INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Cultura de Gosto: As Músicas Ocultadas nas Plataformas de *Streaming*

Maria Teresa Maia de Figueiredo

Mestrado em Comunicação e Cultura das Tecnologias da Informação

Orientadores:
Doutor Jorge Vieira, Investigador Integrado e Professor Auxiliar, ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Doutor Rui Telmo Gomes, Investigador Integrado e Professor Auxiliar Convidado, ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2025

SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

Cultura de Gosto: As Músicas Ocultadas nas Plataformas de *Streaming*

Maria Teresa Maia de Figueiredo

Mestrado em Comunicação e Cultura das Tecnologias da Informação

Orientador(a):
Doutor Jorge Vieira, Investigador Integrado e Professor Auxiliar, ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Doutor Rui Telmo Gomes, Investigador Integrado e Professor Auxiliar Convidado, ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2025

“If the doors of perception were cleansed, everything would appear to man as it is – infinite.”

-William Blake

Agradecimentos

A conclusão da presente dissertação só foi possível devido ao apoio e colaboração de todos os intervenientes que, de uma forma ou de outra, fizeram parte deste percurso académico.

Gostaria de agradecer à minha família por todo o apoio incondicional em todo o meu percurso. À minha mãe, ao meu pai e à minha irmã, que são as pessoas mais importantes da minha vida.

Aos meus avós, aos meus tios e aos meus primos, sempre prontos para serem a minha segunda casa.

Aos meus amigos, aos mais recentes e aos de longa data. Aos de Portalegre e aos de Lisboa. Aos amigos que fiz na Escola, na Universidade e no Trabalho. Aos amigos que conheci pelas circunstâncias da vida. Vocês são os dias de sol, as conversas infindáveis e o apoio constante.

Destaco também o papel de todos os entrevistados, que estiveram disponíveis para partilhar elementos culturais tão significativos e pessoais, como as listas musicais.

Por último, mas não menos importante, gostaria de expressar um especial agradecimento aos meus orientadores, Doutor Jorge Vieira e Doutor Rui Telmo Gomes, que, apesar de todos os obstáculos, me incentivaram sempre a continuar. A vossa orientação foi crucial para a concretização deste trabalho.

Resumo

A presente dissertação procura compreender a forma como as práticas de escuta e o respetivo capital cultural influenciam as preferências musicais do indivíduos e consequentes mecanismos de exposição e ocultação musical. Recorrendo ao modelo de classes sociais ACM, pretende-se analisar o papel das expetativas sociais na ocultação e apresentação de determinados conteúdos musicais. Conteúdos estes que podem interferir na gestão identitária do sujeito. Este estudo irá refletir sobre as dinâmicas emergentes nos novos espaços de mediação algorítmica como o *Spotify*.

Para tal, recorreu-se a uma abordagem qualitativa, através de entrevistas semidiretivas. Os resultados mostram que o fenómeno da ocultação musical não advém apenas do conteúdo lírico ou da estrutura melódica, mas principalmente das considerações sociais face ao capital cultural e ao *habitus* de cada indivíduo, mediante o contexto onde o mesmo se insere. Com base nas entrevistas efetuadas, é investigado o impacto das expectativas sociais na necessidade de ocultação de faixas consideradas culturalmente desprovidas de valor. A música, tal como outras práticas culturais existentes, fornecem, não só momentos de entretenimento e lazer, mas também são parte integrante da construção identitária, seja a nível individual ou coletivo. É uma prática ambivalente que concilia simultaneamente a expressão autónoma e a permanência da estrutura de classes. O *Spotify*, assim como outras plataformas de *streaming*, através da personalização algorítmica pretende auxiliar a construção das preferências musicais. No entanto, devido às configurações da plataforma, o nível de exposição musical também aumenta, promovendo assim uma possível expansão de uma cultura de gosto omnívora.

Palavras- Chave: cultura de gosto; ocultação musical; gestão identitária; capital cultural; plataformas de *streaming*

Abstract

This dissertation seeks to understand how listening practices and cultural capital influence individuals' musical preferences and the resulting mechanisms of musical exposure and concealment. Using the ACM social class model, it aims to analyze the role of social expectations in the concealment and presentation of certain musical content. This content can interfere with the subject's identity management. This study will reflect on the dynamics emerging in new spaces of algorithmic mediation such as *Spotify*.

To this end, a qualitative approach was used, through semi-structured interviews. The results show that the phenomenon of musical concealment does not stem solely from the lyrical content or melodic structure, but mainly from social considerations regarding the cultural capital and *habitus* of each individual, depending on the context in which they are inserted. Based on the interviews conducted, the impact of social expectations on the need to conceal tracks considered culturally devoid of value is investigated. Music, like other existing cultural practices, not only provides moments of entertainment and leisure, but is also an integral part of identity construction, whether at the individual or collective level.

It is an ambivalent practice that simultaneously reconciles autonomous expression and the permanence of class structure. *Spotify*, like other *streaming* platforms, aims to help build musical preferences through algorithmic personalization. However, due to the platform's settings, the level of musical exposure also increases, thus promoting a possible expansion of an omnivorous taste culture.

Key Words: taste culture; musical occultation; identity management; cultural capital; *streaming* platforms

Índice

1. Introdução 1
2. Cultura de Gosto: Identidade Musical 3
2.1. Classe de origem e de destino: as diferentes disposições culturais 3
2.2. Sociologia do Apego 5
2.3. A identidade estética nas redes sociais *online* 6
2.3.1. O Processo Reflexivo e Mutável da Representação do *Self* 8
2.3.2. A distinção de classe nas plataformas de *streaming* 10
2.3.3. Serviços de personalização 12
2.3.4. O Fator Temporal nos Serviços de Personalização e na Construção do Gosto 12
2.4. A Construção da Autoimagem 13
2.4.1. O impacto das condicionantes pessoais na apresentação do *self* 14
3. Metodologia 17
3.1. Métodos de Investigação 17
3.2. Identificação de Dimensões e Hipóteses de Análise 19
3.3. Entrevistas como método de análise da cultura de gosto musical 22
3.4. Seleção da Amostra 23
4. Apresentação de Resultados 26
4.1. Caracterização da amostra 26
4.2. Análise das dimensões de entrevista 27
4.2.1. Músicas Apresentadas 27
4.2.2. Músicas Ocultadas 30
4.2.3. Expetativas Sociais 35
4.2.4. *Spotify* e perceção musical 37
5. Discussão de Resultados 40
6. Conclusão 42
7. Referências bibliográficas 43
8. Anexos 49
8.1. Guião de entrevista 49
8.2. Figuras 50
8.2.1. Figura 1- Matriz de Construção do Indicador Individual de Classe 50
8.2.2. Figura 2 - Matriz de Construção do Indicador familiar de classe 51
8.3. Transcrição das entrevistas 52

8.3.1. Vasco 52
8.3.2. Sara 56
8.3.3. Marco 59
8.3.4. Jacinta 61
8.3.5. Fábio 64
8.3.7. Matilde 70
8.3.8. Júlia 76

1. Introdução

A escuta ativa de músicas constitui atualmente uma prática que tem vindo a acompanhar os avanços tecnológicos. O indivíduo constrói a sua identidade, entre outras, também de acordo com o seu capital cultural. Capital este que é parcialmente definido com base no tipo de práticas que são apreciadas e adotadas diariamente pelo sujeito. Com o surgimento de plataformas como o *Spotify*, a partilha de músicas que procuram representar o *self* de uma forma socialmente aceite tornou-se um processo de fácil execução. Simbolicamente, o indivíduo poderá organizar o seu perfil de forma a conferir reconhecimento à sua posição de classe e às consequentes expectativas sociais (Boudieu, 1979; Goffman, 1959). Neste sentido, este tipo de plataformas permite, não só o acesso a qualquer tipo de música, como também possibilitam a descoberta de novas músicas que se assemelhem ao estilo de música mais escutado pelo utilizador (Beer, 2013; Webster, 2023; DeNora, 2000).

A presente dissertação procura perceber a relação existente entre o capital cultural do indivíduo e a sua necessidade de ocultação da audição de determinadas faixas musicais em plataformas públicas como o *Spotify*. Para além disso, pretende-se investigar a estrutura estética das músicas que são alvo de ocultação e se as mesmas diferem consoante a posição social ocupada pelo indivíduo (Daenekindt & Roose, 2013). No que concerne ao *Spotify*, o propósito central será entender se as configurações desta aplicação e de outras semelhantes, vieram acentuar ou minimizar a necessidade de ocultação musical (Hagen & Lüders, 2017; Goffman, 1959).

Para responder às questões anteriores, foi utilizada uma abordagem qualitativa de investigação, através da realização de entrevistas semidiretivas que analisaram o modo como as práticas de escuta musical são percecionadas pelos diferentes agentes sociais. As hipóteses que irão sustentar este estudo serão baseadas nos resultados alcançados anteriormente por autores clássicos e contemporâneos que se propuseram a estudar tanto a influência do capital social e do seu *habitus* na performance do indivíduo (Bourdieu, 1979; Goffman, 1959) como a intervenção das plataformas mediáticas nas práticas culturais (Beer, 2013; Hagen & Lüders, 2017; DeNora, 2000).

2. Cultura de Gosto: Identidade Musical

2.1. Classe de origem e de destino: as diferentes disposições culturais

Segundo as investigações efetuadas por diversos autores, é possível verificar uma relação entre as preferências culturais do indivíduo e a posição social que o mesmo ocupa (e.g. Bourdieu, 1984; Chan and Goldthorpe, 2007; Erickson, 1996; Nagel e Verboord, 2012; Purhonen et al., 2011. Citado por Daenekindt & Roose, 2013). Isto porque, aquando do processo de socialização, o indivíduo é "instigado", pelo contexto e seus intrínsecos agentes sociais, a assumir determinados valores e comportamentos que se adequem ao estatuto que o mesmo detém. Neste sentido, coloca-se a seguinte questão: será que os agentes sociais, ao apresentarem um quadro de mobilidade social, alteram as suas preferências culturais ou sentem-se coagidos a fazê-lo, pelo menos em público, de forma a adquirirem a validação dos restantes agentes (Daenekindt & Roose, 2013)?

Park afirma que a transição social fornece ao indivíduo a capacidade de analisar objetivamente as diferentes disposições culturais, permitindo assim a comparação e a crítica consciente dos valores e práticas que correspondem à cultura de origem. Desta forma, o indivíduo poderá escolher de "livre vontade" quais os aspetos culturais que deseja admitir (Park, 1928). Por outro lado, Bourdieu defende a ideia de que o *habitus*, conjunto de crenças culturais e comportamentos que perfazem o padrão de atitudes desenvolvido pelo indivíduo, é estruturado com base nos costumes intrínsecos à classe de origem. Consequentemente, após uma transição social, Bordieu acredita que o *habitus* continua a influenciar estruturalmente as escolhas culturais do indivíduo, considerando desta forma a cultura de origem enquanto parte importante da própria identidade (Bourdieu, 1984).

Segundo este autor, sempre que ocorrem alterações no contexto social vivenciado, estamos perante uma *hysteresis*, que surge de um desfasamento entre o *habitus* adquirido e a experiência do agente social. Atualmente assistimos a uma *hysteresis* generalizada, devido à constante evolução tecnológica e cultural premente que altera as dinâmicas sociais a um ritmo extremamente exigente. Como tal, as práticas adquiridas pelo indivíduo poderão estar desenquadradas quando consideradas as alterações implementadas. Significa isto, que o seu *habitus* não foi atualizado segundo as disposições impostas para a sua classe, o que resulta numa necessidade por parte do indivíduo de recorrer a padrões anteriores de atuação, que já não deveriam existir. A *hysteresis* do *habitus* poderá ser um dos motivos que justifica a necessidade de ocultar a escuta de músicas que estejam desenquadradas face ao que se espera socialmente

do sujeito. O conflito surge na medida em que a expressão identitária do *self* tenta acompanhar as reestruturações implementadas de forma acelerada. "*But the concern to preserve self-esteem, which encourages attachment to the nominal value of qualifications and jobs, would not be sufficient to maintain a misperception of this devaluation, if there were not also some complicity from objective mechanisms. The most important of these are, first, the hysteresis of habitus, which causes previously appropriate categories of perception and appreciation to be applied to a new state of the qualification market*" (Bourdieu, 1984: 142).

Assim, o gosto pessoal contRapõe-se ao *habitus* criado com base nas expectativas sociais, promovendo assim a existência de um *habitus clivé*, resultante da divisão entre gostos estéticos e gostos normativos. Este tipo de ambivalência reflexiva poderá ser encontrada, por exemplo, em situações de mobilidade social, de alterações às disposições culturais ou até mesmo quando o capital cultural associado à classe social do sujeito não integra todos os géneros esteticamente apreciados pelo sujeito (Friedman, 2016).

Swidler (1986) aborda a importância da assimilação de diferentes experiências culturais, enquanto recursos que facilitam a integração nas diferentes situações sociais. Significa isto que os agentes que apresentam um quadro de mobilidade social poderão eleger o tipo de práticas que mais se adequam a cada contexto e consequentemente, utilizar as culturas experienciadas, não só para fins estéticos, mas também para evidenciar uma construção da identidade do *self*, que siga os parâmetros de determinada classe social. É certo que a influência parental e as respetivas interações primárias assumem um papel importante no crescimento e desenvolvimento dos ideais culturais do ser humano, visto se tratar de um *habitus* que está presente desde a infância. No entanto, a influência de outros contextos que lhes sucedem torna-se da mesma forma importante, sendo que o indivíduo recolhe normas e procedimentos dos diversos ambientes, estando as suas práticas, comportamentos e preferências em constante mutação (Harris, 1995).

Sucede, por outro lado, que a adoção dos novos conceitos culturais experienciados varia consoante a orientação da mobilidade social. Se a orientação da mobilidade for decrescente, o indivíduo tenderá a manter os seus costumes de origem, visto não se tratar de uma situação vantajosa, em que o indivíduo queira permanecer. Como tal, o agente social não procura construir uma representação do *self* para se mostrar inserido num grupo social onde não se quer estabelecer. Pelo contrário, se a orientação da mobilidade social for ascendente, o sujeito tende a assumir novos ideais e comportamentos, já que, encontrando-se numa situação benéfica, este procurará reagir, de acordo com o *status* que lhe é atribuído e respetivas expectativas (Daenekindt & Roose, 2013).

"Upwardly mobile individuals learn to appreciate more complex forms of art in anticipation, during or after their transition to a higher social stratum and thus exhibit practices typical of the secondary socialization context. Downwardly mobile individuals have been confronted with this deciphering ability in their primary socialization context and maintain this competence after their social decline." (Daenekindt & Roose, 2013: 312)

2.2. Sociologia do Apego

Ao contrário do que é defendido pela tradição sociológica clássica, a "*sociologia do apego*" enfatiza a ideia de que a construção de preferências culturais não é feita apenas através do capital económico e cultural de classe, mas também pela influência proveniente dos grupos onde o sujeito está inserido. Influência esta que conta também com todo o tipo de troca de ideias e discussões diretas sobre o que é considerado esteticamente "bom" ou "mau". Segundo o filósofo Gadamer, a possibilidade de apreciação inerente ao ser humano, permite que o mesmo possa criar classificações e julgamentos de maneira subjetiva. Significa isto que este tipo de avaliações são realizadas com base nas experiências do indivíduo, o que permite uma reformulação dos julgamentos previamente realizados aquando de uma alteração ou desenvolvimento das experiências contextuais. (Gadamer, 1960; Gherardi, 2009)

Os processos inerentes ao conhecimento sensível, motivados pelos sentidos e percecionados enquanto motivo de criação do julgamento estético diferem dos processos de conhecimento racional. Os processos de conhecimento racional sugerem uma compreensão de conceitos objetivos e valores técnicos. Por sua vez, o julgamento dos sentidos ou conhecimento sensível utiliza a atividade sensorial para delimitar julgamentos sobre determinada realidade ou preferência (Strati, 2007).

Já o julgamento estético é uma extensão do conhecimento sensorial, na medida em que se serve dos sentidos para construir uma perceção, mas também das experiências contextuais, que no decorrer da existência do indivíduo construíram uma associação contínua e mutável entre determinados sentimentos e objetos de apreciação específicos. No entanto, atendendo à subjetividade inerente ao contexto e à emocionalidade nele instituída, será adequada uma aproximação e dedução de cariz exclusivamente sensorial. "*But 'beauty or ugliness are confused phenomena, so that it is on the judgement of the senses that we must rely'*" (Strati, 1999: 109, citado por Gherardi, 2009: 540).

Ambas as experiências podem ser decretadas recorrendo à linguagem e consequentemente às competências pragmáticas desenvolvidas pelo indivíduo no decorrer do seu percurso. Competências estas que se fazem notar, não só através do vocabulário do indivíduo no que diz respeito ao tema em voga, mas também pela utilização de expressões e interjeições partilhadas por uma comunidade que mencionam implicitamente o julgamento estético ou sensorial efetuado (Strati, 1999, citado por Gherardi, 2009).

Assim, grupos e comunidades utilizam a comunicação pragmática para aprofundar a sua admiração por determinada prática, conhecendo um conjunto complexo de particularidades e menções que podem ser utilizadas para esboçar perspetivas. Para além disso, servem também estas trocas comunicacionais para ensinar aos novos membros como agir e partilhar informações e apreciações com os restantes, verificando-se desta forma uma evolução progressiva das práticas consumadas face ao objeto. O indivíduo que outrora era amador no que concerne à apreciação de determinado objeto, torna-se agora especialista no assunto e mais tarde crítico do gosto (Gherardi, 2009).

Com base nas perspetivas apresentadas anteriormente e na apreciação teórica de Teil (1998), é possível subdividir o processo de aprendizagem em três fases. São elas a atribuição de um sentimento face ao conteúdo – através de um julgamento sensorial e posteriormente estético; a descrição, que ocorre aquando da apreensão de um conjunto de classificações expressivas e pragmáticas que permitem o desenvolvimento das competências estéticas de validação do conteúdo e finalmente, o uso ativo dessas mesmas competências para executar e expressar devidamente os julgamentos, de forma progressivamente melhorada (Teil, 1998).

2.3. A identidade estética nas redes sociais *online*

Esta representação do *self* é, em parte, difundida através dos novos meios de comunicação. As redes sociais online (RSO) são caracterizadas essencialmente por uma partilha de gostos coletiva, o que permite que o sujeito possa afirmar a sua posição cultural perante um grande conjunto de agentes sociais. Assim, este tipo de media permitem dar continuidade a um processo de construção da identidade social marcada pelo conjunto de preferências apresentadas. Segundo Becker (1953) as preferências individuais resultam de uma observação subjetiva de um objeto-alvo, cuja estima irá sendo alterada de acordo com a aprendizagem e exploração que seja feita desse mesmo objeto. Significa isto que o indivíduo passa por três fases aquando do processo de construção das suas preferências. (Becker, 1953; Paßmann & Schubert, 2021).

A primeira fase assenta na análise do conteúdo em causa, de forma a compreender e posteriormente validar as características inerentes ao mesmo. A segunda fase prende-se com a certeza de que os objetos são classificados de acordo com as experiências vivenciadas anteriormente, o que significa que experiências agradáveis com o objeto em causa poderão influenciar positivamente a apreciação. Por fim, a terceira fase, passa pela imitação do conjunto de práticas realizadas pelos indivíduos familiarizados com este tipo de conteúdos, de forma a criar hábitos que se traduzirão numa apreciação induzida. (Becker, 1953; Paßmann & Schubert, 2021).

No decorrer deste processo e das fases que o constituem, as RSO estabelecem-se enquanto meio de difusão e de criação destes mesmos gostos. Espaços online, que por serem uma extensão da realidade social, produzem e desenvolvem julgamentos e avaliações face aos padrões comportamentais e culturais dos indivíduos. No entanto, alguns autores como Alexander et al., (2018) referem também que a propagação indiscriminada de conteúdos na internet oferece aos utilizadores a possibilidade de explorarem facilmente conteúdos que estejam diretamente associados a outras classes sociais, diminuindo assim a estratificação cultural (Alexander et al., 2018).

Tal premissa sugere que os indivíduos que apresentam um quadro de mobilidade social, poderão beneficiar de um maior acesso aos conteúdos destinados à sua classe de destino. Consequentemente, o agente social poderá conhecer, experienciar e inserir Rapidamente na sua rotina os conteúdos que pretendem ser apreciados, promovendo uma célere construção da sua nova identidade e uma rápida inclusão no grupo social de destino. De mais a mais, a difusão de conteúdos diversificados poderá assinalar cada vez mais o fim de uma identidade cultural renovada, delimitada apenas pelo acesso a determinados conteúdos artísticos, aquando de uma alteração de classe (Paßmann & Schubert, 2021).

No entanto, as redes sociais online assumem um papel diferente consoante a orientação da mobilidade social referida. Se a mobilidade for ascendente, o indivíduo poderá utilizar as RSO para conhecer as novas normas e práticas culturais alicerçadas à sua classe de destino, acelerando assim o processo de integração e reconhecimento do próprio perante terceiros. Por sua vez, caso a mobilidade seja descendente, o indivíduo utiliza as RSO para manter um capital cultural que se encontra ajustado a uma classe social que já não é a sua. O indivíduo procura controlar a mudança através da sua expressão identitária, pelo que recorre a conteúdos culturalmente valorizados para validar uma antiga posição de classe (Prieur & Savage, 2024).

Prieur e Savage (2014) esperam que, cada vez mais, o agente social possa evidenciar a sua posição social, sempre que ascendente, com base nas escolhas culturais que efetua e na relação que estabelece com as mesmas. Esta relação poderá ser evidenciada através da discussão e partilha de preferências, da admiração demonstrada face aos artistas em causa, assim como da participação em eventos ao vivo (Prieur e Savage, 2014 citado por Paßmann & Schubert, 2021).

Considerando a relação entre o indivíduo e o conteúdo apreciado, é possível destacar dois tipos de influências no que concerne à criação de um conjunto de práticas estéticas. São elas a influência ativa, que se caracteriza pelo conjunto de comportamentos que são tidos para colocar o indivíduo em contacto com os objetos preferenciais e a influência passiva que resulta dos efeitos provocados pelo objeto, na sequência da sua apreciação (Gherardi, 2009).

