



ISPA | Instituto Superior de Psicologia Aplicada

PREFERÊNCIAS MUSICAIS NA ADOLESCÊNCIA:  
Relações Grupais, Identidade Social e Auto-Estima

Mariana Amaral Pessoa

Orientador de Dissertação:  
Professor Doutor Virgílio Amaral

Coordenador de Seminário de Dissertação:  
Professor Doutor Francisco Peixoto

Tese submetida como Requisito parcial para obtenção do grau de:  
MESTRE EM PSICOLOGIA  
Especialidade Psicologia Educacional

2008

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação do Professor Doutor Virgílio Amaral, apresentada no Instituto Superior de Psicologia Aplicada para obtenção de grau de Mestre na especialidade de Psicologia Educacional conforme o despacho da DGES, nº 19673/2006 publicado em Diário da Republica 2ª série de 26 de Setembro de 2006.

## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar, agradeço ao Professor Doutor Virgílio Amaral pelo apoio, acompanhamento e aposta nas minhas potencialidades. Também ao Professor Doutor Francisco Peixoto, cuja paciência me permitiu chegar a bom porto, pela constante e inabalável inspiração.

Agradeço à Professora Doutora Maria Dulce Gonçalves, que sempre instigou a que procurasse e fizesse mais e melhor nas várias áreas em que me acompanha. E à Alexandra, que torna tudo mais fácil e sorridente.

Para com os meus amigos – Elisabete, Vasco, Hans, Tânia, Rodrigo, Costa e Ana – tenho a dívida eterna de fazerem a minha vida para além do quotidiano! Todos os momentos que passo convosco são, no mínimo, felizes!

Agradeço à equipa do Programa PESO COMUNITÁRIO, pelo exemplo constante de profissionalismo, dedicação e rigor subjacentes a todas as tarefas, por mínimas que sejam. Em especial, à Teresa Santos, à Sílvia Coutinho e ao Paulo Nuno Vieira, pelo constante reforço e apoio nas “questões logísticas”.

É também essencial reconhecer a paciência e apoio da minha família, com um agradecimento especial ao meu pai, à minha irmã Catarina e à minha irmã Alexandra, que estiveram mais presentes nesta última caminhada. Ao meu mano, que me tem inspirado a voos mais altos e a perceber que a meta final é sempre a excelência, mas principalmente pelos momentos em que é meu irmão.

Finalmente, e porque os últimos são sempre os primeiros, à minha mãe e ao Júlio, por estarem sempre ao virar da esquina e por me recordarem que há lutas pelas quais vale a pena caminhar!

## Resumo

O objectivo deste estudo é perceber qual a relação das preferências musicais dos adolescentes com dimensões individuais, como a auto-estima individual e colectiva, e grupais, como as relações de favorecimento e discriminação entre grupos, bem como a sua influência no nível de identificação q os adolescentes apresentam nas suas relações entre pares. Neste sentido adoptou-se como base de investigação a Teoria de Identificação Social de Tajfel (1982) e os estudos realizados por North e Hargreaves (1999) e Tarrant, North e Hargreaves (2001).

A amostra total inquirida foi de 340 adolescentes com média de idades de 15,8 (SD = 1,23). Foram utilizadas cinco escalas no sentido de verificar o favorecimento e desfavorecimento que os jovens efectuaram do seu *ingroup* e *outgroup* musical, qual a relação destes com o nível de identificação grupal e, por último, a relação com o nível de auto-estima.

Os resultados permitiram confirmar a hipótese presente na literatura de que as preferências musicais influenciam o favorecimento do *ingroup* nos atributos de carácter positivo e o desfavorecimento do *outgroup* nos atributos de carácter negativo. Relativamente à identificação grupal verificou-se que nos grupos com forte nível identitário o nível de discriminações diminuiu. Ao contrário dos resultados obtidos em estudos anteriores, a auto-estima não se revelou mais elevada apesar da aproximação ao protótipo de *ingroup* musical.

**Palavras-chave:** Preferências Musicais, Adolescentes, Identificação Social, Relações Grupais, Auto-Estima.

## Abstract

The purpose of this study is to understand the relation between adolescents' musical preferences and individual dimension, as individual and collective self-esteem, and group dimensions such as the relations of preference and discrimination among groups. Furthermore, we tried to understand the influence of musical preferences in the levels of identification with their peers. The guidelines for this study came from previous research done by North and Hargreaves (1999), Tarrant, North and Hargreaves (2001), and Social Identification Theory (Tajfel, 1982) was used as framework.

340 adolescents (aged 15,8, SD=1,23) responded to five scales in order to investigate favoring and discrimination of musical *ingroup* and *outgroup*, their relation to the level of group identification, and, finally, with the level of collective and individual self-esteem.

Results indicated, as in previous studies, that musical preferences influence the favoring of the *ingroup* in positive attributes and *outgroup* discrimination in negative aspects. Concerning the level of group identification, results showed that strong identification group levels was not accompanied by decreases in *outgroup* discriminations. Opposing results presented by previous research, the self-esteem was not higher in spite of the closeness with *ingroup* musical prototype.

**Keywords:** Musical Preferences, Adolescents, Social Identification, Group Relations, Self-Esteem.

## Índice

### I – Artigo Empírico

<b>Introdução</b>	p. 7
<i>A Música na Adolescência</i>	p. 9
<i>A Construção da Identidade na Adolescência e a Importância do Grupo de Pares</i>	p. 11
<i>Auto-Estima Individual, Auto-Estima Colectiva e Identidade Social</i>	p. 13
<i>A Pertinência das Preferências Musicais na Auto-estima, na Auto-Estima Colectiva e na Identidade Social dos Adolescentes</i>	p. 14
<b>Método</b>	p. 19
<i>Participantes</i>	p. 19
<i>Instrumentos e procedimento</i>	p. 20
<b>Resultados</b>	p. 22
<i>Estudo comparativo dos atributos do Ingroup e do Outgroup</i>	p. 22
<i>Estudo comparativo do nível de identificação grupal com o grau de desfavorecimento do Outgroup</i>	p. 24
<i>Estudo Correlacional</i>	p. 25
<b>Discussão</b>	p. 26
<b>Referências Bibliográficas</b>	p. 29

### II – Anexos

Anexo A – Revisão de Literatura	p. 40
Anexo B – Resultados globais do Estudo Exploratório Qualitativo usados na construção da Checklist de Estilos Musicais	p. 41
Anexo C – Checklist de Estilos Musicais	p. 71
Anexo D – Escala de Identificação Grupal	p. 74
Anexo E – Escala de Auto-Estima de Rosenberg	p. 76
Anexo F – Escala de Auto-Estima Colectiva	p. 78
Anexo G – Escala de Atributos	p. 80
Anexo H – Análise de Conteúdo Global do Estudo Exploratório Qualitativo para construção da Escala de Atributos	p. 82
	p. 86

### Lista de Tabelas e Figuras

Figura 1 – Distribuição dos Estilos Musicais Ingroup	p. 34
Figura 2 – Distribuição dos Estilos Musicais outgroup	p. 34
Tabela 1 – Comparação de Médias e T-Student para amostras emparelhadas	p. 35
Tabela 2 – Relação entre Médias do Ingroup Musical e do Outgroup Musical	p. 36
Tabela 3 – Frequência percentual do nível de Identificação Grupal para cada Ingroup Musical	p. 37
Tabela 4 – Relação entre Médias do Ingroup Musical e o nível de Identificação Grupal	p. 38
Tabela 5 – Dimensões e respectivos Alphas da Escala de Auto-Estima Colectiva	p. 39
Tabela 6 – Correlação entre a Identificação Grupal e as dimensões da Auto-estima Colectiva	p. 39

## I – Artigo Empírico

### Introdução

Segundo Russell (2000) as preferências musicais de um indivíduo podem ser definidas como estáveis, manifestadas ao longo do tempo e relativas a um determinado tipo de música, compositor ou artistas. Estas preferências manifestam-se através das músicas que escolhemos para ouvir, comprar ou assistir. Mas, o que determina estas preferências?

Os gostos musicais e o seu desenvolvimento estão sujeitos a inúmeras influências: (i) inerentes ao contexto social, tais como a família, amigos, colegas ou os *media* (Russell, 2000; Zillmann & Gan, 2000); (ii) factores situacionais, sendo que estes se prendem com escolhas que diminuam o humor negativo e o convertam em positivo, procurando manter ou aumentá-lo (Zillmann & Gan, 2000); (iii) factores individuais como o género (Firth, 1981 cit. por Zillmann & Gan, 2000), ou necessidades inerentes ao estado emocional e humor do sujeito (Roberts, Dimsdale, East & Friedman, 1998; Oliveira, 2003; Zillmann & Gan, 2000).

Hansen e Hansen (1991, cit. por Kemp, 2000) teorizaram três hipóteses: a primeira postula que as preferências reflectem a personalidade dos indivíduos e que as pessoas são atraídas por determinados estilos musicais de acordo com o seu auto-conceito e a sua percepção da realidade social; a segunda hipótese propõe que as atitudes e personalidade são moldadas de acordo com preferências musicais prévias (teoria de cognição social); a terceira hipótese engloba o conjunto das duas primeiras, ou seja, que a direcção causal tem os dois sentidos. Os estudos realizados têm tomado como pressuposto uma das duas primeiras hipóteses e têm sido várias as associações encontradas entre preferências musicais e traços de personalidade ou comportamentos. Contudo, enquanto uns têm procurado perceber o porquê de determinadas escolhas, considerando que os comportamentos e atitudes são uma consequência não da música, mas de factores de dimensão individual e de personalidade dos indivíduos (Roberts, Dimsdale, East & Friedman, 1998; Martino et. al, 2006), outros têm tentado perceber a influência da música nos comportamentos e atitudes (Steglich, Sijders & West, 2006; Mulder, Bogt, Raaijmakers & Vollebergh, 2007). Contudo, consensualmente considera-se que a preferênciamusical recebe influências sociais mas exerce também o seu poder sobre as mesmas, tendo capacidade para induzir afectos, atitudes, comportamentos e escolhas observáveis (Crozier, 2000, Kemp, 2000). Vários estudos confirmam mesmo a presença do

conformismo, relativamente à opinião da maioria ou por efeitos de prestígio, no estabelecimento das preferências musicais (Chapman & Williams, 1976, cit. por Crozier, 2000; Aesbicher et al, 1983, cit. por Crozier, 2000; Mugny, 1988, cit. por Crozier, 2000). Apesar de muitos estudos desta área serem conduzidos em contexto laboratorial, é no quotidiano que a importância do acto de ouvir música tem maior influência sobre os sujeitos, sendo cada vez mais pertinente o estudo das respostas relativas à música ouvida em condições naturalistas, no dia-a-dia (North & Hargreaves, 2000). Algumas variáveis pertinentes neste âmbito são (North & Hargreaves, 2000) o nível de activação provocado pela música nas áreas cerebrais; o efeito de familiaridade que a música invoca nos sujeitos, ou seja, a frequência com que uma música passa na rádio (exposição naturalística), o tempo de duração e posição nas tabelas de popularidade; a influência dos *media* (Russell, 2000); e, a idade em que se estabelece a preferência musical (Holbrook & Schindler, 1989; Stipp, cit. por Russell, 2000). Este último aspecto é concordante com a importância da música para os adolescentes, como iremos analisar posteriormente.

Adicionalmente verifica-se que diferentes tipos de música tendem a ser mais atractivos para determinados grupos sociais e as preferências musicais não se desenvolvem em isolamento pois estão sujeitas a uma larga variedade de influências sociais (Russell, 2000). As pessoas que partilham preferências musicais são descritas como membros de um *taste public* - grupo social que compreende fãs de um determinado estilo musical ou cantor e que subscreve uma determinada cultura - (Russell, 2000; Zillmann & Gann, 2000). Uma vez que os *taste publics* existem com o estatuto de grupo e são assim consagrados na literatura, no nosso estudo usamos como *ingroup* as pessoas do mesmo *taste public*, ou seja, jovens que ouvem o mesmo estilo de música, e como *outgroup* o *taste public* de outro estilo de música, ou seja, jovens que ouvem o estilo de música com que menos se identificam.

Finalmente, vários estudos recentes indicam que as preferências musicais actuam como um meio de discriminação entre grupos sociais e sugerem também que se correlacionam com uma variedade de escolhas de vida, nomeadamente: escolhas nas relações interpessoais, tipo de habitação, crenças morais e políticas, comportamento criminal, desenvolvimento de características associadas a *taste publics*, educação, comportamentos de saúde, situação laboral, ou escolha dos comportamentos de lazer (Hargreaves & North, 2008a; Hargreaves & North, 2008b, Hargreaves & North, 2008c).

## *A Música na Adolescência*

A influência e importância da música nos comportamentos, atitudes e crenças juvenis tem sido, nas últimas décadas, objecto de numerosos estudos, procurando-se perceber qual o papel e consequências desta relação no quotidiano dos adolescentes.

A adolescência é o período do desenvolvimento humano em que o tempo dedicado à música e a ouvir música está no seu auge (Crozier, 2000). A inegável importância e influência que apresenta na vida dos adolescentes demonstra-se não só pelo seu consumo, que se estima ascender aos 12 biliões de dólares (Geter & Streisand, 1995, cit. por North & Hargreaves, 1999), como também pelas cerca de 7 horas que despendem, por dia, a ouvir música (North, Hargreaves & O'Neill, 2000; Zillmann & Gan, 2000). As conclusões de uma investigação feita por Brown (1986, cit. por Zillmann & Gan, 2000) estimam que os adolescentes americanos ouvem mais de sete horas por dia de música (ou seja, na maior parte do tempo em que estão acordados) entre a música ouvida na televisão e aquela que é ouvida adicionalmente. Para North, Hargreaves e O'Neill (2000), a música é um factor de importância fulcral na vida da maior parte dos jovens, satisfazendo necessidades sociais, emocionais e cognitivas. Dois estudos confirmaram mesmo a importância que os adolescentes atribuem à música que ouvem, bem como ao que a mesma pode revelar acerca das suas características: Fitzgerald, Joseph, Hayes e O'Regan (1995, cit. por North & Hargreaves, 1999) verificaram que para os adolescentes irlandeses a música estava acima de todas as suas actividades de lazer; num estudo mais recente (Rentfrow & Gosling, 2003), 74 universitários afirmaram que as suas preferências musicais revelavam muito acerca de si próprios, mais do que os filmes e hobbies praticados.

