

## Análise da utilização da música funcional em supermercados na cidade de Curitiba

BRENNER, Thomas R.<sup>1</sup>  
FRIGATTI, Eduardo F.<sup>2</sup>  
OSELAME, Mariane N.<sup>3</sup>  
[mari.oselame@pop.com.br](mailto:mari.oselame@pop.com.br)  
SIMÕES, Pierângela<sup>4</sup>.

Departamento técnico-científico da Faculdade de Artes do Paraná.

**RESUMO:** Música funcional é a música com aplicações extramusicais, baseadas nos efeitos psicofisiológicos provocados pela música no ser humano. Num primeiro momento, o emprego da música funcional em empresas pretendia o aumento da produtividade dos funcionários, obedecendo a uma série de preceitos que regiam sua aplicação, pois se trata de uma música para ser ouvida passivamente. Desse modo, a percepção sonora dar-se-á de maneira inconsciente. Uma pesquisa realizada em supermercados da cidade de Curitiba revelou que a programação musical apresentada nas lojas gerava uma situação fatigante para os funcionários dos estabelecimentos. Este fato aponta para a hipótese de que a música apresentada nestes locais não visa o bem estar dos que ali trabalham, mas pretende atingir os clientes dos supermercados. Assim, constituíram-se como objetivos desta pesquisa investigar a influência da música funcional junto ao consumidor, bem como analisar os critérios de seleção e apresentação do conteúdo sonoro.

**PALAVRAS-CHAVE** - Música-Funcional, percepção, inconsciente.

**ABSTRACT:** The functional music is a music with applications extramusicals, based on psicofisiologycs effects caused by the music on the human. At a first moment, the application of functional music in companies intended to increase the productivity of the employees, obeying a series of rules that conducted its application, because is about a music to be heard passively. In this way, the sonorous perception will be given in unconscious way. A research carried through in supermarkets of the city of Curitiba disclosed that the presented musical programming in the store generated a fatigante situation for the employees of the establishments. This fact points with respect to the hypothesis of that the music presented in these places does not aim at the welfare of that they work there, but intends to reach the customers of the supermarkets. Thus, they had consisted as objective of this research to investigate the influence of together functional music to the consumer, as well as analyzing the criteria of election and presentation of the sonorous content.

---

<sup>1</sup> aluno do 4º ano de Musicoterapia da Faculdade de Artes do Paraná

<sup>2</sup> aluno do 4º ano de Musicoterapia da Faculdade de Artes do Paraná

<sup>3</sup> aluna do 4º ano de Musicoterapia da Faculdade de Artes do Paraná

<sup>4</sup> Docente da Faculdade de Artes do Paraná, disciplina de Psicoacústica

## INTRODUÇÃO

Essa pesquisa iniciou-se como um trabalho de conclusão da disciplina de Psicoacústica do terceiro ano de Musicoterapia da Faculdade de Artes do Paraná, sobre música funcional, que motivou um estudo mais aprofundado sobre o tema. Desse modo foram escolhidos como ambiente de pesquisa supermercados por se tratar de um local maior diversidade de entrevistados, possibilitando um cruzamento de dados mais interessantes.

Desde os primórdios a música era utilizada pelo homem como facilitadora de suas tarefas cotidianas, através de ritmos determinados que organizavam os tempos dos trabalhos, melodias que reconfortavam ou instigavam e o próprio ato de *fazer musical*, que, tornando-se o foco da atenção do indivíduo, amenizava a percepção do desgaste físico causado por uma tarefa repetitiva. As *worksongs* dos escravos estadunidenses, as canções das lavadeiras, e os cantos ‘vissungos’ dos escravos das minas de diamantes do interior de Minas Gerais são alguns dos vários exemplos da utilização da música durante o trabalho.