No entanto, a construção deste conjunto de práticas e o apego referente às mesmas, poderá ter consequências tanto positivas como negativas, dependendo dos motivos de construção de determinada prática. Por exemplo, se a prática resultar da apreciação de um objeto que não corresponda ao estilo de vida evidenciado pelo sujeito, a continuação da mesma pode gerar um conflito interno. Por outro lado, se a prática for motivada pela construção de uma identidade que se adeque ao estilo de vida, a mesma será possivelmente uma maior fonte de prazer. Assim, se a comunidade onde o indivíduo se insere apreciar o mesmo tipo de práticas que o indivíduo, o apego sentido pelo objeto torna-se mais prazeroso. Desta forma, constata-se a importância dos comportamentos de terceiros para o desenvolvimento de práticas de apreciação cultural próprias (Gherardi, 2009).

Sendo a formação do gosto um processo contínuo que percorre toda a existência humana, o indivíduo pretende incessantemente compreender e envolver-se nas diversas práticas existentes, procurando nelas os prazeres estéticos que procura. "*Taste may therefore be conceived in terms of taste-making, i.e. a situated activity that rests on learning and knowing how to appraise specific performances of a practice*" (Gherardi, 2009: 538).

2.3.1. O Processo Reflexivo e Mutável da Representação do *Self*

Compreende-se o *self*, como uma representação mediada pelos contextos onde o mesmo está inserido. Uma representação que é gerida pelos processos cognitivos desempenhados pelo indivíduo, ao perspetivarem os possíveis julgamentos e pareceres desempenhados por terceiros face à sua identidade (Goffman, 1990[1959]).

Tais processos são justificados pelo desejo de manter uma "segurança ontológica" (Giddens, 1984), ou seja, a necessidade de promoção de comportamentos que permitam que o agente social possa disfrutar de uma sensação de controlo e confiança perante a realidade social. Assim, e como se procura sustentar uma imagem do *self* que se adeque à ampla gama de contextos presentes nas redes online, seguindo uma rotina social que permita a referida "segurança ontológica", os indivíduos procuram escolher minuciosamente o tipo de músicas divulgadas, conferindo utilidade à teoria elaborada por Goffman, que argumenta que os agentes sociais atuam, constantemente, de acordo com as apreciações que pretendem que os restantes, inseridos em diversos ambientes, desenvolvam sobre os próprios (Giddens 1984; Goffman, 1990[1959]).

Não obstante, a segurança ontológica conferida por uma rotina social que assegure que os tipos de músicas que são compartilhados se caracterizam por serem os mais adequados para manterem uma imagem do *self* que seja congruente com os vários meios sociais presentes nas redes, o desmantelamento dessa imagem torna-se uma possibilidade devido ao risco de exposição inerente à gestão dos próprios dados e informações nas tecnologias (Giddens, 1984, 1991; Goffman, 1990[1959]). "*Technological control is moreover perpetually undermined by software service updates, which often include new features and changes of settings*" (Hagen e Luders, 2017: 13). Nesse sentido, alguns agentes sociais decidem não utilizar a música como forma de apresentação, já que a mesma inclui uma conotação demasiado emotiva e pessoal para ser revelada (Hagen e Luders, 2017).

Em contraste com os sujeitos que não participam na apresentação de preferências musicais, surge o grupo dos que não demonstram qualquer preocupação face à apresentação das suas reais preferências musicais. Estes últimos acreditam que a exibição deste tipo de conteúdos poderá alterar a perceção alheia sobre os próprios. No entanto, reconhecem também que o seu valor deverá basear-se nas escolhas genuínas realizadas pelos mesmos, pois refletem honestamente os seus traços pessoais e a sua fidelidade para com as próprias características (Hagen e Luders, 2017).

Entende-se por "*Prazer Culposo*", o conjunto de produtos culturais que se acreditam serem de pouca qualidade e que geram no indivíduo sentimentos antagónicos de prazer e de culpa simultaneamente. Este tipo de produtos poderão ser consumidos de diferentes formas. Significa isto que não só de produtos culturais são feitas as distinções societais. Se o indivíduo apresentar um modo de consumo credível, apesar de algumas das suas escolhas musicais não serem as mais aclamadas, este conseguirá assegurar a sua posição social. (Bourdieu, 1984; Daenekindt & Roose, 2014) Modos de consumo como a voracidade, a ironia, o consumo

secretamente sério ou até a sensibilidade camp (McCoy & Scarborough, 2014; Bourdieu, 1984; Daenekindt & Roose, 2014).

No que concerne à voracidade, o que se pretende é que o nível de consumo de determinado conteúdo de baixa qualidade não seja excessivo, de modo a não prejudicar a posição social do *self* (Dunphy, 2015, citado por Vlegel, 2015). Já a ironia é usada para atribuir uma conotação negativa ao objeto apreciado. O indivíduo poderá consumir o conteúdo em causa, justificando o seu comportamento através do desejo de inferiorizar o conteúdo em questão (Ollivier, 2008; Schiermer, 2014).

Por sua vez, os consumidores secretamente sérios utilizam estratégias como o gozo ou a diversão para declararem os seus próprios "prazeres culposos", reconhecendo a vergonha que sentem por apreciarem conteúdos de baixa qualidade. Este tipo de reconhecimento fornece ao sujeito a proteção necessária do seu status social, já que os próprios demonstram a desconsideração necessária, face ao objeto, mantendo a credibilização da sua imagem. Desta forma, o consumidor poderá continuar a usufruir de forma secreta e continuada, dos conteúdos culturais apreciados (Peters et al., 2015). Por último, o estilo de consumo camp caracteriza-se por uma descoberta e consequente exteriorização de um conjunto de fatores positivos inerentes a este tipo de conteúdo considerado culturalmente inferior. Fatores que oferecem destaque ao conteúdo por serem traços peculiares distintos. Os *guilty pleasures* que oferecem sentimentos de nostalgia, por exemplo, poderão enquadrar-se neste tipo de estratégia de consumo (Sontag, 1964).

2.3.2. A distinção de classe nas plataformas de *streaming*

As plataformas de *streaming* apresentam na sua constituição, serviços de recomendação gerados por sistemas algorítmicos de inteligência artificial que procuram encontrar padrões nos hábitos de escuta de cada sujeito com o objetivo de sugerir automaticamente conteúdos que se enquadrem nos parâmetros verificados (Beer, 2013). Este tipo de algoritmos estão extremamente conectados com a premissa de que as preferências culturais do indivíduo são decisivas para evidenciar as diferenças de classe, na medida em que o indivíduo procurará, através das plataformas de *streaming*, interagir na sua grande maioria com conteúdos que pertençam à sua classe social. Segundo Bourdieu (1984), por apresentarem vivências e influências semelhantes, os indivíduos de um mesmo espaço social evidenciam gostos e preferências comuns. Neste sentido, se as experiências passadas demonstraram, por exemplo, um conjunto de tendências musicais típicas da posição de classe do próprio, as sugestões e

recomendações futuras inserir-se-ão no mesmo estilo, reproduzindo assim, mais uma vez, as distinções sociais. No entanto, ao contrário do que é afirmado pelo autor anterior, Beer (2013) reconhece que, apesar das preferências estéticas do indivíduo, derivadas da cultura de grupo, os gostos pessoais poderão emergir neste tipo de plataformas. Gostos pessoais que ultRapassam as influências societais.

Deste modo, a personalização da informação poderá também ser um obstáculo para muitos sujeitos sociais, por registarem todo o tipo de hábitos musicais e sugerirem um conjunto de faixas à sua imagem e semelhança. Isto porque, se por um lado, a audição de músicas que não correspondem ao tipo de preferências adequadas à sua posição de classe poderá dificultar a sua reputação no seio do grupo, por outro, a homogeneização presente no tipo de músicas sugeridas pelo algoritmo também não promove o desenvolvimento de novos conhecimentos musicais aprovados pela comunidade, fator que atualmente é bastante valorizado enquanto indicador de pertença social (Straw, 1997). Assiste-se desta forma à dicotomia de opiniões face às particularidades da personalização de sugestões nas plataformas de música.

Assim, a forma como as plataformas de *streaming* são percecionadas e aceites pelos outros, poderá diferir de acordo com os seguintes fatores: o tipo de relação com a música, os fatores sociais ou até mesmo as diferenças de classe. Se o ouvinte não apresentar uma ligação tão íntima com a música, será mais fácil para o mesmo aceitar uma apropriação da sua experiência e identidade musical por parte da plataforma. Por outro lado, no que concerne às implicações sustentadas pelos fatores sociais como a identidade de género, espera-se que os homens apresentem um maior nível de descontentamento face à criação de um perfil musical criado automaticamente. Tal suposição é justificada pela crença antiga de que os homens apresentam um maior nível de conhecimentos a nível musical, o que sugere que os mesmos tenham a necessidade de corresponder a expectativas mais altas do que os restantes. Finalmente, as diferenças entre classes, enquanto último critério que influencia a perceção dos indivíduos face aos processos da plataforma. Os indivíduos traduzem o seu próprio capital cultural numa experiência musical online semelhante às suas capacidades socioeconómicas. Como tal, menos conhecimento resulta numa experiência pouco enriquecida e menos personalizável no seio da plataforma (Straw, 1997).

Todas estas recomendações poderão ser organizadas e agrupadas pelo próprio sujeito através de *playlists* por ele criadas. Listas de reprodução estas capazes de conferir um cunho pessoal às sugestões dadas pela plataforma. Muitos destes indivíduos assumem também uma postura colecionadora no que concerne à exibição de *playlists* perante terceiros, exteriorizando assim as descobertas de que se orgulham a nível musical (Hagen, 2017; Webster, 2019). Este

tipo de processos funcionam como estratégia de afirmação social. Ao criar *playlists* que englobem conhecimento artístico validado pelos grupos onde o mesmo se insere, o agente social poderá mostrar as novas descobertas musicais que se inserem nos parâmetros valorizados pela classe e consequentemente, demonstrar novamente o seu sentido de pertença à mesma (Barna, 2017; Webster, 2019).

2.3.3. Serviços de personalização

Observa-se atualmente uma valorização crescente e de todo o tipo de plataformas digitais. Estas assumem um papel importante na dinamização de conteúdos valorativos do foro social, económico, cultural e político. Tal processo resulta da operacionalização de meios técnicos e sociais, que procuram levar determinado tipo de informação para o público-alvo desejado, através da personalização da experiência de cada utilizador. Esta personalização de informações é efetuada com base nos registos de interesses de cada indivíduo. Ou seja, com base no conjunto de interações tidas em cada plataforma (o que envolve apreciações, pesquisas, conteúdos assistidos, partilhados ou apreciados) são apresentadas sugestões de conteúdo que se assemelham com as tendências identitárias evidenciadas pelo sujeito durante a utilização da plataforma. "*To illustrate the immense scale at which music streaming platforms personalise, Spotify produces over 320 million 'Discovery Weekly' playlists, a uniquely personalised playlist of new music, every week*" (Webster, 2023: 2141).

2.3.4. O Fator Temporal nos Serviços de Personalização e na Construção do Gosto

Atendendo à importância já mencionada dos conhecimentos culturais omnívoros, enquanto fator distintivo de classes, salienta-se o papel, não só da acessibilidade económica, mas também da acessibilidade temporal a este tipo de conteúdos. Por norma, indivíduos de alta classe social ou de grupos privilegiados tendem a dispor de um maior espaço temporal para consumo e exploração de novos conteúdos culturais. Exploração esta que permite que estes indivíduos desenvolvam uma vasta gama de conhecimentos musicais de vários estilos, quando comparados com outros grupos que sejam menos favorecidos socialmente (Bourdieu, 1984). No entanto, com o desenvolvimento das novas tecnologias e dos mecanismos algorítmicos, este processo de integração cultural torna-se cada vez mais desafiante, na medida em que surgem constantemente novos conteúdos musicais, o que dificulta uma apreciação consciente. O indivíduo não consegue acompanhar a quantidade de informação que é sugerida pelos serviços

de personalização, e como tal, muitos dos indivíduos que se diziam omnívoros culturais, criticam não só a falta de possibilidades de evidenciar os seus conhecimentos por conta da homogeneização musical criada pela personalização de conteúdos, mas também pela discrepância existente entre a quantidade de conteúdo sugerido e tempo disponível para consumo dos mesmos. (Webster, 2023).

2.4. A Construção da Autoimagem

Sendo a autoimagem do indivíduo, em parte, concebida através da exteriorização dos gostos pessoais do próprio, justifica-se o compartilhamento de conteúdos mediáticos, que estabeleçam também uma ligação com outros agentes sociais. Isto é, ao evidenciar o seu gosto por objetos culturais apreciados pelos restantes membros de um grupo, o indivíduo promove um conjunto de impressões favoráveis por parte da comunidade, face à sua própria identidade e posição social. (J. Lee & Choi, 2017) .

"(…) *media sharing involves using mass media content such as film, television, music, news, or web pages to engage in interpersonal interactions, retransmitting (...) this content among audiences of personal networks, smaller interpersonal groups, or specific individuals in order to facilitate shared experiences and engage in individual self presentation*." (O'Sullivan & Carr, no prelo, citado por Johnson & Ranzini, 2018)

Ao selecionar as características que procuram ser evidenciadas na identidade online, o indivíduo poderá optar por representar características pertencentes a três versões diferentes do *self*. Segundo Whitty (2008), são estas o "*eu real*", o "*eu ideal*" e o "*eu ideal social*". O "*eu real*" engloba o conjunto de características que perfazem realmente a personalidade do sujeito. Esta versão representa o tipo de atitudes, comportamentos e traços pessoais que o agente comporta no decorrer do seu quotidiano. Por outro lado, o "*eu ideal*", caracteriza-se por uma representação do *self*, construída com base em traços de personalidade que o próprio deseja alcançar. Finalmente, o "*eu ideal social*" nada mais é do que uma versão da sua identidade, regida pelas expectativas e crenças da sociedade face ao próprio. (Whitty, 2008). Assim, conteúdos culturais prestigiados socialmente tendem a ser apresentados aquando da exibição de um "*eu ideal social*", ao contrário do que sucede com a apresentação de *guilty pleasures* ou *prazeres culposos*, que são partilhados maioritariamente em momentos em que o eu real pode ser evidenciado. Momentos em que não é necessário exteriorizar faixas musicais que comportem valor social (Milkman, Rogers, & Bazerman, 2009).

Frequentemente, os indivíduos procuram apresentar o seu "*eu ideal social"*, através da partilha de tipos de conteúdos divergentes. Significa isto, que, as escolhas culturais que os indivíduos apresentam diferem entre estilos apreciados por todos ou conteúdos distintos e novos, pouco conhecidos pelos integrantes desse grupo. Atendendo à necessidade, desenvolvida pelos agentes sociais, de pertencer a um grupo, o indivíduo tende a eleger opções maioritariamente populares de forma a enquadrar as suas escolhas com as dos demais e consequentemente causar uma boa impressão entre os seus pares (Oeldorf-Hirsch & Sundar, 2015; Yang, 2016).

Contudo, a aspiração pela distinção e destaque no seio do grupo, motiva os sujeitos a optarem também pela exposição de conteúdos singulares e pouco conhecidos, o que poderá contribuir para a sua aceitação na comunidade, na medida em que ao trazer novas descobertas culturais, o sujeito pode obter uma avaliação positiva por parte dos restantes membros, devido à sua originalidade. Neste sentido e constatando que dois dos parâmetros que melhor definem a integração do indivíduo no grupo são a apreciação de estilos culturais eleitos previamente pela comunidade e o conhecimento vasto e omnívoro de conteúdos, o indivíduo poderá equilibrar as noções de conformidade e singularidade, ao apresentar conteúdos – no caso visado, músicas - que se enquadrem nos requisitos estilísticos mínimos aceites pelo grupo, podendo estas revelar novas nuances estruturais pouco exploradas e ser pouco conhecidas. (Brewer, 1991; Knobloch-Westerwick, et al., 2005)

Segundo Kim & Johnson (2012), estudos anteriores verificaram que a parte do cérebro que controla o processamento autoreferencial, é ativada aquando da obtenção de um objeto físico, já que esta prática se relaciona com a construção da própria identidade. No entanto, o desenvolvimento dos meios digitais permitiu a desmaterialização de muitos objetos, o que poderia ser um obstáculo à associação identitária entre objetos e traços pessoais, já que além do conteúdo não ser constituído fisicamente, este é também de rápido consumo, o que poderia significar uma carência de vínculos. Apesar desta preocupação, este tipo de suposições não se verificaram, visto que a falta de limites instituídos entre o que é digital e o que não é, permitiu uma banalização dos conteúdos culturais partilhados através dos novos media (Lehdonvirta, 2012; Kim & Johnson, 2021).

2.4.1. O impacto das condicionantes pessoais na apresentação do *self*

As ações que promovem a gestão de impressões são motivadas pela necessidade de aval por parte de terceiros. Necessidade esta que pode ser mais ou menos acentuada de acordo com as

características pessoais de cada indivíduo. Por exemplo, a autoestima, enquanto avaliação autónoma do próprio *self*, influencia o tipo de comportamentos e atitudes adotadas face ao grupo. Quanto menor for o nível de autoestima do agente social, menor será a confiança depositada nos seus valores e nas suas preferências. O indivíduo assume que a sua identidade não corresponderá aos parâmetros identitários aceites e esperados pelo grupo. Neste sentido, as alterações efetuadas à sua real apresentação serão relativamente maiores, quando comparadas com outro sujeito que possua um maior nível de autoestima. Este último recorrerá não só ao seu "*eu ideal*" e ao "*eu ideal social*", mas também ao "*eu real*" e aos consequentes *guilty pleasures* que poderão estar mais presentes aquando da sua apresentação à comunidade. (Gonnerman, et al., 2000; Rosenberg e Egbert, 2011; Snyder, 1974)

Por outro lado, quanto maior for o nível de auto monitorização da própria performance, maior será o nível de preocupação e inquietação depositado sempre que o comportamento do próprio não corresponda às expectativas dos restantes ("*eu ideal social*"). Assim, compreende-se que quem apresente um alto nível de monitorização dos próprios comportamentos, por depositar uma maior atenção à avaliação alheia, procure partilhar em maior escala, conteúdos que sejam socialmente benéficos. Em contraste com este tipo de apresentação, destacam-se os indivíduos que manifestam um baixo nível de auto monitorização, que por não revelarem tanta preocupação face às expectativas sociais, procuram desenvolver a sua identidade e performance para atingir o seu "*eu ideal*". Desta forma e por procurarem expressar-se de modo genuíno, estes sujeitos tendem a expor mais facilmente os próprios *guilty pleasures* (Gonnerman, et al., 2000; Rosenberg e Egbert, 2011; Snyder, 1974).

A necessidade de exclusividade é também, por sua vez, uma condicionante pessoal na apresentação do *self*. Atendendo aos diferentes níveis de pretensão por exclusividade, os indivíduos irão procurar apresentar um sentido de exclusividade maior ou menor consoante a necessidade de distinção do mesmo. Neste sentido, o indivíduo poderá ter maior ou menor facilidade em substituir o conformismo, derivado da apresenteção do "*eu ideal social*", em prol da singularidade. (Brewer, 1991)

Para além disso, destaca-se também o envolvimento do indivíduo face ao projeto ou movimento em que o mesmo se insere. Se o agente estiver extremamente comprometido com o processo, o mesmo terá uma atenção redobrada sobre o que decide compartilhar com os restantes sujeitos envolvidos. Comprometimento este que é justificado pelos objetivos de integração e consequentemente pela necessidade de impactar positivamente a comunidade em questão, através do tipo de conteúdos que decide divulgar. Conteúdos que reflitam os ideais e valores que se pretendem apresentar. (Cho & Boster, 2005)

Não obstante, e apesar deste conjunto de condicionantes pessoais, é fundamental considerar o grau de utilização das RSO por parte de cada um dos indivíduos. Isto porque, para além dos agentes sociais manifestarem diferentes níveis de conhecimento face às redes e às suas potencialidades, os mesmos poderão demonstrar ou não uma sede de disposição para revelar conteúdos que forneçam informações sobre a identidade do sujeito. Assim, o sujeito pode não escolher utilizar a partilha de escolhas culturais como meio para a inclusão e para a validação do *self* (Johnson & Van Der Heide, 2015; Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).

3. Metodologia

3.1. Métodos de Investigação

No campo das ciências sociais, aquando do processo de investigação, o autor deverá considerar a exigência e complexidade requerida pelas etapas que permitem a exploração empírica de temáticas sociais. Se por um lado, não se deverá assumir como verdade absoluta os resultados obtidos, de forma a não limitar a investigação continua, não será propício considerar também, que a pesquisa empírica na área das ciências sociais não produza resultados teoricamente objetivos e assentes em metodologias que exprimam o rigor dos procedimentos adotados (Quivy & Champenhoudt, 2005; Batista et al., 2021; Bhattacherjee, 2012; Camayd & Freire, 2020).

As estratégias utilizadas nos procedimentos inerentes a este ciclo de investigação diferem, de acordo com a metodologia utilizada, pelo que a mesma deverá ser selecionada consoante a sua adequabilidade a cada temática estudada. Estratégias estas que permitem alcançar as respostas às perguntas de partida colocadas previamente. Não obstante, as 7 etapas que integram o procedimento que pretende resolver a problemática de origem deverão ser aplicadas em qualquer tipo de metodologia de trabalho. (Batista et al., 2021; Quivy & Champenhoudt, 2005)

São elas a pergunta de partida; exploração da matéria teórica e empírica já existente sobre o tema proposto, através da leitura da documentação recolhida, assim como do estudo de entrevistas exploratórias; a delimitação e definição dos fenómenos que serão efetivamente estudados, com base na análise da recolha de informação realizada na etapa anterior; a construção do modelo de análise, que nada mais é, do que uma interseção entre conceitos e dimensões que se predispõem a explicar a problemática visada, frequentemente utilizados por outros investigadores e que pretendem agora confirmar e aperfeiçoar os modelos anteriormente investigados; a observação ou pesquisa de campo que pretende confirmar o modelo de análise elaborado de acordo com as premissas integrantes da documentação estudada anteriormente e segundo uma problemática já delimitada; a análise das informações recolhidas durante a observação e as conclusões retiradas da mesma (Quivy & Champenhoudt, 2005:96).

