

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA
CÂMPUS JARAGUÁ DO SUL - CENTRO
CURSO TÉCNICO EM MODELAGEM DO VESTUÁRIO

FERNANDA LAIS RAMOS
FERNANDA SOARES DOS SANTOS
ISADORA MACIEL
MARIA EDUARDA EISELT LEÃO
POLIANA FERREIRA NART
REBECCA DAYSI RODRIGUES
REBECCA MARRE CARVALHO

A construção das músicas dos anos 2020: uma análise da letra e do ritmo

Jaraguá do Sul

2024

FERNANDA LAIS RAMOS
FERNANDA SOARES DOS SANTOS
ISADORA MACIEL
MARIA EDUARDA EISELT LEÃO
POLIANA FERREIRA NART
REBECCA DAYSI RODRIGUES
REBECCA MARRE CARVALHO

A construção das músicas dos anos 2020: uma análise da letra e do ritmo

Projeto de pesquisa desenvolvido no eixo formativo diversificado “Conectando Saberes” do Curso Técnico em Modelagem do Vestuário (modalidade Integrado) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, Câmpus Jaraguá do Sul - Centro.

Orientadora: Bruna Alexandra Franzen

Coordenadora de Fase: Virginia de S. A. Oliveira

Jaraguá do Sul

2024

SUMÁRIO

1 TEMA.....	4
2 DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	4
3 PROBLEMA DE PESQUISA.....	4
4 HIPÓTESES.....	4
5 OBJETIVOS.....	5
5.1 OBJETIVO GERAL.....	5
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
6 JUSTIFICATIVA.....	5
7 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA / REVISÃO DE LITERATURA.....	6
7.1 A MÚSICA COMO ARTE: ALGUMAS REFLEXÕES IMPORTANTES.....	6
7.2 A MÚSICA E O RITMO.....	7
7.3 CULTURA E CULTURA POPULAR.....	8
7.4 CAPITALISMO E A INDÚSTRIA FONOGRAFICA.....	8
7.3.1 Capitalismo.....	9
7.3.2 Mercadoria.....	9
7.3.3 Valor de uso e valor de troca.....	9
7.3.4 Fetichização da música.....	10
7.3.5 Indústria Cultural.....	11
7.5 AS LETRAS E SEUS SENTIDOS.....	12
8 METODOLOGIA.....	12
8.1 MÚSICAS SELECIONADAS PARA ANÁLISE.....	12
9 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO.....	14
REFERÊNCIAS.....	16

1 TEMA

As letras e os ritmos das músicas mais ouvidas no Brasil nos anos de 2020: uma análise do que têm ouvido os brasileiros.

2 DELIMITAÇÃO DO TEMA

O foco do presente trabalho está no desenvolvimento de uma análise das letras e dos ritmos das músicas mais ouvidas pelos brasileiros nas plataformas de *streaming* Spotify e Deezer. O recorte temporal abrangerá os últimos quatro anos (2020-2023).

3 PROBLEMA DE PESQUISA

Quais os ritmos e as letras presentes nas músicas mais ouvidas pelos brasileiros nos anos de 2020?

4 HIPÓTESES

- Os estilos das músicas mais ouvidas nos últimos 4 anos estão entre o Funk, o sertanejo e o pop.
- O ritmo das músicas mais ouvidas pelos brasileiros nos anos de 2020 foram seguindo uma mesma padronização de batidas, notas e acordes musicais.
- As músicas mais ouvidas nos últimos quatro anos têm letras mais curtas e diretas, com palavras repetitivas para fácil memorização e fixação.
- As músicas mais ouvidas pelos brasileiros nos últimos quatro anos foram produzidas de forma a padronizá-las e torná-las mercadoria, para que sejam bem recebidas pelo público consumidor.