North e Hargreaves (1999) defendem que a adolescência se apresenta como um *período crítico* na determinação das preferências musicais e também um instrumento importante nas percepções sociais dos adolescentes. Os autores afirmam que, possivelmente, a importância que os adolescentes atribuem à música resulta do facto desta ser usada como guia de características prováveis a observar nos outros e a enviar acerca deles próprios, tornando-se uma forma de definir a sua própria identidade. Assim, ao expressarem uma preferência por um estilo de música, os adolescentes enviam implicitamente uma mensagem com determinado leque de atitudes, valores e opiniões, associada também a atributos específicos. Ser fã de *Heavy Metal* ou *Rap* pode ser associado a uma maior probabilidade de

comportamentos delinquentes (Arnett, 1991, cit. por North & Hargreaves, 1999) e os estudantes que ouvem *Hard Rock* são associados a uma menor sofisticação e a comportamentos mais rebeldes do que os que manifestam outras preferências (Sargent & Weaver, 1996, cit. por North & Hargreaves, 1999). Por sua vez, raparigas que preferem *Música Clássica* foram caracterizadas pelo sexo oposto como sendo mais atraentes do que as que ouviam *Heavy Metal* (Zillmann & Bhatia, 1989, cit. por North & Hargreaves, 1999).

No seguimento destes estudos, North & Hargreaves (1999), realizaram duas investigações com participantes pré-universitários e pré-adolescentes, tendo verificado em ambas as populações a existência de expectativas normativas na atribuição de características aos fãs de três estilos musicais. Verificaram também que essas atribuições eram concordantes consoante o estilo musical avaliado. Num estudo posterior, os mesmos autores concluíram que as preferências musicais são mediadoras não só das características prováveis dos fãs de um determinado estilo musical, mas também da avaliação geral da pessoa em termos qualitativos (com traços positivos ou negativos), tendo, por isso, consequências sociais.

Zillmann e Gan (2000) afirmam que em grupos mais pequenos, os membros conhecem as preferências uns dos outros, e estas são convenientemente usadas para comparações com grupos rivais com propósitos de distanciamento. Embora a pertença a *taste publics* recorra maioritariamente ao imaginário dos adolescentes, uma vez que têm de projectar a sua pertença a uma audiência em massa composta por indivíduos que, na sua maioria não conhecem, os adolescentes sentem-se, efectivamente, membros destes *taste publics*. A adesão a um estilo musical específico é típico da adolescência e são visíveis algumas características externas de demarcação da pertença a um *taste public* de determinado estilo musical tais como o estilo do cabelo, roupa ou maneirismos. A cultura de um determinado estilo musical pode influenciar comportamentos, especialmente nos adolescentes, tendo um papel modelador de atitudes sociais e de comportamentos (Russell, 2000).

À semelhança de Mulder, Bogt, Raaijmakers e Vollebergh (2007), que procuraram perceber a expressão da preferência por certos estilos musicais nos comportamentos de risco apresentados por adolescentes holandeses entre os 12 e os 16 anos, um estudo realizado em Portugal (N=3331, média de idades de 15 anos), integrante no HBSC – *Health Behavior in School Aged Children* – e em colaboração com a Organização Mundial de Saúde, verificou que estilos musicais (como *Heavy Metal*, *Punk/Hardcore*, *Rock* e *Gothic*) e culturas juvenis mais associadas com comportamentos desafiantes de externalização apresentam, de uma

forma geral, um consumo mais elevado de substâncias (Ferreira, Matos, Pessoa & Diniz, 2008).

As preferências musicais tendem também a ser as mesmas a ser ouvidas e apreciadas pelas pessoas significativas do contexto social com as quais nos tentamos identificar, especialmente no que diz respeito aos adolescentes (Russell, 2000; Zillmann & Gan, 2000). Este facto deriva dos efeitos de processos de conformismo na determinação de preferências, mas também do papel mais importante que a música assume na adolescência como factor de identificação e coesão com a cultura grupal, onde as preferências musicais enquadram significados sociais partilhados e estados de consciência comuns que permitem a identificação dos adolescentes com os outros mas, especialmente, com os seus pares. Quando um grupo se focaliza num determinado estilo musical, os seus membros beneficiam duplamente: tornam-se membros de uma elite cultural e das consequentes gratificações emocionais dos sentimentos de pertença; distinguem-se de outros grupos e percebem-se como superiores a esse mesmo grupo, o que beneficia a auto-estima (Russell, 2000; Zillmann & Gan, 2000).

Os autores verificam que as preferências musicais são também criadas com referência ao grupo (Crozier, 2000) e à crítica grupal, e determinadas escolhas musicais feitas pelos adolescentes são motivo de embaraço para os mesmos (Maass et al, 1987, cit. por Crozier, 2000; Hornby, 1995, cit. por Crozier, 2000) tendo consideráveis implicações na identidade pessoal e social e, consequentemente, na auto-estima do sujeito (Hargreaves & North, 1999; Crozier, 2000). A música relaciona-se também com a identidade social, na medida em que proporciona uma segurança identificativa com os seus pares (Larson, 1995, cit. por Crozier, 2000).

### *A Construção da Identidade na Adolescência e a Importância do Grupo de Pares*

A adolescência é o período para o desenvolvimento da identidade (Crozier, 2000; Kemp, 2000; Cole & Cole, 2001) através do qual a consciência do eu e a dimensão metacognitiva levam a que as experiências e a cognição sejam factores fundamentais neste período para promover e facilitar o desenvolvimento da própria identidade.

Segundo Erikson (cit. por Sprinthall & Collins, 2003) o desafio primordial que prepara a construção de uma identidade adulta resulta de uma maturação a nível físico e cultural. Criam-se também novas expectativas internas e externas acerca dos jovens: características internas relacionadas com a necessidade de organizar e compreender a sua individualidade de

forma consistente sem contradições, e as externas, que têm a ver com a função social da formação da identidade em que este está exposto a pressões externas para escolher e investir em papéis familiares, profissionais e sociais. Este aspecto complexifica a tarefa do indivíduo na medida em que é necessário um desenvolvimento psicológico adequado para poder ultrapassar esta fase e o próprio processo de construção de identidade (que deve ser realista e adaptada à sociedade). A passagem bem sucedida por todo este desafio leva a um compromisso comum, um conjunto de valores e prioridades que beneficia não só o sujeito, mas também os grupos onde se encontra inserido.

Enquanto na infância as relações com os pares se baseiam na participação de actividades em conjunto, na adolescência o grupo surge por partilha de sentimentos e interesses comuns (Sprinthall & Collins 2003). Durante a adolescência dá-se uma reorganização a nível social em que ocorrem algumas mudanças fundamentais: o adolescente passa mais tempo com os seus pares que adquirem uma maior importância (Durkin, 1995; Cole & Cole, 2001; Sampaio 1993, cit. por Oliveira, 2003). A importância do grupo de pares e da pertença grupal na adolescência é inquestionavelmente suportada pela literatura (Durkin, 1995; Gouveia-Pereira, 1995; Croizer, 2000; Hargreaves e North, 2000a; Peixoto et al., 2001, Tarrant et. al, 2006) que compara o grupo a um “laboratório social” (Sheriff & Sheriff 1964, cit. por Peixoto et al. 2001; Cotterel, 1996, cit. por Peixoto et al., 2001), pois permite ao adolescente experimentar e desenvolver-se, servindo de suporte emocional, proporcionando experiências positivas e permitindo integrar-se num grupo, através do qual a socialização possibilita a aquisição de valores, competências e preferências orientadoras do comportamento (Tarrant, MacKenzie & Hewitt, 2006). A relação com os colegas contribui positivamente para o desenvolvimento do adolescente e, de forma geral, este passa mais tempo com os colegas do que com a família e adultos (Palmonari et al. 1990, cit. por Kirchler, et al. 1991; Durkin, 1995).

Segundo Palmonari et al. (1979, 1988, cit. por Gouveia-Pereira, 1995), os adolescentes elaboram processos de comparação de si próprios com os outros objectos sociais significativos existentes na sua vida e destas comparações emergem critérios que ajudam à categorização dos grupos de pares com os quais se identificam, ou não. Assim, os processos de comparação, diferenciação e identificação social são essenciais na constituição de grupos de identificação. A afinidade social com alguns pares dá início a um crescente sentimento de pertença a determinados grupos (Brown et. al, 2004, cit. por Tarrant, MacKenzie & Hewitt, 2006) e este processo é indispensável na construção da identidade social dos adolescentes. Durante a adolescência as relações entre colegas diferem bastante na qualidade das ligações

estabelecidas noutros períodos da vida, passando a ser lideradas por questões de interesses comuns, similaridade de valores e atitudes (Russell, 2000; Hargreaves e North, 2000; Zillmann & Gan, 2000; Cole & Cole, 2001; Steglich, Snijders & West, 2006). É o grupo de pares que, na sua maioria, vai definir vários aspectos da vida dos adolescentes: modo de vestir, pentear, posturas, etc.

### *Auto-Estima Individual, Auto-Estima Colectiva e Identidade Social*

Rosenberg (1979, cit. por Peixoto, 2003) define auto-estima como a atitude global que um indivíduo tem em relação a si próprio, com um sentimento subjacente de valor. É uma componente predominantemente afectiva da representação que a pessoa constrói sobre si (Harter, 1983). A auto-estima é vista, na maior parte da literatura, como tendo uma estrutura unidimensional e pode ser caracterizada como a componente avaliativa do *self*, de natureza fundamentalmente afectiva; ou seja, a auto-estima assenta em processos afectivos, nomeadamente os sentimentos positivos e negativos que a pessoa tem sobre si própria (Leary e colaboradores, 1995 cit. por Peixoto, 2003).

Num estudo realizado por Rosenberg e colaboradores (1995, cit. por Peixoto, 2003) foram utilizados dados do estudo *Youth in Transition* (Bachman, 1970 cit. por Peixoto, 2003) no sentido de mostrar que a auto-estima está associada a variáveis relacionadas com o bem-estar psicológico, como sejam a depressão, a ansiedade, a irritabilidade, a satisfação pessoal, a felicidade ou os estados negativos (com um valor médio de correlação entre estas variáveis e a auto-estima de 0.34). Finalmente, a literatura concorda com a afirmação de Gergen (1971, cit. por Brown & Mankowski, 1993) de que a auto-estima desempenha um importante papel na determinação do comportamento do sujeito que faz a auto-avaliação.

Enquanto a auto-estima individual se situa no campo interpessoal, a auto-estima colectiva é fundamentalmente relacional e deriva do contexto inter e intra grupal (Souza & Ferreira, 2005). É a identidade social que permite a formação da auto-estima colectiva, ou seja, da avaliação dos atributos e características dos grupos aos quais o indivíduo pertence e com os quais se identifica, surge um sentimento positivo ou negativo que tem influência na auto-estima individual (Tajfel & Turner, 1986, cit. por Souza & Ferreira, 2005; Souza & Ferreira, 2005). Se a identidade individual comporta aspectos respeitantes às qualidades únicas do indivíduo, valores, atributos, bem como reflecte a sua história pessoal, a identidade social

refere-se às categorias sociais em que as pessoas se incluem, aspiram pertencas ou com as quais partilham importantes valores. Para além disso, a identidade social é considerada como factor determinante nas relações intra e inter grupais (Tajfel e Turner, 1986, cit. por Crozier, 2000).

O facto de uma das motivações do comportamento ser a preservação da auto-estima levamos a considerar a importância deste facto nos comportamentos grupais, sendo que uma das teorias de maior pertinência é a Teoria da Identidade Social (Turner, Brown & Tajfel, 1979; Tajfel, 1982; North & Hargreaves, 1999; Bakagiannis & Tarrant, 2006). De acordo com esta teoria, o auto-conceito é constituído por dois aspectos fundamentais: a identidade pessoal e a identidade social. Enquanto a primeira consiste nas crenças que cada indivíduo apresenta acerca dos seus atributos e capacidades, a identidade social é definida por Tajfel (1982) como a parte do auto-conceito do indivíduo que advém da consciência de pertença grupal (a um ou mais grupos sociais) e do valor e significado emocional que associa a essa pertença. Para além disso, a literatura afirma que a identidade social surge não só da avaliação que um indivíduo faz do seu grupo, mas também da avaliação que os outros fazem dele (Turner, Brown & Tajfel, 1979; Tajfel, 1982; North & Hargreaves, 1999; Bakagiannis & Tarrant, 2006).

Ainda segundo esta teoria, para a manutenção da sua identidade social e para o estabelecimento de uma auto-estima colectiva positiva, o indivíduo tende a estabelecer comparações sociais favoráveis entre o *ingroup* e o *outgroup*: discrimina-se o *outgroup* de forma a promover o *ingroup* e, conseqüentemente, a sua própria identidade pessoal e social que daí advém (Turner, Brown & Tajfel, 1979; Crocker & Luthanen, 1990). De acordo com o paradigma dos grupos mínimos (Turner, Brown & Tajfel, 1979; Tarrant, North & Hargreaves, 2001) a mera categorização das pessoas em grupos (independentemente da sua arbitrariedade) pode ser suficiente para a promoção de discriminação intergrupai.

#### *A Pertinência das Preferências Musicais na Auto-estima, na Auto-estima colectiva e na Identidade Social dos Adolescentes*

A influência do contexto social, nomeadamente das preferências musicais dos jovens, que tanta importância tem nas suas vidas quotidianas e na sua integração positiva no meio circundante, é absolutamente pertinente no âmbito da compreensão dos mecanismos da influência social e das transformações individuais e sociais que esta provoca nos adolescentes

(Durkin, 1995; Hargreaves & North, 2000). A análise dos grupos de adolescentes que se formam à volta de um estilo musical tem aumentado consideravelmente as concepções intrigantes no que diz respeito ao fascínio dos adolescentes pela música da sua preferência (Zillmann & Gan, 2000). As preferências musicais parecem juntar os adolescentes, apesar até de diferenças pronunciadas de classe social (Zillmann & Gan, 2000).

Como já vimos anteriormente, a música desempenha um papel de crucial importância na vida dos adolescentes e, de acordo com as teorias de Hansen e Hansen (1991, cit. por Kemp, 2000), verificamos que as preferências musicais podem reflectir a personalidade de um indivíduo, podem ser determinadas pela sua realidade social ou esta direcção causal pode ter os dois sentidos. O estudo aqui apresentado tem como objectivo perceber, relativamente à auto-estima individual e colectiva, se esta tem alguma correlação com o estilo musical preferido e se é afectada de alguma forma pela identificação social ao grupo. Vários estudos revelam a pertinência desta hipótese.

De acordo com Rentfrow e Gosling (2003), tal como os indivíduos moldam o seu ambiente social e físico de modo a reforçar a sua disposição e auto-conceito, a música preferida pode ter uma função similar. Estes referem ainda que determinadas preferências musicais são, por vezes, utilizadas na regulação dos estados emocionais dos sujeitos. No estudo realizado pelos autores são encontrados laços entre a personalidade, o auto-conceito, a habilidade cognitiva e as preferências musicais.