Na presente investigação e após uma exploração teórica relevante em matéria de cultura de gosto, propõe-se como método de recolha das informações que comprovam a veracidade dos resultados atingidos anteriormente, a realização de entrevistas exploratórias semidiretivas, de estilo intensivo. Estas enquadram-se no conjunto de métodos qualitativos, que permitem ao

investigador analisar os fenómenos sob uma perspetiva subjetiva e de carácter interpretativo. Ao contrário da pesquisa de carácter quantitativo, que se qualifica pelo estudo estatístico da relação entre variáveis numéricas que possibilitam o surgimento de determinado fenómeno, a pesquisa qualitativa procura entender os eventos de forma intensiva, com base nas perceções dos intervenientes que integram o meio onde o objeto do estudo se insere, a fim de recolher e discernir padrões comportamentais tendenciosos aquando de uma análise exaustiva de conteúdo. Conteúdo que é apresentado, na sua maioria, através de relatos descritivos elaborados pelos entrevistados (Batista et al., 2021; Quivy & Champenhoudt, 2005; Bhattacherjee, 2012; Camayd & Freire, 2020).

"*Instaura-se, assim, em princípio, uma verdadeira troca, durante a qual o interlocutor do investigador exprime as suas perceções de um acontecimento, (...) as suas interpretações (...), ao passo que, através das suas perguntas abertas e das suas reações, o investigador facilita essa expressão, evita que ela se afaste dos objetivos da investigação e permite que o interlocutor aceda a um grau máximo de autenticidade* (…)" (Quivy & Champenhoudt, 2005:96).

No que concerne à entrevista, considerando a importância deste método para obter respostas fidedignas e descritivas, o investigador deverá analisar minuciosamente o discurso do interveniente, de modo a adequar a sua intervenção ao relato proferido pelo entrevistado e de acordo com as dimensões de pesquisa predefinidas (Batista et al., 2021; Quivy & Champenhoudt, 2005).

As entrevistas poderão ser classificadas segundo a sua estrutura. A entrevista não-diretiva ou não-estruturada é utilizada sempre que se pretende a exploração intensiva e articulação de conceitos e fenómenos inerentes à investigação em causa. Este tipo de entrevista não é orientada, pelo que o investigador não possui um guião previamente estabelecido. O entrevistado é incitado a falar livremente sobre o tema introduzido pelo entrevistador, pelo que este último deverá apenas escutar atentamente o discurso do entrevistado, apenas intervindo em casos de extrema necessidade - se o entrevistado terminar o discurso mais cedo do que o previsto (Bhattacherjee, 2012; Colognese & Mélo, 1998).

Por sua vez, a entrevista semidiretiva ou semiestruturada permite ao entrevistado o desenvolvimento do próprio discurso mediante a colocação de questões, por parte do entrevistador, provenientes de um guião estabelecido. Questões estas que podem ser alteradas, reajustadas ou complementadas no decorrer da entrevista, sempre que se considerar necessário (Bhattacherjee, 2012; Colognese & Mélo, 1998).

Já a entrevista padronizada ou estruturada permite ao entrevistador a utilização de um guião de entrevista, no qual é estabelecida a ordem de colocação das perguntas e o modo como as mesmas serão enunciadas. Este tipo de entrevista limita o papel do entrevistado na adequação das questões colocadas, uma vez que o investigador não deverá fazer alterações de discurso, com o objetivo defacilitar a análise e comparação de respostas conferidas pelos vários entrevistados (Bhattacherjee, 2012; Colognese & Mélo, 1998).

A utilização deste tipo de método traduz-se em vantagens como a adequabilidade do discurso e a recolha aprofundada de informação. No entanto, o mesmo poderá também apresentar alguns inconvenientes. Nomeadamente, a utilização deste método pode ser um obstáculo para os investigadores que não se sintam confortáveis em ajustar o discurso e a comunicação no decorrer da pesquisa empírica. Por outro lado, a flexibilidade discursiva que deverá ser utilizada poderá contribuir para que o investigador discure as necessidades discursivas técnicas inerentes a uma entrevista. De mais a mais, os testemunhos adquiridos com base no método de entrevista não propõem uma análise linear e padronizada, tal como acontece no inquérito por questionário. "Neste caso, talvez mais do que noutros, os métodos de recolha e de análise das informações devem ser escolhidos e concebidos conjuntamente." (Quivy & Champenhoudt, 2005:97).

3.2. Identificação de Dimensões e Hipóteses de Análise

"*Categories are needed to reduce the amount of concepts the researcher must work with and to build a "big picture" of the issues salient to understanding a social phenomenon."(Bhattacherjee, 2012 :114).*

Como forma de realizar a pesquisa empírica, foram desenhadas 4 dimensões de análise, que permitem explorar algumas hipóteses:

3.2.1. Músicas Apresentadas

O principal objetivo inerente à presente dimensão foi identificar se o tipo de músicas apreciadas e exteriorizadas diferem entre classes sociais. Considerando a análise literária efetuada anteriormente, pressupõe-se a hipótese de que recorrentemente, os estilos musicais diferem de acordo com a classe social do indivíduo (Harris, 1995). Assim, através do estilo musical mais apresentado nas *playlists* públicas do *Spotify* e de acordo com o indicador

individual ou familiar de classe, poderá ou não ser verificada a existência de uma relação entre o estilo musical evidenciado pelo indivíduo e o seu grupo social.

3.2.2. Músicas ocultadas

Através desta dimensão propõe-se a hipótese de que o estilo de músicas ocultadas seja maioritariamente uma subcategoria Pop, na medida em que é um estilo bastante popularizado e até banalizado. Seja justificado pela nostalgia que provoca ou pela diversificação do público que abrange, o Pop apresenta-se como uma das categorias musicais mais conhecidas e populares entre o público, comumente escutado por grande parte dos agentes sociais. Como tal, não agrega valor simbólico à identidade do indivíduo, podendo tornar-se assim motivo de vergonha para quem a ouve (Noronha & Silva, 2008; Oliveira, 2019). "*O conteúdo extra-musical e a estrutura compositiva da música Pop apresentam uma relação histórico-sócio-musical de diversidade, multiplicidade, grande poder de interconexão e integração/fusão de elementos musicais de diferentes culturas*" (Noronha & Silva, 2008: 1).

Aquela que é apelidada de cultura escapista, surge recorrentemente associada à categoria de música Pop. A cultura escapista, presente neste tipo de músicas, que se caracteriza pela criação de cenários fantásticos e alternativos, com vista a uma evasão temporária da realidade, alia-se à nostalgia na medida em que o agente social altera ou romantiza as memórias que adquiriu ao longo da vida, permitindo ao mesmo aceder a sentimentos de nostalgia por uma realidade distante ou que nunca existiu realmente (Oliveira, 2019).

Assim, o indivíduo poderá tentar ocultar essa faceta identitária, devido à desvalorização e julgamento da mesma por parte do contexto social envolvente (Oliveira, 2019). Tal hipótese será operacionalizada através de um conjunto de perguntas que procurem identificar o tipo de músicas apreciadas que despoletam sentimentos de vergonha no sujeito entrevistado. De forma a garantir a veracidade do tipo de *guilty pleasures* declarados, o participante entrevistado irá apresentar, na plataforma digital *Spotify*, não só as suas *playlists* públicas, mas também as suas *playlists* privadas, para posteriormente ser analisado o género musical mais mencionado ou visionado. Para além disso, serão observadas também as pesquisas recentes e *playlists* criadas pela plataforma, na esperança de identificar também por esta via, algum constrangimento indiciado, não só pelas declarações diretas, mas também pelas expressões não verbais.

3.2.3. Expectativas Sociais

Prevê-se que os entrevistados afirmem que o receio de um possível julgamento seja o motivo que os leva a esconder de terceiros determinadas preferências musicais. Assim, o sujeito utiliza os seus momentos de privacidade para desfrutar desse tipo de músicas e, consequentemente, evidenciar as características pessoais que não procura incluir na sua

identidade construída (Harris, 1995). O objetivo será então elaborar perguntas que permitam ao entrevistador compreender a simbologia atribuída a cada classe e as consequentes expetativas depositadas para cada grupo social. Tal análise será feita não só através das respostas dadas pelo entrevistado, mas através da seleção e audição de algumas músicas que para este se enquadrem na categoria de *guilty pleasures*. Desta forma, a criação de um contexto apropriado, facilitará a honesta expressão do indivíduo, seja através da sua linguagem verbal ou não verbal.

3.2.4. *Spotify* e perceção musical

Serve a presente dimensão para investigar a seguinte hipótese: as plataformas de música, como o *Spotify*, estão a influenciar a forma como os agentes percecionam os seus próprios *guilty pleasures* musicais (Beer, 2013). O objetivo consiste em apurar se uma plataforma onde estão disponíveis todos os tipos de música ao alcance de um clique favorece a normalização e a partilha deste tipo de músicas que são alvo de culpa e apreciação simultânea. Para isso, espera-se que os entrevistados desenvolvam a sua experiência com a plataforma e aquilo que sentiram ao longo da sua utilização.

3.3. Entrevistas como método de análise da cultura de gosto musical

Através da realização de entrevistas pretende-se compreender as motivações e emoções de cada participante no que concerne à apresentação dos seus *guilty pleasures*. Neste sentido, será mais importante a obtenção de respostas perspetivadas, que apesar de em número reduzido e sem garantias de que possam traduzir totalmente a realidade social, auxiliem a compreensão dos processos que acontecem no agente social, face a uma sociedade que limita, através de normas implícitas, a apresentação completa do *self* (Quivy & Champenhoudt, 2005).

Para além disso, tratando-se de músicas escutadas apenas em contexto pessoal e intimista, será necessária uma sensibilidade acrescida por parte do investigador para que o entrevistado se sinta suficientemente confiante para expor, ainda que de forma anónima, os seus gostos musicais mais reservados. Sensibilidade esta que apenas será possível através de uma pesquisa qualitativa, em que o investigador esteja de alguma forma em contacto direto com os participantes (Batista et al., 2021; Quivy & Champenhoudt, 2005; Bhattacherjee, 2012; Camayd & Freire, 2020).

Assim, inserida no método qualitativo, foi escolhida a entrevista semi-diretiva, que consiste, em primeira fase, na construção de um guião auxiliar que permita, no decorrer da entrevista, realizar perguntas que possam ser desenvolvidas pelo entrevistado, para posteriormente proceder a uma análise intensiva (Bhattacherjee, 2012; Colognese & Mélo, 1998).

De forma a selecionar 8 entrevistados, estabeleceram-se alguns critérios de seleção. Os sujeitos entrevistados deverão estar inscritos na plataforma *Spotify* e demonstrarem alguma predisposição para partilha anónima das suas preferências musicais. De mais a mais, deverão estar incluídos numa faixa etária compreendida entre os 16 e os 26 anos. De referir que os 8 entrevistados, foram também selecionados através do modelo *ACM*. Com base no indicador familiar de classe serão selecionados 2 entrevistados do sexo feminino e 2 do sexo masculino nas categorias *EDL* ou *PTE*. Os restantes 4 entrevistados (2 do sexo masculino e 2 do sexo feminino) pertencerão às categorias EE e OI (Machado et al, 2003: 51)[1].

EDL- Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais

PTE- Profissionais técnicos e de Enquadramento

TI- Trabalhadores Independentes

AI- Agricultores Independentes

EE- Empregados Executantes

OI- Operários Industriais

AA- Assalariados Agrícolas

3.4. Seleção da Amostra

Com o objetivo de assegurar uma análise comparativa entre classes sociais antagónicas, foi selecionada uma amostra não - probabilística, por conveniência. Considerando as classes teóricas, do Quadro (neo) marxista, é possível verificar que o tipo de classes selecionadas para caracterizar a amostra, correspondem às categorias "Burguesia" (*EDL*), "pequena burguesia"

[1] As matrizes de construção do indicador individual de classe e do indicador familiar de classe poderão ser encontradas nos anexos (figura 2 e 3)

(*PTE*) e "Proletariado" (*AA e OI*). Neste sentido, justificado pela dificuldade de acesso a amostras representativas que contemplassem apenas grupos sociais opostos e específicos, recorreu-se à tipologia de amostragem por conveniência, onde os entrevistados foram selecionados através de uma abordagem não aleatória (Machado, et al., 2003).

Para além de terem sido selecionados de acordo com a sua adequação face aos critérios estabelecidos inicialmente, os entrevistados foram identificados através de uma rede de contactos profissionais do investigador, que facilitou a interpelação de indivíduos pertencentes às categorias de classe *AA* e *OI*. Desta forma e considerando a dificuldade existente na seleção de indivíduos provenientes de classes sociais específicas, a amostragem por conveniência revela-se extremamente pertinente, na medida em que os entrevistados são abordados de acordo com a sua disponibilidade e adequação ao perfil pretendido.

Os indivíduos pertencentes às categorias de classe *PTE* (Profissionais Técnicos e de Enquadramento) e *EDL* (Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais) foram selecionados através de uma amostragem não probabilística por conveniência, com recurso a contactos pessoais da investigadora. Tal método é justificado pela necessidade de incluir apenas participantes que se enquadrem nas categorias mencionadas, considerando as características específicas do presente estudo. Apesar de se tratar de um método de seleção que pode apresentar limitações ao nível da representatividade, esta abordagem garante a obtenção de dados relevantes e ajustados aos objetivos definidos para a investigação. Nomeadamente, a comparação de estilos musicais entre classes sociais divergentes.

Os participantes são informados sobre o objetivo da pesquisa e deverão entregar ao investigador o documento assinado que comprova o consentimento voluntário para a participação no estudo. Este documento é disponibilizado pelo investigador e informa o agente social sobre o uso dos dados do próprio, garantindo o anonimato.

4. Apresentação de Resultados

4.1. Caracterização da amostra

A amostra apresentada, composta por oito intervenientes foi caracterizada através da matriz individual ou familiar de classe. Significa isto que, tal como referido anteriormente, quatro elementos da amostra estão inseridos nas categorias *EDL* e os restantes quatro nas categorias *EE* ou *OI*.

É possível verificar que apenas os entrevistados, de nome ficcional Rafael, Duarte e Raquel, foram caracterizados recorrendo à matriz individual de classe, pelo que os restantes, por ainda não se encontrarem a trabalhar, foram classificados através da matriz familiar de classe. Os pais do João, de 19 anos inserem-se ambos no grupo de "Dirigentes e Quadros Superiores de Empresas", sendo que trabalham por conta de outrém, o que resulta na categoria *EDL*- Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais. Já a Matilde, de 19 anos, cuja mãe se insere nos "Quadros Superiores da Administração Pública" e o pai no grupo de Técnicos e Profissionais de Nível Intermédio, onde trabalha por conta própria, insere-se também na categoria *EDL*. Por outro lado, no caso do Duarte, o mesmo foi classificado segundo o indicador individual de classe visto que o mesmo já iniciou a sua atividade profissional e é Dirigente de uma Empresa (*EDL*). Já a Bruna integra também a classe dos Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais, visto que ambos os pais se inserem no grupo profissional "Operários, artífices e trabalhadores similares" enquanto Patrões (P).

Por outro lado, nas categorias *EE* e *OI* estão inseridos o Diogo, o Rafael, a Rita e a Raquel. No que concerne ao Diogo, apenas a mãe constitui o seu agregado familiar. Sendo que a mesma é trabalhadora por conta de outrem (TPCO) e está integrada no grupo do "Pessoal Administrativo e Similares", o Diogo pertence à classe dos Empregados Executantes (*EE*). Por sua vez, o Rafael já está a exercer e pertence ao grupo dos "Trabalhadores Não Qualificados da Construção, Indústria e Transportes" (TPCO), o que o classifica como sendo Operário Industrial (*OI*). Já a Rita, pertence à categoria dos Empregados Executantes visto que a Mãe insere-se no grupo do "Pessoal Administrativo e Similares" enquanto trabalhadora por conta de outrem (TPCO) e o pai insere-se no grupo de Operadores de Instalações e máquinas e trabalhadores da montagem enquanto trabalhador por conta de outrem (TPCO).

Finalmente, a Raquel, enquanto trabalhadora não qualificada da construção, indústria e transportes, é classificada como Operária Industrial.

Nome do Entrevistado	Profissão do próprio (grandes grupos/ CNP 94)	Profissão da Mãe (grandes grupos/ CNP 94)	Profissão do Pai (grandes grupos/ CNP 94)	Classe atribuída
Vasco	NA	Dirigentes e quadros superiores de empresas (TPCO)	Dirigentes e quadros superiores de empresas (TPCO)	*EDL*
Sara	NA	Quadros superiores da Administração pública (P)	Técnicos e profissionais de nível intermédio (TPCP)	*EDL*
Marco	Dirigentes e quadros superiores de empresas (TPCP)	NA	NA	*EDL*
Jacinta	NA	Operários, artífices e trabalhadores similares (P)	Operários, artífices e trabalhadores similares (P)	*EDL*
Fábio	NA	Pessoal administrativo e similares (TPCO)	NA	*EE*
Alexandre	Trabalhadores não qualificados da construção, indústria e transportes (TPCO)	NA	NA	*OI*
Matilde	NA	Pessoal administrativo e similares (TPCO)	Operadores de Instalações e máquinas e trabalhadores da montagem (TPCO)	*EE*
Júlia	Trabalhadores não qualificados da construção, indústria e transportes (TPCO)	NA	NA	*OI*

4.2. Análise das dimensões de entrevista

4.2.1. Músicas Apresentadas

As músicas apresentadas a terceiros, revelaram-se, em todos os casos estudados, músicas populares entre o grupo, mas que podem ou não ser de cariz comercial. Significa isto que, o

tipo de músicas partilhado entre os integrantes de um grupo não está necessariamente integrado na cultura Pop, uma vez que, apesar de ser o estilo mais comumente escutado pela maior parte dos agentes sociais, poderá não ter qualquer influência nos integrantes de um grupo que apresentem estilos musicais díspares (Thornton, 1995). Existe uma tendência para a partilha de músicas que representem um estilo previamente aceite por todos os integrantes. Significa isto que por ser consensual encontra-se fora do alcance de julgamentos externos. Um estilo de música padrão que caracteriza a entidade grupal (DeNora, 2000; Bourdieu,1979).

Deste modo, uma vez que os estilos musicais de carácter mais comercial, associados à cultura de *streaming*, tendem a contemplar referências comuns mais evidentes entre os diferentes ouvintes, verifica-se frequentemente que são estes os géneros mais partilhados em contexto coletivo, sobretudo quando os gostos individuais dos membros do grupo são díspares (Morris & Powers, 2015). Contudo, esta tendência não se confirma em todos os casos. Quando os membros de um grupo partilham preferências musicais semelhantes, é possível que se estabeleça um consenso em torno de géneros específicos, dispensando a necessidade de recorrer ao estilo mais comercial como denominador comum. Vasco, por exemplo, refere que, à exceção do Rock e do Punk — estilo que apenas partilha com uma ou outra pessoa —, géneros como o Rap ou o Drill são apreciados pela maioria, o que contribui para que o grupo se mantenha dentro destes estilos em vez de procurar ouvir coletivamente outros géneros musicais mais comerciais (Bennett & Peterson, 2004).

No caso da Sara por exemplo, é possível constatar que o grupo partilha maioritariamente músicas Pop portuguesas ou Funk, dois géneros musicais que caracterizam os momentos que são experienciados em grupo, apesar de ser evidente na entrevista realizada que os restantes estilos que a mesma aprecia como o Flamenco não são estimados pelos restantes integrantes do grupo. O Marco, por sua vez, considera também ele que as músicas que mais partilha com amigos são as músicas Pop portuguesas, por se tratar de um estilo onde todos os integrantes podem encontrar elementos que são de alguma forma familiares. Muitas vezes por existirem referências culturais ou memórias partilhadas que aludem a esse estilo musical ou porque as letras e as melodias são de alguma forma acessíveis e conhecidas por todos, o que favorece o sentimento de pertença (DeNora, 2000).

A Jacinta refere também que os estilos que mais partilha com os seus amigos são R&B, Pop e Indie (Jacinta, 2025) referindo que apesar de gostar de vários estilos diferentes partilha aquelas que mais fazem sentido mediante o estilo apreciado pelas amigas (Bull, 2007).
Observando, por outro lado, os entrevistados que se inserem nas categorias EE e OI, como a Matilde, por exemplo, podemos constatar que no seu caso, o Funk é maioritariamente o estilo

mais partilhado no grupo, já que grande parte dos momentos que o grupo vivencia, surgem no seguimento de acontecimentos festivos (Bull, 2007).

Na verdade, imagina, há um estilo de música que eu partilho muito com os meus amigos, que é o Funk. Onde é que eu partilho mais música com os meus amigos? Quando estamos no carro ou a ir para uma festa (Matilde, 2025).

No entanto, a mesma ressalta, tal como Sara, que o Funk não é um estilo de música que ouvem individualmente, por se tratar de um género que é frequentemente associado a contextos sociais específicos e não tanto consumido individualmente. Será então possível deduzir, que nem sempre as canções partilhadas sejam as mais escutadas ou as mais apreciadas individualmente. O seu principal diferencial reside na capacidade de estabelecer um elo de ligação entre os membros do grupo, seja pelo contexto social em que são escutadas, seja pela mensagem que transmitem e que é partilhada coletivamente. Estas canções funcionam, assim, como catalisadores de pertença e identidade grupal, transcendendo a apreciação individual e assumindo um papel agregador no seio das dinâmicas sociais (DeNora, 2003).

No caso do Fábio, o estilo musical que partilha com os amigos é também o Funk. No entanto, ao contrário dos restantes entrevistados que ouvem este estilo exclusivamente em contextos grupais, o Fábio não restringe este género ao convívio em grupo, já que é o estilo musical que gosta de escutar individualmente.

Já o Alexandre e o seu grupo, conseguiram encontrar alguns elementos convergentes nas músicas que integravam o estilo eletrónico, por retratarem um estado de espírito apreciado por todos.

