

FUNCTIONS AND MEANINGS OF MUSIC CONSUMPTION BY LOW-INCOME CHILDREN

 **Isabela da Silva Souza Santos**

Master of Management and Strategy
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ.
Seropédica, RJ – Brasil.
isabelassantos@gmail.com

 **Flávia Galindo**

PhD in Social Sciences
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ.
Seropédica, RJ – Brasil.
flaviagalindo@uol.com.br

Objective: Identify the functions and meanings that music consumption plays for children from lower working classes.

Method: Data collection was done through the triangulation of three methods: participant observation, 17 semi-structured interviews, and the making of drawings with children from low-income families living in the city of Queimados - RJ.

Originality/Relevance: This study provided research aimed at the consumption of music by low-income children from a city in the Baixada Fluminense region in the state of Rio de Janeiro, a public little represented in academic researches, presenting different methods of data collection little used in research in the administrative area and serving as a basis for future studies.

Results: The research explains the functions that music has, besides pointing out six categories of meanings that music represents for the children studied.

Theoretical/methodological contributions: The work contributes to a better understanding of the signs that music represents for the children studied and to broaden the studies on the child consumer from lower working-class families.

Keyword: Child consumption. Low-income consumption. Music consumption.

How to cite the article

American Psychological Association (APA)

Santos, I. da. S. S., & Galindo, Flávia. (2021, Apr./June). Functions and meanings of music consumption by low-income children. *Brazilian Journal of Marketing*, 20(2), 309-335. <https://doi.org/10.5585/remark.v20i2.14268>.



Introduction

Music consumption is part of human society and its meanings and composition are socially constructed (Hargreaves & North, 1999; Larsen, Lawson & Todd, 2009; Merriam, 1964). One of the main natures of the Marketing area consists in understanding the nature of consumer choices (McCracken, 2012), causing a debate about the consumer's agency (Campos, Suarez & Casotti, 2005). These theoretical elaborations seek understanding of the possibilities of free choice of consumers and the nature of social and cultural influences on the purchase and consumption of goods and services (Shove, 2003; Barbosa & Campbell, 2006; Bourdieu, 2007; Douglas & Isherwood, 2009; McCracken, 2012; Trentmann, 2016). It is inferred that the power of sociocultural stimuli on consumer relations (Barbosa & Campbell, 2006; Bourdieu, 2007; McCracken, 2012) result in shared tastes (Bourdieu, 2007; McCracken, 2012; Miller, 2013) often inseparable from the environment where individuals live and reproduce. Furthermore, age limits allow inferences about the behaviors of different social groups such as young people (Chaplin, Hill & John, 2013; Dayrell, 2002) and children (John, 1999; Pasdiora & Brei, 2014; Williams, Ashill & Thirkell, 2016). Thus, music consumption is present in the relations and in the life of individuals and in the different contexts that make up society, so considering that the new media has provided a renewal of the phonographic market, when investigating the consumption of music by children inserted in this transformed reality, this study contributes to the knowledge of the relations that the consumption of music by children reveals, besides composing possible evidences of new uses of production and of the music market.

The music market has been strongly impacted by socio-technical changes, and it can be said, based on the recognized technological advances, that it has transformed contemporary society (Jenkins, 2015; McLuhan, 1974). The interaction of sound and image content through various media platforms and the evolution of the media itself has favored the transformation of this scenario (Jenkins, 2015). Thus, the music production market has changed and with it the way to access and consume music has also changed dramatically. In this sense, the technological advances allow easy access to the music media, making music more present in people's daily lives, considering that music has taken on a new social role and is present in the daily life of Brazilians (IBEP, 2017).

Individuals who spend more time connected to the Internet are more likely to use online music platforms. There are other factors that also boost this consumption such as higher levels of income and education, as well as being younger (Aguiar, 2017). Similarly,

different researchers point out that music consumption differs according to age (Aguiar, 2017; Ngyen, Dejean & Moreau, 2014; Souza & Freitas, 2014; Weijters, Goedertier & Verstreken, 2014) as well as according to the user's educational level and income (Aguiar, 2017; Ngyen *et al.*, 2014).

In this sense, the nature of consumer choices involves the senses and reasons to which music is accessed, because consumption is related to the various forms of provision and access of goods and services, besides being perceived as a social mechanism and as a producer of meaning and identities and as a strategy used by the different social groups in their daily lives as a way of defining lifestyles (Barbosa & Campbell, 2006). In particular, consumption organizes a cultural and symbolic field (Barbosa & Campbell, 2006; Douglas & Isherwood, 2009; Lehdonvirta, 2010; Miller, 2013, Trentmann, 2016) as an activity that makes visible the characteristics and processes that classify events and people, giving meaning to social relations (Douglas & Isherwood, 2009).

As a result of such findings, this paper aims to discuss aspects of consumption by children and more specifically discuss the functions and meanings music represents in their social universe. If child consumption is an important topic nowadays, one can say the same about the consumption of the lower working classes. Thus, this work considered that low-income children have meanings and significance that were built through their contexts, considering that music consumption differs according to age and social class (Aguiar, 2017; Ngyen *et al.*, 2014). In Brazil, Barros' studies (2006) showed that the lower working class segment is still somewhat "invisible" in the cross sections from any age group.

Despite the growing number of papers, there is still a perception that low-income consumption has received little attention by researchers because research that addresses consumers in the lower working class layers of Brazil, especially classes D and E, has not been prioritized, though having a significant population representation compared to the other Brazilian social classes (Barbosa & Campbell, 2006; Barros, 2006; Pasdiora & Brei 2014; Veloso, Hildebrand, Campomar & Daré, 2008).

In this sense, the practices shared by the culture of consumption in the context of the child's life can say a lot about the construction of subjectivity and lifestyle in an extremely symbolic and relevant phase of human life, which is during childhood, especially when this phase is experienced in lower working-class families. Having said that, we assume that low-income children have consumption-specific processes that result in very specific meanings since this is a relevant social group that is inserted into a system of circulation of products and

services. In addition, meanings and interpretations about consumption are fostered in the social interactions and contexts to which the individual is inserted (Douglas & Isherwood, 2009), which justifies the work done with this social cross section.

For this reason, this research elects as the object of study the symbolic universe of music consumed by low-income children as a way of problematizing their subjectivities with the intention of identifying which functions and meanings music consumption plays within this public. The study was carried out with students from a public school in the city of Queimados, Baixada Fluminense – RJ.

It can be observed that research on children's consumers deals more predominantly with issues related to the consumption of electronics and Internet (Dallolio & Brito, 2018; Pilcher, 2011; Fernández & González, 2017), clothing (Dallolio & Brito, 2018; Pilcher, 2011), toys, games, and sports (Choi, 2015), the influence of the media (Albertini & Domingues, 2016; Castro, 2015; Orofino, 2015), family influence (Bao, Fern & Sheng, 2007; Cotte & Wood, 2004; Hsieh, Chiu & Lin, 2006; Rose, Boush & Shoham, 2002), the perception of value (Williams *et al.*, 2016), and the socialization of children (John, 1999; Kim, Yang & Lee, 2009; Meuleman, Radboud & Verkuyten, 2018; Ward, 1974).

Therefore, this research advances the understanding of the role of music and its consumption in the studies of the child consumer and the low-income consumer, increasing the knowledge about the functions and meanings of music consumption. Thus, a theoretical survey of music consumption and functions will be presented next. The methodological procedures are described next with the results, analyses, and final considerations following.

2 Music consumption and functions

Consuming music is a relevant social practice (Larsen *et al.*, 2009; Hargreaves & North, 1999; Merriam, 1964) because it is something “clearly shared across society and it is equally clear that its meaning, both musical and symbolic, is socially constructed” (Larsen *et al.*, 2009, p. 16).

Throughout history, both music and the way in which it is consumed have been altered by the adoption of new sound and image technologies, the transition of media, and by the substitution from physical media to digital media such as downloads and music streaming (Genes, Craveiro & Proenca, 2012; Sinclair & Tinson, 2017).

Above all, music consumption habits also point to identity constructions and to social and cultural interactions based on the sharing of musical tastes, which contribute to feelings of belonging (Souza & Freitas, 2014).

From this observation, it is assumed that music consumption habits have uses and functions. The use refers to the ways in which music is consumed in society for its practice as an isolated activity or in line with other activities, which has evolved due to adopting digital media. The function of music is related to the reasons for using music, which are the intentions of consuming music, according to the pioneering work of Merriam (1964) in the field of Anthropology as shown in Table 1.

Table 1 - Music functions according to Merriam (1964) Continua

Function	Description
Emotional Expression	Music expresses feelings, releases explicit or hidden ideas in the speech of individuals. This exteriorization of feelings enables relief and understanding of what people feel.
Aesthetic Enjoyment	It contemplates the beauty of art, the appreciation of the musical work both from the point of view of the musician and the listener appreciating the music's aesthetics.
Entertainment	Music provides entertainment and fun for society, whether it's just the action of entertaining or associated with other actions.
Communication	Related to the fact that music can communicate something, its lyrics express relational meanings to the context that it is inserted and/or its intention, only for those who understand its language. It also conveys emotion for those who understand its dialect.
Symbolic Representation	Music acts as symbols that represent attitudes, ideas, and things, which through the lyrics, emotions, and elements that compose it, fulfills this function.
Physical Response	Refers to the physical reactions that individuals present as they use music. It causes behaviors that occur according to what has been culturally shaped inside the individual.
Enforcing Conformity to Social Norms	This includes the songs of social control used in various cultures either to directly or indirectly alert inappropriate behavior in society.
Validation of Social Institutions and Religious Rituals	Music is used in social and religious situations to reinforce ceremonial symbols and doctrines, expressing the rites and precepts of the institutions while also emphasizing what is adequate and inappropriate. However, there is little information about this music function and it needs more studies.

	Conclusão
Contribution to the Continuity and Stability of Culture	The fact that music includes all the functions presented here reinforces the idea that music contributes to the continuity and stability of culture. Music expresses values, moves cultures, transmits education, stories, arts, indicates the behavior of society, and shapes the social profile. It acts as a vehicle capable of pointing the culture's continuity.
Contribution to the Integration of Society	Music promotes solidarity among the members of society, and in this way it is integrative. It is present in the actions of the various social groups and/or marks occasions that bring memories to these groups.

Source: Prepared by the authors from the studies of Merriam (1964).

Merriam's propositions (1964) were reviewed by Hargreaves and North (1999) when they asked if the functions of music had undergone changes due to the social and technological changes. These researchers confirmed the social nature of music, categorizing three social functions "for both musicians and non-musicians alike, namely in the management of self-identity, interpersonal relationships, and mood in everyday life" (Hargreaves & North, 1999, p. 79) as shown in Table 2 below:

Table 2 - Social functions of music

Social Function	Description
Management of Self-Identity	This is related to the music's performance in the formation of self-identity. In this sense, composers express their identity and opinions through their songs, as well as young listeners use musical subcultures to define themselves.
Management of interpersonal relations	This is related to establishing and maintaining interpersonal relations, so therefore the desire to belong to certain social groups implies in the conformity of musical preferences between the individual and these groups.
Management of mood in everyday life	This refers to the fact that musical tastes reflect the individual's mood situations and/or optimize their mood.

Source: Prepared by the authors from the studies of Hargreaves and North (1999).

The functions of music are social and cultural according to the context of the life of the subjects and linked to a symbolic market that has undergone various changes in conjunction with technological advances. Thus, the propositions as to the functions of music by Merriam (1694) and Hargreaves and North (1999) are relevant for understanding pillar concepts of motives of used in society from an anthropological and social point-of-view. In

this sense, 21st century consumption studies specify with greater notoriety functions linked to the agency of music consumption. In a symbolic perspective, Zhu and Meyers-Levy (2005) describe music as an embedded meaning related to the feelings that music trigger and as a referential meaning related to associations induced by factors of social contexts. In functional terms, Sinclair and Tinson (2017) considered that the dematerialization of music by digital means provided new ways of using and consuming experience linked to psychological property, which is inferred in functions related to identity, place, emotions, and social relations.

Download and streaming are the means of access to music most commonly used in this century (Elberse, 2010; Genes *et al.*, 2012; Sinclair & Tinson, 2017). These new forms of use trigger functions of mobility and self-control of moods (Sinclair & Tinson, 2017) in daily activities and tasks, acting as a musical background (Larsen *et al.*, 2009; Sinclair & Tinson, 2017). Mobility and control allow for sensations of management and empowerment through sharing practices in social networks related to the influence of peers and the reaffirmation of identities, reflecting on social rewards (Sinclair & Tinson, 2017). From an emotional engagement perspective, Styvén (2010) highlights how mobility makes music part of the day-to-day humanity and that it is able to reveal tastes, styles, and identities. Lastly, there are researches inferring about the motives for using music with sensory marketing such as strategic sales and promotion media (Morrison, Gan, Dubelaar & Oppewal, 2011; Zhu & Meyers-Levy, 2005).

3 Methodological procedures

This research is classified as being qualitative in nature and among the research approaches the work used ethnographic studies that research the culture that a group shares (Creswell, 2014). The ethnographic study is carried out to observe society in order to obtain knowledge of social facts, their senses, and relations with each other (Mauss, 1972).

To perform this study, the participant observation method was used to collect data, which is related to the observation of a physical environment, its interactions, and the activities among those being studied (Creswell, 2014). This method makes it possible to record events, physical conditions, non-verbal behaviors, and linguistic behaviors. Thus, observation implies in the description, explanation, and understanding of the events and behaviors, besides making possible to use direct means to study the contexts involved in a phenomenon (Vergara, 2009).

With the purpose of seeking the internal validity of the qualitative data obtained, this research adopted a triangulation of methods since it allows analyzing an object from several reference points with different types of data (Vergara, 2005). Since participant observation generates greater involvement of the researcher with the unit of analysis for a long time, triangulation expands the boundaries of the single method of data collection, reducing obliquity and interpretive deviations of the facts by combining different forms of collection (Mozzato & Grzyboyski, 2011).