5 OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GERAL

Compreender a construção dos ritmos e das letras presentes nas músicas mais ouvidas pelos brasileiros nos anos de 2020.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar as músicas mais ouvidas nos últimos quatro anos pelos brasileiros.
- Identificar ritmo, letra e estilo das músicas mais ouvidas pelos brasileiros nos últimos quatro anos.
- Discutir o papel da música enquanto mercadoria na sociedade contemporânea.

6 JUSTIFICATIVA

A música tem o poder de nos influenciar, de fazer com que tenhamos diferentes sentimentos e pensamentos. Ela afeta nossas emoções e pode alterar nosso humor, estilo, modo de falar, de agir e de pensar. Essas questões fazem parte do conhecimento popular, sentimos essas mudanças e influências em nós mesmos.

Segundo publicação no site da Sociedade Artística Brasileira (2022), a música também desperta nas pessoas uma forma de pensar, agir e se comunicar, interferindo e até facilitando a formação de grupos sociais e interações pessoais. Através dela, as pessoas criam laços e relações que podem durar por toda vida.

Levando em consideração a importância da música para o ser humano, um ponto a se considerar é de que, de acordo com Ramos (2008, p. 17), “a indústria cultural se apropria dos bens culturais como as artes, música e literatura, tornando-os mercadoria, o que antes fazia parte da cultura e história, tornam-se meros produtos para consumo.” Assim, a música tende a se moldar para que esteja de acordo com os padrões de consumo, com o principal objetivo atual de obtenção do lucro.

As músicas presentes em redes sociais são um dos maiores exemplos atuais dessa apropriação da música e das artes no geral. Tais músicas precisam de um refrão genérico que se encaixe no tempo ideal para vídeos curtos, fazendo com que

essas músicas sejam perfeitas para viralizarem. Isso traz um grande lucro aos autores das músicas e suas gravadoras.

Diante desse cenário, mostra-se relevante uma reflexão sobre o padrão atual das músicas mais consumidas pelos brasileiros. Por conta disso, este trabalho busca analisar os ritmos e as letras das músicas que foram mais ouvidas pelos brasileiros nos anos de 2020. Essa análise propiciará uma reflexão do conteúdo que estão consumindo, do que gostam e do tipo de informação relevante presente nessas obras. Isso tudo contribui para a caracterização do perfil atual da música popular brasileira, compreendendo, nesse contexto, “popular” como aquilo que mais é escutado e consumido.

7 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA / REVISÃO DE LITERATURA

Nessa seção de fundamentação teórica, serão apresentados conceitos importantes para a reflexão de como as músicas mais ouvidas estão sendo construídas nos últimos anos. Para tanto, são apresentados os conceitos de arte, música, ritmo e indústria, esse último buscando refletir sobre a transformação, em uma sociedade capitalista, dos bens de consumo.

7.1 A MÚSICA COMO ARTE: ALGUMAS REFLEXÕES IMPORTANTES

Na pesquisa proposta para este trabalho, é importante entendermos alguns conceitos da música e sua relação com a arte, pois a música também pode ser compreendida como uma forma de manifestação artística. Conforme Coli (1995, p. 7), “dizer o que seja a arte é coisa difícil.” Ele menciona que se nós buscarmos por uma resposta não vamos encontrar uma que seja clara e objetiva. No entanto, pode-se dizer que a arte é uma forma de expressão única de cada ser humano e são vários os conceitos existentes nessa forma de expressão.

A arte tem sua importância e fazemos uso dela de diversas formas. Para que serve a arte? Uma das respostas possível é compreendê-la como um meio de se comunicar e expressar o que queremos transmitir, servindo como uma forma de desempenhar práticas ativistas, expressar suas ideias, emoções e questionando a sociedade em que vivemos. Além disso, na hora da busca pela resposta, devemos compreender o artista, o significado e o processo da criação.