Larson (1995, cit. por Crozier, 2000) afirma que ouvir música na adolescência, especialmente quando se está sozinho, desempenha um papel importante na tentativa de explorar e integrar um *self* privado. É importante considerar que diferentes aspectos introduzem alterações nos níveis de auto-estima de um adolescente, uma vez que este período comporta mudanças físicas, cognitivas, redefinição dos papéis sociais ou mesmo alterações introduzidas pela vida escolar (como por exemplo as transições de ciclo) e novas experiências de sucesso ou insucesso (Peixoto, 2003). Apesar da relativa estabilidade da auto-estima durante a adolescência, há indivíduos que mantêm padrões diferentes de desenvolvimento, uns com níveis de auto-estima mais ou menos constantes e outros que modificam os seus níveis mediante as suas vivências e a forma como estas influenciam os sentimentos que tem em relação a si próprio (Zimmernan, Copeland, Shope & Dielman, 1997 cit. por Peixoto, 2003).

Durante a adolescência, um bom desenvolvimento sócio-emocional é favorecido por uma dinâmica familiar que permite ao adolescente a expressão da sua individualidade (Peixoto, 2003) – inclusive na música que ouve – e pela qualidade da relação com os seus pares. Tudo isto favorece também a existência de uma auto-estima positiva (Peixoto, 2003).

Para além da auto-estima de um adolescente ser determinada por inúmeros processos interpessoais e sociais, também ela pode favorecer determinado tipo de escolhas, levando a um processo de maior conformismo ou a um aumento no esforço de integração e identificação com a maioria e com os próximos significativos (North & Hargreaves, 1999; Russell, 2000, Bakagiannis & Tarrant, 2006).

Muitas opções respeitantes ao estilo de vida são feitas com base na imagem do protótipo que uma pessoa tem (North & Hargreaves, 1999), o que muitas vezes determina as suas escolhas e preferências (North & Hargreaves, 2008a, 2008b). Esta hipótese de *self-to-prototype match* baseia-se na presunção de que os indivíduos são motivados a reforçar e proteger a sua auto-imagem e identidade social através de preferências que se aproximem às do protótipo que têm (Kihlstrom & Cantor, 1984, cit. por North & Hargreaves, 1999). Na sequência da teoria de Tajfel (1982), pode deduzir-se que a identificação social e pessoal positiva com um grupo deve favorecer níveis mais elevados de auto-estima, de forma que se espera que indivíduos com maiores níveis de identificação social com o *ingroup* musical e as suas características, estejam associados a um maior nível de auto-estima individual (Hargreaves & North, 1999). Para além disso, quanto mais os adolescentes entram em processos de aproximação ao protótipo, neste caso, às imagens que criaram das pessoas que ouvem o mesmo estilo musical que o seu, maiores níveis de auto-estima individual apresentarão.

No que diz respeito à inclusão dos adolescentes em determinados grupos, o que acontece na maioria dos casos (Peixoto et al., 2001), já se constatou que o estilo musical é um dos factores de identidade dos grupos sociais (Russell, 2000), mas qual o papel dos processos intergrupais na auto-estima dos adolescentes? Já se referiu anteriormente a importância da pertença grupal para o desenvolvimento da identidade social, bem como a função da discriminação intergrupala no sentido da manutenção e defesa da mesma. Mas o papel da auto-estima nos processos intergrupais não é claro na literatura (Abrams & Hogg, 1988, cit. por Tarrant, North & Hargreaves, 2001). Há dois pontos de vista defendidos actualmente. Numa perspectiva, o sucesso dos processos de discriminação intergrupala levam a um aumento da

auto-estima. A outra considera que uma baixa auto-estima é que motiva um aumento da discriminação intergrupar, o que confirma os trabalhos relativos ao paradigma dos grupos mínimos.

Duas investigações estudaram os processos e conseqüências de identificação social com o *ingroup* musical e os determinantes e as conseqüências dos processos de discriminação intergrupar, bem como a sua relação com a auto-estima dos adolescentes.

North e Hargreaves (1999) realizaram um estudo com 134 adolescentes com idades compreendidas entre os 13 os 14 anos que pretendia perceber o papel da teoria do *self-to-prototype match* nas preferências musicais dos adolescentes, e qual a influência deste processo na auto-estima dos mesmos que, segundo os autores e tendo em conta a teoria da identidade social (Tajfel, 1982), seria positiva no caso de uma maior identificação com o *ingroup* musical. Para além disso, queriam clarificar a questão da discriminação intergrupar e perceber se se verificava o mesmo quando a variável em causa era a preferência musical.

Os autores concluíram que quanto maior a identificação com o grupo musical que declararam preferir, maiores os níveis de auto-estima apresentados. Relativamente aos processos de discriminação de *ingroup/outgroup*, concluíram que, quanto mais os adolescentes se cotavam numa escala de apreciação do estilo de música, maiores eram os níveis de atribuições negativas ao *outgroup*. Sem esta variável tida em consideração, os resultados não eram significativos pois, embora os adolescentes favorecessem o *ingroup*, não denegriam o *outgroup* como os autores esperaram.

No seguimento deste estudo, Tarrant, North e Hargreaves (2001) continuaram a investigar as conseqüências das preferências musicais na identidade social e a aplicação da teoria da identidade social no contexto musical como preditora dos comportamentos adolescentes, especificamente de adolescentes do sexo masculino (N = 27 estudantes, do sexo masculino com idades compreendidas entre os 14 e 15 anos). Os autores colocaram as hipóteses de que os participantes demonstrariam um maior grau de preferência pelo *ingroup* do que pelo *outgroup*, classificariam o *ingroup* de forma mais positiva do que o *outgroup* através da avaliação de características e associariam o *ingroup* com música positivamente estereotipada e o *outgroup* com música negativamente estereotipada. No que concerne à auto-estima, os autores propuseram também em hipótese que a auto-estima avaliada em pré-teste estaria negativamente correlacionada com a discriminação intergrupar e que esta estaria positivamente correlacionada com a auto-estima em pós-teste

Os resultados permitiram que deste estudo se retirassem algumas conclusões significativas. Globalmente, verificou-se que a pertença grupal dos adolescentes influenciou a discriminação intergrupal dentro de um contexto musical e que essa discriminação estava relacionada com a auto-estima. Os participantes declararam gostar mais do *ingroup* do que do *outgroup* e a avaliação grupal feita através da classificação dos adjectivos apresentados revelou que favorecem o primeiro em detrimento do segundo. Para além disso, associaram os membros do *ingroup* a características mais positivas e os membros do *outgroup* a características mais negativas. Na análise dos resultados da auto-estima verificou-se que quanto mais baixa era a auto-estima avaliada em pré-teste, maiores eram as diferenças percebidas pelos participantes entre o *ingroup* e o *outgroup* relativamente às preferências musicais, ou seja, maiores as associações entre o *outgroup* e música negativamente estereotipada e maiores as associações com características negativas. Por outro lado, quanto mais alta era a auto-estima inicial, maiores se apresentaram os processos de favoritismo pelo *ingroup*.

O problema da presente investigação procura esclarecer a existência, importância e extensão da influência das preferências musicais dos adolescentes na determinação de dimensões individuais e grupais identitárias.

Sabendo, à partida, que existe uma tendência natural para a discriminação intergrupal (Tajfel, 1982) e considerando que alguns autores justificam que esse processo se apresenta como importante na manutenção das dimensões afectivas individuais (Abrams & Hogg, 1988, cit. por Tarrant, North & Hargreaves, 2001), pretende-se, à semelhança dos estudos realizados por North e Hargreaves (1999) e Tarrant, North e Hargreaves (2001), verificar se as preferências musicais também são factor de discriminação intergrupal por parte dos jovens e consequentemente como factor de manutenção da auto-estima. Partindo deste pressuposto, espera-se que adolescentes que declarem preferência por um estilo musical classifiquem o ser *ingroup* (jovens que ouvem a mesma música) de forma mais favorável do que o *outgroup* (jovens que ouvem música com que eles se identificam menos). Por outro lado, adolescentes que declarem preferência por um estilo musical deverão classificar o *outgroup* (jovens que ouvem música com que eles se identificam menos) de forma menos favorável do que o *ingroup* (jovens que ouvem a mesma música). Adicionalmente, quanto maior a identificação grupal dos adolescentes com o seu *ingroup* (jovens que ouvem a mesma música), maior deverá ser discriminação grupal feita ao *outgroup* (jovens que ouvem música com que eles se identificam menos)

Procurou-se ainda perceber a existência de uma relação entre as preferências musicais dos adolescentes, a sua identificação grupal e a sua auto-estima. De acordo com a teoria do *self-to-prototype match*, apresentada por Kihlstrom & Cantor (1984, cit. por North & Hargreaves, 1999), segundo a qual quanto maior a aproximação ao protótipo daquilo que os jovens acham que devem ser os fãs de um estilo musical, maior a sua auto-estima individual e colectiva, tentámos, à semelhança dos estudos acima referidos, verificar qual o papel da identificação com o *ingroup* de preferências musicais na auto-estima dos adolescentes. Consequentemente, quanto maior a identificação com o *ingroup* (jovens que ouvem a música), maior o nível de auto-estima individual e colectiva.

## Método

### *Participantes*

A amostra é constituída por 340 participantes de duas escolas da área metropolitana de Lisboa. Com idades compreendidas entre os 14 e os 18 anos (média=15,79), 177 são do sexo feminino e 163 do sexo masculino. Relativamente ao ano de escolaridade, os participantes são provenientes do 9º (n=99), 10º (n=61), 11º (n=75) e 12º (n=105) anos. Ainda para efeitos de caracterização da amostra, é importante a distribuição dos participantes por estilo musical preferido (*ingroup*) e preterido (*outgroup*), apresentados na Figura 1 e 2.

---

INSERIR FIGURA 1 AQUI

---

---

INSERIR FIGURA 2 AQUI

---

## *Instrumentos e Procedimento*

*Checklist de Estilos Musicais.* A categorização dos estilos musicais tem sido, até hoje, a tarefa mais complicada na estruturação sistemática das preferências musicais (Russell, 2000; Zillmann & Gan, 2000). No sentido de adequar os estilos musicais a incluir neste estudo ao contexto musical e cultural actual dos adolescentes portugueses, recorreu-se aos mesmos como fonte de informação para a recolha dos estilos musicais ouvidos actualmente. Através da análise de conteúdo efectuada num Estudo Exploratório Qualitativo (N=22, média=15,41 anos), cujos resultados globais estão disponíveis para consulta em anexo B identificaram-se 5 estilos musicais mais referidos pelos adolescentes, posteriormente usados na construção da *Checklist* (em anexo C) (Hip Hop, Rock, Reggae, Metal e Punk Rock). Este instrumento permitiu uma dupla amplitude pois permitiu a identificação de um ingroup e de um outgroup musical. Perguntou-se, da presente lista, qual era o estilo musical com que os adolescentes mais se identificavam (*ingroup*) e qual aquele com que eles menos se identificavam (*outgroup*). Possibilitou-se no entanto a escolha de outro estilo musical não referido na lista, mas os participantes que o determinaram não foram incluídos no estudo.

*Escala de Identificação Grupal.* (para consulta em anexo D) Esta é composta por quatro itens (1 a 4), aos quais se atribui a classificação “baixa” para os valores 1 e 2, e “alta” para os valores 3 e 4 (para consulta em anexo D).

*Escala de Auto-estima de Rosenberg.* A Escala de Auto-estima de Rosenberg (anexo E) (Santos e Maia, 1999), tem sido utilizada em variadas investigações e a sua utilização na população portuguesa tem vindo a apresentar elevados níveis de consistência interna. Este instrumento defende uma natureza unidimensional do conceito de auto-estima e está organizado em 10 itens, 5 de orientação positiva e 5 de orientação negativa, com respostas num formato tipo Likert (“Concordo inteiramente”, “Concordo”, “Não concordo nem discordo”, “Discordo” e “Discordo inteiramente”). Elevados valores nas respostas aos itens são associados a altos níveis de auto-estima, uma vez que a cotação é invertida nos itens de orientação negativa.

*Escala de Auto-estima Colectiva.* A Escala de Auto-Estima Colectiva (anexo F), desenvolvida por Luthanen e Crocker (1992) é composta por 16 itens, com uma cotação de tipo Likert com 7 respostas possíveis (de “Discordo totalmente” a “Concordo totalmente”) e

que se dividem em quatro subdimensões: auto-estima colectiva de afiliação ao grupo, auto-estima colectiva pública, auto-estima colectiva privada e importância que o grupo tem para a identidade do indivíduo. A primeira dimensão da escala é a que remete para a perspectiva mais individual do sujeito, enquanto as outras três são mais relevantes para a teoria da identidade social, que considera que a auto e hetero avaliação percebidas dos grupos a que o indivíduo pertence contribuem para a sua identidade social. A primeira dimensão, *auto-estima colectiva de afiliação ao grupo* refere-se ao julgamento individual que os adolescentes fazem do seu valor nos grupos a que pertencem (e.g., “Eu sou uma pessoa com valor nos grupos a que pertenço”). A segunda dimensão *auto-estima colectiva privada* reporta ao julgamento que o indivíduo faz acerca do valor da pertença aos grupos dos quais faz parte (e.g., “Eu sinto-me bem por pertencer aos grupos a que pertenço”). Relativamente à terceira dimensão, *auto-estima colectiva pública*, verifica-se que diz respeito ao julgamento que o indivíduo faz da avaliação que os outros fazem dos grupos a que pertence (e.g., “Geralmente as pessoas respeitam os grupos a que pertenço”). Os itens referentes à quarta dimensão, *importância do grupo para a identidade do indivíduo*, avaliam a importância que a pertença grupal tem para o auto-conceito do indivíduo (e.g. “Os grupos a que pertenço são um reflexo importante de quem eu sou.”).

*Escala de Atributos.* A Escala de Atributos (anexo G) aplicada neste estudo foi construída de acordo com o modelo de escala utilizada no estudo de North e Hargreaves (1999), na qual os participantes classificavam os *ingroups* e *outgroups* musicais numa escala de tipo Likert relativamente a determinadas características psicológicas e sociais. O mesmo procedimento foi utilizado por Tarrant, North e Hargreaves (2001) e Tarrant et. al (2006) referiu a utilização do mesmo método de construção de uma escala de atributos, realizando previamente um estudo exploratório qualitativo para recolha dos atributos a incluir na escala utilizada no estudo principal.