Studies with children suggest, along with the triangulation of data, the use of more than one data collection instrument that allow collecting information from different perspectives and forms about the analysis unit (Natividade, Coutinho & Zanella, 2008; Ramos, 2011). It should be noted that the first contacts with the children at the moments of participant observation are primordial for them to feel comfortable in carrying out the other methods of data collection. Before the other methods succeed, children must build a relationship of trust with the researcher so that he/she is seen as an “atypical adult” from the others (Ramos, 2011).

The term “atypical adult” refers to adults who differ from the others and that children lift up as reference such as teachers and those that take care of them, an adult who does not represent a figure of authority to them. Thus, these adults have their differences with the children put down, thus establishing a relationship of reciprocity and trust between the children and providing greater contact in interactions between them without them being inhibited in any way with the presence of these adults (Ramos, 2011).

Therefore, this study reconciled different data techniques to the main one, participant observation, for the appropriate triangulation, namely: Interviews and Making of Drawings. Two types of interviews were conducted during data collection: open and semi-structured. The open interviews occurred concomitantly with the observations of the researcher since during the course of the approach with the children in their school environment, informal conversations arose between the researcher and those being studied, which generated testimonies that were recorded in a field journal. The semi-structured interview was conducted with the students who showed an interest in participating and according to the authorization from those responsible for them in their participation in a room separate from the class in order to infer about the functions and meanings of music in their lives. The interviews held with all the children were authorized by those responsible for them and recorded.

The method of collecting drawings was used to complement the semi-structured interviews by making drawings, which represents a language by which children expresses their emotions, their contexts of life, and daily relationships. Thus, the drawing expresses the child's reality (Natividade *et al.*, 2008; Nogaro, Ecco & Grando, 2014; Ramos, 2011). The field research took place from March 14, 2018 to October 8, 2018 in the morning (7:30 to 11:30) at Prof. Anna Maria dos Santos Perobelli Municipal School in the city of Queimados - RJ. The meetings were held at first once a week and during the last two months (September and October) the meetings took place twice a week. There were a total of 25 meetings held, totaling 100 hours in the field.

The study was approved by the Ethics Committee of the Federal Rural University of Rio de Janeiro [UFRRJ] according to Protocol no. 1112/18 process 23083.007940/2018-90. According to the determinations of good scientific practices, authorization was obtained from the educational establishment, authorization from the parents, and also consent from the minor.

The research subjects were 22 students from a 5th grade class studying at the school in the morning. The choice of this class was due to the fact that it presented students within the age range of 9 to 12 years old. Of the 22 children who participated in the participant observation, 17 were authorized by their parents to be interviewed and to make drawings.

The delimitation of the age group was based on child cognitive development studies, observing that approximately beginning from ages 7 to 12, the child is able to perform logical operations, which are operations with what they can see or have already seen (Piaget, 2002). We chose to start at the age of 9 because the child is no longer in the transition range of cognitive stages, since ages 7 and 8 mark the beginning of the logical operations stage. In addition, the research was carried out with students from a public school because it met the criteria of the public belonging to the lower working-class.

Qualitative ethnographic research has as its main premise the explanation of behavior from the perspective of the natives (Creswell, 2014), so this research was based on the systematic recording of data by means of audio recordings, field journals with researcher notes, photographs, and drawings.

Participant observation was configured as the first stage of the field research where one could interact with the students in a classroom and during their various moments that make up the school routine. Events, physical conditions, and non-verbal and linguistic

behaviors were recorded in the journal. The students became closer throughout the observation and from this fact followed the other stages of the field research.

The drawings and interviews were initiated with the students individually in the month of August 2018 and were divided into two moments. In the first was making the drawing, asking the children to draw what music represented to them on a blank A4 sheet of paper, and then writing what they drew on another sheet. In addition, what the children said as they planned their drawings was observed along with their reactions and words while drawing (Natividade *et al.*, 2008). After the drawings and writings of what they represented were finished, oral explanations were requested from the children about what they had drawn and written. The interview was then initiated based a semi-structured script previously prepared and everything they said was recorded.

A content analysis technique was used to process the data collected and transcribed that includes the relationship between the data collected in the research including the theoretical framework, the field research, and the researcher's inferences based on the data collected (Bardin, 2006). Thus, the results of each method used to collect the data were transcribed and organized by reference themes in an Excel folder. Based on the correlations between all the data collected and between the bibliography studied, categories of analysis were collected and thus cross analyses and considerations between the research and theory were performed.

Although the research presents as one of the data collection methods the making of drawings, they were analyzed based on the children's interpretations of their own graphic productions because even with the drawings having information about meanings that are socially shared, the meanings given to them represent social constructions that reflect the contexts that authors have in their formation as a subject (Natividade *et al.*, 2008). Thus, the analysis was based on what was written and spoken by children about the interpretations and meanings of their drawings.

4 Music functions and meanings for low-income children

Music has different functions in its use, which refer to the reasons why music is consumed. Symbolic representation is one of the functions that music presents, indicating that music functions as symbols that represent attitudes, ideas, and things for people (Merriam, 1964).

The data collected showed that music represents distinct functions in its use among children, and within the symbolic representation function, it presented different categories of meanings. Considering this, the topic will be subdivided into music functions and categories of symbolic representation of music for low-income children.

4.1 Music functions for low-income children

The low-income children in the City of Queimados use music through different activities. They sing, dance, and listen through sound devices. This consumption presented different functions in its use, revealing the reasons for music to be consumed, reasons that are related to the children's social contexts.

The main functions of music for these children can be classified as resource of pedagogical activities, play, entertainment, emotional expression; aesthetic enjoyment, physical response, background sound through singing and/or sound devices, and symbolic representation. These functions are complemented according to the correlations among other reasons for consuming music according to the bibliography studied.

The function of music as a resource of pedagogical activities is characterized because it is used in several cultural events developed in the school and as a teaching mechanism in activities involving storytelling. During participant observation there were moments when teachers and education professionals used songs for pedagogical purposes such as a teaching-learning resource during storytelling times.

In addition, the cultural events developed by the school presented dance performances by the students previously practiced by the teachers at the school unit, which was observed at the events Family Week, Talent Show, and *Festa Junina*, a cultural religious party held in the month of June in Brazil. The interviews also brought out that the school uses music only during cultural events, in reading classes, in physical education, and for the National Anthem.

Thus it can be seen that music within the school environment has pedagogical and cultural functions that transcend social traditions. In this sense, the use of music in events and singing the national anthem evidenced using music as a contribution to the continuity and stability of culture (Merriam, 1964).

The function of music as play emphasizes its use for the purpose of having fun. Children from lower working-class families in the city of Queimados used rhymes and chants from popular imaginary during circle games organized by the physical education teacher and

for games where the act of dancing and representing songs through physical responses are related to playing and pretending, as seen in the following interview reports:

No, only when it is for me to play *The Voice Brazil*. Five people have their backs to the wall and one person is singing and if someone hits the button and turns, then he will give my point and I choose a person. Sometimes on the street and sometimes in my house with my cousins (Student 5, age: 11).

And when I go to the pool, in the countryside, when we play, start dancing when they play some songs, we start playing in the pool and dancing at the side (Student 17, age: 12).

The functions of music to a functional character of music consumption by these children update Merriam's propositions (1964), for whom music as a resource of pedagogical activities and of music such as playing games as the basis of the function of music as a contribution to the continuity and stability of culture since this is a vehicle for education, culture, stories, and arts. Another function that is also related to pedagogical practices and games is that of music as a contribution to the integration of society, for promoting moments among social groups that integrate their experiences and demarcate moments experienced by these groups (Merriam, 1964).

Music as entertainment, emotional expression, and a symbolic representation were also included in Merriam's studies (1964). The reasons for consuming music that the children from lower working-class families in the city of Queimados have are linked to the definitions of the music functions mentioned above.

In the case of the entertainment function, music stands out as a way of distraction from a moment, of having fun, of purely enjoying listening, singing, and dancing for these low-income children. The reasons for music consumption were linked to moments of fun and relaxation in which using the cell phone was shared among groups of peers. The children consumed songs during free time in between classes and during recess when students would dance and sing with their classmates. This perception by the students of the function of music as entertainment was also elucidated in the interviews since many of the children said that they listen to music to pass time or as a distraction.

Mobility makes it possible to share tastes and potential preferences among peers (Sinclair, 2017). Using mobile phones to access music among friends demonstrates the omnipresence of daily music consumption (Stvyén, 2010). Another characteristic of this sharing was the collective dimension of the cell phone, which was also observed in studies of low-income groups (Barros, 2015).

Music as an emotional expression represents feelings and emotions. The students said during their answers in the interviews that they listen to songs that make them more happy, for being romantic, and to remember people who have already died. These findings point back to mood management that argues that music allows emotions to be directed according to rhythm and sound (Hargreaves & North, 1990; Sinclair, 2017), controlling climates and managing routines, facts that favor the feeling of empowerment (Sinclair, 2017).

Aesthetic pleasure (Merriam, 1964; Sinclair, 2017; Styvén, 2005; Zhu & Meyers-levy, 2005) was present in the signs represented in questions correlated to music representation. Some children reported about the beauty of music in their drawings and speeches through representations of instruments and its relations with art. Regarding the function of music as a physical response, it was observed that it was represented in body manifestations that the children expressed when listening to a song as they sang or danced. These reactions were also expressed within the functions presented previously considering that the functions of music do not occur in isolation, but they complement each other (Merriam, 1964).

Music consumption was also observed as background sound where music is sung or transmitted by some sound device as a background while students perform other activities. Music was being sung within the school environment while the children were doing written activities in the classroom and physical activities in the school yard. The interviews also revealed this function in other environments attended by the students according to the following reports:

You know, sometimes we play in the street—only Matheus when he goes out, I come inside. Then Kayky and I play ball, then I put music on my mobile phone and we stay out there playing ball in the street (Student 17, age: 12).

In this way, these findings ratify the studies by Larsen *et al* (2009) who highlight the role of music as a background sound in social interactions for the relief of situations and filling moments of silence. But it is important to emphasize that to use this musical background for children is also done through the singing of the students, not only through the possible means of digital transmission. The functions of mood control (Hargreaves & North, 1990; Sinclair, 2017), and mobility (Sinclair, 2017; Styvén, 2005) are also related to this strand.

The role of music as a symbolic representation exposes meanings related to life, social relations, and the experiences of low-income children in the City of Queimados. From the drawings made it was possible to observe that music presents meanings for the children

interviewed regarding life, social relations, art, fun, feelings, and religion. These meanings will be detailed in topic 4.2.

The other functions that were described by Merriam (1964) such as communication, enforcing conformity to social norms, and validation of social institutions and religious rituals occurred in singular moments or implicitly within the context of this theory studied. This lack of full correlation updates the propositions on the functions of music. The function of communication for Merriam (1964) is linked to what composers transmit through their musical lyrics. Although it is a narrow view, communication is an element of the significant breadth in Marketing studies. From the perspective of the culture of consumption, goods communicate identities, tastes, and feelings of belonging (Barbosa & Campbell, 2006; Douglas & Isherwood, 2009; Miller, 2013; Trentmann, 2016). Moments came out during all the stages of the research in which the consumption of music affirms social relations, preferences, and dislikes.

The strengthening and conformity of social norms act as a form of social control and of inadequate behavior (Merriam, 1964), although not significantly observed, there were reports of inappropriate songs because they include bad words, sexualities, and habits that confront religiousness. Sharing musical tastes contributes to feelings of belonging and interactions (Souza & Freitas, 2014).

In the context of the validation of religious institutions and rituals, although this concept is linked to social and religious rituals and ceremonies (Merriam, 1964), the results pointed to the presence of music in family customs, in school, and at church, which are customs that differentiate social identities and relations. These three institutions marked an expressive presence throughout the entire field research. The optics of the distinction exposes that the groups differ from the others, denying and diminishing other forms (Bourdieu, 2007).

The functions of music for low-income children in the City of Queimados are related to the social and cultural context that they are inserted into, summarizing the role of music in their contexts. All the reasons checked and discussed in this analysis support the socialization of the child consumer since they are related to their social development (Dallio & Britto, 2018; John, 1999; Pilcher, 2011, Ward, 1974) and their knowledge that shapes their sophistication as a consumer (John, 1999).

This topic considered the findings of Merriam (1964) as it is a reference work in the functional studies of music. Although based on a context that has been transformed with the new generations, the updates faced with Marketing studies have demonstrated to a certain

degree of relativity that the functions linked to music consumption studies have been related to the central and anthropological issues of this paper. The next topic will cover the signs that music represents for these children from lower working-class families. The meanings that music represents for society make up the function of music as a symbolic representation, which will be discussed in more detail in the following topic.

4.2 Symbolic Representation of Music for Low-Income Children

The function of music as a symbolic representation is linked to the perceptions that children have about what music represents to them. Based on the answers obtained from the interviews, from their drawings, and from the field journal, it was verified that the symbolic representations that music reflects for the students are linked to the following categories: life, friendship & family, art, fun, feelings, and religion.

It should be noted that just as the functions of music do not occur in isolation, but have relations with each other (Merriam, 1964), the field research found that the symbolic representations also present bonds, completing each other. The next topics will present these categories regarding the meanings music represents for low-income children from the City of Queimados.

4.2.1 Life

Music represents life. It is present in the way of life and in the day-to-day activities of children. It is also related to the natural elements and nature such as air, flora, and human life. Figure 1 below shows one of the drawings related to this category drawn by one of the children interviewed.

Figure 1 - Life as a representation of music



Source: Research data.

The drawing in Figure 1 presented as a description the fact that music represents a way of living and life. The meaning of music as life could also be observed throughout the oral reactions that the students had while drawing, according to the following field journal report:

When I asked Student 10 to draw what music represented for him, he soon answered: “life” (Field Journal, 09/20/2018).