A arte nos move, mexe com nossas emoções, transmite pensamentos, ideias, opiniões e histórias, mostra beleza e tudo o que o artista quiser transmitir para o público. A experiência é individual e única. A arte carrega em si, conforme Trojan (1996, p. 90):

A beleza e a feiúra do mundo, a realidade e o sonho [...]. A obra artística, enquanto objeto produzido pelo homem, revela o próprio homem - quem ele é e o que pretende ser, aquilo que faz e o que pretende fazer, aquilo de que gosta e o que lhe desgosta, o que lhe dá prazer e o que causa dor. O subjetivo torna-se objeto e o objeto remete ao sujeito.

Nessa perspectiva, a música é uma produção artística consumida todos os dias de diversas formas. A música é composta por ritmos, sons e expressões. Assim como outras formas de arte, o artista compartilha sua música e transmite suas emoções, ideias, sua história e opiniões, fazendo com que essa forma de expressão artística propicie experiências e sentimentos individuais e únicos. A música se conecta à arte, alcançando assim um público e o influenciando de diversas formas.

Segundo Trojan (1996, p. 90), "a obra de arte, portanto, é o sujeito objetivado, é a revelação do homem e da sua capacidade de criação. E, por isso, é assimilada subjetivamente - através da emoção, da reflexão, do pensamento". Assim, por meio da nossa capacidade criativa, são realizadas as artes por meio da emoção, reflexão e pensamento. A arte nos mostra que toda obra precisa de um criador e é isso o que fazem ao realizarem sua criação: demonstra-se o lado humano e artístico de cada indivíduo.

7.2 A MÚSICA E O RITMO

De acordo com a Sociedade Artística Brasileira, ritmo musical se refere à organização dos sons no tempo. Ele é criado pela regularidade ou irregularidade dos intervalos entre os eventos sonoros, como batidas, notas e acordes. O ritmo é uma parte fundamental da música e pode ser percebido através de padrões repetitivos de duração, ênfase e acentuação dos sons. Ele dá à música sua estrutura temporal e contribui para seu fluxo e dinâmica. A Sociedade Artística também dá exemplos de ritmos que existem no dia a dia, como os batimentos cardíacos (Pontes, 2017).

7.3 CULTURA E CULTURA POPULAR

Outra reflexão importante para este trabalho é sobre cultura, pois a música faz parte da formação cultural de um povo, a cultura tem o poder de conter tudo o que existe em nossa sociedade. Uma das principais características da cultura é sua infinita transformação. O termo “cultura” tem um conteúdo muito vasto, nela se manifestam um conjunto de crenças, formas de vivências, padrões estéticos, expressões artísticas e o conjunto de saberes de um povo. O sociólogo e filósofo francês, Edgar Morin (1975), menciona que a cultura não é só um conjunto de várias características que nela existem, mas que ela percorre intensamente nos seres humanos, ajuda na elaboração de nossos instintos e conduz nossas emoções de uma certa forma, mais vinculada e profunda, contribuindo tanto na vida prática quanto na imaginação.

Como cultura é algo importante no quesito música, devemos falar sobre cultura popular. Uma das principais características da cultura é a eterna metamorfose, um conjunto de símbolos, tradições, idiomas, dialetos, canções e melodias. Na cultura popular, essa metamorfose é quebrada quando algo sai dos “eixos” e esses símbolos são considerados populares por serem dados como de mau gosto ou errado. Estes, normalmente, são colocados como de menor importância cultural, sendo chamados de popular, como nosso próprio folclore.

Um exemplo hipotético de acordo com Gianelli (2012, p. 114):

Uma máscara de um monstro que auxilia no conto de alguma lenda presente no folclore de determinada região chama muito mais a atenção do que o simples vestido colorido das moças que fazem a dança. O monstro é isolado de todo o seu contexto apenas por conter em sua aparência uma isca para os olhos de algum curioso. Ele passa a ser o símbolo da cidade, sendo sua imagem disseminada nos mais diversos souvenirs turísticos. Feita essa escolha, ignora-se toda a significação daquele símbolo

7.4 CAPITALISMO E A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA

Tendo em vista que a música, para além do seu valor artístico, assumiu, na sociedade contemporânea, um valor comercial, faz-se relevante pensar sobre a definição e a construção de uma mercadoria no mundo capitalista. Isso porque o valor

estético da música, muitas vezes, acaba sendo definido pela indústria musical. Nesse sentido, precisamos entender a definição de alguns termos, porque estes nos auxiliarão na nossa análise.