Músicas muito felizes. Bué felizes. Não é tipo… apesar de ser um pouco contraditório, o hardtechno, mas não é só hardtechno que eu ouço. No geral é música eletrónica, bouncy jungle (…) Eu ultimamente tenho ido muitas vezes a raves e hardtechno é uma coisa bastante pesada e foi provavelmente aí onde eu conheci as melhores pessoas da minha vida. Foi tipo nas raves estás a perceber? (Alexandre, 2025)

Por último, ao constatar o relato da Júlia é possível verificar que a mesma só costuma partilhar a sua playlist com uma amiga que está atualmente a residir no Brasil. Segundo a mesma a sua playlist conta com mais de 3000 músicas de diversos estilos, pelo que existe uma partilha de gostos que acontece exclusivamente através do *Spotify*. Pelo facto de não estarem frequentemente juntas, cada uma pode selecionar e retirar da playlist da outra as músicas que mais aprecia, sem a necessidade de chegar a um consenso sobre o estilo escutado. Neste tipo de casos não será necessário criar uma identidade coletiva no momento da partilha.

4.2.2. Músicas Ocultadas

As músicas ocultadas pelos entrevistados sugerem uma confirmação parcial da hipótese colocada previamente sobre as músicas ocultadas. Foi referido anteriormente que, recorrentemente a cultura escapista justificava a existência de música ocultadas. Isto porque, ao escutar músicas que, através das letras produzidas ou da melodia, conferem a possibilidade de aceder a uma realidade temporalmente distante ou a uma distorção da mesma, o indivíduo poderá sentir a necessidade de ocultar essas referências pessoais que despoletam sentimentos de nostalgia. No entanto, e ao contrário do que foi referido na hipótese apresentada, as músicas que estão associadas a essa cultura escapista nem sempre se enquadram no estilo de música Pop. Tal facto é justificado pela estrutura melódica e pelas letras que compõem cada música, uma vez que existem faixas integradas nos mais diversos estilos que suscitam experiências afetivas passadas ou até mesmo representadas (Barrett et all, 2010; Sedikides et al., 2022).

Assim, verifica-se a prática da ocultação de músicas, não devido ao estilo que as classifica, mas devido à conotação cultural que é conferida a cada uma das mesmas considerando a sua estrutura (Bourdieu, 1979). Se a mesma for classificada mediante características socialmente desvalorizadas, o agente poderá sentir a necessidade de ocultar a sua apreciação, sob risco de prejudicar a sua identidade partilhada (Thornton, 1995).

O Vasco apresenta alguns exemplos de músicas que se inserem em estilos que não o Pop e que são para o próprio motivo de vergonha perante terceiros. Músicas como "*One last Breath*" dos Creed, "*Outside*" dos Staind ou "*Diary of Jane*" de Breaking Benjamin. Segundo o mesmo, estas trazem-lhe "*boas memórias*". Além de uma estrutura mais simplista e previsível (estrutura Rock Pop), comportam letras alusivas a temáticas que representam momentos importantes. "Há umas que trazem memórias, boas memórias, ainda tens o contacto das pessoas, outras que lembram alturas que te davas com pessoas que depois deixaste de dar."(Vasco, 2025).

Já o Alexandre destaca as músicas de Rap interventivo como o seu principal *guilty pleasure*, uma vez que, se apresentadas a terceiros, este tipo de músicas poderão definir grande parte dos ideais e valores que estão alicerçados à identidade representada do indivíduo. O próprio pode não demonstrar interesse em caracterizar a sua imagem social com base em ideais políticos (Goffman,1959). Para além disso, segundo Bourdieu (1979), culturalmente, os géneros musicais, assim como outras práticas inerentes à cultura de gosto estão classificados por níveis de relevância social. Considerando que o foco principal destas músicas reside na mensagem e não na sua composição melódica, estas não serão privilegiadas culturalmente. É

de ressaltar também que o Rap é visto como um estilo difundido entre muitos e consequentemente, poderá ser culturalmente desvalorizado quando comparado com outros estilos mais elitistas (Müller, 2017).

Contudo, é possível verificar que grande parte das músicas que foram apresentadas pelos entrevistados enquadram-se na categoria do Pop. Existem alguns fatores que explicam este fenómeno. Nomeadamente, o destaque deste género no seio da indústria musical, facilita a sua escuta de forma massiva. Considerando que é o género mais escutado a nível mundial, a probabilidade de existir uma relação relativamente mais pessoal entre o ouvinte e este tipo de músicas é consequentemente maior. No entanto, por ser considerado um estilo desinteressante e geral, classificado até como "básico", quando comparado a outros estilos pode ser motivo de vergonha, o que favorece a sua ocultação. Para além disso, algumas destas músicas Pop ocultadas tendem a estar associadas a períodos infanto-juvenis, o que limita a sua apresentação a terceiros por medo do julgamento (Teslenko, 2016; Barrett, 2010; Bourdieu, 1979).

Por último, a predominância do Pop como estilo mais ocultado justifica-se pela facilidade e acessibilidade de interpretação deste tipo de letras. Socialmente são muitas vezes consideradas letras demasiado objetivas e simples, o que despoleta a necessidade de restringir a partilha destas faixas, mas também acelera o processo de criação de um vínculo emocional. Visto que são de fácil interpretação, todas as temáticas que referem memórias relacionais, conferem às músicas um carácter evasivo (Guo, 2020).

Segundo Janata et al. (2007, citado por Kaiser & Berntsen, 2023) as músicas que apresentem uma estrutura básica e previsível, tendem a captar a atenção do ouvinte para momentos do passado, o que torna as músicas Pop propícias a revelarem uma componente nostálgica.

Recorrentemente, as músicas que são ocultadas fizeram parte de momentos evocados. Músicas que poderiam outrora representar um grupo, uma época remota e ser palco de atenção, são agora alvo de vergonha, considerando que remontam a uma época de aprendizagem e de novos desafios, uma época de construção de uma identidade em transição (Davies et al, 2022). A Sara, por exemplo, refere que as músicas que tem mais vergonha de ouvir são músicas de "*amor adolescente. É um amor mais novo e as pessoas que ouvem esta música, apesar de serem ícones, são músicas que nós cantávamos quando eramos mais novas e quando estávamos apaixonadas em crianças*."(Sara, 2025). Músicas como "*Last Friday Nigth*" ou "*The one that got away*" da Katy Perry são associadas a uma fase infanto-juvenil e consequentemente, poderão ser classificadas socialmente de uma forma negativa por poderem ser consideradas "demasiado infantis".

Por outro lado, a mesma refere que não só este sub estilo Pop referido anteriormente é motivo de vergonha, como também o TRap poderá ser um estilo desvalorizado socialmente, devido às suas letras de cariz sentimental ou físico. Muitas delas são caracterizadas como poesias acústicas, devido à sua composição lírica.

"*Cantores de TRap são cantores que cantam algumas músicas vazias que eu não me identifico nada, mas que depois têm estas poesias acústicas e assim que, ainda que tenham uma parte mais física, têm outra parte mais sentimental*." (Sara,2025).

Assim, a letra de uma música funciona também como fator impulsionador do vínculo criado. No caso da Jacinta, que refere músicas como "*Back to the old house*", dos The Smith, é possível verificar que a ligação emocional se estabelece devido ao conteúdo lírico da música.

A faixa em causa, segundo a entrevistada, aborda a necessidade de reviver momentos antigos, recordações do passado "*que não voltam mais*" (Jacinta, 2025). Este é um exemplo de que, apesar das músicas Pop como "*Blessed*" do Daniel Caeser (Jacinta, 2025) facilitarem o acesso a elementos nostálgicos, músicas de outros estilos que apresentem esse tipo de características, como letras que remontam a recordações temporais longínquas, estruturas musicais repetitivas ou simples ou até mesmo temáticas que se relacionem com momentos pessoais importantes, podem também despertar experiências afetivas (Davies et al, 2022; Kaiser & Berntsen, 2023).

No caso do Vasco, além das músicas Rock ocultadas, o entrevistado revelou que músicas como "*Love me like you do*" da Elie Goulding ou "*Everytime*" da Britney Spears, fazem parte da lista de faixas reproduzidas que não pretende partilhar socialmente. "(…) *revelam muito daquilo que eu sinto para estar a partilhar com os outros.*" (Vasco, 2025).

Foi referido inicialmente, na presente dimensão de análise que a necessidade de ocultação de uma música é determinada, não pelas características da música escutada, mas pela conotação que é atribuída a essas características no contexto social onde o agente se insere (Frith, 1998; Goffman,1959; Bourdieu, 1979). Deste modo, não só os estilos classificados esteticamente como simplistas são motivo de vergonha. Estilos que, hierarquicamente, são considerados sofisticados devido à sua construção estética, como o Jazz ou a música clássica, poderão também ser considerados *guilty pleasures* por serem considerados, mediante o contexto, demasiado "sofisticados" ou desfasados da realidade experienciada diariamente (Frith, 1998).

Podemos observar o caso do Marco, que apresentou como gostos ocultados, as faixas de música compostas por artistas de Jazz, Blues, Country. Artistas que, apesar de intemporais, se inseriram especificamente na cultura dos anos 40 a 90. Nomeadamente, Frank Sinatra ou

Elvis Presley por exemplo. Para além disso, dentro da cultura Pop, destaca-se ainda o papel de Mickael Jackson na construção do seu gosto musical. O entrevistado refere que a música considerada antiga detém mais valor cultural devido à sua estética, justificando a sua apreciação através da estrutura melódica que as compõe (Marco, 2025).

"*Quando a música era feita com algum significado. Ou seja, é mais por toda a melodia que envolve a música, é realmente música. Ou seja, consegues apreciá-la ao ouvi-la. Música mais recente é muito mais vazia.*" (Marco, 2025). Ainda assim, são músicas que o entrevistado prefere ouvir sozinho, já que podem ser consideradas desenquadradas quando inseridas numa realidade cultural atual e, consequentemente, alvo de julgamento. Este testemunho ilustra o conceito de *hysteresis* do *habitus*, por exemplificar a disparidade de disposições existentes entre o *habitus* do indivíduo, caracterizado por escolhas musicais obsoletas e a realidade cultural atual para cada grupo social (Bourdieu, 1984; Thornton, 1995).

Já a sua apreciação por músicas de Michael Jackson, poderá para o mesmo ser considerada motivo de vergonha devido ao seu estilo, a questões morais ou à nostalgia que poderá estar intrínseca a este tipo de músicas. Apesar de ser considerado o "Rei da música Pop" por ter revolucionado o mundo da música, este artista integra o estilo Pop *mainstreaming*, que é considerado por Bourdieu (1979), como um dos estilos mais desvalorizados a nível cultural, por ser considerado demasiado simplista e disseminado. Para além disso, este artista foi frequentemente associado a acusações de práticas abusivas com menores, que também podem gerar uma necessidade de ocultação deste tipo de faixas, de forma a evitar o julgamento social, não por fatores estéticos e estruturais, mas por fatores morais.

Finalmente e tal como referido pelo Marco (2025), este era um estilo que era muito escutado pelo mesmo durante toda a sua infância, o que poderá despoletar a necessidade de ocultação, sob pena deste tipo de músicas serem desvalorizadas por serem consideradas "demasiado infantis", ou até mesmo por despoletarem no sujeito uma carga demasiado emocional, que o mesmo não pretende associar à sua identidade apresentada (Barrett, et al., 2010). "*Por exemplo Michael Jackson faz-me reviver o passado porque eu lembro-me de ser puto e querer ser como ele. Porque era aquilo que passava na televisão*." (Marco, 2025).

No caso da Júlia e do Fábio, podemos verificar que não são evidenciados *guilty pleasures*. A Júlia argumenta que ouve música todos os dias enquanto está a trabalhar e quando se está a deslocar entre sítios. No entanto, a entrevistada refere que as suas escolhas musicais são bastante ecléticas e que por isso, gosta de ouvir faixas pertencentes a todos os estilos musicais excetuando as que se inserem no Metal.

"Na minha playlist é mais pagode do que Funk mas tem tudo. Tem eletrónica, tem música internacional, tem tudo. Tenho para aí umas 3000 músicas. (…) Gosto, gosto de tudo. Só não gosto daqueles Rocks bem pesados" (Júlia, 2025).

De acordo com Peterson e Kern (1996), o agente social poderá não evidenciar *guilty pleasures* quando não existe reconhecimento de uma diferença cultural entre géneros. Se o indivíduo desenvolver uma consciência musical "omnívora", a estrutura hierárquica de estilos socialmente aceite no que concerne a esta prática, será desconsiderada e consequentemente, o mesmo não irá sentir necessidade de ocultar determinadas faixas por considerar que não são esteticamente superiores.

Para além disso e como visto anteriormente aquando de uma revisão literária, segundo Bourdieu (1979), a música é vista como um elemento caracterizador do agente social sempre que esta prática esteja inserida no seu *habitus* ou sempre que detenha um papel culturalmente importante no seio da sua estrutura familiar ou do seu grupo de amigos. O nível de importância da música enquanto capital cultural para um indivíduo, irá ditar a forma como esta é escutada. Se o agente não sentir que a música é um fator caracterizador da sua identidade, a mesma será assumida exclusivamente e de forma pragmática como prática de entretenimento (DeNora, 2000 & Bourdieu, 1979).

Apesar da Júlia ouvir música diariamente, esta é escutada para complementar todas as suas atividades diárias, seja durante o trabalho ou quando se está a deslocar. Significa isto que a mesma não está acostumada a ouvir música sem que esteja a realizar outras atividades em simultâneo (Peterson & Kern, 1996). A mesma também não costuma partilhar músicas com o seu grupo de amigos, à exceção de uma amiga que atualmente se encontra no Brasil, com a qual partilha uma playlist versátil, que abrange vários estilos musicais, de forma despreocupada.
"*Não, não. Tenho uma colega no Brasil que ela tem uma playlist no Spotify que eu às vezes ouço a dela, ela ouve a minha mas de resto não. (…) Mas eu partilho mais com ela porque ela tem preguiça de ir pesquisar músicas novas. Ela sabe que na minha vai ter sempre músicas novas e eu estou sempre a partilhar… dela, é alguma música que surgiu no Brasil que eu não conheço.*" (Júlia, 2025).

Assim, verifica-se que, no que concerne à Júlia, a música não é um elemento cultural que assuma um papel de destaque no seu contexto social. Como tal, a mesma não sente necessidade de ocultar qualquer estilo musical que possa eventualmente apreciar. Já o Fábio refere que há dias em que não ouve música, o que reflete que esta prática não faz parte do seu *habitus* e consequentemente do seu capital cultural (Bourdieu, 1979). "*Não, nem tanto. Há dias em que não oiço música* (…)" (Fábio, 2025). Deste modo, por não atribuir a mesma importância

a esta prática que os restantes entrevistados, o agente não sente necessidade de ocultar qualquer preferência musical. “Não tenho.” (Fábio, 2025).

4.2.3. Expetativas Sociais

Existe uma relação direta entre a necessidade de ocultação de músicas e o julgamento gerado por uma não correspondência com as expectativas sociais impostas. Verifica-se que todos os participantes da presente pesquisa que evidenciaram ocultar determinadas músicas, demonstraram possuir sentimentos de vergonha alicerçados a este tipo de comportamentos. O medo do julgamento advém do receio da eventual associação, efetuada por terceiros, da identidade apresentada a características desvalorizadas socialmente. Associação esta justificada pela relação entre os diferentes estilos musicais e a classe a que o indivíduo pertence (Bourdieu, 1979; Goffman, 1959).

Quando analisadas socialmente, as preferências ocultadas derivam da necessidade de adequar os seus gostos ao *habitus* que caracteriza a sua posição social. Neste sentido, todo o tipo de músicas que possam transmitir características culturalmente desprezadas, são escutadas de modo privado (Bourdieu, 1979; Goffman, 1959). Os entrevistados pertencentes à categoria EDL pretendem ocultar músicas demasiado emocionais ou simplistas que permitam a desvalorização do seu capital cultural. Capital este que é caracterizado por elementos culturais esteticamente mais complexos. As músicas identificadas como *guilty pleasures* pelo Vasco, pela Sara, ou pela Jacinta são vistas como comerciais e sentimentais, sendo as mesmas inseridas nas categorias do Pop e do Rock. Já o Marco, que também pertence à categoria *EDL*, opta por esconder faixas que poderiam ser consideradas adequadas ao capital da sua posição social, por estarem inseridas nas categorias Jazz, Blues, Country. No entanto, existe um desfasamento geracional que despoleta um sentimento de vergonha no sujeito.

Quando observadas as classes menos elitistas como *OI* ou *EE*, verifica-se que a preocupação pelo julgamento alheio está assente na necessidade de contrariar a inferiorização cultural preconcebida e associada às classes dominadas. Músicas simplistas ou emocionais, muitas vezes inseridas na cultura Pop são tendenciosamente vistas como menos credíveis e consequentemente associadas a posições classistas mais baixas (Bourdieu, 1979; Goffman, 1959). A Matilde, por exemplo, refere que o cantor de Rap Loner Jhony é um dos seus *guilty pleasures* já que as músicas do mesmo refletem as preferências dos mais jovens e tal facto poderá caracterizar os gostos da entrevistada e consequentemente a sua identidade, como demasiado infantil e básica, critério associados à sua classe (Müller, 2017).

"*Por exemplo, há um grupo de amigos que eu … já tive esta conversa e senti vergonha… diria este artista que é o Lon3r Johny. Esse é um dos artistas que eu se calhar tenho mais vergonha de admitir que ouço bastante. Aliás, foi um dos meus artistas mais ouvidos no Spotify. (…) o Lon3r Johny, eu só pensava que parece que tenho o gosto musical de um puto de 16 anos.*" (Matilde, 2025).

Por outro lado, estando o Alexandre integrado também nas classes populares, o seu gosto por Rap de intervenção, poderá confirmar os preconceitos criados para classificar os indivíduos desta classe, já que o Rap, além de ser um estilo considerado elementar, quando caracterizado como interventivo, está vinculado a ideais de protesto, marginalizado quando associado à luta de classes (Bourdieu, 1979; Müller, 2017).

De acordo com os resultados poderá ser uma premissa a considerar em estudos futuros, a de que poderá existir uma maior tendência para que as classes populares não possuam *guilty pleasures*, motivadas por uma possível postura mais omnívora culturalmente (Peterson & Kern, 1996) ou pela possibilidade destes agentes sociais não integrarem de forma tão prepotente esta prática no seu *habitus* (Bourdieu, 1979; DeNora, 2000). O caso da Júlia e do Fábio poderá refletir esta premissa, já que a Júlia apresenta um gosto musical muito diversificado e como tal, não reconhece a relação entre as preferências culturais e a estrutura social e o Fábio não recorre a esta prática diariamente, o que poderá resultar na falta de apego para com a mesma. Consequentemente, o sujeito não utiliza a música para expressar a sua identidade em contexto social.

Assim, verifica-se que existe uma relação direta entre as músicas ocultadas e as expetativas dos grupos sociais que envolvem o sujeito, confirmando que os *guilty pleasures* não se regem única e exclusivamente pelas características estruturais do objeto em questão, mas sim pela forma como esse objeto é representado nos grupos onde o sujeito se movimenta (Goffman, 1959). O mesmo estilo pode ser simultaneamente alvo de julgamento pelas classes dominantes e pelas classes dominadas, sendo que o que difere esta análise social é o motivo do julgamento. Nas categorias *EDL* ou *PTE*, a necessidade de ocultação surge da expectativa formulada socialmente de que os indivíduos inseridos neste tipo de classes deverão possuir gostos culturais entendidos esteticamente como mais complexos. Como tal, o sujeito procura adequar os seus gostos ao seu capital cultural, pelo que sentem que não deverão revelar preferências que destoem de uma identidade sofisticada e hegemónica. Já nas categorias *EE* ou *OI*, a expetativa social prevê que os gostos musicais destes agentes se resumam a estilos caracterizados como estruturalmente inferiores ou de consumo rápido (Bourdieu, 1979; Goffman, 1959). Em suma,

as expetativas sociais para cada sujeito são ajustadas consoante a posição social ocupada, o que motiva as diferentes justificações para a ocultação musical.

4.2.4. *Spotify* e perceção musical

De todos os entrevistados, apenas o Fábio não utilizava a Plataforma *Spotify*. No entanto, todos os entrevistados reconhecem a importância das plataformas de *streaming* na prática musical a que nos referimos. Constata-se que todos os participantes referem a facilidade de acesso a todo o tipo de faixas como uma das maiores vantagens que a plataforma tem para oferecer (Morris & Powers, 2015).

O Vasco, por exemplo, refere que o *Spotify* permite a organização dos conteúdos de forma personalizada, a facilidade de acesso aos mesmos visto que a maior parte dos artistas tende a publicar as suas músicas na Plataforma ou até mesmo a possibilidade de partilhar conteúdos musicais com outros utilizadores. "*É muito fácil porque o Spotify tem ali tudo organizado, é fácil de usar. A maior parte dos artistas colocam a sua música no Spotify. Tens isso, tens a partilha de playlists com amigos, tens agora aquela jams que ficas a tocar música com um amigo teu.*" (Vasco, 2025).

Também a Sara confirma que consegue aceder Rapidamente a qualquer música que pretende ouvir ou até organizar as faixas numa mesma playlist de forma personalizada. Para além disso, a mesma refere também a forma como este tipo de plataformas permite a sua utilização sem necessidade do dispositivo móvel estar desbloqueado. Significa isto que será possível escutar os seus conteúdos sem que a plataforma esteja em primeiro plano.

"*Primeiro facilita-nos o acesso a qualquer música que existe. Ainda que certas músicas não estejam no Spotify e isso é um bocado chato. Mas no geral veio facilitar o acesso a qualquer música. No Youtube é muito mais difícil nós acedermos. Depois vêm anúncios e temos de estar com o telefone ligado. No Spotify podemos ter o telefone bloqueado a ouvir músicas. No caso de ter premium podemos passar para a frente e para trás, criar as nossas playlists e juntar músicas que nós de facto gostamos mais de ouvir segundo a nossa organização.*" (Sara, 2025). Já a Jacinta inclui também na sua resposta as mesmas vantagens discriminadas pela Sara, sendo que refere que, para além da facilidade em criar *playlists* e em partilhá-las com terceiros, o *Spotify* permite ainda que a mesma possa fazer outras atividades e estar a ouvir música ao mesmo tempo sem necessitar de desbloquear o telemóvel e de estar na plataforma. A mesma refere também que esta aplicação se torna mais organizada quando comparada com o *Youtube*, visto que os conteúdos estão organizados por secções e os podcasts não se misturam com as músicas ou outro tipo de conteúdos.