The representation of music as life is also linked to the presence that music has on the child’s day-to-day activities. Thus, the consumption of music by children is a social process that produces meaning and identity (Barbosa & Campbell, 2006), besides being present in their everyday life and in the values that build their identities (Miller, 2013). In this way, the personalities identify with the songs that the children listen to, as expressed in the following report on musical tastes:

I think they are beautiful, nice. Oh, because I drew it, it represents a little bit of life (Student 1, age: 12).

The participant observation was also able to demonstrate that music was present at several moments of the school time experienced by the students in their mornings. They sang, danced, listened, played, and did pedagogical activities by consuming music. Their school days had a “musical repertoire” that was experienced at different times. This finding enhances the claim that music as part of the daily routine, “flows like water” (Styvén, 2005). Music also presented connections with nature. When the children were encouraged to draw what music represented for them, they highlighted natural landscape from the environment such as trees, air, and flowers in their speeches as they described their drawings. Fragments of the descriptions of other drawings that presented the representation of nature and life were also observed, but the central objective of the drawing was attributed to another category of meaning, which highlights the links that the signs have between themselves.

4.2.2 Friendship & family

Another meaning that music represents for children is related to social relationships between peers and family members. Music, dance, social interactions, and musical tastes are represented from moments shared among friends and family members. Child consumption is tied to insertions into the social groups that they wish to belong (Dallolio & Brito, 2018; John, 1999). Figure 2 below shows one of the drawings that portrayed this finding.

Figure 2 - Friendship and family as a representation of music

Source: Research data.

Along with the drawing presented in Figure 2, the other drawings that were inserted in this category presented in their descriptions relations between musical activities such as dancing and listening to music with friends and family. The referential signs depend on contexts and associations stimulated by music (Zhu & Meyers-levy, 2005). Family *habitus* and experiences among friends, *habitus* of origin, make up a material heritage that transcends throughout life (Bourdieu, 2007).

The moments shared between children and their peers and/or family members take on a significant role in representing what music is to them. Moments were also recognized during participant observation when students shared the consumption of music, moments when children gathered to listen and sing songs with their classmates, and they met to dance during free time and/or when the teacher was out of the classroom.

Participant observation resulted in following singular moments where such musical manifestations confirmed and evidenced their potential to foster sociability. Thus, the development of skills and knowledge that children acquire is part of the socialization process as a child consumer of music. These shared moments among peers are symbolic and build social relations since the concept of consumer socialization is tied to the knowledge and actions that children acquire through their interactions experienced throughout their formation as a consumer (John, 1999; Ward, 1974).

Shared music tastes in common were also highlighted as a way of bringing social relations closer together. Thus, the consumption of music by children reinforces identities, contributing to the feeling of belonging and thus strengthening social relations (Souza & Freitas, 2014). The following account of one of the children interviewed about what she drew also highlights this fact:

I drew two very different girls from each other, different in religion and different in color, but above all... Before the conversation, one made fun of the other—before—but here the teacher told the two of them to do an activity together. It was a draw and the two picked each other. They were there... The classwork was about culture, about music, so they sat down to talk because of the classwork and saw that they had a lot in common. They liked the same singer and the same music. In more or less two things they were similar. They ended up talking even more and worked together and after that they never separated again, because before they were separated. One didn't like the other, and music ended up uniting both of them and promoting a friendship and peace (Student 16, age: 11).

In this way, common musical tastes and preferences take on a role in bringing people together through affinities and distinction when these shared tastes do not correspond.

4.2.3 Art

In this category, music presents its meaning as art in harmony with its practice and aesthetics. In this way, practicing to play instruments and the admiration for music are evidence to the representation of music as art. The account of a student about teaching music also confirms the relationship between the practice of music and art:

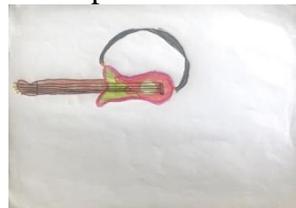
Music is art, like Taekwondo, a bunch of things (Student 17, age: 12).

So this student made a correlation between music and the practice of a martial art. Another factor that could be highlighted was the emphasis on the descriptions of the colors in the drawing of Student 9, which also contributed to the perception of this category, which can be observed below:

I drew a piano. I drew the black on top and colored with magic markers to highlight the white so that it looked just like the piano. Those things to play piano, I don't know, that thing that they, that... people who play piano use to make the music (Student 9, age: 12).

The drawings of the children interviewed within this category highlighted the relation of music, art, the aesthetics of musical instruments, and the ability to play them. Figure 3 below shows one of the drawings of the students that were placed in this category.

Figure 3 - Representation of music as art



Source: Research data.

In this sense, music also represents art in its meaning for children from lower working-class families in the city of Queimados, both in terms of practicing and the beauty of playing musical instruments and of being an art in itself. The degree of emotional involvement from the pleasure and aesthetics permeates the personal relevance of the consumer and interests (Styvén, 2005).

4.2.4 Fun

The symbolic representation of music in the fun category is linked to the fact that music represents a moment of entertainment and playing for the child. This meaning can be seen in Figure 4 below.

Figure 4 - Fun as a representation of music



Source: Research data.

The representation of music in the drawing presented in Figure 4 was expressly related to the act of watching the Turning Mecard cartoon. Throughout the interview with the child who made this drawing, the cartoon was mentioned in his answers about music, as shown in the following report:

Turning Mecard is for fun. It talks about a lot of small cars that turn into big cars (Student 7, age: 12).

So it was understood that the making of a drawing about the meaning of music represented by a cartoon character is related to fun. This symbolic representation of music was also reported in an answer by one of the students when asked about what he thinks about music:

Fun, because I think music makes people have fun (Student 10, age: 11).

This representation is associated with the entertainment function (Merriam, 1964), while also representing the child's perception as to the cartoon he mentioned, a fact that involves the incorporated meaning of music (Zhu & Meyers-levy, 2005). Other drawings also represented moments of entertainment for children, but did not express their main meaning, presenting only links between them.

4.2.5 Feelings

Music represents the states and reactions that children are able to express, feelings of peace, love, happiness, which externalize what children feel when listening to music. This expression is related to what music means to them. Figure 5 below shows one of the drawings that fit into this category.

Figure 5 - Feeling as a representation of music



Source: Research data.

The drawing expressed in Figure 5 presented as a description the fact that music represents moments of tranquility and happiness. The feelings that the children expressed in the descriptions of their drawings define their perception of what music represents for them. The following comment in one of the answers during the interview also confirms this discovery:

Because music for me is a way to express yourself and it does not express itself by swearing. Some do, but for me it is not by swearing that you are going to say what you are feeling with the music (Student 13, age: 11).

The symbolic representation of music as feelings was also reported when students were asked what they think about music:

Love (Student 3, age: 12).

Peace. Peace, concentration, nervous... Because there are songs that remind me of the people I lost, so I get nervous because I don't like to remember that (Student 13, age: 11).

It should be noted that some reports on the meaning of music related to feelings were also observed while the students were drawing, according to the records in the field journey below:

Student 2 said he was going to draw him listening to music in his room because when he is there is the moment when he has the most peace, when his mother doesn't disturb him to do things (Field Journal, 09/11/2018).

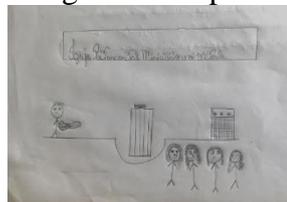
When I asked Student 15 to make his drawing on what music meant to him, he soon told me that music is a dream and that that some people say that he sings well (Field Journal, 10/03/2018).

Feelings of love, peace, loss, memory, and dream are explicit in the reports presented earlier, so it can be understood that the meanings of music are linked to the different ways of feeling and expressing themselves. Besides music in its functional perspective awakening emotions (Merriam, 1964; Sinclair, 2017; Zhu & Meyers-levy, 2005), its representation is associated with such motivation. The new configurations on the studies of consumption understand consumption beyond the “things”, but also as a producer of emotions (Trentmann, 2016), which complements the relationship between music consumption and feelings. Furthermore, the consumption of music, art, and sports and the possible achievements that can be reached through these types of consumption bring to light the feeling of accomplishment for young people of less favored layers of society (Chaplin *et al.*, 2013), which is a feeling expressed through the relationship between music and dreams. Thus, it can be understood that the meanings of music are linked to the different ways of feeling and expressing themselves.

4.2.6 Religion

Music represents religious beliefs and practices performed by children. In this respect, the meanings of music are linked to the church and to singing gospel songs. Figure 6 below shows one of the drawings that represented these facts:

Figure 6 - Religion as a representation of music



Source: Research data.

The drawing shown in Figure 6 demonstrated the relationship of music and the practice of singing in church and in its description was highlighted attending church and singing evangelical hymns. The other drawings that fit into the category Religion also represented a taste for gospel music and for singing them, according to one of the reports referring to the following drawing:

I drew myself listening, me listening to music in my house, which I drew. That is what I felt like drawing. I drew my house, my things, and I also drew a radio that I listen to music at home. Music is cool. I like to listen to it and I like to sing because I am from the church and that is where I sing music, understand? I like to sing praises (Student 12, age: 10).

The descriptions of the drawings also presented fragments referring to religious beliefs such as the bird that means Jesus Christ, the fact of drawing the church, of enjoying singing praises, quoting the hymn “Peace, Be Still”, and mentioning the church's violinist. Life through simple descriptions about nature and social relations also marked their presence in these drawings.

The practice of going to church was observed in almost all the students interviewed. Singing gospel songs had an expressive presence in the school routine of the students, which was observed throughout the participant observation. The expressiveness of religion associated with the consumption of music by low-income children in the city of Queimados reveals a capital within the cultural field (Bourdieu, 2007).

5 Final considerations

This research extends the studies on the consumption of children from lower working-class families. From the data collected, it could be noticed that music is shared at times when sounds, songs, and dances are used, considering that the music is present in the life relationships of individuals (Larsen *et al.*, 2009; Hargreaves; North, 1999; Merriam, 1964).

Based on the deep fieldwork done, it was observed that the functions and meanings of musical consumption in children from lower working-class families in the city of Queimados involved their social, cultural, and religious contexts, expressively their peer-to-peer relationships (John, 1999; Ward 1974), contributing to the construction of their identities (Barbosa & Campbell, 2006; Miller, 2013).

Our study contributes to a better understanding of the signs that music represents for the low-income children presented from a city in the Baixada Fluminense region in the state of Rio de Janeiro, a public little represented in academic researches, thus expanding the studies on the consumption of children from lower working-class families. The results pointed out that the meanings of music consumption by these children represent symbols related to life, art, friendship & family, fun, feelings, and religion. Studies show the contribution of understanding music signs as a form of sensory marketing strategies and positioning (Zhu & Meyers-levy, 2005). In this way, this research also contributes to the creation of value, attractiveness, and differentiation for the child consumer market.

The results of this work can be applied in future research that address the consumption and meanings of other goods with children being the focus. Furthermore, researchers studying the child segment may adopt the methodological course presented in this research, observing the procedures and stages of applying the data collection methods. Considering that this research was limited to low-income children ages 9 to 12, a research agenda is suggested that could replicate it with high-income children in the same age group and also integrate it with other material and symbolic universes. Likewise, research may want to expand on the correlations between children's music consumption, dress, and clothing style.

References

- Aguiar, L. (2017). Let the music play? Free streaming and its effects on digital music consumption [Versão eletrônica], *Information, Economics and Policy*, 41, 1-14.
- Albertini, M. N. B., & Domingues, S. C. (2016). Infância, consumo e educação: conexões e diálogos [Versão eletrônica], *Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis*, 13(1), 21-37.
- Bao, Y., Fern, E. F., & Sheng, S. (2007). Parental style and adolescent influence in family consumption decisions: An integrative approach [Versão eletrônica], *Journal of Business Research*, [s. l.], 60(7), 672–680.
- Barbosa, L., & Campbell, C. (2006). O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In L. Barbosa & C. Campbell (Orgs.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Barros, C. (2006). Consumo, Hierarquia e Mediação: Um estudo antropológico no universo das empregadas domésticas. *Anais do XXX EnANPAD (Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração)*, Salvador, BA, Brasil, 30.
- Bardin, L. (2006). *Análise de conteúdo*. (L. A. Rego & A. Pinheiro, Trad.). Lisboa: Edições 70.
- Bourdieu, P. (2007). *A Distinção: crítica social do julgamento*. (D. Kern & G. J. F. Teixeira, Trad.). São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk.
- Campos, R., Suarez. M. & Casotti, L. (2005). Possibilidades de contribuição da sociologia ao marketing: itinerários de consumo. *Anais do II EMA (Encontro de Marketing da ANPAD)*, Rio de Janeiro, 2.
- Castro, M. G. B. (2015). A infância e a cultura do consumo na contemporaneidade [Versão eletrônica], *Movimento – Revista de Educação*, 2, (3), 273-293.
- Chaplin, L. N., Hill, R. P., & John, D. R. (2013). Poverty and materialism: a look at impoverished versus affluent children [Versão eletrônica], *Journal of Public Policy & Marketing*, [s. l.], 33(1), 78–92.