Desta forma, foi realizado um estudo exploratório com uma amostra de 22 adolescentes entre os 15 e os 18 anos (média=15,41) de uma escola de Lisboa, aos quais se perguntou: i) *Quais são as bandas que gostas de ouvir?*; ii) *Quais são os estilos musicais que conheces? Se desses um nome de um estilo musical às bandas que gostas de ouvir qual seria?*; iii) *Como é que são as pessoas que ouvem o mesmo estilo de música que tu?*; iv) *Como é que são as pessoas que ouvem música que tu não gostas?*; v) *Que estilo de música ouvem?*. A análise de conteúdo efectuada às respostas (anexo H) permitiu retirar os atributos mais referidos para caracterizar os respectivos ouvintes (do estilo musical preferido e dos referido como aqueles

com que se identificam menos). O resultado permitiu a construção de uma escala com 13 itens que incorpora aspectos relacionados com características psicológicas internas, características externas, sociais e aspectos da relação com a música. A escala está pensada para ser preenchida três vezes: uma para auto-classificação do participante que responde, para o ingroup (jovens que ouvem a mesma música que ele) e para o outgroup (jovens que não ouvem música com a qual o sujeito não se identifica). Dos 13 itens presentes na escala, 4 são de orientação claramente negativa.

Finalmente, adoptou-se uma cotação de tipo Likert com 5 pontos (“Exactamente como eu/eles”, “Como eu/eles”, “Diferente de mim/deles”, “Completamente diferente de mim/deles”), à semelhança da usada por Peixoto et. al (2001) num estudo realizado com grupos de adolescentes.

Num primeiro momento, contactaram-se as escolas no sentido de se obter autorização do Conselho Executivo para a recolha de dados relativos a este estudo. Após distribuição dos questionários pediu-se aos participantes que aceitaram a sua participação, que preenchessem cada parte do mesmo com calma e sinceridade, sem preocupações de respostas certas ou erradas. Alertou-se para a leitura cuidadosa das instruções de cada parte do questionário, para o preenchimento total do mesmo pela ordem apresentada e para o facto de, apesar do tema ser aliciante à partilha de opiniões, o instrumento ser de carácter individual.

## **Resultados**

### *Estudos comparativos dos atributos do ingroup e do outgroup*

Com o objectivo de verificar se a classificação dos atributos era diferente para cada um dos grupos (especificamente favorável ao ingroup e desfavorável ao outgroup), realizou-se um *T-student* para amostras emparelhadas para as dimensões *Ingroup* e *Outgroup* da Escala de Atributos utilizada, cujos resultados se resumem na Tabela 1. A Escala de Atributos revelou, na sua totalidade (para as três dimensões: *Self*, *Ingroup* e *Outgroup*) uma consistência interna razoável ( $\alpha = .68$ ).

---

INSERIR TABELA 1 AQUI

---

Verifica-se que, com excepção do “Gosto pela Música”, que foi retirado desta análise por não se apresentar como estatisticamente significativo em nenhum dos testes efectuados, todos os atributos apresentaram médias significativamente diferentes. A análise efectuada revela que nos atributos Extroversão, Calma, Alegria, Simpatia, Criatividade, Muitos Amigos, União do Grupo e Variedade de Estilos Musicais a média se apresenta maior no ingroup. Por outro lado, nos atributos Violência, Roupa, Problemas com a Escola e Problemas com a Polícia, a média é significativamente mais alta nas classificações do outgroup.

---

INSERIR TABELA 2 AQUI

---

A Tabela 2 apresenta a comparação das médias dos atributos tendo em conta o Ingroup e o respectivo Outgroup musical, bem como as comparações que foram consideradas estatisticamente significativas para cada um dos grupos.

De um modo geral, verifica-se uma tendência geral para as médias serem maiores para o Ingroup nos itens de carácter positivo e maiores para o Outgroup para os itens de carácter negativo. Verifica-se que, quando o Ingroup musical é Hip Hop, este se distancia em termos de médias numa forma mais clara do *Outgroup* Metal e em seguida do Punk Rock. Os atributos em que se distancia mais dos outgroups são a Violência, que classifica como sendo maior nos outros, e a Variedade de Estilos a que está aberto, apresentando uma média comparativamente maior.

Relativamente ao *Ingroup* Rock, verifica-se que em termos de médias se afasta mais, tal como o Ingroup Hip Hop, do Metal e do Punk Rock. Salienta-se as diferenças de médias relativas ao Reggae que vão contra a tendência central do Ingroup apresentar uma média superior nos itens positivos, os ouvintes de Reggae são considerados mais calmos e menos violentos que os próprios fãs de Rock.

Ao analisarem-se as cotações feitas pelo Ingroup Reggae, verifica-se que este Ingroup é o que mais se auto-distancia dos outgroups, na medida em que apresenta mais diferenças significativas de médias.

No que diz respeito ao Ingroup Metal, ao contrário do Ingroup Reggae, é o que se distancia menos dos outgroups, não havendo inclusive médias significativamente diferentes para os outgroups Rock e Punk Rock. A diferença existente é salientada sobretudo em relação ao Hip Hop. Relativamente ao Reggae, os dados vão contra a tendência geral na medida em que há médias maiores para o outgroup em atributos positivos e classificações inversas em atributos negativos. O Ingroup Metal considera-se menos calmo, mais violento, e as classificações demonstram que a diferença de médias relativamente à importância da roupa é significativa quando o outgroup é Reggae.

O Ingroup Punk Rock, à semelhança dos outros Ingroups, distancia-se sobretudo do outgroup Metal, apresentando, de forma geral, uma maior diferença de médias nos itens Criatividade e Roupa.

#### *Estudos comparativos do nível de identificação grupal com o grau de desfavorecimento do outgroup*

A Escala de Identificação Grupal utilizada foi, para uma maior clarificação dos seus resultados dicotomizada em Alta (para valores 3 e 4) e Baixa (para valores 1 e 2), e analisaram-se os resultados em dois grupos através de um procedimento de “splitt file”, de forma a que, como se pode ver pela Tabela 3, 85% dos participantes apresentaram um grau de Identificação grupal Baixo e 15% um nível Alto.

Verifica-se que os *Ingroups* que mais importância atribuem ao grupo são o Metal (19,4%) e o Reggae (17,6%), e o que menos importância atribui é o Rock.

---

INSERIR TABELA 3 AQUI

---

No sentido de testar a relação entre o grau de identificação grupal e o favorecimento ao outgroup e discriminação efectuada ao *outgroup*, foi efectuado um T-student para amostras

emparelhadas, dividindo-se os resultados através de *splitt file* por *Ingroup* musical e por valor de Identificação grupal.

---

INSERIR TABELA 4 AQUI

---

Pelos resultados obtidos optou-se por se retirar desta análise o item Extroversão, uma vez que para nenhum dos casos se obtinha uma média significativamente diferente.

Relativamente ao *Ingroup* Hip Hop, verifica-se que quando a Identidade Grupal é Baixa as médias são, na sua maioria, significativamente diferentes, sendo mais baixas para o *Ingroup* apenas para os itens Violência, Roupas e Problemas com a Escola e com a Polícia. Quando a Identidade Grupal é Baixa, deixam de se verificar diferenças nos itens Calma, Roupas, Problemas com a Escola e Polícia e Variedade de Estilos. Verifica-se um decréscimo na diferença de médias presentes para os itens de carácter negativo.

No *Ingroup* Rock as médias são significativamente diferentes quando a Identidade Grupal é Baixa, sendo mais baixas para o *Ingroup* nos mesmos itens que para o *Ingroup* Hip Hop. Para os itens de carácter negativo, não se verificam diferenças relativamente ao nível Identidade Grupal.

No *Ingroup* Reggae, quando a Identidade Grupal é Baixa, existem diferenças de médias significativas em todos os itens analisados. Contudo, quando a Identidade Grupal é Alta, essas diferenças deixam de se verificar ao nível da Roupas e de Problemas com a Polícia.

O *Ingroup* Metal apresenta uma baixa diferença de médias e apenas quando a Identidade Grupal é Baixa.

Relativamente ao *Ingroup* Punk Rock, quando a Identidade Grupal aumenta, deixam de se verificar diferenças em itens positivos (Alegria e Roupas).

### *Estudo Correlacional*

Com o objectivo de verificar a possível existência de uma relação entre a auto-estima e a identidade grupal foram realizadas correlações de *Pearson* entre a identidade grupal, a média global da auto-estima individual e as respectivas dimensões da auto-estima colectiva.

Relativamente às escalas de auto-estima utilizadas verificou-se, relativamente às suas qualidades psicométricas, a consistência interna de ambas. A Escala de Auto-estima de

Rosenberg, referente à auto-estima individual apresenta uma boa consistência interna ( $\alpha = .83$ ) (anexo O), tal como a Escala de Auto-estima Colectiva ( $\alpha = .83$ ).

Na Escala de Auto-Estima Colectiva, optou-se por analisar as quatro dimensões teóricas propostas pelos autores e apresentam-se em seguida (tabela 6) os itens que constituem cada dimensão, bem como o coeficiente alpha de cada uma delas. Os alphas para cada dimensão foram satisfatórios, tal como aquele verificado pela escala na sua totalidade

---

INSERIR TABELA 5 AQUI

---

As correlações realizadas apresentam resultados significativos apenas para quando as variáveis em causa são o grau de identificação grupal e a dimensão pública de auto-estima colectiva ( $R = -.23$ ,  $p = .00$ ). Todas as outras correlações realizadas foram não significativas (anexo O).

---

INSERIR TABELA 6 AQUI

---

## **Discussão**

Este estudo, à semelhança de North e Hargreaves (1999) e de Tarrant, North e Hargreaves (2001), tem como objectivo perceber o papel das preferências musicais nas relações intergrupais dos adolescentes, bem como a sua influência e relação com a identificação grupal e auto-estima individual e colectiva.

A primeira questão proposta por este estudo colocou-se no sentido de esclarecer se as preferências musicais seriam utilizadas pelos adolescentes como factor de discriminação intergrupar e de manutenção da auto-estima.

O enquadramento teórico apresentado permite concluir que vários autores referiram não só a importância do grupo de pares no desenvolvimento pessoal e social do adolescente (Kirchler et. al, 1991; Durkin, 1995; Gouveia-Pereira, 1995; Croizer, 2000; Hargreaves &

North, 2000; Peixoto et. al, 2001; Sampaio, 1993 cit. por Oliveira, 2003) como também no estabelecimento das suas preferências, inclusive musicais (Russell, 2000; Hargreaves & North, 2000; Zillmann & Gan, 2000; Steglich, Snijders & West, 2006). Esta importância despoleta nos adolescentes, de acordo com a Teoria da Identidade Social (Tajfel, 1982), a necessidade e a tendência de favorecer o Ingroup em detrimento do Outgroup, mesmo quando o factor de diferenciação seja o das preferências musicais (North & Hargreaves, 1999; Tarrant, North & Hargreaves, 2001), sendo que o mesmo se observou neste estudo.

Verificou-se, numa análise geral dos resultados, que o Ingroup apresentou médias significativamente mais altas nos atributos positivos, favorecendo os jovens que ouvem o seu estilo musical: nas características psicológicas internas (Extroversão, Calma, Alegria, Simpatia e Criatividade), nos comportamentos sociais e características grupais (Muitos Amigos e União do Grupo) e na sua relação com a música (Variedade de Estilos Musicais).

O mesmo se verificou para a discriminação do Outgroup, uma vez que, de facto, as médias foram significativamente mais altas para o Outgroup nos atributos de carácter negativo, ou seja, os ouvintes de uma música com a qual os participantes não se identificavam foram considerados pelos participantes como mais violentos, como dando mais importância à roupa que usam e como tendo mais problemas com a escola e com a polícia. Estes dados são, mais uma vez, consistentes com a literatura apresentada na medida em que se supunha que para além de existir um favorecimento do Ingroup deve aparecer associado um desfavorecimento do Outgroup, que promove por si só o grupo de que o indivíduo é membro (Turner, Brown & Tajfel, 1979; Crocker & Luthanen, 1990), mesmo quando se é considerado um membro de um *taste public* musical.

Estes resultados não foram, contudo, observados no estudo de North & Hargreaves (1999), embora estes o tivesse colocado em hipótese, levando a crer que podem não só haver diferenças na população de adolescentes portugueses mas também na dimensão da amostra que para este presente estudo foi consideravelmente maior.

Quando se analisam as médias do Ingroup de estilos musicais e se confrontam como cada Outgroup, verifica-se a tendência geral para que sejam significativamente maiores para o Ingroup nos itens de carácter positivo e maiores para o Outgroup nos itens de carácter negativo, confirmando os resultados gerais. Há, contudo, algumas diferenças interessantes.

Todos os Ingroups se distanciaram mais do Metal e menos do Reggae sendo curioso que o Metal foi o que apresentou menos médias significativamente diferentes dos Outgroups e o Reggae foi o que mais médias significativamente diferentes apresentou, ao nível dos atributos identitários. De uma forma geral, o grupo mais discriminado pelos outros foi o que menos favorecimentos e discriminações fez, exactamente ao contrário do grupo menos discriminado, o Reggae.

Há referências na literatura para a visão do Metal como um estilo musical associado a atributos e comportamentos negativos (Zillmann & Bathia, 1989, cit. por North & Hargreaves, 1999; Arnett, 1991, cit. por North & Hargreaves, 1999), mas não há indícios de ser o grupo que mais tolerante é com os outros estilos de música, como aqui se verifica.

Relativamente ao Reggae, não há referências na literatura, uma vez que nos estudos efectuados este estilo nunca foi um dos mais mencionados, facto que pode ser explicado por um regresso apenas recente do Reggae às tabelas de preferência.

Pelo enquadramento teórico apresentado, tentámos também verificar se o nível de identificação grupal teria influência nos processos e na quantidade de discriminação intergrupal. Segundo vários autores (Turner, Brown & Tajfel, 1979; Tajfel, 1982; North & Hargreaves, 1999; Tarrant, North & Hargreaves, 2001; Bakagiannis & Tarrant, 2006) a manutenção da identidade social leva o indivíduo a tender para comparações sociais que discriminem o Outgroup.

Nos resultados obtidos verificou-se que, de uma forma geral, nos grupos com forte nível identitário, o nível de discriminações diminui, ou seja, a diferença de médias nos itens de carácter negativo, na maioria dos casos, deixa de se verificar. Isto acontece também relativamente ao nível de favorecimentos ao Ingroup. Apesar dos resultados não irem de encontro ao exposto previamente, supõe-se que quando os participantes apresentam uma Identidade Grupal mais forte não têm tanta necessidade de efectuar discriminações ao outgroup como forma de manutenção e protecção da sua identidade social e pessoal.

Ainda, relativamente aos níveis de identificação grupal apresentados pelos participantes deste estudo, foram, para 85%, baixos, ou seja, verificou-se um baixo nível de identificação grupal relativamente ao estilo musical, sendo que os que mais importância atribuíram ao facto de pertencerem ao grupo de adolescentes que ouve um determinado estilo foram o Metal e o Reggae, em oposição ao Rock que apresentou o menor nível de identificação grupal.