"*Comparando com o Youtube, o Spotify está ligado ao telemóvel e eu posso estar a responder a mensagens ou a mexer no telemóvel e a música está sempre a dar. No Youtube não, porque sais do Youtube e depois não dá, estás a ver? (...) o Spotify acaba por ter mais vantagens e por ser mais prático por dar para criar playlists e ser só música. O foco é só a música. E podcasts também, mas esta aplicação consegue separar os podcasts e as músicas, não é tudo misturado. O Youtube é tudo misturado."* (Jacinta, 2025).

Por outro lado, o Marco, instalou *Spotify* há pouco tempo e refere que ainda está a estudar as particularidades da plataforma. "*Qualquer plataforma que isole completamente a música ajuda a melhorar a experiência, portanto eu diria que sim.*" (Marco, 2025).

No que concerne às classes populares, *EE* ou *OI*, a Matilde refere também a facilidade na utilização mas destaca a importância das *playlists* personalizadas pela plataforma como os *daily mix´s*, para ouvir ou descobrir músicas novas. "*O Spotify normalmente acerta muito bem. Às vezes aparecem-me artistas que eu nem conhecia e depois fico viciada. (...) Acho que o Spotify vai percebendo o que eu ouço mais e vai adaptando. Sinto que as playlists vão mudando conforme o que ando a ouvir.*" (Matilde, 2025). Verifica-se a importância que a mesma atribui ao algoritmo como método de pesquisa de novas faixas com as quais se possa identificar. No entanto, a Matilde refere que não é o único método que utiliza para procurar novas músicas e novos estilos, pelo que promove a pesquisa intermediática, através da qual utiliza não só o *Spotify*, mas também as restantes redes sociais como TikTok. "*Às vezes descubro músicas por causa de séries. Tipo, estou a ver uma série e gosto da música que está a dar e vou logo procurar no Spotify. (...) No TikTok também aparece muita música boa. Às vezes vejo vídeos com músicas que ficam na cabeça e depois vou procurar.*" (Matilde, 2025)

Já o Alexandre utiliza três plataformas: *Spotify*, *Youtube* e *SoundCloud*. O mesmo considera que este tipo de plataformas facilitam a escuta diária das músicas apreciadas, seja pela possibilidade de descobrir novas músicas através do algoritmo, seja pela oportunidade de poder escutar as faixas com o dispositivo móvel bloqueado. O Alexandre refere que através do Algoritmo e da personalização das sugestões apresentadas pela plataforma, conseguiu descobrir um dos seus estilos preferidos, o hard Techno. "*Por acaso criou-me uma playlist de Hardtechno que eu atualmente ouço tanto essa playlist.*" (Alexandre, 2025).

Para este entrevistado, este tipo de plataformas fornece uma solução prática para a pesquisa de novos conteúdos e para a descoberta de novas facetas da sua identidade apresentada e da sua identidade ocultada. Conteúdos estes que podem estar inseridos nos estilos que gosta de partilhar com o grupo de amigos que frequenta as raves ou para descobrir novos tipos de Rap, um estilo de música que prefere ouvir sozinho. O entrevistado refere ainda a importância

de plataformas como o *SoundCloud* para divulgar artistas pequenos que ainda não são reconhecidos pelo seu trabalho. "*Também utilizo Soundcloud, porque acaba por apoiar bastantes djs e pequeninos que ainda estão a começar e não é fácil para eles. Então lá está, a falar com esses meus amigos eu comecei a ouvir…*" (Alexandre, 2025).

Por outro lado, o Fábio utiliza as plataformas de modo mais prático, não reconhecendo nelas um sentido de partilha cultural. Tal facto pode ser justificado pela falta de apego a esta prática por parte do sujeito. Visto que o Fábio não inclui esta prática no seu *habitus* nem atribui uma conotação simbólica à música escutada, as plataformas tornam-se exclusivamente um mecanismo de acesso que permite uma pesquisa mais fácil das faixas que pretende ouvir ou faixas sugeridas semelhantes. No entanto, esta utilização da plataforma é passiva, quando comparada com o tipo de utilização exploratória e proativa que o Alexandre ou que a Matilde fazem das plataformas, sendo que reconhecem a capacidade do algoritmo para sugestão de novos temas e novos artistas.

Finalmente, a Júlia reconhece que o *Spotify* é a aplicação que mais utiliza para ouvir música, visto que é, segundo a mesma, a plataforma mais rápida de exploração de novos conteúdos musicais, devido à apresentação de *playlists* automáticas. "*Costumo ouvir as recomendações do Spotify. Busco as 50 de cada país, vou pesquisando assim*." (Júlia, 2025). De modo descomprometido, a entrevistada tende a assumir uma postura exploratória sobre todos os estilos. A mesma referiu que encontrou uma playlist de música Country, por exemplo, que adicionou à sua biblioteca por ter apreciado este novo género. "*Teve uma playlist que eu encontrei de música country (…) gostei e adicionei.*" (Júlia, 2025). Para além disso, a Júlia reforça a organização da plataforma visto que quando comparada com o *Youtube*, é possível verificar que o *Spotify*, mesmo não sendo a versão premium, apresenta um volume de anúncios relativamente menor. A prática de *streaming*, no caso da Júlia, é justificada exclusivamente por uma apreciação omnívora e livre de expectativas sociais e não pela construção identitária assente neste tipo de prática.

Com base nas entrevistas realizadas, é possível verificar que a forma como estas plataformas são utilizadas depende da forma como os agentes sociais integram a prática no seu *habitus* e da associação existente entre a prática e o capital cultural do indivíduo (Bourdieu,1979). O algoritmo presente nas plataformas de *streaming* permite uma análise mais aprofundada das práticas de consumo dos utilizadores e consequentemente permite a difusão desta prática no *habitus* de cada um (Morris & Powers, 2015).

5. Discussão de Resultados

Considerando as hipóteses colocadas e as dimensões estudadas foi possível verificar que as faixas que são partilhadas em contexto grupal servem principalmente para estabelecer um elo de ligação entre os vários elementos do grupo. Assim, o estilo mais escutado é aceite por todos como sendo um elemento caracterizador da identidade grupal e como sendo parte integrante do *habitus* do grupo (Peterson & Kern, 1996; Bourdieu, 1979). Durante o decorrer das entrevistas, verificou-se que alguns dos estilos mais partilhados dentro dos grupos era o Funk ou o Pop português, estejam esses grupos inseridos em classes prestigiadas ou populares. Tal premissa justifica-se devido à associação feita entre o estilo mencionado anteriormente e os ambientes festivos que assolam a atualidade dos jovens. Significa isto que, nesta pequena amostra, a classe social não é o único fator que influencia as escolhas musicais culturalmente aceites, sendo que outros fatores como a faixa etária também são preponderantes (Peterson & Kern, 1996).

Verifica-se assim, que por mais que um estilo esteja associado a uma classe, associação esta feita com base numa atribuição de características culturalmente aceites para cada posição social, os elementos de um grupo podem alterar o significado simbólico conferido a um género através da credibilização e aceitação de outro tipo de conteúdo (Thornton, 1995). Assim, não se trata verdadeiramente da estrutura musical em si, mas da classificação que lhe está associada. Quando os gostos dos membros se apresentam diferentes recorre-se a estilos comerciais, que apesar de serem considerados simplistas numa visão classista, são também uma possível forma de convergência daquilo que são as preferências de cada indivíduo (Teslenko, 2016; Bourdieu, 1992; Guo, 2020).

As músicas partilhadas em contexto grupal, como é o caso do Funk ou do Pop português, funcionam como método integrador e estruturante de uma identidade coletiva e não como caracterizadores de uma identidade individual. Já as músicas que pretendem definir a identidade pessoal são partilhadas e estão disponíveis para terceiros. No entanto, não são frequentemente escutadas pelo grupo como sendo uma prática instituída, já que cada membro pretende que o seu próprio estilo seja ouvido e reconhecido. Desta forma, as músicas apresentadas permitem não só destacar a individualidade, mas também reconhecer a pertença grupal (Bourdieu, 1992; DeNora, 2000).

Por outro lado, no que concerne às músicas ocultadas, constatou-se que efetivamente, existe uma relação entre este tipo de músicas e as músicas consideradas "simplistas" ou "fáceis", devido à sua classificação simbólica e consequente desvalorização cultural (Bourdieu,

1979). Tanto nas classes dominantes, como nas classes populares, a maioria dos entrevistados que refere possuir *guilty pleasures*, identifica músicas que, segundo a sua observação, são mais emocionais, melancólicas e por vezes até de fácil interpretação. Músicas estas que na maior parte dos casos se inserem nos estilos Pop, Pop Rock ou Rap (Barrett et al., 2022; Sedikides et al., 2022; Teslenko, 2016). No entanto, sendo esta prática para muitos uma afirmação identitária, é necessário considerar outros fatores que poderão influenciar a caracterização social, já que o capital simbólico não é estático e sofre alterações geracionais e sociais. No caso do Marco, que oculta artistas de Jazz ou blues, a ocultação é motivada pela *hysteresis* do *habitus* que explica o intervalo geracional existente entre as faixas apreciadas pelo indivíduo e as faixas que são consideradas atualizadas. Este fenómeno pode gerar desaprovação social (Bourdieu, 1979).

Segundo os entrevistados, as expetativas sociais e a ameaça de um julgamento social estão sempre presentes, independentemente da classe social. No entanto, o tipo de motivações poderão ser distintas de acordo com o que se espera do capital cultural de cada classe. No caso dos agentes que integram as categorias *EDL* ou *PTE*, o que se pretende é que os mesmos façam corresponder as suas práticas de escuta, aos estilos considerados complexos e eruditos. Sempre que o tipo de música escutado não se enquadra nos padrões esperados surge a necessidade de ocultar (Bourdieu, 1979; Goffman, 1959; DeNora, 2000). Por sua vez, a motivação dos indivíduos que integram as categorias EE ou OI para ocultar faixas desprovidas de simbologia é precisamente contrariar as imposições ideológicas sobre os padrões culturais destas classes. Padrões que se resumem a músicas de estrutura comercial e de rápida absorção (Bourdieu, 1979; Thornton, 1995; Teslenko, 2016).

Com o desenvolvimento dos meios digitais e consequentemente das plataformas de *streaming*, a prática da escuta transformou-se. Se por um lado se tornou mais fácil escutar o reportório de modo privado, já que as plataformas como o *Spotify* permitem a estruturação de *playlists* ocultas e históricos ocultos, por outro, a apresentação de *playlists* automáticas ou até outras configurações como o *Spotify Wrapped* incentivam a partilha de gostos. Além disso, a sugestão algorítmica, por um lado de estilos diferentes e por outro de faixas semelhantes aquelas já escutadas, permitem a diversidade e favorecem a cultura omnívora, que tal como acontece no caso da Júlia, tende a erradicar o medo do julgamento ou a consciência simbólica (Peterson & Kern, 1996; Morris & Powers, 2015; Bennett & Peterson (Eds.), 2004).

Esta dissertação confirma a premissa de que a música assume na contemporaneidade um papel central na apresentação do *self* em contexto social e por sua vez, na caracterização do mesmo na hierarquia de classes.

6. Conclusão

Este estudo permitiu explorar a performance do indivíduo e a sua posição face às práticas culturais que aprecia em contexto de *streaming*. Recorrendo às entrevistas analisadas, confirma-se que as escolhas musicais realizadas pelo indivíduo derivam, não só das preferências individuais, mas de uma influência coletiva, que resulta das expectativas sociais atribuídas de acordo com a categoria de classe (Bourdieu, 1979; Prieur & Savage, 2014). Assim, esta prática resulta de um constante processo de articulação entre a individualidade e a aprovação simbólica.

Foi possível confirmar que a estrutura de classes e a simbologia atribuída a cada estilo continuam a impactar a gestão da identidade, apesar de experienciarmos atualmente uma realidade movida pela evolução tecnológica. As plataformas de *streaming*, como o *Spotify*, permitiram reforçar a ambivalência entre uma cultura de gosto personalizada através do algoritmo digital e uma cultura de gosto omnívora. Isto porque, apesar das plataformas permitirem o acesso a qualquer tipo de música, promovendo uma disseminação de todo e qualquer tipo de conteúdo de uma forma homogénea, a mediação algorítmica continua a gerar tendências de escuta e consequentemente a promover a simbologia cultural associada à estrutura estética dos conteúdos (Beer, 2013; Hagen & Lüders, 2017).

Em suma, a partilha e a ocultação de músicas continuam a assumir um papel de destaque na criação da imagem do *self*, sempre que esta prática integre o *habitus* do indivíduo, de uma forma não só funcional mas também afetiva. Sendo este um estudo de carácter exploratório, que procurou, através de entrevistas semidiretivas compreender a interpretação dos sujeitos face à gestão da identidade através da música, sugere-se que futuras investigações continuem a explorar o impacto do capital cultural na construção do gosto e os fatores que determinam a qualidade da estrutura estética dos conteúdos quando analisados simbolicamente (Bourdieu, 1984; Daenekindt & Roose, 2013; Goffman, 1959). Para além disso e visto que a amostra não é suficientemente representativa, será necessário considerar um maior número de participantes e diferentes metodologias que possam averiguar, mediante diferentes perspetivas analíticas, as hipóteses aqui colocadas (Prieur & Savage, 2014; Giddens, 1984).

7. Referências bibliográficas

Alexander VD, Blank G and Hale SA (2018) Digital traces of distinction? Popular orientation and user-engagement with status hierarchies in TripAdvisor reviews of cultural organizations. New Media & Society 20(11): 4218–4236. DOI:10.1177/1461444818769448

Barna E (2017) 'The perfect guide in a crowded musical landscape': Online music platforms and curatorship. First Monday 22(4). DOI:10.5210/fm.v22i4.6914

Bhattacherjee, A. (2012). Social science research: Principles, methods, and practices. University of South Florida. https://digitalcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=oa_textbooks

Barrett, F. S., Grimm, K. J., Robins, R. W., Wildschut, T., Sedikides, C., & Janata, P. (2010). *Music-evoked nostalgia: Affect, memory, and personality*. Music Perception, 27(4), 307–321. DOI:10.1037/a0019006

Batista, B., Rodrigues, D., Moreira, E., & Silva, F. (2021). Técnicas de recolha de dados em investigação: inquirir por questionário e/ou inquirir por entrevista. Reflexões em torno de Metodologias de Investigação: recolha de dados, 2, 13-36. DOI:10.34624/ka02-fq42

Becker HS (1953) Becoming a marihuana user. American Journal of Sociology 59(3): 235–242. https://doi.org/10.1086/221326

Beer D (2013) Popular Culture and New Media. Basingstoke: Palgrave Macmillan. DOI:10.1057/9781137270061

Bennett, A., & Peterson, R. A. (Eds.) (2004). *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press. https://doi.org/10.2307/j.ctv17vf74v

Bourdieu P (1979) Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste. Cambridge MA: Harvard University Press. DOI:10.1080/10286630902952413

Brewer, M. B. (1991). *The social self: On being the same and different at the same time*. Personality and Social Psychology Bulletin, 17, 475e482. http://dx.doi.org/10.1177/0146167291175001

Bull, M. (2007). *Sound Moves: iPod Culture and Urban Experience*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203496220

Cho, H., & Boster, F. J. (2005). Development and validation of value-, outcome-, and impression-relevant involvement scales. Communication Research, 32, 235 - 264. DOI:10.1177/0093650204273764

Colognese, S. A., & Melo, J. L. B. (1998). A técnica de entrevista na pesquisa social. Cadernos de Sociologia, 9(4), 143-160 https://www2.fct.unesp.br/docentes/geo/necio_turra/PPGG%20-%20PESQUISA%20QUALI%20PARA%20GEOGRAFIA/A%20t%E9cnica%20da%20entrevista%20na%20pesquisa%20social.pdf

Daenekindt, S., & Roose, H. (2013). Cultural chameleons: Social mobility and cultural practices in the private and the public sphere. *Acta Sociologica*, *56*(4), 309-324. DOI:10.1177/0001699313496589

Daenekindt, S. & Roose, H. (2014). Ways of preferring: Distinction through the 'what' and the 'how' of cultural consumption. Journal of Consumer Culture, 10, 1-21. DOI:10.1177/1469540514553715

Davies, C., Page, B., Driesener, C., Anesbury, Z., Yang, S., & Bruwer, J. (2022). The power of nostalgia: Age and preference for Popular music. *Marketing Letters*, *33*(4), 681-692. DOI:10.1007/s11002-022-09626-7

DeNora, T. (2003). *Music sociology: Getting the music into the action*. British Journal of Music Education, 20(2), 165–177. DOI:10.1017/S0265051703005369

DeNora, T. (2000). *Music in Everyday Life*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511489433

de Oliveira, B. L. (2019). Cultura Pop e Escapismo-Nostalgia na era Pós-Internet (Master's thesis, Universidade de Lisboa (Portugal). https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/42592/2/ULFBA_Tes_Beatriz-Oliveira.pdf

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. Journal of Computer-mediated Communication, 12, 1143 - 1168. DOI:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x

Frith, S. (1998). *Performing rites: On the value of Popular music*. Harvard University Press. DOI: 10.1023/A:1007363408259

Gadamer, HG (1960) Wahrheit und Methode. Tubinga: Mohr. https://www.bard.edu/library/arendt/pdfs/Gadamer_Wahrheit-Und-Methode.pdf

Gherardi S (2009) Practice? It's a matter of taste! Management Learning 40(5): 535–550 DOI:10.1177/1350507609340812

Giddens A (1984) The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration. Cambridge: Polity Press. https://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/the_constitution_of_society.pdf

Goffman, E (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life.* London: Penguin Press. https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf

Gonnerman, M. E., Jr., Parker, C. P., Lavine, H., & Huff, J. (2000). *The relationship between self-discrepancies and affective states: The moderating roles of selfmonitoring and standpoints on the self. Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 810 - 819. DOI:10.1177/0146167200269006

Guo, Z. (2020, September). *Reform and Optimization of College Music Education From the Perspective of Pop Music.* In *4th International Conference on Art Studies: Science,*

Experience, Education (ICASSEE 2020) (pp. 564-567). Atlantis Press. DOI:10.2991/assehr.k.200907.102

Hagen, A. N., & Lüders, M. (2017). *Social streaming? Navigating music as personal and social. Convergence*, *23*(6), 643-659. https://doi.org/10.1177/1354856516673298

Harris JR (1995) Where is the child's environment? A group socialization theory of development. Psychological Review 102(3): 458–489 https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-295X.102.3.458

Johnson, B. K., & Ranzini, G. (2018). *Click here to look clever: Self-presentation via selective sharing of music and film on social media*. *Computers in Human Behavior*, *82*, 148-158 DOI:10.1016/j.chb.2018.01.008

Johnson, B. K., & Van Der Heide, B. (2015). Can sharing affect liking? Online taste performances, feedback, and subsequent media preferences. Computers in Human Behavior, 46, 181 - 190. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.018

Kaiser, A. P., & Berntsen, D. (2023). The cognitive characteristics of music-evoked autobiogRaphical memories: Evidence from a systematic review of clinical investigations. Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science, 14(3), e1627. DOI:10.1002/wcs.1627

Kim, K., & Johnson, M. K. (2012). Extended *self*: Medial prefrontal activity during transient association of *self* and objects. Social Cognitive and Affective Neuroscience, 7, 199 - 207. DOI:10.1093/scan/nsq096

Knobloch-Westerwick, S., Sharma, N., Hansen, D. L., & Alter, S. (2005). Impact of Popularity indications on readers' selective exposure to online news. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 49, 296e313. DOI:10.1207/s15506878jobem4903_3

Lee, J., & Choi, Y. (2017). Shifting from an audience to an active public in social viewing: Focusing on the discussion network. Computers in Human Behavior, 75, 301 – 310 https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.027

Lehdonvirta, V. (2012). A history of the digitalization of consumer culture: From Amazon through Pirate Bay to FarmVille. In M. Molesworth, & J. Denegri-Knott (Eds.), Digital virtual consumption (pp. 11e28). New York, NY, USA: Routledge. https://vili.lehdonvirta.com/files/msas2780/Lehdonvirta-2012-Digitalization-of-Consumer-Culture-preprint.pdf

Machado, F. L., Costa, A. F. D., Mauritti, R., Martins, S. D. C., Casanova, J. L., & Almeida, J. F. D. (2003). Classes sociais e estudantes universitários: origens, oportunidades e orientações. Revista crítica de ciências sociais, (66), 45-80. http://hdl.handle.net/10071/5013

McCoy, C.A. & Scarborough, R.C. (2014a). *Watching "bad" television: Ironic consumption, camp, and guilty pleasures.* Poetics, 47, 41-59. DOI:10.1016/j.poetic.2014.10.003

Milkman, K. L., Rogers, T., & Bazerman, M. H. (2009). Highbrow films gather dust: Time-inconsistent preferences and online DVD rentals. Management Science, 55, 1047e1059. DOI:10.2139/ssrn.992869

Morris, J. W., & Powers, D. (2015). *Control, curation and musical experience in streaming music services*. Creative Industries Journal, 8(2), 106–122. DOI:10.1080/17510694.2015.1090222

Müller, T. (2017). *What's the position you hold? Bourdieu and Rap music*. Universität Konstanz DOI:10.1515/9783839436608-009

Noronha, D. M. P., & da Silva, M. M. R., ii. (2008). Territórios de identidades negras reinventadas: A música Pop sob o hibridismo diaspórico, Congresso Internacional da ABRALIC, São Paulo, Brasil https://abralic.org.br/eventos/cong2008/AnaisOnline/simposios/pdf/024/MARIA_SILVA.pdf