- Dayrell, J. (2002). O Rap e o Funk na Socialização da Juventude. *Educação e Pesquisa*, vol.28, n.1, p.117-136.
- Choi, F. (2015). On the fast track to a head start: A visual ethnographic study of parental consumption of children's play and learning activities in Hong Kong [Versão eletrônica], *Childhood*, 23(1), 123–139.
- Cotte, J., & Wood, S. L. (2004). Families and innovative consumer behavior: a triadic analysis of sibling and parental influence [Versão eletrônica], *Journal of Consumer Research*, [s. l.], 31(1), 78–86.
- Creswell, J. W. (2014). *Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens* (3a ed.). Porto Alegre: Penso.
- Dalolio, A. S., & Brito, E. P. Z. (2018). From pink to blue: Tweens girls, mothers and liminal consumption. *Anais do XLII EnANPAD (Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração)*, Curitiba, 42.
- Datta, H., Knox, G., & Bronnenberga, B. J. (2018). Changing their tune: how consumers' adoption of online streaming affects music consumption and discovery [Versão eletrônica], *Marketing Science*, 37(1), 5-21.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (2009). *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo* (1a ed. – 2a reimpressão). (P. Dentzien, Trad.). Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Elberse, A. (2010). Bye-Bye Bundles: The unbundling of music in digital channels [Versão eletrônica], *Journal of Marketing*, [s. l.], 74(3), 107–123.
- Fernández, B. F., & González, A. G. (2017). Análisis del consumo infantil de TV, videojuegos e internet: diferencias en función del sexo en la selección de contenidos audiovisuales [Versão eletrônica], *Fonseca, Journal of Communication*, 15, 95-108.
- Genes, F., Craveiro, R. U., & Proença, A. (2012). Inovações tecnológicas na cadeia produtiva da música no século XXI. *Revista Eletrônica Sistemas & Gestão*, 7(2), 173-190. Recuperado em 19 maio, 2019, de <http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/view/V7N2A4>.
- Hargreaves, D., & North, A. (1999). The functions of music in everyday life: redefining the social in music psychology [Versão eletrônica], *Psychology of Music*, 27, 71-83.
- Hsieh, Y. C., Chiu, H. C., & Lin, C. C. (2006). Family communication and parental influence on children's brand attitudes [Versão eletrônica]. *Journal of Business Research*, [s. l.], 59(10–11), 1079–1086.
- IBOPE. (2017). *Tribos musicais*. Recuperado em 10 outubro, 2017 de http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/tribos_musicais.pdf.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. (2ª ed.). (S. Alexandria, Trad.). São Paulo: Aleph.

- John, D. R. (1999). Consumer socialization of children: a retrospective look at twenty-five years of research [Versão eletrônica] *Journal of Consumer Research*, 26(3), 183–213.
- Kim, C., Yang, Z., & Lee, H. (2009). Cultural differences in consumer socialization: A comparison of Chinese–Canadian and Caucasian–Canadian children [Versão eletrônica]. *Journal of Business Research*, 62(10), 955–962.
- Larsen, G., Lawson, R., & Todd, S. (2009). The consumption of music as self-representation in social interaction [Versão eletrônica], *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 17(1), 16–26.
- Lehdonvirta, M. (2016). Family leisure consumption and youth sport socialization in post-communist Poland: A perspective based on Bourdieu's class theory [Versão eletrônica], *International Review for the Sociology of Sport*, 51(2), 219–237.
- Mauss, M. (1972). *Manual de etnografia*. (M. L. Maia, Trad.). Lisboa: Editorial Pórtico.
- McCracken, G. (2012). *Cultura e Consumo II: mercados, significados e gerenciamento de marcas*. (A. C. Balthazar, Trad.). Rio de Janeiro: Mauad.
- McLuhan, M. (1974). *Os meios de comunicação: como extensões do homem*. (D. Pignatari, Trad.). São Paulo: Editora Cultrix.
- Merriam, A. O. *The anthropology of music*. Evanston: Northwestern University Press, 1964.
- Meuleman, R., Radboud, M., & Verkuyten, M.J.A.M. (2018). Parental socialization and the consumption of domestic films, books and music [Versão eletrônica], *Journal of Consumer Culture*, 18(1), 103–130.
- Miller, D. (2013). *Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material*. (R. Aguiar, Trad.). Rio de Janeiro: Zahar.
- Morrison, M., Gan, S., Dubelaar, C. & Oppewal, H. (2011), In-store music and aroma influences on shopper behavior and satisfaction, *Journal of Business Research*, 64(6), 558–564.
- Mozzato, A. R., & Grzybovski, D. (2011). Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da Administração: potencial e desafios [Versão eletrônica], *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 731–747.
- Natividade, M. R., Coutinho, M. C., & Zanella, A. V. (2008). Desenho na pesquisa com crianças: análise na perspectiva histórico-cultural [Versão Eletrônica], *Contextos Clínicos*, 1(1), 9–18.
- Nogaro, A., Ecco, I., & Grando, A. (2014, setembro). A criança e a construção de significados por meio do desenho infantil. *Anais do IV Colóquio Internacional de Educação*, Joaçaba, SC, Brasil, 2(1), 743–741.

- Ngyen, G., Dejean, S., & Moreau, F. (2014). On the complementarity between online and offline music consumption: the case of free streaming [Versão eletrônica], *Journal of Cultural Economics*, 38(4), 315-330.
- Orofino, M. I. (2015). O ponto de vista da criança no debate sobre comunicação e consumo [Versão eletrônica], *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(1), 369-381.
- Pasdiora, M. A., & Brei, V. A. (2014). A formação do hábito de consumo infantil: uma análise crítica da Teoria de Consumo de Status aplicada às classes sociais altas e baixas no Brasil [Versão eletrônica], *Organizações & Sociedade*, 21(68), 789-814.
- Piaget, J. (2002). *Epistemologia Genética* (2a ed.). (A. Cabral, Trad.). São Paulo: Martins Fontes.
- Pilcher, J. (2011). No logo? Children's consumption of fashion [Versão eletrônica], *Childhood*, 18(1), 128-141.
- Ramos, A. C. (2011). *Meus avós e eu: as relações intergeracionais entre avós e netos na perspectiva das crianças*. Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil.
- Rose, G. M., Boush, D., & Shoham, A. (2002). Family communication and children's purchasing influence: a cross-national examination [Versão eletrônica], *Journal of Business Research*, 55(11), 867-873.
- Shove, E. *Comfort, cleanliness and convenience: The social organization of normality*. Oxford: Berg, 2003.
- Sinclair, G., & Tinson, J. (2017). Psychological ownership and music streaming consumption [Versão eletrônica], *Journal of Business Research*, 71(1), 1-9.
- Souza, J., & Freitas, M. F. Q. (2014). Práticas musicais de jovens e vida cotidiana: socialização e identidades em movimento [Versão eletrônica], *Música em Perspectiva*, 7(1).
- Styvén, M. E. (2010). The need to touch: Exploring the link between music involvement and tangibility preference, *Journal of Business Research*, 63 (9-10), 1088-1094.
- Trentmann, F. (2016). *Empire of things: How we became a world of consumers, from the fifteenth century to the twenty-first*. Londres: Allen Lane.
- Veloso, A. R., & Hildebrand, D. F. N., Campomar, M. C. & Daré, P. R. C. (2018). A criança no varejo de baixa renda. *RAE - eletrônica*, 7(2). Recuperado em 19 maio, 2019, de <https://rae.fgv.br/rae-eletronica/vol7-num2-2008/crianca-no-varejo-baixa-renda>.
- Vergara, S. C. (2005). *Métodos de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas.
- Vergara, S. C. (2009). *Métodos de coleta de dados no campo*. São Paulo: Atlas.

-
- Ward, S. (1974). Consumer socialization [Versão eletrônica]. *Journal of Consumer Research*, 1(2), 1-14.
- Weijters, B., Goedertier, F., & Verstreken, S. (2014). Online music consumption in today's technological context: putting the influence of ethics in perspective [Versão Eletrônica], *Journal of Business Ethics*, 124(4), 537-550.
- Williams, J., Ashill, N., & Thirkell, P. (2016). How is value perceived by children? [Versão Eletrônica], *Journal of Business Research*, 69(12), 5875–5885.
- Zhu, R.J. & Meyers-Levy, J. (2005). Distinguishing between the Meanings of Music: When Background Music Affects Product Perceptions. *Journal of Marketing Research*, 42(3), 333–345.



FUNÇÕES E SIGNIFICADOS DO CONSUMO DE MÚSICA POR CRIANÇAS DE BAIXA RENDA

 **Isabela da Silva Souza Santos**
Mestra em Gestão e Estratégia.
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ.
Seropédica, RJ – Brasil.
isabelassantos@gmail.com

 **Flávia Galindo**
Doutora em Ciências Sociais
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ.
Seropédica, RJ – Brasil.
flaviagalindo@uol.com.br

Objetivo: Identificar quais funções e significados que o consumo de música desempenha para crianças de classes populares.

Método: A coleta de dados se deu através da triangulação dos métodos, sendo assim, foram utilizados os métodos observação participante, 17 entrevistas semiestruturadas e construções de desenhos com crianças de famílias de baixa renda do Município de Queimados – RJ.

Originalidade/Relevância: Este estudo proporcionou uma pesquisa voltada para o consumo de música de crianças de baixa renda de um município da Baixada Fluminense do Rio de Janeiro, um público ainda pouco representado em pesquisas acadêmicas. Apresentou diferentes métodos de coletas de dados pouco utilizados em pesquisa na área administrativa, servindo como base para futuros estudos.

Resultados: A pesquisa explica quais as funções que a música possui, além de apontar seis categorias de significados que a música representa para as crianças estudadas.

Contribuições teóricas/metodológicas: O trabalho contribui para uma melhor compreensão dos signos que a música representa para o público infantil investigado, além de ampliar os estudos sobre o consumidor infantil de famílias de camadas populares.

Palavras-chaves: Consumo infantil. Consumo de baixa renda. Consumo de música.

Como citar

American Psychological Association (APA)

Santos, I. da. S. S., & Galindo, Flávia. (2021, abr./jun.). Funções e significados do consumo de música por crianças de baixa renda. *Revista Brasileira de Marketing – ReMark*, 20(2), 386-312. <https://doi.org/10.5585/remark.v20i2.14268>.

Introdução

O consumo de música faz parte da sociedade humana, seus significados e sua composição são construídos socialmente (Hargreaves & North, 1999; Larsen, Lawson & Todd, 2009; Merriam, 1964). Uma das principais naturezas da área de Marketing consiste na compreensão da natureza das escolhas de consumo (McCracken, 2012), provocando um debate sobre a agência do consumidor (Campos, Suarez & Casotti, 2005). Tais elaborações teóricas buscam a compreensão sobre as possibilidades de livre escolha dos consumidores e a natureza das influências sociais e culturais na compra e no consumo de bens e serviços (Shove, 2003; Barbosa & Campbell, 2006; Bourdieu, 2007; Douglas & Isherwood, 2009; McCracken, 2012; Trentmann, 2016). Infere-se que o poder dos estímulos socioculturais nas relações de consumo (Barbosa & Campbell, 2006; Bourdieu, 2007; McCracken, 2012), resultam em gostos compartilhados (Bourdieu, 2007; McCracken, 2012; Miller, 2013), muitas vezes indissociáveis do meio em que os indivíduos vivem e reproduzem. Para além, as delimitações por faixa etária permitem as inferências sobre os comportamentos de distintos grupos sociais, tais como jovens (Chaplin, Hill & John, 2013; Dayrell, 2002) e crianças (John, 1999; Pasdiora & Brei, 2014; Williams, Ashill & Thirkell, 2016). Sendo assim, o consumo de música está presente nas relações e na vida dos indivíduos e nos diferentes contextos que fazem parte da sociedade. Assim, considera-se que as novas mídias proporcionaram uma renovação do mercado fonográfico e ao investigar o consumo de músicas por crianças inseridas nessa realidade transformada, este estudo contribui para o conhecimento das relações que o consumo de música pelo segmento infantil revela, além de compor possíveis evidências de novos usos de produção e de mercado musical.

O mercado da música tem sido fortemente impactado pelas mudanças sociotécnicas e, pode-se dizer, pelos reconhecidos avanços tecnológicos que tem transformado a sociedade contemporânea (Jenkins, 2015; McLuhan, 1974). A interação dos conteúdos de som e imagem através de diversas plataformas de mídia e a própria evolução das mídias favoreceram a transformação desse cenário (Jenkins, 2015). Desta forma, o mercado de produção musical se transformou e, com ele, a forma de acessar e consumir música também se modificou dramaticamente. Neste sentido, os avanços tecnológicos possibilitam o fácil acesso aos meios musicais, tornando a música mais presente no cotidiano das pessoas, tendo em vista que a música assumiu um novo papel social e está presente no dia a dia dos brasileiros (IBOPE, 2017).

Indivíduos que passam mais tempo conectados à internet estão mais propensos a utilizar plataformas online de música. Há outros fatores que também impulsionam esse consumo, como maiores níveis de renda e educação, bem como ser mais jovem (Aguiar, 2017). Da mesma maneira, diferentes pesquisas apontam que o consumo de música se diferencia no que tange a idade (Aguiar, 2017; Ngyen, Dejean & Moreau, 2014; Souza & Freitas, 2014; Weijters, Goedertier & Verstreken, 2014), ao nível educacional e a renda (Aguiar, 2017; Ngyen et al., 2014) que o usuário possui.

Desta forma, a natureza das escolhas do consumidor envolve os sentidos e motivos aos quais a música é acessada, pois o consumo está relacionado às diversas formas de provimento e acesso de bens e serviços, além de ser percebido como um mecanismo social, como produtor de sentido e de identidades, como uma estratégia utilizada pelos diferentes grupos sociais em seus cotidianos com o intuito de definir estilos de vida (Barbosa & Campbell, 2006). Sobretudo o consumo organiza um campo cultural e simbólico (Barbosa & Campbell, 2006; Douglas & Isherwood, 2009; Lehdonvirta, 2010; Miller, 2013, Trentmann, 2016), como atividade que torna visíveis as características e processos que classificam eventos e pessoas, dando sentido às relações sociais (Douglas & Isherwood, 2009).

Em decorrência de tais constatações, este trabalho pretende debater aspectos do consumo infantil e, mais especificamente, discutir as funções e significados que a música representa no seu universo social. Se o consumo infantil é tema importante nos dias atuais, pode-se dizer o mesmo sobre o consumo de classes populares. Desta forma, este trabalho considerou que as crianças de baixa renda possuem significados e significantes que foram construídos por meio dos seus contextos, visto que o consumo de música se diferencia conforme a idade e a classe social (Aguiar, 2017; Ngyen et al., 2014). No Brasil, os estudos de Barros (2006) demonstram que o segmento das classes populares ainda é um pouco “invisível”, por recortes de qualquer faixa etária.