Na segunda questão colocada pretendia-se perceber se existe uma relação entre as preferências musicais dos adolescentes, a sua identificação grupal e a sua auto-estima (individual e colectiva).

De acordo com a hipótese do “self-to-prototype match” (Kihlstrom & Cantor, 1984, cit. por North & Hargreaves, 1999) os indivíduos tendem a proteger a sua identidade social com a aproximação das suas preferências ao protótipo auto-construído e, segundo a teoria da identidade social, uma identificação pessoal e social positiva deverá favorecer níveis mais elevados de auto-estima. O mesmo se pressupunha acontecer com maiores níveis de identificação grupal ao Ingroup musical.

Ao contrário dos resultados obtidos nos estudos anteriores (North & Hargreaves, 1999; Tarrant, North & Hargreaves, 2001), que encontraram níveis de auto-estima mais elevados relacionados com a aproximação ao protótipo de Ingroup musical, o mesmo não aconteceu neste estudo.

Este resultado não se verificou neste estudo talvez por se ter utilizado um paradigma diferente, ou seja, em vez do “self-to-prototype match” verificaram-se os níveis de consistência da identidade do grupo de pertença, que não se apresentaram consistentes com os resultados das pesquisas mencionadas.

A realização de correlações entre o nível de Identificação Grupal e as médias globais de auto-estima individual e colectiva apresentados não se apresentaram estatisticamente significativos. Verificou-se contudo a existência de uma correlação negativa entre a identificação grupal e a dimensão pública da auto-estima colectiva, que concerne ao julgamento que o indivíduo faz da avaliação que os outros fazem dos grupos a que pertence.

Não parece existir explicação directa na literatura para esta correlação. No entanto, pode-se supor que quanto maior o nível de identificação grupal, menor importância terá a avaliação que os outros fazem ao grupo a que os participantes pertencem.

## Referências Bibliográficas

Bakagiannis, S. & Tarrant, M. (2006). Can music bring people together? Effects of shared musical preference on intergroup bias in adolescence. *Scandinavian Journal of Psychology*, 47, pp. 129-136.

Brown, J. D., & Mankowski, T. A. (1993). Self-esteem, mood, and self-evaluation: changes in mood and the way you see you. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(3), 421-430.

Cole, M. & Cole, S. (2001). *The Development of Children* (4<sup>th</sup> Ed.). New York: Worth Publishers.

Crocker, J. & Luthanen (1990). Collective Self-Esteem and Ingroup Bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58 (1), pp. 60-67.

Croizer, W. R. (2000). Music and social influence. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 67-82). Oxford: Oxford University Press.

Durkin, K. (1995). *Developmental Social Psychology – From Infancy to Old Age*. Great Britain: Blackwell Publishers Ltd.

Ferreira, M, Matos, M.G., Pessoa, M. & Diniz, J.A. (2008). Preferências Musicais e Culturas Juvenis e o Consumo de Substâncias nos Adolescentes. In M.G Matos, *Consumo de Substâncias: Estilo de vida? À procura de um estilo?* (pp. 233-256). Lisboa: Instituto da Droga e da Toxicodependência.

Gouveia-Pereira, M. (1995). *A percepção do papel do grupo de pares nas tarefas de desenvolvimento em adolescentes e pais*. Dissertação de Mestrado, não publicada. Lisboa: ISPA.

Hargreaves, D. J. & North, A. C. (2000). The social psychology of music. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 1-21). Oxford: Oxford University Press.

Harter, S. (1983). Developmental Perspectives on the Self-Esteem. In E.M. Hetherington (Series Ed.) & P. Mussen (Vol. Ed.), *Handbook of Social Psychology: vol. 4. Socialization, Personality, and Social Development* (4<sup>a</sup> ed., pp. 275-385). New York: John Wiley & Sons.

Ivaldi, A. & O'Neill, S.A. (2008). Adolescents' musical role models: whom they admire and why?. *Psychology of Music*, 36 (4), pp. 395-415.

Kemp, A. E. (2000). Individual differences in musical behaviour. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 25-44). Oxford: Oxford University Press.

Kirchler, E., Pombeni, L. & Palmonari, A. (1991). Sweet sixteen...Adolescent's problems and the peer group as source of support. *European Journal of Psychology of Education*, 6, pp. 93-410.

Martino et al. (2006). Exposure to degrading versus nondegrading music lyrics and sexual behavior among youth. *Pediatrics*, 118 (2), pp. 430-441.

Mulder, J., Bogt, T. Raaijmakers, Q & Vollebergh, W. (2007). Music taste groups and problem behavior. *Journal of Youth and Adolescence*, 36, pp. 313-324.

North, A.C. & Hargreaves, D. J. (2000). Experimental aesthetics and everyday music listening. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 67-83). Oxford: Oxford University Press.

North, A.C. & Hargreaves, D. J. (1999). Music and Adolescent Identity. *Music Education Research*, 1 (1), pp. 75-92.

North, A. C., Hargreaves, D. J. & O'Neill, S. A. (2000). The importance of music to adolescents. *British Journal of Educational Psychology*, 70, pp. 255-272.

North, A. C., Hargreaves, D.J. (2008a). Lifestyle correlates of musical preference: 1. relationships, living arrangements, beliefs, and crime. *Psychology of Music*, 35(1), pp. 58-87.

North, A. C., Hargreaves, D.J. (2008b). Lifestyle correlates of musical preference: 1. Media, leisure, time, and music. *Psychology of Music*, 35(2), pp. 179-200.

Oliveira, A. (2003). *Ilusões: a melodia e o sentido da vida na idade das emoções – representações sociais da morte, do suicídio e da música na adolescência*. Tese de Doutoramento apresentada no Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa.

Peixoto, F. (2003). *Auto-Estima, Autoconceito e Dinâmicas Relacionais em Contexto Escolar: estudo das relações entre auto-estima, autoconceito, rendimento académico e dinâmicas relacionais com a família e com os pares em alunos do 7º, 9º e 11º anos de escolaridade*. Tese de doutoramento apresentada no Instituto de Educação e Psicologia da Universidade do Minho, Braga.

Peixoto, F., Martins, M. A., Pereira, M., Amaral, V. & Pedro, I. (2001). Os grupos de adolescentes na escola: percepções intra e intergrupais. *Psicologia: Teoria, Investigação e Prática*, 6 (1), pp.79-93.

Peixoto, F., & Almeida, L. S. (1999). Escala de Auto-conceito e Auto-estima. In A. P. Soares, S. Araújo & S. Caíres (Eds.), *Avaliação psicológica: formas e contextos* (Vol. VI, pp. 632-640). Braga: APPORT.

Rentfrow, P. J., & Gosling, S.D. (2003). The do re mi's of everyday life: the structure of personality correlates of music preferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(6), 1236-1256.

Roberts, K., Dimsdale, J., East, P. & Friedman, L. (1998). Adolescent Emotional Response to Music and its relationship to risk-taking behavior. *Jornal of Adolescent Health*, 23, pp 49-54.

Russel, P. A. (2000). Musical tastes and society. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 141-158). Oxford: Oxford University Press.

Santos, P. J., & Maia, J. (1999). Adaptação e análise factorial confirmatória da Rosenberg Self-Esteem Scale com uma amostra de adolescentes: Resultados preliminares. In A. P. Soares, S. Araújo & S. Caíres (Eds.), *Avaliação psicológica: formas e contextos* (Vol. IV, pp. 101-113). Braga: APPORT.

Sprinthall, N. A., & Collins, W. A. (2003). A identidade e o eu na adolescência. In N. A. Sprinthall & W. A. Collins, *Psicologia do adolescente. Uma abordagem desenvolvimentista* (Cap.5). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Souza, D. B. & Ferreira, M. C. (2005). Personal and collective self-esteem in mothers and non-mothers. *Psicologia em estudo*, 10 (1), pp. 19-25.

Steglich, C., Snijders, T. & West, P. (2006). Applying SIENA – An illustrative analysis of the coevolution of adolescent's friendship networks, taste in music, and alcohol consumption. *Methodology*, 2 (1), pp. 48-56.

Tajfel, H. (1982). *Social Identity and intergroup relations*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tarrant, M., North, A. C., & Hargreaves, D. J. (2001). Social Categorization, self-esteem, and the estimated musical preferences of male adolescents. *The Journal of Social Psychology*, 141(5), 565-581.

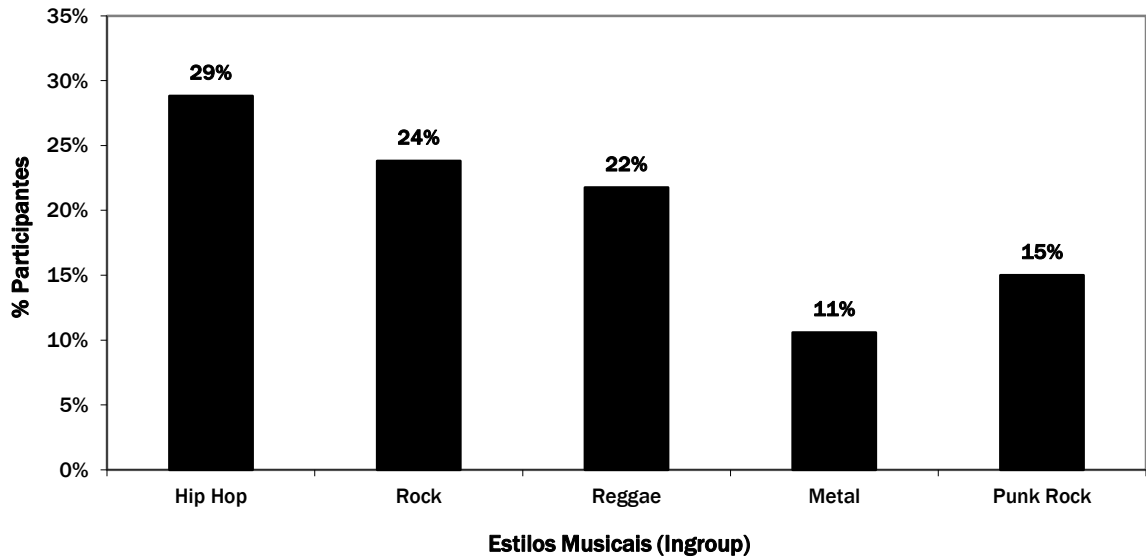
Tarrant, M., MacKenzie, L. & Hewitt, L. A. (2006). Friendship group Identification, multidimensional self-concept, and experience of development tasks in adolescence. *Journal of Adolescence*, 29, pp. 627-640.

Turner, J. C., Brown, R. J. & Tajfel, H. (1979). Social comparison and group interest in ingroup favouritism. *European Journal of Social Psychology*, 9, pp. 187-204.

Zilmann, D., & Gan, S. (2000). Musical taste in adolescence. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 161-186). Oxford: Oxford University Press.

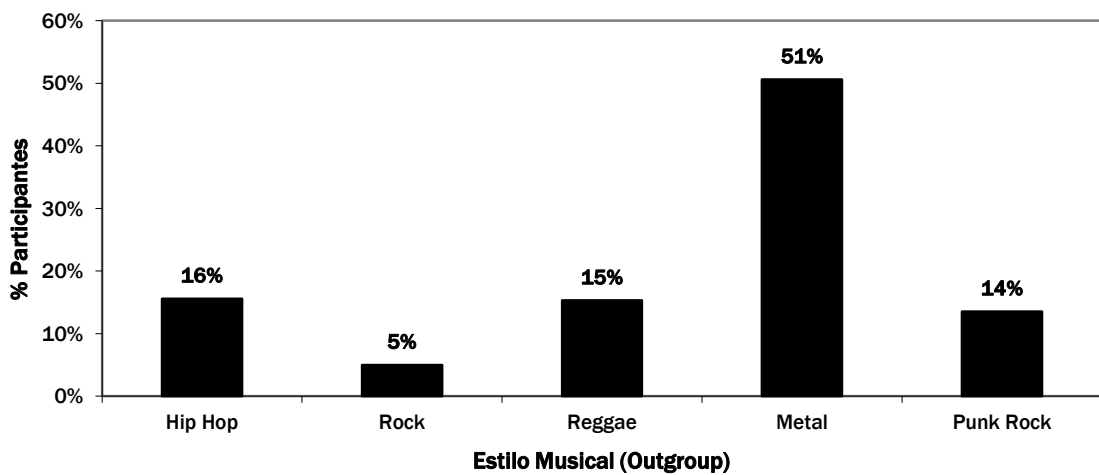
*Figura 1*

*Distribuição percentual das preferências por Estilos Musicais (Ingroup)*



*Figura 2*

*Distribuição percentual dos Estilos Musicais com que os participantes menos se identificaram*



*Tabela 1*  
*Comparação de médias e T-student para amostras emparelhadas*

Atributos	Grupo	Média	Desvio Padrão	t	gl	p
Extroversão	Ingroup	3,19	,613	8,456	339	,000
	Outgroup	2,66	,962			
Calma	Ingroup	2,62	,687	8,575	339	,000
	Outgroup	2,07	,943			
Alegria	Ingroup	3,31	,593	13,878	339	,000
	Outgroup	2,55	,838			
Simpatia	Ingroup	3,28	,562	14,798	339	,000
	Outgroup	2,53	,825			
Criatividade	Ingroup	3,10	,693	8,498	339	,000
	Outgroup	2,60	,862			
Violência	Ingroup	1,78	,733	-12,331	339	,000
	Outgroup	2,56	,989			
Roupa	Ingroup	2,50	,930	-13,379	339	,000
	Outgroup	3,35	,875			
Muitos Amigos	Ingroup	3,27	,584	12,630	339	,000
	Outgroup	2,65	,790			
Problemas com a Escola	Ingroup	2,09	,800	-9,329	339	,000
	Outgroup	2,60	,872			
Problemas com a Polícia	Ingroup	1,71	,799	-11,914	339	,000
	Outgroup	2,39	,926			
União Grupo	Ingroup	3,22	,657	7,140	339	,000
	Outgroup	2,83	,821			
Variedade de Estilos Musicais	Ingroup	3,16	,764	14,679	339	,000
	Outgroup	2,22	,970			