Oeldorf-Hirsch, A., & Sundar, S. S. (2015). Posting, commenting, and tagging: Effects of sharing news stories on Facebook. Computers in Human Behavior, 44, 240 - 249. DOI:10.1016/j.chb.2014.11.024

Ollivier, M. (2008). Modes of openness to cultural diversity: Humanist, Populist, practical, and indifferent. Poetics, 36, 120-147. DOI:10.1016/j.poetic.2008.02.005

Paßmann, J., & Schubert, C. (2021). Liking as taste making: Social media practices as generators of aesthetic valuation and distinction. *new media & society*, *23*(10), 2947-2963. https://doi.org/10.1177/1461444820939458

Park R (1928) Human migration and the marginal man. American Journal of sociology 33(6): 881-893. https://doi.org/10.1086/214592

Peters, J. Van der Jagt, L., Van Eijck, K., Michael, J. & Berkers, P. (2015). Lolbroek of liefhebber? Het handhaven en overschrijden van culturele scheidslijnen door ironische consumptie in de karaokebar. Sociologie Magazine, 3. https://www.researchgate.net/publication/281522906_Lolbroek_of_liefhebber_Het_handhaven_en_overschrijden_van_culturele_scheidslijnen_door_ironische_consumptie_in_de_karaokebar

Peterson, R. A., & Kern, R. M. (1996). Changing highbrow taste: From snob to omnivore. *American sociological review*, 900-907. https://doi.org/10.2307/2096460

Quivy, R., Van Campenhoudt, L., & Santos, R. (1992). Manual de investigação em ciências sociais. https://tecnologiamidiaeinteracao.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/09/quivy-manual-investigacao-novo.pdf

Rad Camayd, Y., & Espinoza Freire, E. E. (2020). Estratégias metodológica de investigação nas ciências sociais. Conrado, 16(77), 65-73. https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1568

Rosenberg, J., & Egbert, N. (2011). *Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook.* Journal of Computer-mediated Communication, 17, 1 - 18. DOI:10.1111/j.1083-6101.2011.01560.x

Schiermer, B. (2014). Late-moderns hipsters: New tendencies in Popular culture. Acta Sociologica, 57, 167-181. DOI:10.1177/0001699313498263

Sedikides, C., Leunissen, J., & Wildschut, T. (2022). *The psychological benefits of music-evoked nostalgia*. Psychology of Music. DOI:10.1177/03057356211064641

Sontag, S. (1964). Notes On "Camp" https://monoskop.org/images/5/59/Sontag_Susan_1964_Notes_on_Camp.pdf

Strati, A. (2007) 'Sensible Knowledge and Practice-based Learning', Management Learning 38(1): 61–77. DOI:10.1177/1350507607073023

Straw W (1997) Sizing up record collections: gender and connoisseurship in Rock music culture. In: Whiteley S (ed) Sexing the Groove: Popular Music and Gender. Abingdon: Routledge, pp. 3–16 https://www.academia.edu/18159098/Sizing_up_record_collections_Gender_and_connoisseurship_in_Rock_music_culture_1997_

Snyder, M. (1974). *Self-monitoring of expressive behavior*. Journal of Personality and Social Psychology, 30, 526 - 537. https://doi.org/10.1037/h0037039

Swidler A (1986) Culture in action: Symbols and strategies. American Sociological Review 51(2): 273–286. DOI: 10.2307/2095521

Teil, G. (1998) 'Devenir expert aromaticien: Y a-t-il une place pour le goût dans les goûts alimentaires?', Sociologie du Travail 4: 503–22 https://www.persee.fr/doc/sotra_0038-0296_1998_num_40_4_1321

Teslenko, A. (2016). *Pop-Music as a Case-Study of Youth Culture*. *Advances in Anthropology, 6*(4), 171–178. DOI:10.4236/aa.2016.64110

Thornton, S. (1995). *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press. https://awareness-akademie.de/wp-content/uploads/sites/14/2021/05/Sarah_Thornton_Club_Cultures_Music_Media_and_Subcultural_Capital-2.pdf

Vlegel, Liesbeth. van der. (2015, June 19). *Distinction and Presentation with #guiltypleasure*. Master Arts, Culture & Society. http://hdl.handle.net/2105/30701

Webster, J. (2019). Music on-demand: A commentary on the changing relationship between music taste, consumption and class in the streaming age. *Big Data & Society*, *6*(2) https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/2053951719888770

Webster, J. (2023). *The promise of personalisation: Exploring how music streaming platforms are shaping the performance of class identities and distinction. New Media & Society*, *25*(8), 2140-2162. DOI:10.1177/2053951719888770

Whitty, M. T. (2008). *Revealing the 'real' me, searching for the 'actual' you: Presentations of self on an internet dating site.* Computers in Human Behavior, 24, 1707 - 1723. DOI:10.1016/j.chb.2007.07.002

Yang, J. (2016). Effects of Popularity-based news recommendations ("most viewed") on users' exposure to online news. Media Psychology, 19, 243 – 271 DOI:10.1080/15213269.2015.1006333

8. Anexos

8.1. Guião de entrevista

Músicas Escutadas

Costumas ouvir música todos os dias?
Como é que ouves música?
Costumas partilhar algum tipo de músicas com os teus amigos? Como é que descreverias essas músicas?

Músicas Ocultadas

Relativamente a algumas músicas mais pessoais, aquelas que são mesmo "do coração", preferes ouvi-las acompanhado ou sozinho em casa? Porquê?
Essas músicas mais pessoais, costumam ser de que estilo? O que é que as distingue das outras músicas?

Expetativas Sociais

O estilo musical dos teus amigos é parecido com o teu?

Plataformas de *Streaming*

Costumas ouvir as recomendações do *Spotify*?

Se sim:

Costumas gostar dessas recomendações?
Tens descoberto músicas novas?
Costumas adicioná-las às tuas *playlists*?
Quais é que são as *playlists* e listas que o *Spotify* cria que costumas dar mais importância?
Esta Plataforma veio facilitar a tua relação com a música?

8.2. Figuras

8.2.1. Figura 1- Matriz de Construção do Indicador Individual de Classe

Profissões (grandes grupos/CNP 94)	Situação na profissão		
	Patrões	Trabalhadores por conta própria (+trab. familiares)	Trabalhadores por conta de outrem (+m.a.c. +outros)
1. Quadros sup. da adm. pública, dirigentes e quadros sup. de empresas	EDL	EDL	EDL
2. Especialistas das profissões intelectuais e científicas	EDL	EDL	PTE
3. Técnicos e profissionais de nível intermédio	EDL	EDL	PTE
4. Pessoal administrativo e similares	EDL	TI	EE
5. Pessoal dos serviços e vendedores	EDL	TI	EE
6. Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura e pescas	EDL	AI	AA
7. Operários, artífices e trabalhadores similares	EDL	TI	OI
8. Operadores de instalações e máquinas e trab. da montagem	EDL	TI	OI
9.1 Trabalhadores não qualificados dos serviços e comércio	EDL	TI	EE
9.2 Trabalhadores não qualificados da agricultura e pesca	EDL	AI	AA
9.3 Trabalhadores não qualificados da construção, indústria e transportes	EDL	TI	OI

EDL Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais
PTE Profissionais Técnicos e de Enquadramento
TI Trabalhadores Independentes
AI Agricultores Independentes
EE Empregados Executantes
OI Operários Industriais
AA Assalariados Agrícolas

Fonte: Machado et. al., 2003

https://www.ces.uc.pt/publicacoes/rccs/artigos/66/RCCS66-045-080-ISCTE.pdf

8.2.2. Figura 2 - Matriz de Construção do Indicador familiar de classe

Mulher / Homem	EDL	PTE	TI	AI	EE	OI	AA
EDL	EDL	EDL	EDL	EDL	EDL	EDL	EDL
PTE	EDL	PTE	PTE	PTE	PTE	PTE	PTE
TI	EDL	PTE	TI	TIpl	TIpl	TIpl	TIpl
AI	EDL	PTE	TIpl	AI	AIpl	AIpl	AIpl
EE	EDL	PTE	TIpl	AIpl	EE	AEpl	AEpl
OI	EDL	PTE	TIpl	AIpl	AEpl	OI	AEpl
AA	EDL	PTE	TIpl	AIpl	AEpl	AEpl	AA

EDL Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais
PTE Profissionais Técnicos e de Enquadramento
TI Trabalhadores Independentes
TIpl Trabalhadores Independentes Pluriactivos
AI Agricultores Independentes
AIpl Agricultores Independentes Pluriactivos
EE Empregados Executantes
OI Operários Industriais
AA Assalariados Agrícolas
AEpl Assalariados Executantes Pluriactivos

Fonte: Machado et. al., 2003

https://www.ces.uc.pt/publicacoes/rccs/artigos/66/RCCS66-045-080-ISCTE.pdf

8.3. Transcrição das entrevistas

8.3.1. Vasco

Entrevistador: Quando é que tu ouves música?

Vasco: De autocarro, a ir a pé para a casa. Quando estou a jogar, quando tou estudar.

Entrevistador: Então dirias que a regularidade é diária, certo?

Vasco: Sim, todos os dias

Entrevistador: Computador, certo? Então, em que circunstâncias é que ouves música? Portanto, agora preciso que tu me descrevas os momentos em que ouves. Já disseste alguns não é?

Vasco: Sim. Quando me estou a deslocar de um sítio para outro, viagem de autocarro, andar a pé, andar no carro.

Entrevistador: OK.

Vasco: Depois, quando tou a fazer alguma coisa…

Entrevistador: Tipo, quando, quando estás no Banho, por exemplo…

Vasco: Quando tou no banho sim.

Entrevistador: Ok. E a estudar por exemplo, ouves música?

Vasco: De vez em quando. Quando é assim um estudo mais?

Entrevistador: Mais leve?

Vasco: É isso.

Entrevistador: Como é que houve música?

Vasco: Com fones…

Entrevistador: Gostava que me descrevesses tudo relativamente à forma como ouves música.

Vasco: Primeiro ouço com fones ou com coluna. Depois diria que é normalmente com o telemóvel.

Entrevistador: Telemóvel, de fones… ou mais sem fones?

Vasco: Mais com fones. Telemóvel, com fones ou coluna. Depois gosto de ouvir músicas que me fazem sentir certas emoções.

Entrevistador: Certo. Costumas partilhar algum tipo de músicas com os teus amigos?

Vasco: Sim. Muitas mesmo

Entrevistador: E como é que descreverias essas músicas?

Vasco: As músicas que eu mais ouço com os meus amigos…

Entrevistador: As músicas que mais ouves com os teus amigos são aquelas que vocês têm em comum certo?

Vasco: Sim. Mas depende dos amigos que tivermos a falar. Os meus amigos mais chegados… Pois mas também. O meu gosto músical tem evoluído um bocado. Se tu me fizesses essa pergunta há um ano atrás, eu diria Metal ou Rock Punk ou Punk…

Entrevistador: E agora?

Vasco: Agora mais Rock, Rap, Drill até, um bocado…

Entrevistador: E Relativamente a algumas músicas mais pessoais, aquelas que são mesmo do coração? Aquelas que tu sentes que…

Vasco: Que estilo é que elas são?

Entrevistador: Aqui a pergunta é mais se consideras que tens esse tipo de músicas e se tu as mostras aos teus amigos.

Vasco: Tenho, tenho. Músicas que me lembram de certas alturas e que me lembram de certas pessoas. Mas sim há músicas que partilho e outras que não.

Entrevistador: Preferes ouvi-las acompanhado ou sozinho em casa?

Vasco: A maior parte sozinho em casa mas há músicas que são especiais por causa das pessoas que eu ouvia, estás a perceber?

Entrevistador: Sim

Vasco: A memória que eu tenho ao ouvir essas músicas é estar com essa pessoa.

Entrevistador: E sentias-te à vontade agora com as pessoas que recordas através dessas músicas para as partilhar?

Vasco: Algumas pessoas já não. Mas outras sim.

Entrevistador: E porque é que preferes ouvi-las sozinho do que acompanhado?

Vasco: Porque posso ouvir as músicas sem ter de fingir que é só uma música. Em casa posso ouvir a música e sentir realmente a música. Aproveitá-la.

Entrevistador: Aproveitar a música. Sentes que existe ai alguma pressão social. Sentes que por estares acompanhado não irás desfrutar da música da mesma maneira é isso?

Vasco: Sim porque revelam muito daquilo que eu sinto para estar a partilhar com os outros.

Entrevistador: Estas músicas mais pessoais costumam ser de que estilo?

Vasco: Rock, metal

Entrevistador: É mais Rock? Neste tipo de músicas é mais Rock?

Vasco: Eu quando digo Rock, eu estou a atentar abranger os estilos todos que eu oiço. Tem vários subgéneros.

Entrevistador: Okay. Então se calhar se não te importasses, podíamos utilizar um bocadinho o teu *Spotify* para me mostrares algumas assim que se enquadram mais nesse género de que me estás a falar. Para eu perceber … deve ser um Rock mais Pop?

Vasco: Sim, exato (põe a tocar).

Entrevistador: Como é que se chama?

Vasco: "*One last Breath*" dos Creed

Entrevistador: Okay. Isso é um Rock mais Pop, com uma vertente mais romântica.

Vasco: Sim.

Entrevistador: Queres-me mostrar mais?

Vasco: "*Outside"* dos Staind (coloca a música a tocar).

Entrevistador: (Coloca outra música a tocar) "*Diary of jane"*? Essa também é assim pessoal?

Vasco: Não é tão pessoal mas traz-me boas memórias. Há umas que trazem memórias, boas memórias, ainda tens o contacto das pessoas, outras que lembram alturas que te davas com pessoas que depois deixaste de dar.

Entrevistador: É um Pop Rock mais melancólico portanto.

Vasco: Sim porque essas costumam ter as letras que mais tocam. "Everytime" da Britney Spears. Esta definitivamente é uma delas (coloca a música a tocar). Esta aqui também, "*Love me like you do*" da Elie Goulding. Esta aqui também é: "*I Miss You*" dos Blink-182.

Entrevistador: Exato. É mais ou menos dentro do estilo que tínhamos falado. O estilo musical dos teus amigos é parecido com o teu?

Vasco: Depende. Aquela parte do Metal, do Rock e do Punk, só tenho dois três amigos que também têm esse gosto em comum, mas fora esse gosto músical meu, os meus amigos ouvem mais ou menos o que eu ouço. Mas é difícil responder porque eu tenho um gosto musical bué abrangente, eu gosto de tudo.

Entrevistador: Mas tu circulas assim mais a cena do Rock, do Punk, não te aproximas assim tanto de outros estilos como o Pop não é?

Vasco: Antigamente. Todas as decorações que eu tenho aqui é de Rock, Punk, se tu fores reparar. Mas agora… na altura em que eu só ouvia essa música, eu só ouvia essa música. Agora eu já não oiço tanto isso. Oiço mas muito mais raramente, mas também oiço mais, lá está Rap, Drill, Funk.

Entrevistador: Fazendo aqui uma distinção entre o gosto partilhado que é aquilo que tu ouves com os teus amigos e o gosto ocultado, sentes os teus gostos partilhados são semelhantes aos dos teus amigos?

Vasco: Sim.

Entrevistador: Achas que os gostos ocultados deles são parecidos aos teus?~

Vasco: Tenho um amigo que sei que sim. Um dos meus melhores amigos. Eu conheço-o e sei o que é que ele ouve sozinho. Ele ainda por cima foi a pessoa que me mostrou a maior parte destas músicas.

Entrevistador: Destas músicas pessoais. Certo. Costumas ouvir as recomendações do teu Spotify?

Vasco: Gosto de uma música ou outra mas não é assim…

Entrevistador: Achas que as recomendações que tu tens vêm mais dos teus amigos?

Vasco: Sim. Ou exploração própria.

Entrevistador: Okay. Tens descoberto músicas novas?

Vasco: Sim bués. Agora, ultimamente, ainda por cima como eu tenho mudado o gosto musical. Não é que eu tenha mudado mas tenho começado a ouvir mais géneros. Estes géneros agora que eu tenho ouvido, sem ser o Rock, metal e Punk sim. Maior parte das músicas que eu descubro é sozinho.

Entrevistador: Sozinho? Ok. E costumas adicioná-las muitas vezes às tuas *playlists*?

Vasco: Sim. Algumas. Não são muitas mas algumas.

Entrevistador: De todas as músicas que o *Spotify* te apresenta, quais é que costumas dar mais importância? Tens as *daily mix*, descobertas da semana, aqueles *Wrap up* dos anos anteriores.

Vasco: Eu acho que é a descoberta da semana e fora isso só ouço os Wraps dos anos. De vez em quando, se for pesquisar algum artista específico vou ouvir aquelas *playlists* já feitas com as músicas do cantor.

Entrevistador: Sentes que esta plataforma veio facilitar a tua relação com a música?

Vasco: Sim, sem dúvida.

Entrevistador: O que é que mudou?

Vasco: É muito fácil porque o *Spotify* tem ali tudo organizado, é fácil de usar. A maior parte dos artistas colocam a sua música no *Spotify*. Tens isso, tens a partilha de *playlists* com amigos, tens agora aquela jams que ficas a tocar música com um amigo teu.

Entrevistador: Claro. Não tenho mais perguntas. Muito obrigada mais uma vez pela tua participação.

8.3.2. Sara

Entrevistador: Quando é que ouves música?

Sara: Ouço música no banho, ouço música em viagens, ouço música quando estou a ler, ouço música quando estou a cozinhar, a fazer tarefas domésticas.

Entrevistador: Com que regularidade?

Sara: Diária. Todos os dias.

Entrevistador: Como é que ouves música?

Sara: Com fones, com coluna, também em festas, em convívios com amigos.

Entrevistador: Costumas partilhar algum tipo de música com os teus amigos?

Sara: Sim. Tenho *playlists* partilhadas, mando-lhes algumas *playlists*. Imagina, quando as *playlists* estão boas, eu mando-lhes as *playlists* ou eles mandam-me as suas. Apesar de eu ter bué poucos seguidores no *Spotify*.

Entrevistador: Como é que descreverias essas músicas no teu *Spotify*?

Sara: As músicas que eu partilho com eles são algumas que nós temos em comum. Por exemplo eu partilho música portuguesa com os meus amigos. Playlits de Funk vou sempre apanhar as deles porque eu só ouço Funk em festas e então para eu ficar atualizada dos Funks de hoje em dia para as festas vou-lhes roubar as *playlists* de Funk. Gosto de música espanhola e é essencialmente um estilo que eu consigo partilhar com os meus amigos mas não costumamos partilhar porque eles não adoram. Eu ouço muito Pop também.

Entrevistador: Okay, então achas que têm alguns gostos em comum.

Sara: Temos gostos em comum.

Entrevistador: E relativamente a algumas músicas mais pessoais? Aquelas que são mesmo do coração?

Sara: As que eu gosto mais de ouvir são as espanholas e isso os meus amigos sabem. Aquelas que eu ouço em privado são as que eu ouço quando … não é quando estou mais deprimida, mas mais pensativa e mais, mais sentimental. Essas não partilho com eles porque são poesia acústica, tRap.

Entrevistador: E sabes porque é que não as partilhas?

Sara: Porque… sei lá, eu não digo a muita gente que gosto deste tipo de música porque é uma música mais… as letras são um bocado mais sentimentais. Não é uma coisa que eu partilho muito. Eu não sou uma pessoa muito sentimental e depois se eu gosto de uma música é porque me identifico com a letra e se gosto de uma letra, as coisas são um bocado mais pessoais e isso não se partilha. Ainda para mais, os cantores dessas músicas não são cantores que eu admire.

Entrevistador: Então só gostas de algumas músicas desses cantores?

Sara: Gosto de algumas músicas desses cantores. Músicas com que me identifico. Cantores de TRap são cantores que cantam algumas músicas vazias que eu não me identifico nada mas que depois têm estas poesias acústicas e assim que, ainda que tenham uma parte mais física, têm outra parte mais sentimental. As experiências pessoais relativamente àquilo que sentem.

Entrevistador: E estas músicas mais pessoais são sempre TRap?

Sara: A maior parte são TRap. Depois também tenho algumas que são Pop que, por exemplo, são mais infantis e de quando éramos mais novas. Estas são também um exemplo de músicas que eu não cantaria ou ouviria ao pé de amigas.

Entrevistador: São músicas mais românticas?

Sara: Mais românticas e mais infantis. É mais um amor adolescente. É um amor mais novo e as pessoas que ouvem esta música, apesar de serem ícones, são músicas que nós cantávamos quando eramos mais novas e quando estávamos apaixonadas em crianças. Isto é vergonhoso mas de TRap "*Não tem mais nós dois*", "*amores e vícios*", "*acende o isqueiro*".

Entrevistador: Muito bem, depois também vou pesquisar depois um bocadinho sobre esse tipo de músicas.

Sara: Relativamente àquele Pop mais infantil e mais adolescente, temos essencialmente músicas da Katy Perry. Como por exemplo, "*The one that got away*", "*Last Friday Nigth*", algumas também da Dua Lipa. Por exemplo, depois também temos uma banda que me relembra uma fase da minha vida que eu agora quando estou com nostalgia vou imensas vezes ouvir isto.

Entrevistador: Que banda é?

Sara: D.A.M.A. Mas não é as músicas atuais. É mais uma questão de principio. Estás a ver? Aquele álbum antigo.

Entrevistador: Mas sentes vergonha?

Sara: Ya. Imagina, não estou a ouvir com os meus amigos o "*já não quero falar*" ou sei lá… "*Popless*" ou "*sou o maior*". Essas músicas. São músicas que são antigas. Por exemplo dá-me nostalgia ouvir mas tenho vergonha de ouvir 4taste porque parece de putos ou músicas de programas de criança como *Violetta*.

Entrevistador: Muito bem. E gosto musical dos teus amigos é parecido com o teu?