Apesar do número crescente de trabalhos, ainda há uma percepção de que o consumo de baixa renda tem recebido pouca atenção pelos pesquisadores, pois as pesquisas que abordam os consumidores das camadas populares do Brasil, especialmente as classes D e E, não têm sido priorizadas, mesmo possuindo uma significativa representação populacional comparada às demais classes sociais brasileiras (Barbosa & Campbell, 2006; Barros, 2006; Pasdiora & Brei 2014; Veloso, Hildebrand, Campomar & Daré, 2008).

Neste sentido, as práticas compartilhadas pela cultura de consumo no contexto de vida da criança podem dizer muito sobre construção da subjetividade e estilo de vida numa fase

extremamente simbólica e relevante da vida humana que constitui a infância, sobretudo quando essa fase é vivenciada em famílias das camadas populares. Assim colocado, pressupomos que as crianças de baixa renda têm processos particularizados no consumo que resultam em significados muito específicos, por se tratar de um relevante grupo social que está inserido em um sistema de circulação de produtos e serviços. Além disso, os significados e interpretações sobre consumo fomentam-se nas interações e contextos sociais aos quais o indivíduo está inserido (Douglas & Isherwood, 2009), o que justifica o trabalho realizado com este recorte social.

Por esse motivo, esta pesquisa elege como objeto de estudo, o universo simbólico da música consumida pelas crianças de baixa renda, como forma de problematizar suas subjetividades, pretendeu-se identificar quais funções e significados que o consumo de música desempenha dentro desse público. O estudo foi realizado com estudantes de uma escola pública do Município de Queimados, Baixada Fluminense – RJ.

Observa-se que pesquisas sobre consumidor infantil tratam de maneira mais preponderante de questões pertinentes ao consumo de eletrônicos e internet (Dallolio & Brito, 2018; Pilcher, 2011; Fernández & González, 2017), vestuários (Dallolio & Brito, 2018; Pilcher, 2011), brinquedos, jogos lúdicos e esportes (Choi, 2015), a influência das mídias (Albertini & Domingues, 2016; Castro, 2015; Orofino, 2015), a influência familiar (Bao, Fern & Sheng, 2007; Cotte & Wood, 2004; Hsieh, Chiu & Lin, 2006; Rose, Boush & Shoham, 2002), a percepção de valor (Williams et al., 2016) e a socialização do infantil (John, 1999; Kim, Yang & Lee, 2009; Meuleman, Radboud & Verkuyten, 2018; Ward, 1974).

Desta forma, esta pesquisa avança no entendimento sobre o papel da música e de seu consumo nos estudos do consumidor infantil e do consumidor de baixa renda, ampliando os conhecimentos sobre as funções e significados de consumo de música. Deste modo, a seguir é apresentado um levantamento teórico sobre consumo e funções da música. Posteriormente, são descritos os procedimentos metodológicos, conseguinte dos resultados, análises e considerações finais.

2 Consumo e funções da música

Consumir música é uma prática social relevante (Larsen et al., 2009; Hargreaves & North, 1999; Merriam, 1964), pois trata-se de algo “claramente compartilhado em toda a sociedade, e é igualmente claro que seu significado, tanto musical quanto simbólico, é construído socialmente” (Larsen et al., 2009, p. 16, trad. pelas autoras).

Ao longo da história, tanto a música como o modo de consumi-la vem se alterando a partir da adoção de novas tecnologias de som e imagem, da transição das mídias e com a substituição dos meios físicos pelos meios digitais, como o download e os streamings de músicas (Genes, Craveiro & Proença, 2012; Sinclair & Tinson, 2017).

Sobretudo, os hábitos de consumo de música também apontam as construções identitárias, e as interações sociais e culturais a partir do compartilhamento de gostos musicais, que contribui para sentimentos de pertença (Souza & Freitas, 2014).

Dessa constatação, empreende-se que os hábitos de consumo de música possuem usos e funções. O uso refere-se às formas em que a música é consumida na sociedade para sua prática como atividade isolada ou em consonância com outras atividades, e que evoluiu a partir da adoção dos meios digitais. Já a função da música está relacionada aos motivos do uso da música, ou seja, as intenções do consumir música, conforme o trabalho pioneiro de Merriam (1964), no campo da Antropologia, demonstrado no Quadro 1.

Quadro 1 – As funções da música segundo Merriam (1964)

Função	Descrição
Expressão emocional	A música exprime sentimentos, libera ideias explícitas ou ocultas na fala dos indivíduos. Essa exteriorização de sentimentos possibilita o alívio e o entendimento daquilo que as pessoas sentem.
Prazer estético	Contempla a beleza da arte, a apreciação da obra musical, tanto do ponto de vista do musicista quanto do ouvinte apreciador da estética da música.
Entretenimento	A música proporciona entretenimento e diversão para a sociedade, seja somente pela ação de entreter ou associado a outras ações.
Comunicação	Relacionada com o fato de que a música pode comunicar algo, suas letras exprimem significados relacionais ao contexto a qual está inserida e/ou a intenção que possui, somente para aqueles que compreendem a linguagem da mesma. Ela também transmite emoção para aqueles que entendem o seu dialeto.
Representação simbólica	A música funciona como símbolos que representam atitudes, ideias e coisas, que através de sua letra, emoções e elementos que a compõe, cumpre esta função.
Resposta física	Refere-se às reações físicas que o indivíduo apresenta no seu uso de música. Ela provoca comportamentos que ocorrem de acordo com o que foi culturalmente moldado no indivíduo.
Reforçar a conformidade com as normas sociais	Contempla as canções de controle social, utilizadas em diversas culturas, tanto para alertar diretamente ou indiretamente comportamentos inadequados na sociedade.
Validação de instituições sociais e rituais religiosos	A música é utilizada em situações sociais e religiosas para reforçar símbolos cerimoniais e doutrinas, expressando ritos e preceitos das instituições. Além disso, enfatiza o que é adequado e impróprio. Contudo, existem poucas informações sobre esta função de música e necessita de mais estudos.
Contribuição para a continuidade e estabilidade da cultura	O fato de a música contemplar todas as funções, aqui apresentadas, reforça a ideia de que a música contribui para a continuidade e estabilidade da cultura. A música expressa valores, move culturas, transmite educação, histórias, artes, indica o comportamento da sociedade e molda o perfil social. Funciona como um veículo capaz de apontar a continuidade da cultura.
Contribuição para a integração da sociedade	A música promove a solidariedade entre os membros da sociedade, desta forma, ela é integradora. Ela está presente nas ações dos diversos grupos sociais e/ ou marcam ocasiões que trazem lembranças a esses grupos.

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos estudos de Merriam (1964).

As proposições de Merriam (1964) foram revisadas em Hargreaves e North (1999), ao indagarem se as funções da música sofreram alterações devido as mudanças sociais e tecnológicas. Os pesquisadores ratificam a natureza social da música, categorizando três funções sociais “tanto para músicos como para não músicos, nomeadamente no gerenciamento da auto identidade, das relações interpessoais e do humor da vida cotidiana” (Hargreaves & North, 1999, p. 79, trad. pelas autoras), conforme Quadro 2, a seguir:

Quadro 2 – Funções sociais da música

Função sociais	Descrição
Gestão da auto identidade	Está relacionada com o desempenho da música na formação da auto identidade. Neste sentido, os compositores expressam sua identidade e opiniões através de suas músicas, bem como os ouvintes juvenis utilizam de subculturas musicais para se definirem.
Gestão das relações interpessoais	Está relacionada ao estabelecimento e manutenção das relações interpessoais. Sendo assim, o desejo de pertencer a determinados grupos sociais implicam na conformidade de preferências musicais entre o indivíduo e esses grupos.
Gestão do humor da vida cotidiana	Refere-se ao fato de que os gostos musicais refletem as situações de humor do indivíduo e/ou otimizam seu humor.

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos estudos de Hargreaves e North (1999).

As funções da música são sociais e culturalizadas, de acordo com o contexto de vida dos sujeitos, atreladas a um mercado simbólico que sofreu diverças mudanças concomitantemente com os avanços tecnológicos. Desta forma, as proposições quanto as funções da música por Merriam (1694) e Hargreaves e North (1999) são relevantes para o entendimento de conceitos pilares dos motivos do uso da sociedade em seus vieses antropológicos e sociais. Neste sentido, estudos de consumo do século XXI especificam com maior notoriedade funções atreladas a agência do consumo de música. Numa ótica simbólica, Zhu e Meyers-Levy (2005) elencam a música como significado incorporado, relacionado aos sentimentos que a música aciona, e como significado referencial, relacionado as associações induzidas por fatores dos contextos sociais. Na ótica funcional, Sinclair e Tinson (2017) consideraram que a desmaterialização da música por meios digitais proporcionou novas formas de uso e consumo de experiência atreladas a propriedade psicológica, inferindo em funções relacionadas a identidade, ao lugar, a emoções e as relações sociais.

O download e streaming são os meios de acesso a música mais utilizados neste século (Elberse, 2010; Genes et al., 2012; Sinclair & Tinson, 2017). Essas novas formas de uso

acionam funções de mobilidade e autocontrole de humores (Sinclair & Tinson, 2017) em atividades e tarefas diárias, atuando como um pano de fundo musical (Larsen et al., 2009; Sinclair & Tinson, 2017). A mobilidade e o controle permitem sensações de gerenciamento e empoderamento por meio de práticas de compartilhamento em redes sociais relacionadas a influência de pares e reafirmação de identidades, refletindo em recompensas sociais (Sinclair & Tinson, 2017). Numa perspectiva de envolvimento emocional, Styvén (2010) destaca como a mobilidade torna a música como parte do dia a dia da humanidade, capaz de revelar gostos, estilos e identidades. Por fim, destacam-se pesquisas inferem sobre os motivos de uso da música com o marketing sensorial, como meios estratégicos de vendas e promoções (Morrison, Gan, Dubelaar & Oppewal, 2011; Zhu & Meyers-Levy, 2005).

3 Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa se classifica como de natureza qualitativa e dentre as abordagens de investigação, o trabalho utilizou a etnográfica, que estuda a cultura que um grupo compartilha (Creswell, 2014). O estudo etnográfico é realizado para observação da sociedade a fim de obter conhecimento de fatos sociais, seus sentidos e relações entre si (Mauss, 1972).

Para a realização deste estudo, utilizou-se para a coleta de dados a observação participante, método que está relacionado à observação de um ambiente físico, das interações e das atividades entre os investigados (Creswell, 2014). Esse método possibilita registrar eventos, condições físicas, comportamentos não verbais e comportamentos linguísticos. Desta forma, observação implica descrição, explicação e compreensão de eventos e comportamentos, além de viabilizar o uso de um meio direto para estudar os contextos envolvidos de um fenômeno (Vergara, 2009).

Com o propósito de buscar a validade interna dos dados de natureza qualitativa apurados, esta pesquisa adotou a triangulação de métodos, pois permite analisar um objeto a partir de vários pontos de referência com diferentes tipos de dados (Vergara, 2005). Como a observação participante gera maior envolvimento do pesquisador com a unidade de análise por um tempo prolongado, a triangulação expande as fronteiras do método único de coleta de dados, reduzindo obliquidade e desvios interpretativos dos fatos, por combinar diferenciadas formas de coleta (Mozzato & Grzyboyski, 2011).

Os estudos com crianças sugerem, assim como a triangulação de dados, a utilização de mais de um instrumento de coleta de dados que permitem recolher informações de diferentes perspectivas e formas sobre a unidade de análise (Natividade, Coutinho & Zanella, 2008;

Ramos, 2011). Cabe ressaltar que, os primeiros contatos com as crianças nos momentos da observação participante são primordiais para que elas se sintam confortáveis para realização dos demais métodos de coleta de dados. Antes de se sucederem os outros métodos, as crianças devem criar uma relação de confiança com o investigador, de forma que ele seja visto como um “adulto atípico” dos demais (Ramos, 2011).

O termo “adulto atípico” refere-se ao adulto que se difere dos demais que as crianças possuem como referência, como professores e responsáveis, um adulto que não representa uma figura de autoridade perante as elas. Desta forma, este adulto tem suas diferenças entre as crianças diminuídas, estabelecendo, assim, uma relação de reciprocidade e confiança entre as crianças e propiciando um maior contato nas interações entre elas, sem que elas se sintam inibidas de alguma forma com a presença deste adulto (Ramos, 2011).

Portanto, este estudo conciliou diferentes técnicas de dados à principal (observação participante) para a devida triangulação, a saber: Entrevistas e Construção de Desenhos. Ao longo da coleta de dados, foram realizados dois tipos de entrevistas (aberta e semiestruturada). As entrevistas abertas ocorreram concomitante às observações da investigadora, visto que no decorrer da aproximação com as crianças em seu ambiente escolar surgiram conversas informais entre o pesquisador e os investigados, que geraram depoimentos, os quais foram registrados em um diário de campo. A entrevista semiestruturada foi realizada com os alunos que apresentaram interesse em participar e conforme a autorização de seus responsáveis de suas participações, em uma sala separada da turma, a fim de inferir sobre as funções e significados da música em suas vidas. As entrevistas realizadas com todas as crianças foram autorizadas por seus responsáveis e foram gravadas.