7.3.1 Capitalismo

O capitalismo é o modelo econômico atual da nossa sociedade e, para Marx (1984), baseia-se na relação entre trabalho assalariado e capital, mais especificamente na produção do capital por meio da expropriação do valor do trabalho do proletariado pelos donos dos meios de produção. Isso significa que o modo como a sociedade se organiza influencia na criação e distribuição da música. O capitalismo é um sistema econômico que, além de se basear na propriedade privada e no trabalho assalariado, também tem como pilar o próprio lucro. Por isso, a música, para além do seu valor artístico, adquire um caráter de mercadoria dentro da nossa sociedade. Assim, entender o conceito de “capitalismo” pode nos ajudar a compreender melhor como a música se molda entre nós.

7.3.2 Mercadoria

Entender que a música é uma mercadoria e o porquê nos auxilia a compreender a relação dela com a sociedade atual, pois o sistema em que vivemos prioriza o lucro. Por esse motivo, todo “[...] objeto externo, uma coisa, a qual pelas suas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie (a natureza dessas necessidades, se elas se originam do estômago ou da fantasia, não altera nada na coisa)” (Marx, 1988, p. 45), assume o caráter de mercadoria. A música satisfaz necessidades humanas tal como a de se expressar, por exemplo. Por esse motivo, torna-se uma mercadoria no mundo capitalista. Isso significa que ela, assim como outras mercadorias, possui um valor de uso e de troca.

7.3.3 Valor de uso e valor de troca

A música, além de ter um valor artístico, também assume um valor de capital, de mercadoria, na sociedade contemporânea, alguns dos traços que uma mercadoria possui são o seu valor de uso e o valor de troca. Compreender essas características

nos dirá como a música é vista pela indústria cultural e como, a partir disso, pode ser vendida assim como outras mercadorias.

Machado (2010, p.92) descreve o valor de uso como “qualidade inerente de determinada mercadoria, que, precisamente em função de sua qualidade específica, satisfaz mais a uma necessidade humana do que a outra”. Ou seja, o valor de uso está muito relacionado à utilidade de uma mercadoria e à forma como ela pode cumprir as demandas da sociedade.

Para Marx (sem ano [1887]), além do tempo empregado para produzir uma mercadoria e a raridade dela, o que define o valor de troca não é só isso, pois o trabalhador vende a sua força de trabalho e nisso surge o produto que se torna mercadoria à medida que é vendido. O que define o valor de troca é a própria sociedade, ou seja, o capitalismo que está sempre empenhado em transformar o produto em mercadoria.

As músicas gerenciadas pela Indústria Cultural e as músicas não gerenciadas possuem um valor de uso um tanto quanto parecido, pois quando falamos em relação à utilidade e até mesmo a sua função ambas são vistas de forma semelhante. No que diz respeito ao valor de troca, a própria indústria faz com que essas músicas sejam mais comercializadas porque são feitas exatamente para alcançar as massas, criando, então, o que conhecemos como música comercial. Assim, elas possuem um valor de troca maior do que músicas não gerenciadas pela indústria.

7.3.4 Fetichização da música

Em uma sociedade capitalista como a que vivemos, a música, na maioria dos casos, possui um caráter comercial. Por isso, ela pode acarretar em uma característica de fetiche, que significa, de acordo com o dicionário DICIO, “ação de reduzir a fetiche, de transformar algo ou alguém num objeto erotizado ou usado para saciar os desejos de alguém”. O conceito de fetichização da música está relacionado com este estudo, pois a partir disto é possível compreender se de fato é uma consequência de como as músicas dos anos de 2020 estão sendo construídas.