Sara: Não. Nós vamos todos sair e … por exemplo, agora fui para Mora uma semana. Eu só gostava da música no after porque nós íamos para um sítio onde dava Flamenco e Reggaeton e havia imensa gente que estava a odiar aquilo. Só que para mim era a melhor parte da noite porque eu sabia todas. Adoro Flamenco e reggaeton. É só o que ouço, eu ouço tudo. Já explorei tudo. Mas, por exemplo, antes disso nós estávamos numa discoteca em que só dava Funk atual

e eu não apanhava uma. Músicas que para mim parecem mais vazias, sem melodia, com letras que eu não gosto assim tanto. Mas por exemplo, estou em festas e pedem-me para pôr músicas. Claramente que eu vou meter ragaeton ou Flamenco e eles não adoram e pedem-me para tirar. Acho que o que temos mais em comum são músicas portuguesas.

Entrevistador: E costumas ouvir as recomendações do *Spotify*?

Sara: Não, não, de todo. No máximo, quando tu crias uma *playlist*, em baixo aparecem-te sugestões relacionadas com essa playlist. E às vezes, a minha playlist de Flamenco é super comprida. Eu tenho imensas horas de *playlists* de Flamenco e às vezes já estou um bocado cansada daquelas músicas porque já ouvi tanto tanto tanto que às vezes preciso de outra coisa e não sei onde é que hei-de ir buscar. Então aí vou explorando e vou atualizado aquelas sugestões em baixo para ver se surgem novas.

Entrevistador: Mas pelo menos o *Wrap Up* do ano, não ouves?

Sara: Ah isso sim. Mas o meu ano é todo só Morat.

Entrevistador: Esta plataforma veio facilitar a tua relação com a música?

Sara: Claramente. Eu quando não tinha *Spotify* não havia música tão regularmente.

Entrevistador: Porque é que achas que veio facilitar essa relação com a músicas?

Sara: Porque, primeiro temos acesso … mas estás a considerar o *Spotify* todo ou quem tem premium?

Entrevistador: No teu caso premium porque tens premium.

Sara: Primeiro facilita-nos o acesso a qualquer música que existe. Ainda que certas músicas não estejam no spotify e isso é um bocado chato. Mas no geral veio facilitar o acesso a qualquer música. No *Youtube* é muito mais difícil nós acedermos. Depois vêm anúncios e temos de estar com o telefone ligado. No *Spotify* podemos ter o telefone bloqueado a ouvir músicas. No caso de ter premium podemos passar para a frente e para trás, criar as nossas playlits e juntar músicas que nós de facto gostamos mais de ouvir segundo a nossa
organização.

Entrevistador: Muito bem. Obrigada pela disponibilidade e participação nesta entrevista.

8.3.3. Marco

Entrevistador: Quando é que ouves música?

Marco: Oiço música quando não tenho mais nada para fazer ou seja, eu tomo atenção à música. Se eu quero estar a trabalhar e a ouvir alguma coisa, eu meto podcasts no geral.

Entrevistador: E ouves com que regularidade?

Marco: Diária

Entrevistador: Não é em tarefas rotineiras, é mais quando não tens nada para fazer é isso?

Marco: Exato. É muito raro fazer ginásio ou correr a ouvir música.

Entrevistador: Como é que ouves música?

Marco: Ouço música de fones, por norma com os pés para cima, a pensar, a olhar para o teto.

Entrevistador: E em que suporte é que ouves música?

Marco: Computador

Entrevistador: Costumas partilhar algum tipo de música com os teus amigos?

Marco: Não.

Entrevistador: E relativamente a algumas músicas mais pessoais, ou seja, aquelas que são mais sentimentais? Tens algumas?

Marco: Posso dizer artistas em vez de dizer o nome das músicas?

Entrevistador: Podes claro.

Marco: Músicas que partilho ou ouço no carro com outras pessoas há muitas mas estas em específico, são sempre artistas como Frank Sinatra, Elvis Presley, Michael Jackson.

Entrevistador: Preferes ouvir estes artistas sozinho é isso?

Marco: Sim

Entrevistador: Descreverias estas músicas como sendo de que estilo?

Marco: Jazz? Blues? É isso?

Entrevistador: Também me parece. Depois Mickael Jackson se calhar encaixa-se num estilo de Pop que também por si só, acaba por ser algo quase clássico visto ser tão intemporal não é?

Marco: Sim, penso que sim.

Entrevistador: O que é que achas que distingue estas músicas das outras músicas?

Marco: Quando a música era feita com algum significado. Ou seja, é mais por toda a melodia que envolve a música, é realmente música. Ou seja, consegues apreciá-la ao ouvi-la. Música mais recente é muito mais vazia.

Entrevistador: Seja através da melodia como da letra é isso?

Marco: Sim.

Entrevistador: Fazem-te recordar alguns momentos vividos anteriormente? Ou é mesmo por sentires que te fazem refletir mais?

Marco: Por exemplo Michael Jackson faz-me reviver o passado porque eu lembro-me de ser puto e querer ser como ele. Por que era aquilo que passava na televisão.

Entrevistador: E relativamente àquelas músicas que não tens vergonha de ouvir com os teus amigos. Lembras-te de alguma?

Marco: Lembro-me perfeitamente de muitas. "*50/50*" do Zara G, "*Ritinha*" dos Atoa…

Entrevistador: Então essas mostras tranquilamente?

Marco: Sim

Entrevistador: O estilo dos teus amigos é parecido com o teu?

Marco: Nem um pouco. Um é Jazz e o outro é Metalica.

Entrevistador: Tens o *Spotify* há pouco tempo certo?

Marco: Sim.

Entrevistador: Costumas ouvir as recomendações do *Spotify*?

Marco: Não, nem um pouco.

Entrevistador: Para além do *Spotify*, que plataformas é que utilizavas?

Marco: *Youtube*

Entrevistador: E tinhas *playlists* no *Youtube*?

Marco: Sim

Entrevistador: Esta plataforma sentes que veio facilitar aqui a tua relação com a música?

Marco: Qualquer plataforma que isole completamente a música ajuda a melhorar a experiência portanto eu diria que sim.

Entrevistador: Muito bem. Obrigada pela tua participação nesta entrevista.

8.3.4. Jacinta

Entrevistador: Quando é que tu ouves música?
Jacinta: A fazer quase tudo. Por exemplo se tiver a arrumar o quarto ou assim meto música, às vezes por exemplo para tomar banho ou meto só música e fico a ouvir a música, sem fazer nada.
Entrevistador: Estás no banho, ouves música? Ou a deslocares-te de uma sítio para o outro?
Jacinta: Sim.
Entrevistador: A regularidade dirias que é diária, é isso?
Jacinta: Sim.
Entrevistador: Como é que tu ouves música?
Jacinta: Eu diria que, pelo telemóvel, de fones e na coluna
Entrevistador: Esses são os suportes que mais ouves? No computador não ouves?
Jacinta: Não
Entrevistador: E costumas ouvir música quando estás mais triste ou mais feliz?
Jacinta: Acho que em todas as situações.
Entrevistador: E costumas partilhar algum tipo de músicas com os teus amigos?
Jacinta: Sim, no fundo partilho, as *playlists* e assim…
Entrevistador: E como é que descreverias essas músicas que tu partilhas com os teus amigos?
Jacinta: Boas! Eu oiço muito de tudo e isso também depende do amigo.
Entrevistador: Não consegues perceber no estilo de músicas que partlhas com eles algumas semelhanças? Por exemplo, provavelmente, tu e as tuas amigas têm gostos musicais parecidos certo?
Jacinta: Alguns sim.
Entrevistador: Então partilhas aquelas que fazem sentido para elas?
Jacinta: É isso.
Entrevistador: E consegues identificar o estilo que está mais premente nessas músicas?
Jacinta: Se calhar R&B, Pop e Indie, acho eu. Prefiro as mais antigas também, as dos anos 90 e assim.
Entrevistador: E relativamente aqui a algumas músicas que são mais pessoais, aquelas que são do coração, aquelas que são mais sentimentais, aquelas que tu sentes que para ti, têm um significado maior. Eu estou a falar daquelas músicas que se calhar só fazem sentido para ti. Eu gostava que tu me desses um exemplo de uma ou duas dessas músicas.
Jacinta: Eu estou aqui a ver no meu *Spotify*. Existe uma que é dos The Smith, "*back to the old house*" e outra que é a "*blessed*", do Daniel Caesar.

Entrevistador: Estas são algumas das músicas que te tocam mais é isso? São daquelas músicas mais sentimentais?

Jacinta: Sim

Entrevistador: E preferes ouvi-las acompanhada ou sozinha em casa?

Jacinta: Ah sozinha.

Entrevistador: E consegues explicar-me o porque?

Jacinta: Por exemplo, *back to the old house*, é querer voltar à casa antiga ou seja coisas do passado que não voltam mais. Acho que é nesse sentido. Pessoas e assim que não voltam mais.

Entrevistador: E a outra. O que é que te faz sentir?

Jacinta: A outra acho que também é isso. Só que se calhar a dos the Smith é mais um grupo no passado e a outra se calhar é individual, algumas pessoas, de maneira individual.

Entrevistador: Então a do Daniel faz-te lembrar pessoas específicas é isso? Achas que é porque te fazem lembrar tempos mais nostálgicos?

Jacinta: Sim. Os meus amigos Rapazes têm mais estilos diferentes de música. Por exemplo estas antigas e assim. Já as minhas amigas não. É mais aquelas portuguesas, mais básicas, não exploram, só ouvem. Então da parte delas, às vezes, dizem muito "ah tens sempre uma playlist para tudo." Porque são músicas diferentes. Não são da zona de conforto delas.

Entrevistador: Pois pelo que estás a relatar, também me parece que exploras mais considerando que ouves músicas antigas.

Jacinta: Também há outro que é MDB, que é música brasileira. Mas não é Funk, é mais Samba.

Entrevistador: Consegues-me dar um exemplo?

Jacinta: É Música Popular Brasileira.

Entrevistador: Certo. E porque é que tu achas que não te sentes confortável em ouvir esse tipo de músicas ao pé dos teus amigos?

Jacinta: Acho que é porque é diferente. Ninguém ia perceber o significado ou o quão boa a música é.

Entrevistador: Então achas que elas se destacam para ti pela letra?

Jacinta: Sim.

Entrevistador: E relativamente ao estilo musical dos teus amigos, achas que não é parecido com o teu?

Jacinta: Depende dos amigos mas a maioria eu acho que não. Se calhar em dez amigos, só quatro é que tem um gosto musical mais parecido ao meu.

Entrevistador: Costuma ouvir as recomendações do *Spotify*?

Jacinta: Sim, às vezes ouço para saber se há novas músicas e assim.

Entrevistador: E gostas das recomentadações?

Jacinta: Gosto.

Entrevistador: Tens descoberto novas música através dessas recomendações?

Jacinta: Sim

Entrevistador: E são também aqui no mesmo estilo das que tu costumas ouvir? Achas que são parecidas?

Jacinta: Eu acho que sim. Mas se eu começar a ouvir músicas muito tristes vão-me aparecer músicas tristes nessa recomendação. Depende sempre do que eu estou a ouvir.

Entrevistador: E quais são as *playlists* que o *Spotify* cria que costumas dar mais importância?

Jacinta: Tens os *Wrap up*, tens os *daily mix´s*, recomendações… o que eu oiço mais são os *daily mix´s* e às vezes o que aparece que é feito para mim. Tens vários dias: dia 1, dia 2, dia 3. E também gosto de uma que eles têm que é o radar de novidades. Que é com as novas músicas dos artistas que eu sigo.

Entrevistador: Sim sim. Esta plataforma veio facilitar a tua relação com a música? Sentes que sim?

Jacinta: Sim, se não houvesse *Spotify* também não ouvia assim música. Acho que o *Spotify* melhora isso.

Entrevistador: E quais são as vantagens do *Spotify* em relação às outras plataformas como *Youtube*…

Jacinta: Comparando com o *Youtube*, o *Spotify* é do género, está ligado ao telemóvel e eu posso estar a responder a mensagens ou a mexer no telemóvel e a música está sempre a dar. No *Youtube* não, porque sais do *Youtube* e depois não dá, estás a ver? Como se estivesses a ver um vídeo. O *Spotify* dá para ouvir em todo o lado, em todas as tecnologias digamos assim. O *Youtube* também mas acho que o *Spotify* acaba por ter mais vantagens e por ser mais prático por dar para criar *playlists* e ser só música. O foco é só a música. E *podcasts* também mas esta aplicação consegue separar os *podcasts* e as músicas, não é tudo misturado. O *Youtube* é tudo misturado.

Entrevistador: Então é mais organizado, é isso?

Jacinta: Sim.

Entrevistador: Não tenho mais perguntas. Muito obrigada pela tua participação.

8.3.5. Fábio

Entrevistador: Quando é que ouves música?

Fábio: Por exemplo, gosto de ouvir música na praia, em casa quando não tenho nada para fazer, quando não me apetece ver televisão ou quando vou tomar banho. Com os meus amigos em geral, quando vamos estar todos juntos a conversar podemos pôr música e quando vou sair à noite.

Entrevistador: E quando estás a andar de um sítio para o outro ouves?

Fábio: Ah de fones posso ouvir sim. Mas agora uso pouco. Só quando vou mais para a universidade é que vou de fones.

Entrevistador: Estás em que universidade a tirar desporto?

Fábio: ISCE.

Entrevistador: Certo. Com que regularidade ouves música? Diariamente?

Fábio: Não, nem tanto. Há dias em que não oiço música

Entrevistador: Ok. E em que circunstâncias é que ouves música?

Fábio: No banho, quando não tenho nada para fazer, a sair à noite ou com os meus amigos

Entrevistador: E mesmo em casa gostas de ouvir?

Fábio: Gosto, especialmente quando vai lá algum amigo meu, gosto mais de ouvir, que é, a gente está a falar e põe uma música…

Entrevistador: E põe uma música de fundo.

Fábio: Exatamente

Entrevistador: Como é que ouves música?

Fábio: Sozinho gosto de ouvir alto. A tomar banho ou assim, meto no máximo e quando estou com os meus amigos meto meio termo que é para a gente conseguir falar e tudo mais. De fones é sempre no máximo que é para não ouvir ruídos.

Entrevistador: E que dispositivos? O que é que tu usas mais? Telemóvel, computador?

Fábio: Mais telemóvel.

Entrevistador: Muito bem. No computador também ouves música?

Fábio: Para trabalhos, para jogar de vez em quando ou para o discord ou assim.

Entrevistador: Mas não costumas pôr música no computador?

Fábio: Não. É mais no telemóvel. E especialmente com coluna.

Entrevistador: Costumas partilhar algum tipo de música com os teus amigos?

Fábio: Mostrar-lhes?

Entrevistador: Sim

Fábio: Sim, de vez em quando sim. Quando sai uma música nova que é fixe ou não sei quê, eu mando-lhes.

Entrevistador: E como é que descreverias essas músicas que partilhas com os teus amigos?

Fábio: Como assim?

Entrevistador: Ainda não te perguntei sobre os teus estilos musicais mas dentro desse estilo como é que são as músicas que partilhas? São uma batida mais forte, mais pesada?

Fábio: Muitas são brasileiras.

Entrevistador: São brasileiras? Portanto é um Raggaeton ou Sertanejo? Ou não se enquadra aí?

Fábio: É mais Funk e Afro.

Entrevistador: Ah, certo. E relativamente a algumas músicas que são mais pessoais, aquelas que são mesmo do coração. Aquelas músicas que gostamos de ouvir e que não nos sentimos tão confortáveis a partilhar com os outros?

Fábio: Não tenho.

Entrevistador: Não tens? Achas que não ouves esse tipo de música?

Fábio: Não.

Entrevistador: Consideras que o gosto musical dos teus amigos é parecido com o teu?

Fábio: Sim

Entrevistador: Tu ouves música em que plataformas?

Fábio: *Youtube* e *Videoligth*. Não tem anúncios. É tipo o *Youtube* só que sem anúncios.

Entrevistador: Certo.

Fábio: Podes bloquear o telefone. É uma aplicação que se instala no telemóvel e não se paga.

Entrevistador: Essas plataformas costumam fazer recomendações de músicas que tu possas gostar?

Fábio: Não, não. O *Youtube* faz, acaba por fazer. Consoante as músicas que tu ouves… o *Youtube* já sabe que tu tens uma certa pesquisa naquilo e eles depois recomendam as músicas… mais ou menos as que tu ouves sim.

Entrevistador: Mais ou menos dentro do mesmo estilo é isso?

Fábio: Sim.

Entrevistador: Muito bem. Muito obrigada pela tua participação.

8.3.6. Alexandre

Entrevistador: Quando é que costumas ouvir música?

Alexandre: Quando jogo computador, quando tou sozinho no carro

Entrevistador: Com que regularidade?

Alexandre: Ah todos os dias, a ir para o trabalho, a vir do trabalho, quando vou ter com os meus amigos no carro vou a ouvir música, se não tiver com eles tou a ouvir nos fones. Por acaso esqueci-me dos fones hoje. Os momentos em que eu não oiço música é quando eu estou com alguém.

Entrevistador: Okay, então dirias que …

Alexandre: Sempre que estou sozinho, estou a ouvir música.

Entrevistador: E como é que ouves música? Ou seja, quais são os teus hábitos para ouvir música?

Alexandre: Vai muito do que me está a apetecer ouvir. Por exemplo, se for no *Spotify* meto as *playlists* já feitas, que eu já tenho nomeadas. Se for no *Youtube*, também tenho lá as *playlists* no *Youtube* mas já é mais específico. Se calhar no *Youtube* oiço mais Rap e no *Spotify* ouço Hard Tecno.

Entrevistador: Então normalmente costuma ser através de *playlists* já criadas…

Alexandre: Sim sim sim

Entrevistador: Não costumas chegar e escolher uma música.

Alexandre: É raro, é raro. Só se me tiver a apetecer ouvir uma música que já não ouço há bué tempo.

Entrevistador: Costumas partilhar algum tipo de música com os teus amigos?

Alexandre: Opá costumo, porque recentemente, nos últimos 4 anos o meu estilo musical é mais Hard Tecno, tecno, uma coisa assim mais de eletrónica. Tenho uns amigos meus que são *Djs* então acabo por partilhar músicas que ouço, para ajudálos até a criar a sua própria música.

Entrevistador: Então partilham os vossos estilos entre vocês?

Alexandre: Sim

Entrevistador: E como é que descreverias as músicas que tu costumas partilhar?

Alexandre: Músicas muito felizes. Bué felizes. Não é tipo… apesar de ser um pouco contraditório, o Hard Tecno, mas não é só Hard Tecno que eu ouço. No geral é música Eletrónica, Bouncy, Jungle. Dentro do Hard Tecno tens Shranz que é um Hard Tecno mais agressivo, tens industrial que é super agressivo, tens Jungle que é um bocado mais soft, Bouncy que é mais divertido.

Entrevistador: Certo. E relativamente às músicas mais pessoais, aquelas que são mesmo do coração?

Alexandre: Normalmente são Rap.

Entrevistador: Preferes ouvi-las acompanhado ou sozinho em casa?

Alexandre: Costumo ouvir sozinho. O Rap sim. Porque nem todos os meus amigos gostam do tipo de Rap que eu oiço.

Entrevistador: Do Rap que tu ouves, claro. E descrevias esse Rap um bocadinho mais soft?

Alexandre: Não, não, não. Mais interventivo. Rap de Intervenção estás a ver?

Entrevistador: Ah sim sim. Causas sociais é isso?

Alexandre: Sim sim sim

Entrevistador: Certo. E porque é que preferes ouvi-las sozinho do que acompanhado?

Alexandre: Muitos dos Raps que eu oiço têm muitas dicas que se calhar nem toda a gente vai conseguir perceber. Então se calhar deixo só para mim…

Entrevistador: Sim… porque são os teus ideais e achas que não faria tanto sentido para as outras pessoas?

Alexandre: Claro, claro, exatamente. E imagina, se calhar numa música inteira não me identifico com a música toda, mas se calhar há certas partes da música que me identifico.

Entrevistador: Achas que se apresentasses este tipo de músicas aos teus amigos eles mudariam a opinião que têm em relação a ti?

Alexandre: Eu ultimamente tenho ido muitas vezes a *raves* e Hard Tecno é uma coisa bastante pesada e foi provavelmente aí onde eu conheci as melhores pessoas da minha vida. Foi nas *raves* estás a perceber? Se eu for a um lust, onde as pessoas gostam de ir, a postura das pessoas aí é completamente diferente do pessoal da *rave*, porque é música… nem sei explicar muito bem.

Entrevistador: Um bocado por causa da personalidade se calhar. As pessoas com quem tu estás se calhar não reconhecem essa tua faceta.

Alexandre: Eu deixei de me dar com muitas pessoas. Atualmente o meu grupo é o pessoal com que eu vou para as *raves*, é o pessoal que eu conheci recentemente, nos últimos dois anos, mas é pessoal com quem eu comecei a me identificar bastante e atualmente são uns dos meus melhores amigos. Estou com eles dentro e fora da rave. Comecei-me a dar com eles só pela *rave*, ou seja conheci-os lá "*olha, quando é que é a próxima*? *Ah, então vamos*" e atualmente vou com eles de férias para o Algarve e fazemos sempre planos.

Entrevistador: Então, entre os teus amigos antigos e aqueles que conheceste nas *raves*, achas que é mais fácil partilhar esse estilo…

Alexandre: Atualmente eu partilho mais facilmente com este pessoal, porque acho que se identifica mais.

Entrevistador: O que é que distingue estas músicas de Rap interventivo das outras?

Alexandre: Sinto-me super feliz a ouvir.

Entrevistador: Dirias que os teus amigos têm um estilo musical parecido com o teu?

Alexandre: Diria que não, diria que não. Imagina nós temos em comum tecno mas por exemplo, alguns desses meus amigos adoram Rock, eu não gosto de ouvir Rock. Tenho pessoal do meu bairro que se calhar adora ouvir uma quizomba ou um Rap crioulo e eu quando era mais novo identificava-me com isso apesar das letras não serem as melhores, mas atualmente já não me identifico.

Entrevistador: Relativamente às plataformas que tu ouves, já me dissets que utilizas o *Spotify* e o *Youtube* não é? Costumas ouvir as recomendações do *Spotify*, aquelas que eles fazem de acordo com o teu estilo musical?

Alexandre: Ah sim sim sim. Por acaso criou-me uma playlist de Hard Tecno que eu atualmente ouço tanto essa playlist.