O método de coleta construção de desenhos foi utilizado para complementar as entrevistas semiestruturadas, através da realização de desenhos, que representam uma linguagem pela qual a criança expressa suas emoções, seus contextos de vida e relações cotidianas. Desta forma, o desenho exprime a realidade da criança (Natividade et al., 2008; Nogaro, Ecco & Grando, 2014; Ramos, 2011). A pesquisa de campo ocorreu de 14 de março de 2018 a 08 de outubro de 2018, no período matutino (07h30 a 11h30), na Escola Municipal Prof. Anna Maria dos Santos Perobelli do Município de Queimados - RJ. Os encontros foram realizados, a princípio, uma vez por semana, e, nos últimos dois meses (setembro e outubro), os encontros ocorreram duas vezes por semana. No total foram 25 encontros, totalizando 100 horas em campo.

A pesquisa obteve aprovação do Comitê de Ética da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro [UFRRJ], segundo o Protocolo n.º 1112/18, do Processo 23083.007940/2018-90. Seguindo as determinações de boas práticas científica, obteve a autorização do estabelecimento educacional, a autorização dos pais e, ainda, o assentimento do menor de idade.

Os sujeitos da pesquisa foram 22 alunos de uma turma de 5º ano do período matutino da escola. A escolha desta turma se deu pelo fato de apresentar alunos dentro da faixa etária de 09 a 12 anos. Das 22 crianças que participaram da observação participante, 17 foram autorizadas pelos seus pais para serem entrevistadas e para a construção de desenhos.

A delimitação da faixa etária deu-se através dos estudos sobre o desenvolvimento cognitivo infantil, observando que, aproximadamente, a partir dos 07 aos 12 anos de idade a criança é capaz de realizar operações lógicas, ou seja, realizam operações com aquilo que elas conseguem ver ou já tenham visto (Piaget, 2002). Optou-se por começar pelos 9 anos pois a criança já não se encontra na faixa de transição de etapas cognitivas, pois as idades de 07 e 08 marcam o início da etapa das operações lógicas. Além disso, a pesquisa foi realizada com estudantes de uma escola pública por atender o critério de público pertencente às camadas populares.

A pesquisa qualitativa do tipo etnográfico tem como principal premissa, a explicação de comportamentos a partir da perspectiva dos nativos (Creswell, 2014). Para isso, essa pesquisa se apoiou no registro sistemático dos dados por meio de gravações em áudio, diários de campo com anotações do pesquisador, fotografias e desenhos.

A observação participante configurou-se como a primeira etapa da pesquisa de campo, em que pôde-se conviver em sala de aula com os alunos e em seus diversos momentos que compõem a rotina escolar. No diário, foram registrados eventos, condições físicas e comportamentos não verbais e linguísticos. Ao longo da observação os alunos ficaram mais próximos e a partir desse fato seguiu-se para as outras etapas da pesquisa de campo.

No mês de agosto de 2018, os desenhos e entrevistas foram iniciados com os alunos de forma individual e dividida em dois momentos. No primeiro era feito a construção do desenho, solicitando que as crianças desenhassem o que a música representava para elas em uma folha A4 em branco e após escrevessem o que registraram em outra folha. Além disso, observou-se as falas das crianças conforme planejavam seus desenhos e suas reações e falas enquanto desenhavam (Natividade et al., 2008). Após a construção desenhos e escritas do que representavam, solicitou-se explicações orais das crianças sobre o que desenharam e

escreveram. Por conseguinte, iniciou-se a entrevista a partir de um roteiro semiestruturado elaborado e todas as falas foram gravadas.

Para o tratamento dos dados coletados e transcritos, foi utilizada a técnica análise do conteúdo, que compreende a relação entre os dados coletados na pesquisa, tanto no referencial teórico quanto na pesquisa de campo e nas inferências do pesquisador com base nos dados coletados (Bardin, 2006). Desta forma, os resultados de cada método utilizado para coletar os dados foram transcritos e organizados por temas de referência em uma pasta do Excel. A partir das correlações entre todos os dados coletados e entre a bibliografia estudada, foram levantadas categorias de análise e assim, foram realizados os cruzamentos e considerações entre a pesquisa e a teoria.

Apesar da pesquisa apresentar como um dos métodos de coletas de dados a construção de desenhos, eles foram analisados com base nas interpretações das crianças de suas próprias produções gráficas, pois mesmo os desenhos possuindo informações sobre significados que são socialmente compartilhados, os sentidos dados a eles representam construções sociais que refletem os contextos que o autor possui em sua formação como sujeito (Natividade et al., 2008). Assim, a análise teve como base o que foi escrito e falado pelas crianças sobre as interpretações e significados dos seus desenhos.

4 Funções e significados da música para crianças de baixa renda

A música apresenta diferentes funções em seu uso, as quais referem-se aos motivos pelos quais a música é consumida. A representação simbólica é uma das funções que a música apresenta, que indica que a música funciona como símbolos que representam atitudes, ideias e coisas para as pessoas (Merriam, 1964).

Os dados coletados demonstraram que a música representa distintas funções em seu uso entre as crianças, e dentro da função representação simbólica, apresentou distintas categorias de significados. Desta forma, este tópico será subdividido em funções da música e categorias da representação simbólica da música para as crianças de baixa renda.

4.1 Funções da música para as crianças de baixa renda

As crianças de baixa renda do Município de Queimados utilizam a música através de diferentes atividades, elas cantam, dançam e escutam através de dispositivos sonoros. Esse consumo apresentou distintas funções em seu uso, revelando quais os motivos para a música ser consumida, motivos os quais estão relacionados aos contextos sociais das crianças.

As principais funções da música para essas crianças podem ser classificadas como: recurso de atividades pedagógicas; brincadeiras; entretenimento; expressão emocional; prazer estético; resposta física; “papel de parede” sonoro através do canto e/ou dispositivos de som; e representação simbólica. Essas funções são complementadas de acordo com as correlações entre outros motivos para o consumo de música conforme a bibliografia estudada.

A função da música como recurso de atividades pedagógicas caracteriza-se por ser utilizada em diversos eventos culturais desenvolvidos na escola e como mecanismo de ensino em atividades que envolvem contações de histórias. Ao longo da observação participante percebeu-se momentos em que professores e profissionais da educação utilizavam-se das músicas para fins pedagógicos como recurso de ensino-aprendizagem em momentos de contações de histórias.

Além disso, os eventos culturais desenvolvidos pela escola apresentavam performances de danças dos alunos previamente ensaiadas por professores da unidade escolar, o que foi observado nos eventos Semana da Família, Show de Talentos e Festa Junina. A partir das entrevistas também se percebeu que a escola se utiliza da música apenas em eventos culturais, nas aulas de leitura, de educação física e para o canto do Hino Nacional.

Desta forma, percebe-se que a música dentro do ambiente escolar exerceu funções pedagógicas e culturais, que transcendem tradições sociais. Neste sentido, a utilização de músicas em eventos e o canto do hino evidenciaram a utilização da música como contribuição para a continuidade e estabilidade da cultura (Merriam, 1964).

A função da música como brincadeira ressalta a sua utilização com objetivos lúdicos. As crianças de camadas populares do Município de Queimados utilizavam de cantigas e que entoavam ditos do imaginário popular, em brincadeiras de roda realizadas pela professora de educação física e em brincadeiras em que o ato de dançar e representar músicas através de respostas físicas relacionaram-se ao brincar e ao faz de conta, conforme os relatos das entrevistas a seguir:

Não, só quando é pra eu brincar de The Voice Brasil. Assim, ficam cinco pessoas viradas de costas pra parede e fica uma pessoa cantando e se alguém bater no botão e virar, depois ele vai dar o meu ponto e eu escolho uma pessoa. Às vezes na rua e às vezes na minha casa, com os meus primos (Aluna 5, 11 anos).

E quando vou pra pisci... pro sítio, aí... aí a gente fica brincando, dançando quando tocam algumas músicas, aí a gente fica brincando dentro da piscina e dançando do lado de fora (Aluno 17, 12 anos).

As funções da música a um caráter funcional ao consumo da música por essas crianças atualizam as proposições de Merriam (1964), para quem a música como recurso de atividades pedagógicas e da música como brincadeira fundamentam a função da música como contribuição para a continuidade e estabilidade da cultura, por se tratar de veículo para educação, cultura, histórias e artes. Outra função que também está relacionada as práticas pedagógicas e as brincadeiras é a da música como contribuição para a integração da sociedade, por promover momentos entre grupos sociais que integram as suas vivências e demarcam momentos experimentados por esses grupos (Merriam 1964).

A música como entretenimento, expressão emocional e representação simbólica também contempla os estudos de Merriam (1964). Os motivos para o consumo da música que as crianças de camadas populares do Município de Queimados possuem estão atrelados às definições das funções da música supracitadas.

No caso da função entretenimento, a música destaca-se como forma de distração de um momento, a diversão e o prazer em escutar, cantar e dançar para essas crianças de baixa renda. Os motivos para o consumo de música estavam atrelados a momentos de descontração em que o uso do celular era compartilhado entre grupos de pares. As crianças consumiam músicas em momentos vagos das aulas e em momentos de recreação em que os alunos dançavam e cantavam com seus colegas de classe. Através das entrevistas também foi elucidada essa percepção pelos alunos da função da música como entretenimento, muitas das crianças disseram escutar músicas para se distraírem ou como passatempo.

A mobilidade permite compartilhar gostos e potenciais preferencias entre os pares (Sinclair, 2017). O uso do celular para acessar músicas entre amigos demonstra a onipresença do consumo de músicas no dia a dia (Styvén, 2010). Outra característica nesse compartilhamento foi a dimensão coletiva do celular, que também foi observada em estudos de grupos de baixa renda (Barros, 2015).

A música como expressão emocional representa sentimentos e emoções. Os alunos disseram em suas respostas nas entrevistas que escutam músicas para ficarem mais alegres, por serem românticas e para lembrar de pessoas que já faleceram. Esses achados retomam a gestão de humor que argumenta como a música possibilita direcionar emoções conforme o ritmo e som (Hargreaves & North, 1990; Sinclair, 2017), controlando climas e gerenciando rotinas, fatos que favorecem a sensação empoderamento (Sinclair, 2017).

O prazer estético (Merriam, 1964; Sinclair, 2017; Styvén, 2005; Zhu & Meyers-Levy, 2005) esteve presente nos signos representados em questões que correlacionavam a

representação da música. Algumas crianças relataram sobre beleza da música em seus desenhos e falas por meio de representações de instrumentos e relações com as artes. Com relação a função da música como resposta física, observou-se que estava representada nas manifestações corporais que as crianças apresentavam quando escutavam alguma música, quando cantavam ou dançavam. Essas reações também foram expressas dentro das funções apresentadas anteriormente, tendo em vista que as funções da música não ocorrem de forma isolada, elas se complementam (Merriam, 1964).

O consumo de música também foi observado como “papel de parede” sonoro em que a música é cantada ou transmitida por algum dispositivo sonoro como um pano de fundo enquanto os alunos realizam outras atividades. A música era cantada dentro do ambiente escolar enquanto as crianças faziam atividades escritas em sala de aula e atividades físicas no pátio. Além disso, as entrevistas também revelaram essa função em outros ambientes frequentados pelos alunos conforme os relatos a seguir:

Aí vai lá, a gente, às vezes, a gente brinca na rua, só o Matheus quando vai pra fora, eu vou lá pra dentro. Aí eu e o Kayky ficamos jogando bola, aí eu boto no celular as músicas e a gente fica jogando bola na rua (Aluno 17, 12 anos).

Desta forma, esses achados ratificam os estudos de Larsen et al. (2009) que destacam o papel da música como pano de fundo musical em interações sociais para o alívio de situações e preenchimento de silêncios. Porém, cabe ressaltar que a utilização desse pano de fundo musical para as crianças se dá também através do canto dos alunos, não apenas pelos possíveis meios de transmissão digital. As funções de controle de humores (Hargreaves & North, 1990; Sinclair, 2017) e mobilidade (Sinclair, 2017; Styvén, 2005) também estão relacionadas a essa vertente.

A função da música como representação simbólica expõe significados referentes a vida, relações sociais, experiências das crianças de baixa renda do Município de Queimados. A partir da construção dos desenhos constatou-se que a música apresenta significados para as crianças entrevistadas referentes à vida, a relações sociais, às artes, à diversão, a sentimentos e à religião. Esses significados serão detalhados no tópico 4.2.

As demais funções que foram descritas por Merriam (1964), tais como comunicação, reforço da conformidade com as normas sociais e validação de instituições sociais e rituais religiosos ocorreram em momentos singelos ou de forma implícita na conjuntura dessa teoria estudada. Essa falta de correlação plena atualiza as proposições sobre as funções da música. A função da comunicação para Merriam (1964) está atrelada ao que os compositores transmitem

por meio de suas letras musicais. Embora seja uma visão restrita, a comunicação é um elemento de significativa amplitude nos estudos de Marketing. Na perspectiva da cultura do consumo, os bens comunicam identidades, gostos e sentimentos de pertença (Barbosa & Campbell, 2006; Douglas & Isherwood, 2009; Miller, 2013; Trentmann, 2016). Ao longo de todas as etapas da pesquisa foram elucidados momentos em que o consumo de música afirma relações sociais, preferências e desgostos.

O reforço e conformidade das normas sociais atuam como forma de controle social e de comportamentos inadequados (Merriam, 1964), apesar de não ter sido observado de forma expressiva, houveram relatos de músicas inadequadas, por apresentarem palavras rudes, sexualidades e hábitos que confrontam religiosidades. O compartilhamento de gostos musicais, contribui para sentimentos de pertença e interações (Souza & Freitas, 2014).

Na conjuntura da validação de instituições e rituais religiosos, embora este conceito esteja atrelado a rituais e cerimoniais sociais e religiosos (Merriam, 1964), os resultados apontaram a presença da música em costumes familiares, na escola e na igreja, costumes que diferenciam identidades e relações sociais. Essas três instituições demarcaram uma expressiva presença ao longo de toda a pesquisa de campo. A ótica da distinção expõe que os grupos se diferenciam dos demais, negando e diminuindo outras formas (Bourdieu, 2007).