Além disso, Segundo Adorno (1996, p. 191) “[...] a indústria cultural, ao visar à produção em série e à homogeneização, emprega técnicas de reprodução que sacrificam a distinção entre o caráter da própria obra musical e do sistema social do qual ela emerge.”. Diante disso, a fetichização da música é a apropriação das

expressões artísticas pela indústria cultural, transformando o seu valor de uso em mero valor de troca e criando uma etapa de consciência artística nas massas caracterizada pela negação e rejeição do prazer de forma plena. Nesse sentido, na sociedade moderna, a problemática da criação artística está relacionada à produção em massa, realizada pela indústria cultural, que imporia a instrumentalização e a padronização da obra, tirando a autonomia da arte. Conforme Costa e Catalan (2019 p. 518), “são empregados milhões de dólares nessas indústrias para que se possam inventar métodos de reprodução capazes de criar e difundir gostos padronizados, de forma massiva.”

Nesse contexto, ao entender que as músicas mais ouvidas pelos brasileiros fazem parte de um mercado específico, parte-se do entendimento que tais músicas seguirão um padrão que busca agradar o mercado consumidor. Além disso, esse padrão acaba por delinear um perfil cultural de um determinado período social e histórico.

7.3.5 Indústria Cultural

A reflexão sobre a indústria cultural auxilia na análise de como a música se caracteriza dentro de uma sociedade capitalista. Inicialmente, a ideia de “Indústria Cultural” surge como forma de evitar confusão entre os termos “Cultura de massa” e “Cultura popular”. Quando se fala em Indústria Cultural, refere-se a uma Indústria (produção em série, padronização, etc.) que busca o lucro através da “domesticação” da arte popular. A técnica “[...] utilizada na Indústria Cultural encontra-se em outra esfera: ela será aplicada na obra já terminada e ao mesmo tempo influenciará nela, no seu consumo, na sua distribuição, sem a intenção de modificar sua forma intra-artística” (Gianelli, 2012, p.12), porém modificando a sua estética. Em suma, a indústria cultural é a transformação da cultura em mercadoria. Isso se deve ao desenvolvimento tecnológico, tornando os meios de comunicação essenciais para produzir a cultura como uma nova forma de mercadoria.

Dentro da indústria musical, as obras artísticas passam a ser padronizadas e simplificadas, como se fossem feitas em uma fábrica, para alcançar o maior número de pessoas. A indústria cultural, então, é o meio pelo qual a classe dominante espalha as suas ideias e exerce um controle sobre as massas. A estética está ligada ao

objetivo final, que, no capitalismo, é o lucro. Então, para a arte ser vendida, ela deve ser produzida de maneira padronizada para o consumo.

7.5 AS LETRAS E SEUS SENTIDOS

Um dos pontos a ser considerado neste estudo é a forma como as letras das músicas mais ouvidas pelos brasileiros são construídas. Quando se pensa acerca das letras, reflete-se, também, sobre a sua utilização na atualidade (Gonçalves, 2018). A música nos permite exteriorizar sentimentos, de forma a expressar o que se sente, o que se quer ser e o que se quer fazer.

As mudanças causadas na sociedade no decorrer do tempo fizeram com que surgissem novas formas de fazer músicas e isso reflete na linguagem e nas características do conteúdo semântico presentes nas letras. Nesse sentido, trabalhos como o de Campos, Barbosa e Silva (2021) têm percebido letras que expressam comportamentos machistas e sexistas, ressaltando a violência simbólica contra mulheres.

Por isso levamos em conta que, na produção de uma música, para além do ritmo e do apelo da indústria cultural, há uma construção de sentidos que pode representar a transformação da música em mercadoria.

8 METODOLOGIA

A presente pesquisa parte de uma abordagem qualitativa, pois a fonte direta de dados é o ambiente natural, onde o investigador é o instrumento principal de pesquisa, os recursos utilizados na investigação parte de uma fonte natural (Bogdan; Biklen, 1994), pois se trata de músicas.

