outros:

() Felicidade

() Tristeza

() Indiferença

() Tédio

11. Como você definiria o estilo dessa música?

() Axé

() Balada

() Pagode

() Pop

() Brega

() Outro:

() Rock

() Sertanejo

12. Você gostaria de ouvir essa música?

() Gostaria muito

() Gostaria

() Gostaria um pouco

() Não gostaria muito

() Não gostaria

13. O que mais te chamou atenção na letra da música?

14. Alguma observação ou comentário final sobre a pesquisa?

Dados sociodemográficos:

Sexo: () Masculino () Feminino

Idade: _____ Curso superior: _____

ANEXO 2

Questionário B – Temática da letra: Nonsense
Exemplo com suposta cantora e compositora Marisa Monte



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE - UFS

Bom dia/Boa tarde/Boa noite. Somos pesquisadores da UFS e estamos fazendo uma pesquisa aqui na universidade sobre música. Dura aproximadamente 10 minutos. Você poderia participar? Eu quero dizer que não existem respostas certas ou erradas, queremos apenas saber a sua opinião.

Inicialmente, pense um pouco sobre música:

1. Você gosta de ouvir música?
() Gosto muito () Gosto () Gosto um pouco () Não gosto muito () Não gosto
2. Qual seu estilo musical favorito?

3. Quais seus cantores ou bandas favoritos? (Pense em 3 ou mais exemplos)

4. Quando ouve uma música, você costuma:
() Prestar mais atenção na letra
() Prestar mais atenção na melodia
() Prestar igual atenção nos dois
5. Você se considera bom(a) conhecedor(a) de letras de música?
() Sim () Não

Leia esta letra de música:

Marisa Monte – *Fora do tempo*

Água e luz, sal e sol
Vem do céu, vão pro mar
O certo é deixar junto
Justo pra separar

Um agora e um depois
O primeiro, um antes
Feito de porém e talvez
Certamente
De cá desse tempo
Todos os relógios são dali
Pontualmente
Vivem, sonham e brilham

Flor-de-lis num canteiro de inverno
Essência e fragrância
Que fixa e não sublima
Assim, de poesia a rima

Um agora e um depois
O último, um após
Feito de então e decerto
Possivelmente
Pra lá desse tempo
Todos os relógios são seis horas
Pontualmente
Vivem, sonham e brilham

Agora responda, por favor:

6. Você conhece essa música?

Sim Não

7. Você conhece a compositora e cantora dessa música?

Sim Não

Se sim:

a) Você conhece outras músicas dessa cantora? Cite uma música ou trecho de uma:

b) Você gosta das músicas dela?

Gosto muito Gosto medianamente Gosto pouco Não gosto

8. Você gostou dessa letra?

Gostei muito Gostei Gostei um pouco Não gostei muito Não gostei

9. Como você avalia essa música?

Muito bem escrita

Bem escrita

Mais ou menos bem escrita

Mal escrita

Muito mal escrita

10. Que sentimentos essa música trouxe para você?

Amor

Euforia

Outros:

Felicidade

Tristeza

Indiferença

Tédio

11. Como você definiria o estilo dessa música?

Axé

Balada

Pagode

Pop

Brega

Outro:

Rock

Sertanejo

12. Você gostaria de ouvir essa música?

Gostaria muito

Gostaria

Gostaria um pouco

Não gostaria muito

Não gostaria

13. O que mais te chamou atenção na letra da música?

14. Alguma observação ou comentário final sobre a pesquisa?

Dados sociodemográficos:

Sexo: Masculino Feminino

Idade: _____ Curso superior: _____