As funções da música para as crianças de baixa renda do Município de Queimados apresentam relação ao contexto social e cultural aos quais estão inseridas, resumindo como ocorre o papel da música dentro de seus contextos. Todos os motivos aferidos e discutidos nesta análise fomentam a socialização do consumidor infantil, pois se relacionam com seu desenvolvimento social (Dallolio & Britto, 2018; John, 1999; Pilcher, 2011, Ward, 1974) e seus conhecimentos que moldam sua sofisticação como consumidor (John, 1999).

Este tópico considerou os achados de Merriam (1964) por ser um trabalho de referência nos estudos funcionais da música. Ainda que fundamentado em um contexto que se transformou com as novas gerações, as atualizações confrontadas com estudos de Marketing demonstraram, em certo grau de relatividade, que as funções atreladas aos estudos de consumo de música remeteram a questões centrais desse estudo de cunho antropológico. O próximo tópico irá tratar os signos que a música representa para essas crianças de camadas populares. Os significados que a música representa para a sociedade compõe a função da música como representação simbólica.

4.2 Representação simbólica da música para crianças de baixa renda

A função da música como representação simbólica está atrelada as percepções que as crianças possuem sobre o que representa música para elas. A partir das respostas obtidas das entrevistas, das construções de desenhos e do diário de campo, constatou-se que as representações simbólicas que a música reflete para os alunos estão atreladas as seguintes categorias: vida; amizade e família; artes; diversão; sentimentos e religião.

Ressalta-se que assim como as funções da música, as quais não ocorrem de forma isolada, possuindo relações entre si (Merriam, 1964), a pesquisa de campo constatou que as representações simbólicas também apresentam vínculos, completando uma a outra. Os próximos tópicos apresentarão essas categorias referentes aos significados que a música representa para as crianças de baixa renda do Município de Queimados.

4.2.1 Vida

A música representa a vida, ela está presente nos modos de viver e no dia a dia das crianças. Também está relacionada aos elementos naturais e a natureza, tais como o ar, a flora e a vida humana. A Figura 1 a seguir demonstra um dos desenhos atrelado a essa categoria, realizado por uma das crianças entrevistadas.

Figura 7 - Vida como representação da música



Fonte: Dados da pesquisa.

O desenho da Figura 1 apresentou como descrição o fato de a música representar o modo de viver e a vida. O significado da música como vida também pôde ser observado ao longo das reações orais que os alunos tinham enquanto desenhavam, conforme o relato do diário de campo a seguir:

Quando solicitei ao Aluno 10 que desenhasse o que a música representava para ele, logo respondeu: - Vida (Diário de campo, 20/09/2018).

A representação da música como vida também está atrelada a presença que a música desempenha no dia a dia da criança. Sendo assim, o consumo de música por crianças é um processo social produtor de sentido e identidade (Barbosa & Campbell, 2006), além de estar presente no cotidiano e nos valores que constroem suas identidades (Miller, 2013). Desta

forma, as personalidades se identificam com as músicas que as crianças escutam, conforme o seguinte relato sobre gostos musicais:

Eu acho bonitas, legais. Ah porque, como eu desenhei, representa um pouco da vida (Aluno 1, 12 anos).

A observação participante também pôde constatar que a música se fazia presente em diversos momentos do período escolar vivenciados pelos alunos em suas manhãs. Eles cantavam, dançavam, escutavam, brincavam e realizavam atividades pedagógicas através do consumo da música. Os seus dias escolares possuíam um “repertório musical” que era vivenciado em distintos momentos. Esse achado retoma a arguição que a música como parte da rotina diária, “fluída como água” (Styvén, 2005). Além disso, a música apresentou conexões com a natureza, quando as crianças foram estimuladas a desenharem o que a música representa para elas, destacaram em suas falas e descrições de seus desenhos as paisagens naturais do ambiente, como as árvores, o ar e as flores. Foram observados também fragmentos das descrições de outros desenhos, que apresentaram a representação da natureza e da vida, contudo o objetivo central do desenho foi atribuído a outra categoria de significado, o que constata os vínculos entre si que os signos possuem.

4.2.2 Amizade e família

Outro significado que a música representa para as crianças está relacionado às relações sociais entre os pares e familiares. A música, a dança, as interações sociais e os gostos musicais são representados a partir de momentos compartilhados entre amigos e familiares. O consumo infantil está atrelado às inserções aos grupos sociais que elas desejam pertencer (Dallolio & Brito, 2018; John, 1999). A Figura 2 a seguir apresenta um dos desenhos que retratou esse achado.

Figura 8 - Amizade e família como representação da música



Fonte: Dados da Pesquisa.

Assim como o desenho apresentado na Figura 2, os demais desenhos que foram inseridos nesta categoria apresentavam em suas descrições relações entre atividades musicais, como dançar e escutar música com amigos e familiares. Os signos referenciais dependem de

contextos e associações estimuladas pela música (Zhu & Meyers-Levy, 2005). Os habitus familiares e experiências entre amigos, habitus de origem, compõem uma herança material que transcende ao longo da vida (Bourdieu, 2007).

Os momentos compartilhados entre as crianças e seus pares e/ou familiares assumem um papel de significância na representação do que é música para elas. Ao longo da observação participante também foram reconhecidos momentos em que os alunos compartilhavam o consumo de música, momentos os quais as crianças se reuniam para escutar e cantar músicas com seus colegas de classe e que se reuniam para dançar em tempos vagos e/ou quando a professora regente se ausentava da sala de aula.

A observação participante resultou no acompanhamento de momentos singulares que tais manifestações musicais se confirmavam e evidenciavam seu potencial de fomentar sociabilidade. Desta forma o desenvolvimento de habilidades e conhecimentos que as crianças adquirem fazem parte de processo de socialização como consumidor infantil de música. Esses momentos compartilhados entre pares são simbólicos e estabelecem relações sociais entre pares, visto que o conceito de socialização do consumidor está atrelado aos conhecimentos e ações que as crianças adquirem através de suas interações vivenciados ao longo de sua formação como consumidor (John, 1999; Ward, 1974).

Os gostos musicais compartilhados em comum também foram destacados como forma de aproximação entre as relações sociais. Sendo assim, o consumo da música por crianças reforça identidades, contribuindo para o sentimento de pertença, e, assim, fortalecendo relações sociais (Souza & Freitas, 2014). O relato a seguir de uma das crianças entrevistadas sobre o que ela desenhou também discorre sobre esse fato:

Eu desenhei duas meninas bem diferentes uma da outra, diferente de religião e diferente de cor, mas acima de tudo... Antes da conversa, uma zoava a outra, antes, só que aí, a professora mandou as duas fazerem uma atividade juntas. Era um sorteio, saiu as duas. Tem a ver que elas estavam... O trabalho delas era sobre, sobre cultura, sobre música, aí elas sentaram pra conversar por causa do trabalho e viram que elas tinham muito em comum, aí elas gostavam do mesmo cantor e da mesma música. Mais ou menos duas coisas elas eram parecidas, elas acabaram conversando mais ainda e ficaram unidas e depois disso elas nunca mais desgrudavam, porque elas estavam separadas, uma não gostava da outra e a música acabou unindo as duas e promovendo a amizade e a paz (Aluno 16, 11 anos).

Desta forma, os gostos e preferências musicais em comum assumem um papel de aproximação por afinidades e de distinção quando esses gostos compartilhados não são correspondentes.

4.2.3 Artes

Nesta categoria a música apresenta seu significado como artes em consonância com a sua prática e a sua estética. Desta forma, a prática de tocar instrumentos e a admiração pela música evidenciam a representação da música como artes. A fala de um aluno sobre o ensino de música também confirma a relação entre a prática de música e as artes:

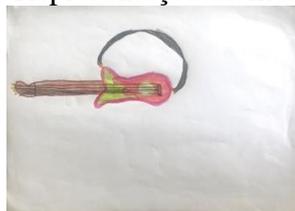
Música é arte, como o taekwondo, um montão de coisas (Aluno 17, 12 anos).

Sendo assim, o aluno em questão fez uma relação entre música e a prática de uma arte marcial. Outro fator que pôde ser destacado foi a ênfase as descrições das cores no desenho do Aluno 9, as quais também contribuíram para a percepção dessa categoria, que podem ser observadas a seguir:

Desenhei um piano. Desenhei o preto em cima e pintei com a canetinha pra destacar o branco, pra ficar que nem o piano. É o negócio pra tocar piano sei lá, aquele negócio que os, que... Que as pessoas que tocam piano usam pra fazer a música (Aluno 9, 12 anos).

Os desenhos das crianças entrevistadas dentro dessa categoria ressaltaram a relação da música, das artes, da estética de instrumentos musicais e da habilidade de tocá-los. A Figura 3 a seguir demonstra um dos desenhos dos alunos que foram enquadrados nessa categoria.

Figura 9 - Representação da música como artes



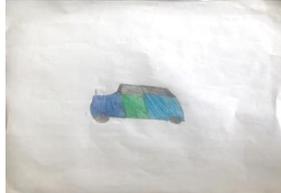
Fonte: Dados da Pesquisa.

Neste sentido, a música também representa as artes em seu significado para as crianças das classes populares do Município de Queimados, tanto referente a sua prática e a beleza de tocar instrumentos musicais quanto a de ser uma arte em si. O grau de envolvimento emocional do prazer e estética permeia a relevância pessoal do consumidor e interesses (Styvén, 2005).

4.2.4 Diversão

A representação simbólica da música quanto a categoria diversão está atrelada ao fato de que a música representa um momento de entretenimento e ludicidade para a criança. Esse significado pode ser observado na Figura 4 a seguir.

Figura 10 - Diversão como representação da música



Fonte: Dados da Pesquisa.

A representação da música para o desenho apresentado na Figura 4 estava expressamente relacionada ao ato de assistir à animação *Turning Mecard*. Ao longo de toda a entrevista realizada com a criança que realizou esse desenho, a animação era mencionada em suas respostas sobre a música, conforme o relato a seguir:

A da *Tuniga Mecard* é pra me divertir. Ela fala de um montão de carrinho que vira grandão (Aluno 7, 12 anos).

Desta forma, entendeu-se que a construção de um desenho sobre o significado da música ter sido representado por um personagem de desenho animado está relacionada a diversão. Essa representação simbólica da música também foi relatada na fala de um dos alunos sobre o que pensa sobre música:

Diversão. Porque eu acho que a música diverte as pessoas (Aluno 10, 11 anos).

Essa representação associa-se com a função entretenimento (Merriam, 1964). Além disso, representa a percepção da criança quanto a animação relatada, fato que envolve o significado incorporado da música (Zhu & Meyers-Levy, 2005). Outros desenhos também representavam momentos de entretenimento para as crianças, contudo não expressavam o seu significado principal, apresentando apenas vínculos entre si.

4.2.5 Sentimentos

A música representa os estados e reações que as crianças são capazes de expressar, sentimentos de paz, amor, felicidade, que exteriorizam o que as crianças sentem ao escutarem

música. Essa expressão está relacionada ao que a música significa para elas. A Figura 5 a seguir expõe um dos desenhos que se enquadrou nessa categoria.

Figura 11 - Sentimento como representação da música



Fonte: Dados da Pesquisa.

O desenho expresso na Figura 5 apresentou como descrição o fato de a música representar momentos de tranquilidade e felicidade. Os sentimentos que as crianças expressaram nas descrições de seus desenhos definem a sua percepção do que a música representa para elas. O comentário a seguir em umas das respostas na entrevista também confirma essa descoberta:

Por causa que a música pra mim é uma maneira de se expressar, e ela não se expressa falando palavrão, algumas sim, mas pra mim não é falando palavrão que você vai dizer o que você tá sentindo com a música (Aluna 13, 11 anos).

A representação simbólica da música como sentimentos também foi relatada quando os alunos foram questionados sobre o que pensam sobre música:

Amor (Aluno 3, 12 anos).

Paz. Paz, concentração, nervoso... Porque tem música que me faz lembrar das pessoas que eu perdi então eu fico nervosa, porque eu não gosto de lembrar (Aluno 13, 11 anos).

Cabe ressaltar que alguns relatos sobre o significado da música referente a sentimentos também foram observados enquanto os alunos realizavam os seus desenhos, conforme os registros no diário de campo, a seguir:

O Aluno 2 disse que ia se desenhar escutando música no quarto, pois quando está nele é o momento em que mais tem paz, quando sua mãe não perturba para fazer as coisas (Diário de campo, 11/09/2018).

Quando solicitei que o Aluno 15 realizasse o seu desenho sobre o que a música representava para ele, logo me respondeu que a música é um sonho e que tem gente que diz que ele canta bem (Diário de campo, 03/10/2018).

Os sentimentos de amor, paz, perda, memória e sonho estão explícitos nos relatos apresentados anteriormente. Desta forma, entendeu-se que os significados da música estão atrelados as diversas formas de sentir e de se expressar. Além da música em sua perspectiva funcional despertar emoções (Merriam, 1964; Sinclair 2017; Zhu & Meyers-Levy, 2005), sua representação associa-se a tal motivação. As novas configurações sobre os estudos do consumo entendem o consumo para além das “coisas”, mas também como produtor de emoções (Trentmann, 2016), o que complementa a relação entre o consumo de música e sentimentos. Ademais, o consumo de música, artes e esportes e as possíveis conquistas que se podem alcançar através desses tipos de consumo trazem à tona o sentimento de realização para jovens de camadas menos favorecidas (Chaplin et al., 2013), sentimento expresso através da relação entre música e sonho. Desta forma, entendeu-se que os significados da música estão atrelados as diversas formas de sentir e de se expressar.

4.2.6 Religião

A música representa crenças e práticas religiosas realizadas pelas crianças. Nessa vertente os significados da música estão atrelados a igreja e ao canto de música gospel. A Figura 6 apresenta um dos desenhos que contemplou esses fatos:

Figura 12 - Religião como representação de música



Fonte: Dados da Pesquisa.