Além disso, trata-se de um estudo documental, pois tem como fonte letras e ritmos de músicas, documentos no sentido amplo, em que “os conteúdos dos textos ainda não tiveram nenhum tratamento analítico” (Severino, 2007, p.123).

8.1 MÚSICAS SELECIONADAS PARA ANÁLISE

Para este estudo, foram selecionadas as músicas mais ouvidas nos últimos quatro anos das plataformas Spotify e Deezer. Nesse sentido, as músicas

selecionadas ficaram em primeiro lugar em cada uma das plataformas nos respectivos anos (2020, 2021, 2022 e 2023), totalizando sete músicas, já que uma se repete em ambos os *streamings*.

Serão objetos de análise o ritmo, a melodia e a letra. A melodia e o ritmo de uma música estão de certa forma entrelaçados, não se consegue falar de uma sem citar a outra. No que tange ao ritmo, a batida, as notas, os tempos, padrões repetitivos de duração, ênfase, acentuação dos sons entre outros aspectos, já foram explicados no item 7.2. Melodia refere-se a um conjunto de notas ou sons que formam uma totalidade harmônica, ou seja, a forma como uma música é cantada. De acordo com o dicionário DICIO significa “agrupamento de palavras ou de frases feitas de propósito para ferir o ouvido de maneira especial.”

A partir dessas definições, a seguir, apresenta-se dois quadros contendo as quatro músicas mais ouvidas dos últimos quatro anos (2020, 2021, 2022 e 2023) de acordo com as plataformas digitais Spotify e Deezer, consideradas as mais ouvidas pelos brasileiros, através destas pesquisas que realizamos, vamos analisar os ritmos e letras, utilizando as configurações adequadas de academias musicas.

Quadro 1: Músicas da plataforma Spotify

Música	Cantor(a)	Compositor	Ano
Ta ok	Dennis (part. Kevin o Chris)	Dennis DJ	2023
Haja colírio	Guilherme & Benuto	Felipe Arná	2022
Ameaça	MC Danny (part. Marcynho Sensação e Paulo Pires)	Paulo Pires e Marcynho Sensação) (MC Danny)	2021
Contatinho	Leo Santana (part. Anitta)	Ed Nobre e Rodrigo Martins	2020

Elaborado pelas autoras.

Quadro 2: Músicas da plataforma Deezer

Música	Cantor	Compositor	Ano
Tá Ok	DENNIS (part. MC Kevin o Chris)	DENNIS & MC Kevin o Chris	2023

Essência de Cria	MC Cabelinho (part. Bielzin, MC Poze do Rodo, Neo Beats & Tz da Coronel)	MC Cabelinho, Bielzin, MC Poze do Rodo, Neo Beats & Tz da Coronel.	2022
Bipolar	MC Davi (part. DJ 900, MC Don Juan & MC Pedrinho)	MC Davi	2021
Oh Juliana	Niack (part. DJ Léo da 17 & Two Maloka)	Niack.	2020

Elaborado pelas autoras.

Através das músicas selecionadas, faremos nossas análises de letras e ritmos. Notamos que temos dois gêneros musicais, o funk e o sertanejo.

9 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Nesta seção serão apresentadas as tabelas com o cronograma que será seguido nos próximos meses.

Quadro 3: Cronograma de execução

Atividades:	03/2024	04/2024	05/2024	06/2024
Definição de tema e objetivos	X			
Pesquisa Documental	X	X	X	X
Pesquisa e leitura sobre a temática	X	X	X	
Seleção das músicas para serem analisadas			X	
Organização das músicas selecionadas			X	

Atividades:	08/2024	09/2024	10/2024	11/2024	12/2024
Alterações sugeridas pela banca no projeto	X				
Ampliação das leituras teóricas sobre a temática	X	X	X		

Escrita do relatório parcial sobre as atividades realizadas			X	X	
Início da análise das músicas	X		X	X	
Organização para apresentação	X				
Entrega do relatório e apresentação para a banca	X				

Atividades:	02/2025	03/2025	04/2025	05/2025	06/2025
Ajustes sugeridos pela banca	X				
Análise das letras das músicas	X				
Análise dos ritmos e melodias	X				
Elaboração do relatório final			X	X	
Organização para apresentação					X
Entrega do relatório e apresentação para a banca					X
Apresentação final					X

Elaborado pelas autoras.