Entrevistador: E eram músicas que tu não conhecias?

Alexandre: Sim. Ou músicas que eu conhecia e acabaram por se juntar todas numa playlist, que é algo espetacular.

Entrevistador: Sim, muito bom.

Alexandre: Também utilizo *Soundcloud*, porque acaba por apoiar bastante *djs* e pequeninos que ainda estão a começar e mnão é fácil para eles e então lá está, a falar com esses meus amigos eu comecei a ouvir…

Entrevistador: *Soundcloud* é uma plataforma?

Alexandre: É uma plataforma. Não conheces pois não?

Entrevistador: Não conheço mas é para apoiar artistas mais pequenos é isso?

Alexandre: Não, também tens bastantes artistas que tu conheças. Plutónio e assim que também têm lá músicas e pelo que eu percebi desses meus amigos, até rentabiliza mais do que propriamente ter uma música, se calhar, no *Youtube*.

Entrevistador: A sério?

Alexandre: Sim

Entrevistador: Vou pesquisar também. Não conheço. Essas músicas que costumas ouvir nas *playlists* que eles fazem, achas que adicionarias às tuas *playlists* pessoais?

Alexandre: Ah sim sim sim.

Entrevistador: E quais são as *playlists* e listas que o *Spotify* cria que costumas dar mais importância. Imagina, eles têm as músicas que tu poderás gostar, têm *daily mix´s* para de manhã. Para a tarde…

Alexandre: Ah não, eu ouço tudo. Não, para mim não há música… às vezes são sete da manhã e eu estou a ouvir hard tecno no máximo quase. Isso de, se calhar, ouvir uma kizomba para acalmar um bocado de manhã e ouvir Hard Techno só à noite não, eu ouço o que me estiver a apetecer.

Entrevistador: Mas no que toca às *playlists* que eles te apresentam lá, imagina, tu vais ao spotify e tens lá uma playlist chamada "músicas que poderás gostar" e tens outras que são *daily mixs*, que são feitas automaticamente, que são trocadas à tarde, à noite…

Alexandre: Ah eu não sei muito bem quais são…

Entrevistador: Ah está bem. De qualquer forma, já percebi que tu costumas ouvir a maior parte das que te apresentam não é?

Alexandre: Sim sim sim.

Entrevistador: E sentes que esta plataforma, especialmente o *Spotify* mas também as outras vieram facilitar a tua relação com a música?

Alexandre: Ah sim, 100%, o *Youtube* eu sempre tive relação com a música através do *Youtube*, mas o *Spotify* é uma aplicação só para música e então… é espetacular, porque eu posso estar com o telemóvel desligado e estar a dar a música na mesma, então facilita bastante.

Entrevistador: Certo. Sendo assim não tenho mais perguntas! Muito Obrigada.

8.3.7. Matilde

Entrevistador: Gostas de música?

Matilde: Gosto muito de música. Adoro.

Entrevistador: Quando é que ouves música no teu dia a dia?

Matilde: Olha eu ouço mais música quando me estou a deslocar para algum sítio. Ou para o trabalho, ou para a faculdade e também ouço muito música em casa à noite. Depois do jantar. Por exemplo há uma coisa que faço muitas vezes… sei lá, em vez de ver uma série ou alguma coisa, ouvir música durante muito tempo seguido.

Entrevistador: Portanto dirias que a regularidade é diária?

Matilde: Sim

Entrevistador: Quando estás a trabalhar também costumas ouvir?

Matilde: Agora neste estágio que eu estou a fazer oiço, tenho essa oportunidade. Mas por exemplo no trabalho como técnica de intervenção social não e nos trabalhos anteriores também não ouvia música. Portanto só agora é que estoua ter mais essa experiência de poder ouvir música enquanto estou a trabalhar. Antes não…

Entrevistador: Porque achas que é um trabalho mais rotineiro? É um trabalho que exige menos raciocínio?

Matilde: Sim. Por exemplo. O estágio que eu estou a fazer agora é um estágio de escritório e que envolve um trabalho individual, só da minha parte, no meu computador. Então, tenho essa oportunidade de poder ouvir música. Quando tou por exemplo a trabalhar como técnica de intervenção social não posso estar a ouvir música, até porque vou estar em contacto com outras pessoas e mesmo quando estou no gabinete que são muito poucas vezes acabo por não pôr.

Entrevistador: Como é que tu ouves música?

Matilde: Se eu for ao sentido literal da palavra, eu ouço sempre música de fones. Raramente ouço música na televisão. Ouço muito música sozinha. Sinto que, é uma forma que oiço muito música. Quer dizer, também ouço música com outras pessoas, mas nunca é muito a minha música. Por exemplo a mim faz-me muita confusão pessoas que andam na rua com uma coluna e a pôr a sua própria música. Porque é quase como te estares a expor. Eu sinto que estás a expor muito do que tu és e da tua personalidade, então faz-me imensa confusão. Por exemplo, eu nunca na vida, conseguiria estar com uma coluna. Pensar que os outros sabem aquilo que eu ouço e aquilo que eu gosto de ouvir, faz-me um bocado de confusão.

Entrevistador: Em que suporte é que tu mais costumas ouvir?

Matilde: No telemóvel.

Entrevistador: E costumas partilhar algum tipo de música com os teus amigos?

Matilde: Olha partilho algumas músicas sim. Já fui a muitos concertos com outras pessoas. Mas por acaso eu sinto que, não partilho assim muito. Sinto que o gosto músical. Lá está, se calhar também é, por esta mania que eu tenho de ouvir muito música sozinha e de não expor tanto o meu estilo de música, mas acho que isso é uma coisa que leva à outra porque também sinto que os meus amigos não ouvem muito um estilo parecido com o meu. Aqueles artistas que nós sabemos que temos em comum ouvimos e vamos a concertos juntos, mas eu já fui a alguns concertos sozinha porque sabia que as pessoas não gostavam o suficiente para poder pagar um bilhete mas eu queria ver na mesma e portanto eu diria que é assim um meio termo. Mas até é fixe sabes? Eu gosto

Entrevistador: Percebo perfeitamente. E como é que descrevias estas músicas que partilhas com os teus amigos?

Matilde: Eu sinto que muitas músicas que eu partilho com amigos são músicas muito conhecidas, populares. Na verdade, imagina, há um estilo de música que eu partilho muito com os meus amigos, que é o Funk. Onde é que eu partilho mais música com os meus amigos? Quando estamos no carro ou a ir para uma festa. Como eu não tenho veículo próprio acabo por deixar que eles escolham mais o estilo de música e aquele que eles acabam por meter é mais este. É o Funk. Apesar de não ser um estilo de música que eu oiça individualmente.

Entrevistador: E relativamente a algumas músicas pessoais? Aquelas que para ti têm mais valor. Como é que as classificarias? As músicas que para mim têm mais valor?

Matilde: Eu acho que as músicas mais pessoais para mim, eu associo-as muito a um momento. Acho que consigo dividir em duas partes. Músicas que associo a pessoas e a momentos que passei com essas pessoas. São músicas que quando tocam, ou me fazem lembrar de alguém ou me fazem lembrar de algum momento. E depois também sinto que há músicas mais especiais para mim que estão associadas muito a um estado de espírito que eu estava naquela altura. Eu sou uma pessoa que quando ouço uma música, eu oiço em loop. Eu não sou aquela pessoa que gostar de estar a ouvir uma *playlist*. Por exemplo eu hoje estive ouvir uma música, em *loop*, sem exagerar, umas vinte vezes. Então como estou sempre a ouvir aquela música e estou naquele estado de espírito… quando estou mais triste ou quando estou mais alegre, acabo por associar e às vezes há músicas que ficam mais especiais para mim por isso. Normalmente é nos momentos em que estou mais triste. E ouço uma determinada música e essa música mexe um bocado. Faz-me pensar em coisas.

Entrevistador: Muito bem. Por um lado, momentos e pessoas que te tocaram e por outro estados de espírito. Então preferes sempre ouvi-las sozinha certo?

Matilde: Sim.

Entrevistador: Consegues explicar-me porquê?

Matilde: Aquilo que tu estás a ouvir, é quase como te estares a expor ou pelo menos eu entendi sempre assim. Por exemplo eu quando ouço o estilo musical das outras pessoas eu não sinto que penso "*ah okay, então esta pessoa ouve isto, é porque é assim ou assado*". Mas em relação a mim tenho muito essa dificuldade. Eu também por si só sou uma pessoa que sou muito reservada em determinados assuntos e a música de facto é uma coisa que para mim, como é algo que eu adoro, é das coisas que eu mais gosto na minha vida, sinto mesmo que estar a expor para toda a gente, às vezes também é o medo do julgamento… se bem que eu ouço músicas bastante gerais…

Entrevistador: Claro

Matilde: Por exemplo. Eu há uns tempos estava a conhecer uma pessoa e essa pessoa nós depois tivemos esta conversa… ou seja, nos já não estávamos juntos há muito tempo e não nos conhecíamos assim tão bem e eu quando entrei no carro desta pessoa, ela estava a ouvir um estilo de música que até acho que era afro beat ou lá o que é que era. Mas assim que eu entrei ele trocou porque a pessoa em questão não ouve assim tantas vezes aquilo e a mesma não queria que eu ficasse com a ideia de que aquele estilo de música fazia parte da identidade dele. Então trocou a música antes de eu entrar. E só depois quando percebemos que se calhar eu até gostava desse estilo de música, é que se sentiu à vontade para me dizer.

Entrevistador: Exato, pois. Então, gostava aqui de saber se te sentes confortável por me mostrares aqui uma ou duas músicas mais pessoais para ti. Que sentes vergonha de apresentar aos teus amigos.

Matilde: Então dá-me um tempinho para eu ver aqui no *Spotify*. Em vez de ser uma música pode ser um artista?

Entrevistador: Pode sim.

Matilde: Há um artista… depois há outra coisa que é, para diferentes grupos de amigos, eu tenho vergonhas diferentes. Porque como sinto que até tenho grupos de amigos que são um bocadinho diferentes, há uns que eu me sinto à vontade para ouvir um tipo de música e outros que menos. Por exemplo, há um grupo de amigos que eu … já tive esta conversa e senti vergonha… diria este artista que é o Lon3r Johny. Esse é um dos artistas que eu se calhar tenho mais vergonha de admitir que oiço bastante. Aliás, foi um dos meus artistas mais ouvidos no *Spotify*.

Entrevistador: E tens vergonha de admitir para um tipo de amigos é isso?

Matilde: Imagina, eu acho que tenho vergonha de admitir no geral que é um dos meus artistas favoritos. Mas há muita gente que sabe que eu gosto dele, que eu ouço. Agora dizer que é um dos meus artistas mais ouvidos, teria vergonha.

Entrevistador: Claro.

Matilde: Posso dizer uma música que eu acho que não contei a ninguém? Há uma música do Tony carreira que eu choro quando ouço. Imagina, eu às vezes ponho-me a pensar. Que vergonha. E por acaso há músicas que estou a ouvir no *Spotify* e penso assim - eu não queria nada que alguém entrasse no meu *Spotify* e visse que isto foi a última música a ser ouvida. Às vezes são músicas de novelas. Uma música que eu andei a ouvir em *loop*, o *kuduro*. E eu só pensava, se alguém anda… porque eu associo muito as músicas a um estado de espírito que eu estou naquele momento ou assim. Que vergonha se alguém visse que eu andei a semana toda só a ouvir *kuduro*. Ouvi mesmo por vontade própria.

Entrevistador: Claro.

Matilde: Por exemplo, o Lon3r Johny, eu só pensava que parece que tenho o gosto musical de um puto de 16 anos.

Entrevistador: Então de acordo com o que tu disseste achas que as tuas músicas mais pessoais se inserem no Pop é isso?

Matilde: Sim, que dizer, Tony Carreira é comercial, *kuduro* também. Músicas de novelas que também às vezes ouço.

Entrevistador: Ou seja, músicas que já são conhecidas por todos.

Matilde: Parece que estão ligadas a preconceitos. Parece que estão associadas a um estilo de pessoa.

Entrevistador: Porque de alguma forma forma podem ser classificadas como mais "banais" e então acabam por ser classificadas em determinados espectros. Achas que é isso que as distingue?

Matilde: Eu acho que lá está…há um preconceito e um tipo de pessoa associado a este tipo de músicas com o qual eu não me quero identificar e não quero estar associada. Não quero que me metam numa caixinha. "*Ah, então tu ouves isso é porque não ouves boa música*" ou "*não tens um gosto musical aprofundado*", "*tens um gosto musical bué simples*".

Entrevistador: Achas que o estilo musical dos teus amigos é parecido com o teu?

Matilde: Não muito. Acho que conseguimos encontrar um lugar em comum mas não diria que tenho um estilo musical muito parecido. Não diria que é a música que nos une.

Entrevistador: Mas se calhar tens um grupo em que as músicas são mais parecidas do que outros.

Matilde: Eu tenho pessoas. Sinto que não tenho um grupo. Tenho uma pessoa naquele grupo que se calhar me identifico mais. Uma pessoa naquele grupo que se calhar me identifico menos.
Entrevistador: Costumas ouvir as recomendações do *Spotify*?
Matilde: Quando dizes recomendações, é tipo aquelas *playlists* que fazem para a pessoa não é?
Entrevistador: Exatamente. Sim.
Matilde: Sim, sim.
Entrevistador: E costumas gostar destas recomendações?
Matilde: Sim
Entrevistador: Tens descoberto músicas novas?
Matilde: Pelo *Spotify*?
Entrevistador: Sim. Através destas recomendações e destas *playlists* que eles fazem.
Matilde: Sim, já descobri. Atenção, também não ouço muitas recomendações. Vou ouvindo de vez em quando porque também sinto que as recomendações têm muitas das músicas que eu já oiço. Que eles metem ali no meio uma diferente. Mas sim, tenho conhecido músicas novas assim. Mas não diria que é a maneira que eu conheço mais músicas novas.
Entrevistador: Ok, qual é a maneira?
Matilde: Às vezes pelos *Instastories* das pessoas. Às vezes pelo *Tiktok*, às vezes por uma série…
Entrevistador: Ok
Matilde: Eu sinto que é muito quando a música aparece. Estás a ver?
Entrevistador: Sim sim
Matilde: Quando aparece aquela música e gosto do som, vou ver. Às vezes também é tipo, ouvi uma música do artista. Gostei, vou ouvir as outras. Vou ouvir mais sobre o artista.
Entrevistador: E costumas adicioná-las às tuas *playlists*?
Matilde: Eu não crio muitas *playlists* por acaso. Sinto que só adiciono mesmo quando estou viciada na música.
Entrevistador: Ok. Quando são aquelas que ouves 20 vezes não é?
Matilde: Ya ya. Não, tem de ser mais aliás. 20 é pouco. Teriam mesmo de ser mais.
Entrevistador: Quais é que são as *playlists* e listas que o *Spotify* cria que tu costumas dar mais importância? Tens o *Wrap up*, tens os *daily mix´s*, tens as recomendações para ti.
Matilde: Deixa-me ver. Tenho que ver. Não vou muito a estas *playlits*. Quando vou, as que eu vou mais é às *daily mix´s.*
Entrevistador: Esta plataforma, sentes que veio aqui facilitar a tua relação com a música?
Matilde: Sim

Entrevistador: E consegues identificar-me o porquê?

Matilde: Eu acho que facilita… atenção. Acho que facilita também porque tenho o *Spotify premium*.

Entrevistador: Sim

Matilde: Porque se não tivesse acho que seria até um entrave a poder desenvolver o meu gosto musical e estar mais próxima da música. Eu antes de ouvir no *Spotify*, ouvia no *Youtube* por exemplo. E não é tão fácil, porque não posso desligar o telemóvel e poder fazer outras coisas enquanto estou a ouvir música. Porque eu acho que a maior parte das pessoas ouve e eu também sinto que eu ouço mais música enquanto estou a fazer outras coisas. Nem que seja estar a passear e estar no meu mundo. Mas estou a fazer outra coisa, não estou tipo parada a ouvir com fone no ouvido. Não há muitas vezes que isso acontece. Então eu sinto que o *Spotify* permitiu ter essa facilidade de dar oportunidade que as pessoas possam estar a ouvir a sua música enquanto estão a fazer outras coisas. Também sinto que facilitou mais… porque lá está, como tens as *daily mix´s*, existem também as músicas que aparecem a seguir à que tu estás a ouvir e continuas e continuas a ouvir e secalhar até te vai aparecer uma música idêntica àquele estilo de música então permite-te conectar com esse estilo de música, acho que talvez seja por essas razões.

Entrevistador: Muito bem "Matilde". Agradecer a tua disponibilidade e participação para esta entrevista.

8.3.8. Júlia

Entrevistador: Quando é que tu ouves música? Com que regularidade?
Júlia: Eu só não ouço música quando eu estou em casa porque quando eu estou em casa, eu estou a jogar videogame mas o restante do dia estou sempre a ouvir música. Estou a ir para o trabalho, estou no trabalho estou a ouvir música, estou voltando. Qualquer lugar que eu vou, estou a ouvir música. Só não estou a ouvir quando chego a casa depois do trabalho porque é quando eu estou a assistir alguma coisa na televisão ou assim.
Entrevistador: Como é que tu ouves música?
Júlia: Bem relaxada. No dia em que eu estou mais stressada eu coloco aquelas músicas que me ajudam a relaxar. Coloco aquelas músicas mais calminhas. Geralmente eu ouço sempre música com fones.
Entrevistador: E em que suporte é que tu costumas ouvir música?
Júlia: 100% no telemóvel. 98% sempre com fones de ouvido.
Entrevistador: Costumas partilhar algum tipo de música com os teus amigos?
Júlia: Não não. Tenho uma colega no Brasil que ela tem uma *playlist* no *Spotify* que eu às vezes ouço a dela, ela ouve a minha mas de resto não.
Entrevistador: Muito bem. Como é que descreverias essas músicas que gostas de partilhar com ela?
Júlia: Eu gosto de tudo, desde um Gosp, desde um Funk, desde Eletrónica, tem um pouco de tudo. Mas eu partilho mais com ela porque ela tem preguiça de ir pesquisar músicas novas. Ela sabe que na minha vai ter sempre músicas novas e eu estou sempre a partilhar… dela, é alguma música que surgiu no Brasil que eu não conheço. Ela diz-me " *Lançou uma música aqui*" e eu vou lá e encontro.
Entrevistador: A maior parte das músicas achas que é mais Funk, mais Pop, mais Eletrónica?
Júlia: Na minha playlist é mais Pagode do que Funk mas tem tudo. Tem Eletrónica, tem música internacional, tem tudo. Tenho para aí umas 3000 músicas.
Entrevistador: Gostas também de Rock e assim?
Júlia: Gosto, gosto de tudo. Só não gosto daqueles Rocks bem pesados.
Entrevistador: Heavy Metal e assim não é?
Júlia: Isso. Não gosto. Não consigo perceber nada da música.
Entrevistador: Se eu te perguntasse sobre o estilo que tem mais a ver contigo, de todos os estilos, qual é que tu escolherias?
Júlia: Pagode.

Entrevistador: Dá-me um exemplo de uma música de Pagode que é para eu perceber mais ou menos o estilo. Não precisa de ser uma música, pode ser um artista.

Júlia: Por exemplo, menos é mais, sorriso maroto…

Entrevistador: E relativamente a algumas músicas mais pessoais. Aquelas que são mesmo do coração, que importam muito para ti e que se calhar preferias ouvir sozinha. Tens alguma?

Júlia: Não tenho nenhuma. O máximo que pode acontecer é por exemplo, se eu estou com a minha família e está a tocar um Funk que eu escuto com os amigos, eu não vou escutar com eles. É só por uma questão de respeito.

Entrevistador: Sentes que o estilo musical dessa tua amiga é parecido com o teu?

Júlia: Não, ela ouve muito Pop e Rock. Ela não pesquisa tanto. Não é como eu, porque eu estudo, "*ah gostei desta, não tem nada a ver com o meu estilo mas eu gostei"*.

Entrevistador: Ela é mais Pop e Rock é isso?

Júlia: Sim sim. Ela é mais Pop e Rock.

Entrevistador: E tu és um estilo mais versátil? Que abrange mais temáticas?

Júlia: Sim Sim.

Entrevistador: Existe alguma música de Pop que oiças que me consigas identificar?

Júlia: Costumo ouvir muito Justin Timberlake e acho que é Coldplay também. Ouço bastante Coldplay. São os que eu mais oiço.

Entrevistador: Costumas ouvir as recomendações do *Spotify*?

Júlia: Sim, às vezes sim. Busco as 50 de cada país, vou pesquisando assim.

Entrevistador: E tens descoberto músicas novas?

Júlia: Teve uma *playlist* que eu encontrei de música Country. Eu muitas vezes não sei o nome das músicas e acabei por encontrar uma *playlist* de Country e gostei e adicionei. Tem algumas músicas que eu gosto de ouvir para relaxar ou enquanto estou a ler alguma coisa. Achei essa *playlist* e gostei muito.

Entrevistador: E normalmente adicionas as músicas às tuas *playlits*?

Júlia: Sim sim. Quando gosto eu adiciono logo à *playlist*. Ou adiciono à *playlist* que eu tenho já lá criada ou adiciono à biblioteca, ao perfil.

Entrevistador: E sentes que esta plataforma veio aqui facilitar a tua relação com a música?

Júlia: Eu acho que sim, porque eu não uso muito o *Youtube* para escutar música. Uso muito mais o *Spotify*. Porque é muito rápido. A pessoa pesquisa um artista e está ali. Não tem anúncios, não tem nada, não tem vídeos. É algo mais direto. Também gosto muito de ouvir os *podcasts*.

Entrevistador: Tenta lembrar-te do tempo em que tinhas 18 anos. Os teus gostos mudaram de lá para cá?

Júlia: Mudou um bocadinho. Eu não curtia muito Rock e depois que eu comecei a namorar, como o meu namorado escutava muito, comecei a ouvir também. Comecei a gostar também de música mais melancólica.

Entrevistador: Mesmo nessa altura nunca sentiste que existiam músicas que não conseguias partilhar com os outros?

Júlia: Não, não. Nunca senti.