Atualmente, a utilização da música no ambiente de trabalho se enquadra dentro do que se denomina música funcional, ou seja, toda música que possui objetivos ou aplicações extramusicais, como trilhas sonoras para filmes, jingles ou música ambiente apresentada em restaurantes, supermercados, consultórios médicos e fábricas etc. Essa utilização baseia-se nos efeitos psico-fisiológicos causados no ser humano pelo fenômeno musical. Segundo Benazon (1981), alguns desses efeitos são: o aumento do metabolismo; alteração da atividade muscular, frequência respiratória, fluxo sanguíneo e pressão arterial; redução do impacto dos estímulos sensoriais; podendo retardar a fadiga, estimular a concentração e modificar a condutibilidade elétrica do corpo. Complementando o que diz Benazon, Leinig (1977) afirma que a música influencia a conduta e o estado de espírito do homem. “Quer nas horas de lazer como nas de trabalho, o homem deve ouvir música, para se sentir integrado ao ritmo e à harmonia da vida”. Ou seja, a música tem efeitos tanto físicos quanto psíquicos.

Num primeiro momento, o emprego da música funcional em empresas estava voltado para o aumento da produtividade dos funcionários, obedecendo a uma série de preceitos que regiam sua aplicação. Dentre esses, destaca-se que a música em ambiente de trabalho deve ser variada e não contínua, pois “la musica en su forma continua crea su propia monotonia” (BENEZON, 1981, p 152). Além disso, devem-se evitar recursos que chamem a atenção, tais como modulações, variações, arpejos e trinados. “La característica primordial que se quiere dar, es que nunca se emponga a la percepción consciente (...) se dice que la musica funcional se oye pero no se escucha” (Ibid, p 154). Jourdain diz que “quando experimentamos música ambiente, ouvimos passivamente em vez de escutar, ativamente” (JOURDAIN, 1998, p 314). Isso porque “(...) o som em entrada é extensivamente processado no tronco do cérebro” (Ibid). Deste modo, o processo sonoro dar-se-ia de maneira inconsciente causando efeitos psicofisiológicos que não estariam no foco de atenção do indivíduo.

Abordar-se-á nesta pesquisa a forma como a Música Funcional é utilizada nos supermercados de Curitiba e analisar-se-á o processo de percepção musical do consumidor, bem como as implicações psicofisiológicas a que o mesmo está exposto. Buscar-se-á, através dessa análise, constatar se o consumidor pode ou não ser condicionado a associar o ambiente agradável, propiciado pela música, ao ato da compra.

## METODOLOGIA

A pesquisa será de campo realizada com entrevistas baseadas em questionários semi-estruturados nos supermercados. Aplicadas á clientes que tenham idade superior a 18 anos. Os dados coletados serão documentados através de registros escritos, para possibilitar uma melhor investigação dos resultados. Utilizar-se-á também, de pesquisa bibliográfica que servirá como base teórica para a análise e cruzamento dos dados obtidos.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesse início de pesquisa, indo a campo, constatou-se, através de entrevistas com funcionários de alguns supermercados da cidade de Curitiba, que a música ambiente desses locais eram de execução contínua ao longo do dia e sua programação era pouco variada, segundo os próprios funcionários tal situação é fatigante. Isso leva a crer que essas músicas não eram destinadas ao bem-estar do funcionário, mas sim ao consumidor.

## CONCLUSÃO

Por tratar-se de uma pesquisa em andamento será necessária a análise dos dados obtidos depois da aplicação dos questionários já devidamente estruturados para obtenção de resultados mais específicos para conclusão.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENENZON, R. O. *Manual de Musicoterapia*. Buenos Aires: Paidós, 1981.
- FILHO, A. da M. M. *O Negro e o garimpo em minas gerais*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira S.A. 1964.
- JOURDAIN, R. *Música, cérebro e êxtase: como a música captura nossa imaginação*. Trad Sônia Coutinho. Objetiva, 1998.
- LEINING, C. E. *Tratado de Musicoterapia*. São Paulo: Sobral, 1977.

## FONTE DE FINANCIAMENTO

Independente.