O desenho apresentado na Figura 6 demonstrou a relação da música e a prática de cantar na igreja, em sua descrição foi destacado frequentar a igreja e de cantar hinos evangélicos. Os outros desenhos que se enquadraram dentro da categoria religião também representaram o gosto por músicas gospel e o ato de cantá-las, conforme um dos relatos referentes ao desenho a seguir:

Eu desenhei eu ouvindo, eu ouvindo música na minha casa, que eu desenhei. Ah, porque eu fiquei com vontade de desenhar. Eu desenhei minha casa, minhas coisas e eu também desenhei um rádio que eu ouço música em casa. Ah, música é legal, eu

gosto de ouvir, eu gosto de cantar porque eu sou da igreja, aí eu canto música, entendeu? Eu gosto de louvar (Aluno 12, 10 anos).

As descrições dos desenhos também apresentaram fragmentos referentes a crenças religiosas, tais como o pássaro que significava Jesus Cristo, ao fato de desenhar a igreja, de gostar de louvar, a citação do hino Tempestade de Bonanças e a do violonista da igreja. A vida através de singelas descrições sobre a natureza e as relações sociais também demarcaram presença nesses desenhos.

A prática de ir à igreja foi observada em quase todos os alunos entrevistados. Além disso, o canto de músicas gospel demarcou expressiva presença na rotina escolar dos alunos, o que foi constatado ao longo da observação participante. A expressividade de religião associada ao consumo de música por crianças de baixa renda do município de Queimados revela um capital dentro do campo cultural (Bourdieu, 2007).

5 Considerações finais

Esta pesquisa amplia os estudos sobre o consumidor infantil de famílias de camadas populares. A partir dos dados coletados, percebeu-se que a música é compartilhada em momentos em que são utilizados sons, cantos e danças, tendo em vista que a música está presente nas relações de vida dos indivíduos (Larsen et al., 2009; Hargreaves; North, 1999; Merriam, 1964).

Com base no profundo trabalho de campo, observou-se que as funções e significados do consumo musical em crianças de camadas populares do Município de Queimados envolvem seus contextos sociais, culturais e religiosos, expressivamente, suas relações entre pares (John, 1999; Ward 1974), contribuindo para a construção de suas identidades (Barbosa & Campbell, 2006; Miller, 2013).

Nosso estudo contribui para uma melhor compreensão dos signos que a música representa para o público infantil apresentado, crianças de baixa renda de um município da Baixada Fluminense do Rio de Janeiro, um público ainda pouco representado em pesquisas acadêmicas. Desta forma, amplia os estudos sobre o consumidor infantil de famílias de camadas populares. Os resultados apontaram que os significados do consumo de música por essas crianças representam símbolos referente a vida, artes, amizade e família, diversão, sentimentos e religião. Estudos evidenciam a contribuição de entender os signos da música como forma de estratégias de marketing sensorial e posicionamento (Zhu & Meyers-Levy,

2005). Desta forma, esta pesquisa também contribui para a criação de valor, atratividade e diferenciação para o mercado do consumidor infantil.

Os resultados deste trabalho podem ser aplicados em pesquisas futuras que abordem o consumo e significados de outros bens do público infantil. Além disso, os pesquisadores que estudam o segmento infantil podem adotar o percurso metodológico apresentado nesta pesquisa, observando os procedimentos e etapas da aplicação dos métodos de coletas de dados. Considerando que esta pesquisa se limitou às crianças de baixa renda, de 09 a 12 anos, sugere-se uma agenda de pesquisa, que possa replicá-la com crianças de alta renda na mesma faixa etária e, também, integrando-a com outros universos materiais e simbólicos. Da mesma forma, a pesquisa pode se expandir nas correlações entre o consumo de música, a indumentária e o estilo de roupas das crianças.

Referências

- Aguiar, L. (2017). Let the music play? Free streaming and its effects on digital music consumption [Versão eletrônica], *Information, Economics and Policy*, 41, 1-14.
- Albertini, M. N. B., & Domingues, S. C. (2016). Infância, consumo e educação: conexões e diálogos [Versão eletrônica], *Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis*, 13(1), 21-37.
- Bao, Y., Fern, E. F., & Sheng, S. (2007). Parental style and adolescent influence in family consumption decisions: An integrative approach [Versão eletrônica], *Journal of Business Research*, [s. l.], 60(7), 672-680.
- Barbosa, L., & Campbell, C. (2006). O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In L. Barbosa & C. Campbell (Orgs.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Barros, C. (2006). Consumo, Hierarquia e Mediação: Um estudo antropológico no universo das empregadas domésticas. *Anais do XXX EnANPAD (Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração)*, Salvador, BA, Brasil, 30.
- Bardin, L. (2006). *Análise de conteúdo*. (L. A. Rego & A. Pinheiro, Trad.). Lisboa: Edições 70.
- Bourdieu, P. (2007). *A Distinção: crítica social do julgamento*. (D. Kern & G. J. F. Teixeira, Trad.). São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk.
- Campos, R., Suarez. M. & Casotti, L. (2005). Possibilidades de contribuição da sociologia ao marketing: itinerários de consumo. *Anais do II EMA (Encontro de Marketing da ANPAD)*, Rio de Janeiro, 2.

- Castro, M. G. B. (2015). A infância e a cultura do consumo na contemporaneidade [Versão eletrônica], *Movimento – Revista de Educação*, 2, (3), 273-293.
- Chaplin, L. N., Hill, R. P., & John, D. R. (2013). Poverty and materialism: a look at impoverished versus affluent children [Versão eletrônica], *Journal of Public Policy & Marketing*, [s. l.], 33(1), 78–92.
- Dayrell, J. (2002). O Rap e o Funk na Socialização da Juventude. *Educação e Pesquisa*, vol.28, n.1, p.117-136.
- Choi, F. (2015). On the fast track to a head start: A visual ethnographic study of parental consumption of children's play and learning activities in Hong Kong [Versão eletrônica], *Childhood*, 23(1), 123–139.
- Cotte, J., & Wood, S. L. (2004). Families and innovative consumer behavior: a triadic analysis of sibling and parental influence [Versão eletrônica], *Journal of Consumer Research*, [s. l.], 31(1), 78–86.
- Creswell, J. W. (2014). *Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens* (3a ed.). Porto Alegre: Penso.
- Dalolio, A. S., & Brito, E. P. Z. (2018). From pink to blue: Tweens girls, mothers and liminal consumption. *Anais do XLII EnANPAD (Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração)*, Curitiba, 42.
- Datta, H., Knox, G., & Bronnenberga, B. J. (2018). Changing their tune: how consumers' adoption of online streaming affects music consumption and discovery [Versão eletrônica], *Marketing Science*, 37(1), 5-21.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (2009). *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo* (1a ed. – 2a reimpressão). (P. Dentzien, Trad.). Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Elberse, A. (2010). Bye-Bye Bundles: The unbundling of music in digital channels [Versão eletrônica], *Journal of Marketing*, [s. l.], 74(3), 107–123.
- Fernández, B. F., & González, A. G. (2017). Análisis del consumo infantil de TV, videojuegos e internet: diferencias en función del sexo en la selección de contenidos audiovisuales [Versão eletrônica], *Fonseca, Journal of Communication*, 15, 95-108.
- Genes, F., Craveiro, R. U., & Proença, A. (2012). Inovações tecnológicas na cadeia produtiva da música no século XXI. *Revista Eletrônica Sistemas & Gestão*, 7(2), 173-190. Recuperado em 19 maio, 2019, de <http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/view/V7N2A4>.
- Hargreaves, D., & North, A. (1999). The functions of music in everyday life: redefining the social in music psychology [Versão eletrônica], *Psychology of Music*, 27, 71-83.
- Hsieh, Y. C., Chiu, H. C., & Lin, C. C. (2006). Family communication and parental influence on children's brand attitudes [Versão eletrônica]. *Journal of Business Research*, [s. l.], 59(10–11), 1079–1086.

- IBOPE. (2017). Tribos musicais. Recuperado em 10 outubro, 2017 de http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Documents/tribos_musicais.pdf.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. (2ª ed.). (S. Alexandria, Trad.). São Paulo: Aleph.
- John, D. R. (1999). Consumer socialization of children: a retrospective look at twenty-five years of research [Versão eletrônica] *Journal of Consumer Research*, 26(3), 183–213.
- Kim, C., Yang, Z., & Lee, H. (2009). Cultural differences in consumer socialization: A comparison of Chinese–Canadian and Caucasian–Canadian children [Versão eletrônica]. *Journal of Business Research*, 62(10), 955–962.
- Larsen, G., Lawson, R., & Todd, S. (2009). The consumption of music as self-representation in social interaction [Versão eletrônica], *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 17(1), 16–26.
- Lehdonvirta, M. (2016). Family leisure consumption and youth sport socialization in post-communist Poland: A perspective based on Bourdieu's class theory [Versão eletrônica], *International Review for the Sociology of Sport*, 51(2), 219–237.
- Mauss, M. (1972). *Manual de etnografia*. (M. L. Maia, Trad.). Lisboa: Editorial Pórtico.
- McCracken, G. (2012). *Cultura e Consumo II: mercados, significados e gerenciamento de marcas*. (A. C. Balthazar, Trad.). Rio de Janeiro: Mauad.
- McLuhan, M. (1974). *Os meios de comunicação: como extensões do homem*. (D. Pignatari, Trad.). São Paulo: Editora Cultrix.
- Merriam, A. O. *The anthropology of music*. Evanston: Northwestern University Press, 1964.
- Meuleman, R., Radboud, M., & Verkuyten, M.J.A.M. (2018). Parental socialization and the consumption of domestic films, books and music [Versão eletrônica], *Journal of Consumer Culture*, 18(1), 103–130.
- Miller, D. (2013). *Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material*. (R. Aguiar, Trad.). Rio de Janeiro: Zahar.
- Morrison, M., Gan, S., Dubelaar, C. & Oppewal, H. (2011), In-store music and aroma influences on shopper behavior and satisfaction, *Journal of Business Research*, 64(6), 558–564.
- Mozzato, A. R., & Grzybovski, D. (2011). Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da Administração: potencial e desafios [Versão eletrônica], *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 731–747.
- Natividade, M. R., Coutinho, M. C., & Zanella, A. V. (2008). Desenho na pesquisa com crianças: análise na perspectiva histórico-cultural [Versão Eletrônica], *Contextos Clínicos*, 1(1), 9–18.

- Nogaro, A., Ecco, I., & Grando, A. (2014, setembro). A criança e a construção de significados por meio do desenho infantil. *Anais do IV Colóquio Internacional de Educação, Joaçaba, SC, Brasil*, 2(1), 743-741.
- Ngyen, G., Dejean, S., & Moreau, F. (2014). On the complementarity between online and offline music consumption: the case of free streaming [Versão eletrônica], *Journal of Cultural Economics*, 38(4), 315-330.
- Orofino, M. I. (2015). O ponto de vista da criança no debate sobre comunicação e consumo [Versão eletrônica], *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(1), 369-381.
- Pasdiora, M. A., & Brei, V. A. (2014). A formação do hábito de consumo infantil: uma análise crítica da Teoria de Consumo de Status aplicada às classes sociais altas e baixas no Brasil [Versão eletrônica], *Organizações & Sociedade*, 21(68), 789-814.
- Piaget, J. (2002). *Epistemologia Genética* (2a ed.). (A. Cabral, Trad.). São Paulo: Martins Fontes.
- Pilcher, J. (2011). No logo? Children's consumption of fashion [Versão eletrônica], *Childhood*, 18(1), 128-141.
- Ramos, A. C. (2011). *Meus avós e eu: as relações intergeracionais entre avós e netos na perspectiva das crianças*. Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil.
- Rose, G. M., Boush, D., & Shoham, A. (2002). Family communication and children's purchasing influence: a cross-national examination [Versão eletrônica], *Journal of Business Research*, 55(11), 867-873.
- Shove, E. *Comfort, cleanliness and convenience: The social organization of normality*. Oxford: Berg, 2003.
- Sinclair, G., & Tinson, J. (2017). Psychological ownership and music streaming consumption [Versão eletrônica], *Journal of Business Research*, 71(1), 1-9.
- Souza, J., & Freitas, M. F. Q. (2014). Práticas musicais de jovens e vida cotidiana: socialização e identidades em movimento [Versão eletrônica], *Música em Perspectiva*, 7(1).
- Styvén, M. E. (2010). The need to touch: Exploring the link between music involvement and tangibility preference, *Journal of Business Research*, 63 (9-10), 1088-1094.
- Trentmann, F. (2016). *Empire of things: How we became a world of consumers, from the fifteenth century to the twenty-first*. Londres: Allen Lane.
- Veloso, A. R., & Hildebrand, D. F. N., Campomar, M. C. & Daré, P. R. C. (2018). A criança no varejo de baixa renda. *RAE - eletrônica*, 7(2). Recuperado em 19 maio, 2019, de <https://rae.fgv.br/rae-eletronica/vol7-num2-2008/crianca-no-varejo-baixa-renda>.

-
- Vergara, S. C. (2005). Métodos de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas.
- Vergara, S. C. (2009). Métodos de coleta de dados no campo. São Paulo: Atlas.
- Ward, S. (1974). Consumer socialization [Versão eletrônica]. *Journal of Consumer Research*, 1(2), 1-14.
- Weijters, B., Goedertier, F., & Verstreken, S. (2014). Online music consumption in today's technological context: putting the influence of ethics in perspective [Versão Eletrônica], *Journal of Business Ethics*, 124(4), 537-550.
- Williams, J., Ashill, N., & Thirkell, P. (2016). How is value perceived by children? [Versão Eletrônica], *Journal of Business Research*, 69(12), 5875–5885.
- Zhu, R.J. & Meyers-Levy, J. (2005). Distinguishing between the Meanings of Music: When Background Music Affects Product Perceptions. *Journal of Marketing Research*, 42(3), 333–345.