Tabela 2

Relação entre médias do Ingroup musical e do Outgroup musical

EmIn/EmOut	Extroversão	Calma	Alegria	Simpatia	Criatividade	Violência	Roupa	Muitos Amigos	Probl. Escola	Probl. Polícia	União Grupo	Varied. Estilos
Hip Hop/Rock	3,14/2,43	2,57/1,86	3,29/2,29	3,14/2,29	3,29/2,29	<b>1,71/2,86*</b>	3,00/3,14	3,14/3,14	2,59/2,57	2,14/2,43	3,43/3,14	3,00/2,86
Hip Hop/Reggae	3,20/2,40	2,40/2,90	3,20/2,70	3,30/2,70	3,00/2,30	1,80/1,80	2,80/2,40	3,00/2,70	2,40/2,10	1,90/2,10	3,40/2,70	<b>3,40/2,50*</b>
Hip Hop/Metal	<b>3,23/2,59***</b>	<b>2,54/1,90***</b>	<b>3,36/2,51***</b>	<b>3,25/2,56***</b>	<b>3,23/2,69***</b>	<b>1,84/2,64***</b>	<b>2,64/3,43***</b>	<b>3,21/2,39***</b>	<b>2,31/2,69**</b>	<b>1,87/2,49***</b>	<b>3,26/2,75**</b>	<b>2,98/2,11***</b>
Hip Hop/Punk Rock	<b>3,30/2,50**</b>	<b>2,80/1,75***</b>	<b>3,40/2,25***</b>	<b>3,20/2,30***</b>	<b>3,10/2,55*</b>	<b>2,25/2,85*</b>	<b>2,85/3,65***</b>	<b>3,35/2,60**</b>	2,25/2,55	2,10/2,35	<b>3,25/2,70*</b>	<b>3,10/2,10***</b>
Rock/Hip Hop	3,35/3,00	2,41/2,24	<b>3,41/2,88*</b>	<b>3,29/2,47*</b>	3,18/3,06	1,82/2,29	<b>2,24/3,24**</b>	3,12/2,94	1,88/2,47	1,53/2,18	3,18/2,71	2,94/2,59
Rock/Reggae	3,11/2,83	2,22/3,22**	3,11/3,33	3,22/3,11	2,83/2,89	<b>1,94/1,44*</b>	2,61/3,06	3,39/3,22	1,94/1,83	1,67/1,72	3,17/3,16	<b>3,17/2,72*</b>
Rock/Metal	<b>3,03/2,57*</b>	<b>2,66/1,86***</b>	<b>3,26/2,09***</b>	<b>3,34/2,29***</b>	<b>3,00/2,51*</b>	<b>1,57/2,74***</b>	<b>2,34/3,66***</b>	<b>3,14/2,51***</b>	<b>1,77/2,71***</b>	<b>1,54/2,57***</b>	3,09/2,89	<b>3,37/2,11***</b>
Rock/Punk Rock	3,09/2,73	2,36/2,09	<b>3,36/2,64**</b>	<b>3,27/2,55**</b>	3,00/2,64	2,18/2,82	<b>2,55/3,45*</b>	<b>3,18/2,64**</b>	2,18/2,55	<b>1,73/2,55*</b>	3,27/3,18	<b>3,00/2,36*</b>
Reggae/Hip Hop	3,45/3,09	<b>3,09/2,09*</b>	<b>3,64/3,00*</b>	<b>3,55/2,64**</b>	3,18/3,18	<b>1,64/3,00**</b>	2,73/3,18	<b>3,45/2,91*</b>	<b>1,73/2,64*</b>	<b>1,91/2,64*</b>	3,64/3,18	3,18/2,36
Reggae/Rock	3,17/2,67	<b>2,83/1,83*</b>	3,17/2,83	<b>3,33/2,50*</b>	3,00/2,33	2,17/3,00	2,33/3,33	<b>3,50/2,67*</b>	2,33/2,83	2,50/2,83	3,17/3,00	<b>3,33/1,33**</b>
Reggae/Metal	<b>3,15/2,37***</b>	<b>2,47/1,87***</b>	<b>3,33/2,24***</b>	<b>3,35/2,41***</b>	<b>3,15/2,46***</b>	<b>1,50/2,85***</b>	<b>2,17/3,24***</b>	<b>3,35/2,35***</b>	<b>1,78/2,52***</b>	<b>1,48/2,39***</b>	<b>3,20/2,48***</b>	<b>3,26/2,07***</b>
Reggae/Punk Rock	3,09/2,73	<b>3,00/1,64**</b>	<b>3,18/1,73**</b>	<b>3,36/1,73***</b>	<b>2,82/1,73**</b>	<b>1,82/3,18*</b>	2,36/3,36	<b>3,36/2,18**</b>	<b>2,45/3,18*</b>	<b>1,91/3,00**</b>	3,55/3,00	<b>3,36/2,00***</b>
Metal/Hip Hop	3,21/3,11	2,37/2,16	3,21/2,79	<b>3,05/2,42**</b>	3,11/2,63	<b>2,11/2,68*</b>	3,21/3,26	3,37/3,21	2,37/2,95	<b>1,84/2,63**</b>	<b>3,47/2,74*</b>	<b>3,00/2,16*</b>
Metal/Rock	3,50/3,50a)	3,00/2,00	3,00/3,00a)	3,00/3,00a)	2,50/2,50a)	1,50/2,50a)	2,50/3,00	4,00/3,00a)	2,50/3,00	1,00/2,50	3,00/2,50	3,00/2,00
Metal/Reggae	2,91/2,91	2,55/3,09	<b>2,91/3,27*</b>	2,91/3,00	3,00/2,91	<b>2,00/1,64*</b>	<b>2,00/3,09*</b>	3,00/3,18	2,09/2,18	1,55/1,73	2,64/3,09	2,91/2,36
Metal/Punk Rock	2,50/2,75	2,25/1,75	2,50/2,00	2,50/2,00	2,25/3,00	2,00/3,25	2,75/3,50	3,00/2,25	2,50/2,75	2,25/3,00	2,75/2,50	2,50/2,25
Punk Rock/Hip Hop	3,33/3,33a)	2,83/2,17	3,33/3,33	<b>3,50/2,50*</b>	<b>3,50/2,17*</b>	1,50/2,33	<b>2,5/3,5*</b>	3,17/2,83	2,00/3,00	1,50/2,50	2,83/2,67	<b>3,67/2,00*</b>
Punk Rock/Rock	4,00/3,50a)	3,00/1,50	4,00/3,00a)	3,50/3,00	3,50/3,50a)	1,00/3,00a)	2,50/4,00	3,50/3,50a)	2,00/3,00	1,00/2,50	3,00/3,00a)	4,00/3,00a)
Punk Rock/Reggae	3,23/2,85	2,85/3,00	3,54/3,31	3,77/3,15	<b>3,46/2,69*</b>	1,85/1,69	<b>2,62/3,46*</b>	3,46/3,23	2,31/2,46	1,77/1,85	3,38/3,38	3,08/2,38
Punk Rock/Metal	<b>3,23/2,43**</b>	<b>2,70/1,63***</b>	<b>3,47/2,33***</b>	<b>3,30/2,63**</b>	<b>3,03/2,47***</b>	<b>1,53/2,57***</b>	<b>2,20/3,47***</b>	<b>3,37/2,33***</b>	<b>2,07/2,70***</b>	<b>1,30/2,37***</b>	3,13/2,87	<b>3,37/2,23***</b>

\*p&lt;.05; \*\*p&lt;.01; \*\*\*p&lt;.001

Tabela 3

Frequência Percentual do nível de Identificação grupal para cada Ingroup Musical

			Identidade grupal		Total
			Baixa	Alta	
Estilo Musical Ingroup	Hip Hop	F	84	14	98
		% Estilo Musical Ingroup	85,7%	14,3%	100,0%
		% Identidade grupal	29,1%	27,5%	28,8%
	Rock	F	72	9	81
		% Estilo Musical Ingroup	88,9%	11,1%	100,0%
		% Identidade grupal	24,9%	17,6%	23,8%
	Reggae	F	61	13	74
		% Estilo Musical Ingroup	82,4%	17,6%	100,0%
		% Identidade grupal	21,1%	25,5%	21,8%
	Metal	F	29	7	36
		% Estilo Musical Ingroup	80,6%	19,4%	100,0%
		% Identidade grupal	10,0%	13,7%	10,6%
Punk Rock	F	43	8	51	
	% Estilo Musical Ingroup	84,3%	15,7%	100,0%	
	% Identidade grupal	14,9%	15,7%	15,0%	
Total	F	289	51	340	
	% Estilo Musical Ingroup	85,0%	15,0%	100,0%	
	% Identidade grupal	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 4

Relação entre médias do Ingroup musical e o nível de identificação grupal.

Atributos	Hip Hop		Rock		Reggae		Metal		Punk Rock	
	Idgrup Baixa	Idgrup Alta	Idgrup Baixa	Idgrup Alta	Idgrup Baixa	Idgrup Alta	Idgrup Baixa	Idgrup Alta	Idgrup Baixa	Idgrup Alta
Calma	<b>2,63/194***</b>	2,29/2,14	2,42/2,31	<b>2,89/2,00**</b>	<b>2,82/1,92***</b>	<b>2,92/1,62**</b>	2,45/2,34	2,43/2,57	<b>2,67/2,07**</b>	<b>3,25/1,88**</b>
Alegria	<b>3,33/2,50***</b>	<b>3,43/2,21**</b>	<b>3,25/2,65***</b>	<b>3,44/2,22*</b>	<b>3,33/2,39***</b>	<b>3,38/2,00***</b>	2,93/2,83	3,43/3,00	<b>3,47/2,72***</b>	3,63/2,75
Simpatia	<b>3,25/2,54***</b>	<b>3,14/2,29*</b>	<b>3,29/2,54***</b>	<b>3,33/2,56*</b>	<b>3,33/2,36***</b>	<b>3,62/2,31***</b>	<b>2,90/2,52*</b>	3,14/2,86	<b>3,44/2,84***</b>	<b>3,50/2,38*</b>
Criatividade	<b>3,19/2,65***</b>	<b>3,14/2,21**</b>	<b>2,97/2,71*</b>	3,22/2,89	<b>3,00/2,41***</b>	<b>3,54/2,62**</b>	2,90/2,59	3,14/3,43	<b>3,19/2,56***</b>	<b>3,38/2,38*</b>
Violência	<b>1,89/2,62***</b>	<b>2,00/2,57*</b>	<b>1,83/2,38***</b>	<b>1,44/2,33*</b>	<b>1,59/2,89***</b>	<b>1,77/3,15**</b>	2,10/2,41	1,71/2,43	<b>1,63/2,26***</b>	<b>1,38/2,75*</b>
Roupa	<b>2,69/3,36***</b>	2,93/3,29	<b>2,46/3,42***</b>	<b>2,00/3,33*</b>	<b>2,21/3,30***</b>	2,69/3,08	<b>2,55/3,17**</b>	3,57/3,43	<b>2,37/3,49***</b>	<b>2,25/3,30**</b>
Muitos Amigos	<b>3,23/2,54***</b>	<b>3,14/2,50**</b>	<b>3,19/2,82**</b>	<b>3,22/2,44*</b>	<b>3,38/2,39***</b>	<b>3,38/2,62*</b>	3,24/3,07	3,29/3,14	<b>3,40/2,74***</b>	3,25/2,25
Problemas com a Escola	<b>2,20/2,60***</b>	2,93/2,57	<b>1,92/2,46***</b>	<b>1,67/2,33*</b>	<b>1,85/2,56***</b>	<b>2,23/3,15*</b>	2,38/2,69	2,00/2,79	<b>2,14/2,65***</b>	<b>2,00/2,88*</b>
Problemas com a Polícia	<b>1,88/2,45***</b>	2,29/2,21	<b>1,63/2,29***</b>	<b>1,33/2,33**</b>	<b>1,61/2,49***</b>	2,08/2,85	<b>1,83/2,45**</b>	1,43/2,14	<b>1,42/2,21***</b>	<b>1,50/2,50*</b>
União Grupo	<b>3,27/2,77***</b>	<b>3,36/2,71*</b>	3,15/2,94	3,11/2,78	<b>3,31/2,74***</b>	<b>3,31/2,54*</b>	2,93/2,72	3,86/3,18	3,19/3,07	3,00/2,50
Variedade de Estilos	<b>3,08/2,20***</b>	2,86/2,21	<b>3,17/2,43***</b>	<b>3,33/2,00***</b>	<b>3,28/2,11***</b>	<b>3,23/1,69***</b>	<b>2,86/2,21*</b>	3,14/2,29	<b>3,33/2,33***</b>	<b>3,50/2,00**</b>

\*p<.05; \*\*p<.01; \*\*\*p<.001

Tabela 5

Dimensões e respectivos Alphas da Escala de Auto-estima Colectiva

Dimensões AEC	$\alpha$
<b>Afiliação</b>	0,70
<b>Privada</b>	0,71
<b>Pública</b>	0,69
<b>Identidade</b>	0,62

Tabela 6

Correlação entre Identificação Grupal e dimensões da Auto-estima Colectiva.

Dimensões AEC	Identidade Grupal
AEI_Global	-0,079
Aec_afiliação	-0,051
Aec_privada	-0,048
Aec_pública	<b>-0,229***</b>
Aec_identidade	-0,001

\*p<.05; \*\*p<.01; \*\*\*p<.001

## II – ANEXOS

## ANEXO A

### Revisão de Literatura

## Adolescência

O reconhecimento da adolescência como período de desenvolvimento humano é relativamente recente. Stanley Hall foi pioneiro neste aspecto, uma vez que até finais do séc. XIX a maior parte das crianças e dos adolescentes exercia as mesmas tarefas que os adultos, ou seja, eram vistos como adultos em ponto pequeno (Sprinthall & Collins, 2003).

Os limites de início da adolescência têm variado ao longo dos tempos consoante definições jurídicas e biológicas (Neuenschwander, 2002). Na cultura ocidental o seu início é determinado por um critério biológico, o do aparecimento da menstruação/puberdade (Neuenschwander, 2002).

É consensual na literatura que a adolescência é uma etapa de transição entre a infância e a idade adulta na qual ocorrem transformações biológicas, fisiológicas e psicológicas que alteram a qualidade dos processos cognitivos e emocionais, através dos quais se adquirem as competências necessárias para a entrada na idade adulta (Cole & Cole, 2001; Neuenschwander, 2002; Sprinthall & Collins, 2003).

Com a puberdade desenvolve-se o processo biológico que transforma uma criança no seu estado de imaturidade física, num adolescente biologicamente maduro e capaz do acto sexual e reprodutivo. Os corpos adquirem as formas e os tamanhos de um adulto, aparecendo a primeira ejaculação e menstruação, que naturalmente vem trazer impacto na construção de uma nova percepção do eu (Cole & Cole, 2001).

Existem diferentes autores que enfatizam perspectivas distintas em relação à adolescência, umas incidindo mais na maturação, como a visão freudiana, e outras como a de Bandura, que dão mais relevo à aprendizagem social (Sprinthall & Collins, 2003).

Relativamente ao desenvolvimento cognitivo, Piaget coloca os adolescentes no estágio das operações formais (Cole & Cole, 2001). Desenvolve-se a capacidade de raciocínio hipotético, a metacognição e o planeamento das acções que permite aos adolescentes perspectivarem-se no futuro com expectativas e sonhos, bem como a capacidade de pensar além dos limites convencionais. Há outros factores que, de acordo com diferentes autores,

influenciam a mudança cognitiva deste período: o aumento da capacidade da memória de trabalho, o tratamento diferente da informação processada ou a cultura e meio em que o adolescente se insere.