REFERÊNCIAS

BOGDAN, Robert. ; BIKLEN, Sari. **Investigação qualitativa em educação**: uma introdução à teoria e aos métodos. Porto Editora: Porto. 1994.

CAMPOS, Carmen Hein de; BARBOSA, Fernanda Nunes; SILVA, Paula Franciele da. Liberdade de expressão e gênero: entre a apologia à violência e a criminalização de culturas periférica. **Civilística**. n.1, 2021. Disponível em: <https://civilistica.emnuvens.com.br/redc/article/view/707/529>
Acesso em: 26 abr. 2024.

COLI, Jorge. **O que é Arte**. 15ª ed. Editora Brasiliense: São Paulo, 1995. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/6979596/mod_resource/content/0/O%20que%20e%20arte.pdf. Acesso em: 26 abr. 2024.

COSTA, Anderson; CATALAN, Lucas Barreto. **O emergir da música popular e suas interfaces com a indústria fonográfica**. Caderno CRH, Salvador, v.32, n. 87, p. 517-535, Set/Dez 2019
<https://periodicos.ufba.br/index.php/crh/article/view/32241/20481>

GONÇALVES, Eliete Vasconcelos. **Pensar, repensar e pensar de novo**: a música na atualidade. Barra Mansa (RJ): v.20, n.38, p. 80-94. Disponível em: <https://revista.ubm.br/index.php/revistacientifica/article/view/963/208> Acesso em: 26 abr. 2024.

MACHADO, Evandro José. **Considerações em torno da obra o capital de Karl Marx no que tange à mercadoria, valor e trabalho**. Paraná: UNIOESTE: Vol. II, n. 03, Abr 2010

MARX, Karl. **O Capital**: Livro 1- O processo de produção do capital. Tradução de Rubens Enderle. Boitempo Editorial. [1867]. Disponível em: [o-capital-livro-1.pdf](#)
acesso em: 10 maio 2024.

PONTES, Márcio Miranda. **Qual é o efeito da música na vida das pessoas**. SABRA, Betim (MG). Disponível em: <https://www.sabra.org.br/site/efeitos-musica/> acesso em: 26 abr. 2024

PONTES, Márcio Miranda. **o que é ritmo?**. SABRA, Betim (MG). Disponível em: <https://www.sabra.org.br> > Início > Blog SABRA acesso em: 26 abr. 2024

RAMOS, Natália Ferreira, **Música, mercadoria cultural e a publicidade como meio de divulgação para a massa**. Brasília: Centro Universitário de Brasília, 2008. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/2012/2/20464991.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2024.

TROJAN, Rose Meri. A arte e a humanização do homem: afinal de contas, para que serve a arte? **Educar**. Curitiba, n. 12, p. 87-96, 1996. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/er/a/yPNx4p4rWhFFGzXqCff3T5j/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 26 abr. 2024.

GIANELLI, Carlos Gregório dos Santos. A lógica cultural urbana: cultura de massa e indústria cultural. **Dossiê História e Cidade**, Florianópolis, v. 9, n. 13, p. 1-18, Jul, 2012. Disponível em: <file:///C:/Users/ifsc/Downloads/admin,+38-113-1-CE.pdf>
Acesso em: 11 Jul. 2024.

MELODIA In.: Dicio, Dicionário Online de Português.
Disponível em: <https://www.dicio.com.br/melodia/> cesso em: 04 Ago. 2024. -
Dicionário Online de Português.