### *A construção da Identidade na Adolescência*

A adolescência é também o período propício para o desenvolvimento da identidade (Crozier, 2000; Kemp, 2000; Cole & Cole, 2001). A consciência do eu e a dimensão metacognitiva, levam a que as experiências e a cognição sejam factores fundamentais neste período para promover e facilitar o desenvolvimento da própria identidade. Toda esta nova informação leva a um turbilhão de emoções que tornam a adolescência inevitavelmente um momento de conflito.

Mas do conflito sócio-cognitivo, que surge como motor de fases de desenvolvimento, a afirmar que a adolescência é, obrigatoriamente, uma fase problemática vai um grande passo. Vários estudos sugerem que a maior parte dos adolescentes passam por esta fase de forma natural e sem problemas. Segundo Peterson (1988, cit. por Kirchler et al., 1991), 57% dos adolescentes têm um desenvolvimento positivo, 32% passam por conflitos situacionais e cerca de 11% revelam sérias dificuldades crónicas. Offer (1983, cit. por Kirchler et al., 1991) sugere que 90% dos adolescentes se sentem felizes com a sua vida e cerca de 70% encaram as suas mudanças corporais de forma positiva, não revelando sérios problemas com a família e amigos. Gillies, McCarthy e Holland (2001, cit. por Emler, 2001), ao entrevistar adolescentes e os seus pais, constataram que a sua relação não era cheia de discussões e dificuldades.

Segundo Erikson (cit. por Sprinthall & Collins, 2003) o desafio primordial que prepara a construção de uma identidade adulta resulta de uma maturação a nível físico e cultural. Criam-se também novas expectativas internas e externas acerca dos jovens: características internas relacionadas com a necessidade do jovem de organizar e compreender a sua individualidade de forma consistente sem contradições, e as externas, que têm a ver com a função social da formação da identidade em que este está exposto a pressões externas para escolher e investir em papéis familiares, profissionais e sociais. Este aspecto complexifica a tarefa do indivíduo na medida em que tem de possuir um desenvolvimento psicológico adequado para poder ultrapassar esta fase, assim como o facto da construção de identidade ser

realista e adaptada à sociedade, em constante evolução. Ainda assim, a sociedade permite um período de moratória para que lide com os seus problemas, um período de permissividade selectiva para investimentos adultos que se governa a partir de instrumentos e estruturas sociais que facilitam ou inibem a experimentação de papéis – moratórias institucionalizadas. Na sociedade ocidental, este processo é cada vez maior, sendo a entrada na vida adulta prolongada devido à necessidade de aprendizagem mais especializada para a sobrevivência no mundo tecnológico e de retardar a entrada na vida profissional e no mundo adulto (Costa, 1991).

A passagem bem sucedida por todo este desafio leva a um compromisso comum, um conjunto de valores e prioridades que beneficia não só o sujeito, mas também os grupos onde se encontra inserido. Por outro lado, o fracasso neste processo leva à construção de uma identidade difusa. Segundo Erikson (cit. por Costa, 1991), uma confusão de identidade, sendo sinónimo de incapacidade do indivíduo para mobilizar a sua energia interior e a sociedade para a construção da sua identidade, pode estar relacionada com difusão de perspectiva temporal, a nível da auto-consciência, sentimento de incompetência relativamente à realização de tarefas ou confusão sexual.

Segundo Márcia (cit. por Sprinthall & Collins, 2003) a realização da identidade refere-se a uma consciência clara do eu, que incorpora em si aspectos da infância e também do presente e do futuro, que permite explorar activamente diversas possibilidades comprometendo-se com alguns valores centrais. Pelo contrário, um processo de difusão de identidade não permite este tipo de exploração, o que é claramente diferente da insolvência identitária em que existe um comprometimento com os valores dos outros sem uma verdadeira actividade exploratória (ex. adoptar valores dos pais). A Moratória é descrita como um esforço contínuo para explorar e separar as diversas possibilidades sendo a fase que mais caracteriza a adolescência (Sprinthall & Collins, 2003)

A formação de identidade permite ainda a capacidade mútua de abertura e partilha nas relações com o outro. As relações de amizade e exploração sexual podem aparecer aqui relacionadas. A capacidade para perceber e agir de acordo com as próprias ideias e sentimentos torna-se um aspecto fundamental para a maturidade psicológica. É necessário criar condições de exploração de alternativas e de tomada de decisões necessárias ao desenvolvimento da identidade do jovem, estimulando a sua curiosidade (Costa, 1991).

A formação da identidade pode ocorrer de diversas formas para ambos os sexos, ou mesmo para adolescentes de minorias étnicas. O indivíduo ao longo da sua vida confronta-se com múltiplas decisões que funcionam como catalisadores de auto-conhecimento e do desenvolvimento da identidade.

### *Grupo de Pares*

Segundo Kirchler et al. (1991) entende-se por grupo de pares um pequeno grupo de pessoas de idades aproximadas, com uma relação de amizade e que partilham as mesmas actividades. Este grupo tem normas e regras que ditam as expectativas positivas e negativas relativas a comportamentos, critérios que devem ser respeitados ao estabelecer e evitar contacto com outros grupos.

De acordo com Kohlberg e os seus estudos acerca da moralidade (Cole & Cole, 2001), na altura da adolescência os sujeitos iniciam a sua passagem para o quarto estágio do desenvolvimento moral, no qual o indivíduo começa a perspectivar a importância do grupo social para avaliar as suas acções e comportamentos. Enquanto na infância as relações com os pares se baseiam na participação de actividades em conjunto, na adolescência o grupo surge por partilha de sentimentos e interesses comuns (Sprinthall & Collins 2003). Durante a adolescência dá-se uma reorganização a nível social em que ocorrem algumas mudanças fundamentais: o adolescente passa mais tempo com os seus pares que adquirem uma maior importância (Durkin, 1995; Cole & Cole, 2001; Sampaio 1993, cit. por Oliveira, 2003). Vive mais intensamente a aceitação e rejeição social e a importância do sexo oposto sobe na lista de prioridades: atracção física e padrões de comportamento (amizade, sociabilidade e competências) são normas implícitas da aceitação do grupo.

A importância do grupo de pares e da pertença grupal na adolescência é inquestionável pela literatura (Durkin, 1995; Gouveia-Pereira, 1995; Croizer, 2000; Hargreaves e North, 2000a; Peixoto et al., 2001, Tarrant et. al, 2006). De uma forma geral, o grupo de pares funciona como “laboratório social” (Sheriff & Sheriff 1964, cit. por Peixoto et al. 2001; Cotterel, 1996, cit. por Peixoto et al., 2001), na medida em que permite ao adolescente experimentar e desenvolver-se, servindo suporte emocional, proporcionando experiências positivas e permitindo ao adolescente sentir-se como parte integrante de um grupo, através

do qual a socialização lhe permite adquirir valores, competências e preferências que orientam o seu comportamento (Tarrant, MacKenzie & Hewitt, 2006). A relação com os colegas contribui positivamente para o desenvolvimento do adolescente através de caminhos inacessíveis à família. Passam mais tempo com os colegas do que com as famílias e adultos (Palmonari et al. 1990, cit. por Kirchler, et al. 1991; Durkin, 1995).

Segundo Palmonari et al. (1979, 1988, cit. por Gouveia-Pereira, 1995), existe uma influência dos factores psicossociais no processo de reorganização do self dos adolescentes e nas definições que estes elaboram no processo de comparação de si próprios com os outros objectos sociais significativos existentes na sua vida. Destas comparações emergem critérios que ajudam à categorização dos grupos de pares com os quais se identifica, ou não. Assim, os processos de comparação, de diferenciação e de identificação social são essenciais na constituição de grupos com os quais os sujeitos se identificam. Enquanto actor social, o adolescente vai sentindo uma maior afinidade com alguns pares iniciando o seu sentimento de pertença a determinados grupos (Brown et. al, 2004, cit. por Tarrant, MacKenzie & Hewitt, 2006). Este processo é indispensável na construção da identidade social dos adolescentes.

Durante a adolescência as relações entre colegas diferem bastante na qualidade das ligações estabelecidas noutros períodos da vida, passando a ser lideradas por questões de interesses comuns, similaridade de valores e atitudes (Russell, 2000; Hargreaves e North, 2000; Zillmann & Gan, 2000; Cole & Cole, 2001; Steglich, Snijders & West, 2006). É o grupo de pares que, na sua maioria, vai definir vários aspectos da vida dos adolescentes: modo de vestir, pentear, posturas, etc.

## **Auto-estima**

### *Auto-estima Individual*

A auto-estima constitui um dos construtos psicológicos mais estudados pela Psicologia, ocupando um lugar central em inúmeros domínios de investigação (Harter, 1983).

William James (1890, cit. por Harter, 1983) explicitou o significado de auto-estima através de uma fórmula em que a auto-estima era igual à razão entre o que um sujeito tinha conseguido e as potencialidades que este pensava possuir (auto-estima = sucesso/pretenções).

William James encarava a auto-estima como resultante da relação entre a forma como o sujeito se vê (sucesso) e aquilo que ele gostaria de ser (pretensões). Segundo este pressuposto, a auto-estima poderia ser aumentada se se alcançasse mais sucesso e mantida se se evitassem insucessos, mas também poderia ser aumentada com a adopção de objectivos mais fáceis de atingir. Esta fórmula evidencia também que a auto-estima não se pode prever somente pelo sucesso que o indivíduo obteve, mas pelo facto do sucesso alcançado ser ou não relevante para as pretensões do indivíduo (Emler, 2001).

Harter (1999, cit. por Peixoto, 2003), operacionalizando o modelo de William James refere que a auto-estima resultará da discrepância entre a percepção de competência de um sujeito no diferentes domínios do auto-conceito e a importância atribuída a esses domínios. Desta forma, a auto-estima será somente influenciada pelas dimensões do auto-conceito às quais é atribuída verdadeira importância. Harter demonstrou que quanto maior a discrepância entre o auto-conceito e a importância atribuída à respectiva dimensão, menor o nível de auto-estima.

Cooley (1902, cit. por Emler, 2001) propõe uma explicação, designada por *looking-glass-self*, acerca da avaliação que os indivíduos fazem em relação ao facto de terem ou não os atributos que desejam. Segundo o autor, a avaliação que um indivíduo faz do seu valor baseia-se nos julgamentos que este imagina que os outros fazem acerca de si próprio, como se visse num espelho o seu valor, através do que os outros acham dele. Além disso, os julgamentos que este acha que fazem dele, dependem das qualidades que o indivíduo vê nesses outros. Desta forma, o que moldará a auto-estima não é o facto dos objectivos serem atingidos, mas o julgamento percebido pelo sujeito que os outros fazem desse sucesso.

Rosenberg (1979, cit. por Peixoto, 2003) define auto-estima como a atitude global que uma individuo tem em relação a si próprio, com um sentimento subjacente de valor. É uma componente predominantemente afectiva da representação que a pessoa constrói sobre si (Harter, 1988 cit. por Peixoto, 2003).

Peixoto (2003) identifica uma natureza essencialmente fenomenológica da auto-estima, afirmando que esta revela até que ponto o indivíduo está satisfeito com ele próprio.

Contudo a auto-estima é vista, na maior parte da literatura, como tendo uma estrutura unidimensional e pode ser caracterizada como a componente avaliativa do self, de natureza fundamentalmente afectiva; ou seja, a auto-estima assenta em processos afectivos, nomeadamente os sentimentos positivos e negativos que a pessoa possui sobre si própria (Leary e colaboradores, 1995 cit. por Peixoto, 2003).

Sustentando estas afirmações, alguns estudos (Greenwald, Belleza e Banají, 1988 cit. por Peixoto, 2003) revelaram que a quantidade de atributos positivos feitos por um sujeito se encontra correlacionado com a auto-estima, enquanto o aumento de atributos negativos apresenta uma diminuição do nível de mesma.

Usualmente, referencia-se a auto-estima como sendo elevada ou baixa (ou positiva ou negativa). Assim, a auto-estima consiste na avaliação positiva ou negativa que os sujeitos fazem acerca dos seus atributos. Consequentemente, se essa avaliação for positiva, a auto-estima será elevada; se, pelo contrário, for negativa, existirão baixos níveis de auto-estima.

Esta valência resulta de uma avaliação global, ou seja, é uma avaliação na qual o indivíduo se considera na sua globalidade. Para além disso, a operacionalização deste construto revela que o valor da auto-estima é obtido a partir de respostas a itens que apelem a uma avaliação global por parte do sujeito (Peixoto, 2003).

Num estudo realizado por Rosenberg e colaboradores (1995, cit. por Peixoto, 2003) foram utilizados dados do estudo *Youth in Transition* (Bachman, 1970 cit. por Peixoto, 2003) no sentido de mostrar que a auto-estima está associada a variáveis relacionadas com o bem-estar psicológico, como sejam a depressão, a ansiedade, a irritabilidade, a satisfação pessoal, a felicidade ou os estados negativos (com um valor médio de correlação entre estas variáveis e a auto-estima de .34).

Campbell e Lavalee (1993, cit. por Peixoto e Almeida, 1999) afirmam que a auto-estima pode ser considerada como sendo um traço ou como um estado, ou seja, pode considerar-se que os sentimentos e atitudes em relação ao próprio variam consoante as situações em que o indivíduo se envolve, da mesma forma que o julgamento global do seu valor parece permanecer estável ao longo do tempo.

Sucintamente, a auto-estima pode ser considerada enquanto avaliação global do self, com uma forte componente afectiva e apresentando uma estrutura unidimensional.

A auto-estima é afectada pelo desenvolvimento cognitivo, uma vez que a representação de si próprio depende da capacidade do indivíduo representar o real, estando assim dependente do desenvolvimento das estruturas cognitivas individuais (Peixoto, 2003). Para uma criança conseguir atingir uma representação do seu valor enquanto pessoa (auto-estima) e verbalizá-la, é necessário que de um ponto de vista cognitivo seja capaz de elaborar generalizações de ordem superior (Harter, 1999 cit. por Peixoto, 2003).

Finalmente, a literatura concorda com a afirmação de Gergen (1971, cit. por Brown & Mankowski, 1993) de que a auto-estima desempenha um importante papel na determinação do comportamento do sujeito que faz a auto-avaliação.

#### *Auto-estima Colectiva e Identidade Social*

Susan Harter (1999, cit. por Cole & Cole, 2001) refere que a auto descrição dos adolescentes abrange conceitos cada vez mais inclusivos e com uma maior variedade de categorias. A imagem que os adolescentes têm de si próprios muda consoante a sua comparação com o contexto. Como em diferentes contextos se identificam diferentes pessoas, começam a colocar-se a si mesmos a questão “Quem é que eu realmente sou?”.

Enquanto a auto-estima individual se situa no campo interpessoal, a auto-estima colectiva é fundamentalmente relacional e deriva do contexto inter e intra grupal (Souza & Ferreira, 2005). É a identidade social que permite a formação da auto-estima colectiva, ou seja, da avaliação dos atributos e características dos grupos aos quais o indivíduo pertence e com os quais se identifica surge um sentimento positivo ou negativo que tem influência na auto-estima individual (Tajfel & Turner, 1986, cit. por Souza & Ferreira, 2005; Souza & Ferreira, 2005).

Enquanto a identidade individual comporta aspectos respeitantes às qualidade únicas do indivíduo, valores, atributos, bem como reflecte a sua história pessoal, a identidade social refere-se às categorias sociais em que as pessoas se incluem, aspiram pertenças ou com as

quais partilham importantes valores. Para além disso, a identidade social é considerada como factor determinante nas relações intra e inter grupais (Tajfel e Turner, 1986, cit. por Crozier, 2000).

O facto de uma das motivações do comportamento ser a preservação da auto-estima levamos a considerar a importância deste facto nos comportamentos grupais, sendo que uma das teorias de maior pertinência é a Teoria da Identidade Social (Turner, Brown & Tajfel, 1979; Tajfel, 1982; North & Hargreaves, 1999; Bakagiannis & Tarrant, 2006).

De acordo com esta teoria, o auto-conceito é constituído por dois aspectos fundamentais: a identidade pessoal e a identidade social. Enquanto a primeira consiste nas crenças que cada indivíduo apresenta acerca dos seus atributos e capacidades, a identidade social é definida por Tajfel (1982) como a parte do auto-conceito do indivíduo que advém da consciência de pertença grupal (a um ou mais grupos sociais) e do valor e significado emocional que associa a essa pertença. Para além disso, a literatura afirma que a identidade social surge não só da avaliação que um indivíduo faz do seu grupo, mas também da avaliação que os outros fazem dele (Turner, Brown & Tajfel, 1979; Tajfel, 1982; North & Hargreaves, 1999; Bakagiannis & Tarrant, 2006).

Ainda segundo esta teoria, para a manutenção da sua identidade social e para o estabelecimento de uma auto-estima colectiva positiva, o indivíduo tende a estabelecer comparações sociais favoráveis entre o *ingroup* e o *outgroup*: discrimina-se o *outgroup* de forma a promover o *ingroup* e, conseqüentemente, a sua própria identidade pessoal e social que daí advém (Turner, Brown & Tajfel, 1979; Crocker & Luthanen, 1990). De acordo com o paradigma dos grupos mínimos (Turner, Brown & Tajfel, 1979; Tarrant, North & Hargreaves, 2001) a mera categorização das pessoas em grupos (independentemente da sua arbitrariedade) pode ser suficiente para a promoção de discriminação intergrupais.

## Música

Do ponto de vista da Física, a música consiste num conjunto de sons com frequências, amplitudes e timbres particulares que são construídos, pelo compositor e/ou cantor, em

padrões previsíveis e altamente organizados: o que transforma estes sons em música é a forma como as pessoas lhes atribuem significado musical, considerando o contexto social e cultural em que o som existe (Hargreaves & North, 2000).

Numa perspectiva mais abrangente, a música pode ser definida como “(...) a organização de relações entre sonoridades, simultâneas ou não, no decorrer do tempo. Sons e silêncios são combinados e encadeados entre si formando ritmos, melodias e harmonias.” (Costa, 1989, cit. por Oliveira, 2003 p. 46).

A combinação dos sons produzidos é agradável *per si*, sem estar necessariamente ligada à mensagem transmitida (Cook, 2000, cit. por Oliveira 2003) e o seu estudo e apreciação entra nos campos tanto da arte como da ciência (Stewart, cit. por Oliveira, 2003).

Determinada pela época, educação, sociedade, cultura, grupo, modas e contextos, entre outros factores (Oliveira, 2003), a música é essencialmente uma experiência social, e a forma como a vivenciamos e interpretamos as suas características e qualidades depende, necessariamente, do nosso contexto cultural (Crozier, 2000; Hargreaves & North, 2000).

A música é ainda transversal a uma série de processos psicológicos diferentes como a percepção, criatividade, cognição, capacidade (skills), aprendizagem, etc. (Hargreaves & North, 2000)

### *Funções da Música*

A música está cada vez mais presente no quotidiano das pessoas e, de acordo com Mehl & Pennebaker (2003, cit. por Rentfrow & Gosling, 2003), estas ouvem música aproximadamente 14% do seu tempo disponível.

Se, maioritariamente, a música tem uma função social que permite partilhar sentimentos e despertar emoções, a nível individual verifica-se uma influência não só no funcionamento corporal do ser humano (Russell, 2000; North & Hargraves, 2000; Gard, 1977 cit. por Oliveira, 2003) como também no seu estado psicológico ou emocional. É, inclusive, frequente a associação de músicas específicas a memórias ou a acontecimentos relevantes da vida (Baumgartner, 1992, cit. por Crozier, 2000).

Pode também ser usada para atingir habilidade numa determinada tarefa, para transmitir aos outros uma certa auto-imagem ou personalidade, e mesmo para cumprir determinados objectivos na medicina, terapia ou educação (Croizer, 2000; Hargreaves & North, 2000).

É uma forma simbólica de comunicação que interliga indivíduos com antecedentes culturais diversos através de três domínios: cognitivo, emocional e social (North & Hargreaves, 2000).

### **Psicologia da Música**

A Psicologia da Música estuda o modo como as propriedades físicas dos sons são percebidas e interpretadas pelos ouvintes e o contexto social e interpessoal em que o significado musical é construído (North & Hargreaves, 2000).

Sloboda (1986, cit. por Hargreaves & North, 2000) sugere que o problema central da Psicologia da Música é a explicação da estrutura e conteúdo da experiência musical. O autor afirma também que a Psicologia Social da Música apresenta as cinco características essenciais de um paradigma: um núcleo de questões centrais estabelecido, métodos de trabalho e análise definidos, enquadramentos teóricos adequados à sua discussão, técnicas e teorias específicas a esse paradigma e pesquisa adequada a todos os fenómenos estudados nesse campo

O seu estudo, enquadrado na disciplina da Psicologia Social, engloba construtos e conceitos da etnomusicologia, da antropologia, da psicologia do desenvolvimento e da psicologia cognitiva (Hargreaves & North, 2000). Contudo, o rápido crescimento da pesquisa na área da Psicologia da Música tem permitido identificar áreas de estudo distintas, das quais as mais importantes se concentram nos aspectos cognitivos, desenvolvimentais e sociais do comportamento musical (Hargreaves & North, 2000).

Segundo Doise (1986, cit. por Hargreaves & North, 2000) há diferentes níveis de análise no que diz respeito à investigação em psicologia social (o que abrange neste caso a Psicologia da Social Música): (i) o nível intra individual, que procura perceber de que modo os sujeitos (através de mecanismos cognitivos e perceptuais) organizam o ambiente social que os rodeia; (ii) o nível inter individual e situacional, que compreende os processos que ocorrem entre os

indivíduos numa situação e contexto específico; (iii) o nível social-posicional, que procura enquadrar os indivíduos numa determinada situação com a sua posição social e com a posição dos diferentes membros sociais; (iiii) e o nível ideológico, no qual importam os sistemas de crenças, representações e normas culturais.

A maioria das investigações realizadas, até hoje, na área da Psicologia Social da Música, concerne apenas aos dois primeiros níveis referidos pelo autor (Doise, 1986, cit. por Hargreaves & North, 2000) e o mesmo se verifica com a presente monografia.

Nattiez (1990, cit. por Hargreaves & North, 2000) define o campo da Semiologia Musical como estudo da forma através da qual uma peça musical funciona como uma peça de arte na nossa sociedade. O autor conceptualiza três níveis de estudo: o primeiro, na análise das propriedades estruturais da música, ao nível das propriedades físicas das frequências, timbres, etc, dos sons; o segundo, na possibilidade de estudo do enquadramento do contexto e da cultura das diferentes estruturas musicais; o terceiro, dirigido especialmente aos psicólogos, de investigação dos processos cognitivos e sociais através dos quais as pessoas compreendem as características físicas da música.

Em concordância com as propostas deste autor, Hargreaves e North (2000) referem a cognição social como uma das áreas de estudo com maior ênfase na Psicologia Social da Música, uma vez que a pesquisa tem incidido na análise das estruturas sócio-cognitivas (esquemas, estereótipos, atribuições, expectativas e atitudes) e da sua relação com a música, bem como na componente afectiva que serve de mediadora neste processo e que regula as comparações sociais feitas com outros indivíduos ou grupos. No presente estudo, procura-se perceber não só a influência da música ao nível individual, mas também as atribuições grupais que derivam directamente da pertença a certos grupos com preferências musicais distintas.

## **5. Preferências Musicais**

*O que são preferências musicais?*

Segundo Russell (2000) as preferências musicais de um indivíduo podem ser definidas como uma preferência estável, manifestada ao longo do tempo, relativa a um determinado tipo

de música, compositor ou artistas. Esta preferência manifesta-se através das músicas que escolhemos ouvir, comprar ou assistir. Mas o que determina estas preferências? O que é que faz com que compremos determinados cd's ou que mudemos o posto de rádio e paremos em determinada música? O que é que nos faz ser "fãs" de determinada banda e o que é que em nós, como seres individuais, determina que gostemos ou não de um determinado estilo musical? O que é que determina como, quando, onde e que tipo de música ouvimos?

### *O que determina as preferências musicais?*

Os gostos musicais e o seu desenvolvimento estão sujeitos a inúmeras influências: (i) inerentes ao contexto social, tais como família, amigos, colegas ou os media (Russell, 2000; Zillmann & Gan, 2000); (ii) factores situacionais, sendo que estes se prendem com escolhas que diminuam o humor negativo, o convertam em positivo ou mantenham ou aumentem o humor positivo (Zillmann & Gan, 2000); (iii) factores individuais, uma vez que as preferências musicais diferem consoante o género (Firth, 1981 cit. por Zillmann & Gan, 2000), sendo que a preferência será também determinada por necessidades inerentes ao estado emocional e humor do sujeito (Oliveira, 2003; Zillmann & Gan, 2000).

Hansen e Hansen (1991, cit. por Kemp, 2000), numa discussão respeitante às preferências musicais relativas ao rock e ao punk teorizaram três hipóteses: a primeira é de que as preferências reflectem a personalidade dos indivíduos e de que as pessoas são atraídas por determinados estilos musicais de acordo com o seu auto-conceito e a sua percepção da realidade social; a segunda hipótese propõe que pessoas terem diferentes preferências por estilos de música ajuda a moldar atitudes e personalidades (teoria de cognição social); a terceira hipótese propõe a combinação das duas primeiras, ou seja, de que a direcção causal tem os dois sentidos.

Apesar de muitos estudos desta área serem conduzidos em contexto laboratorial, é nas situações diárias que a importância do acto de ouvir música tem maior influência sobre os sujeitos. Pode-se então constatar que a relação entre a música e o contexto específico em que é ouvida tem importantes consequências teóricas, ou seja, é cada vez mais pertinente o estudo das respostas relativas à música que se ouve em condições naturalistas, no dia-a-dia (North &

Hargreaves, 2000). Há algumas variáveis indicadas como pertinentes no estudo naturalista das preferências musicais que se expressam quotidiano.

Em primeiro lugar, o nível de activação que uma música provoca nas áreas cerebrais está positivamente correlacionado com o nível de apreciação que os sujeitos declaram de determinada música (North & Hargreaves, 2000). O mesmo se passa com a familiaridade que a música invoca nos sujeitos: a frequência com que uma música passa na rádio (exposição naturalística), o tempo que dura nas tabelas de popularidade e com a sua posição nessa mesma tabela. Se uma música passar muitas vezes na rádio e estiver muito tempo e numa boa posição nas tabelas, a familiaridade dos sujeitos com a música aumenta e, conseqüentemente, há uma maior probabilidade dessa música ser apreciada pelas pessoas (North & Hargreaves, 2000).

Segundo os autores o efeito da familiaridade pode também, fornecer uma explicação para a formação e alteração das preferências musicais ao longo da vida: quanto maior a familiaridade com o tipo de estímulo, menor o nível de activação, pelo que a música mais complexa tenderá a prevalecer durante mais tempo no decurso da vida de um indivíduo. Desta forma, enquanto o nível de apreciação de Música Clássica e de Jazz (tecnicamente mais complexas) se correlaciona positivamente com a idade e o nível de familiaridade e aculturação que os indivíduos atingem, os picos de apreciação de Rock e Pop são atingidos em idades mais novas (North & Hargreaves, 2000). Um estudo de Holbrook e Schindler (1989) com uma amostra cuja faixa etária intervalava os 16 e os 86 anos, revelou que, apesar das preferências musicais se terem alterado ligeiramente, os sucessos musicais preferidos permaneceram os mesmos da adolescência e do período da entrada na idade adulta. Stipp (1990, cit. por Russell, 2000) afirma que a relação entre a idade e as preferências musicais é tão significativa que se podem prever os sucessos musicais preferidos por alguém com base na sua idade (ex. fãs de Elvis, que atingiu o seu pico nas décadas de 50/60 têm, actualmente cerca de 50/60 anos, enquanto fãs de Bob Dylan são um pouco mais novos). Este aspecto é concordante com a importância que a música tem para os adolescentes, como iremos analisar posteriormente neste trabalho.

Um outro factor, referido como pertinente nas preferências musicais do quotidiano é a adequação da música à situação em que é ouvida, destacando-se quatro factos verificados pelos estudos realizados (North & Hargreaves, 2000): a música tende a ser apreciada quanto mais apropriada está à situação em que é ouvida; há factores cognitivos que servem como mediadores no julgamento na adequação da música a uma situação; as preferências gerais da

música influenciam os efeitos de adequação da música; e as escolhas musicais apropriadas dependem da música de que os sujeitos dispõem, bem como da sua familiaridade com as mesmas.

Um outro factor determinante no estabelecimento das preferências musicais é, como em qualquer campo da nossa sociedade que implique escolha de produtos, a influência dos “media” (Russell, 2000). Embora os media estejam sujeitos às determinantes económicas da lei da procura e da oferta, também é verdade que têm um desempenho um papel importante na determinação e na formação das preferências musicais. Para tal contribuem os efeitos de familiaridade já referidos criados pela frequência com que certas musicas passam nas rádios, televisões, etc. Por outro lado, são os órgãos de comunicação que muitas vezes determinam o leque de opções que estão disponíveis aos consumidores, limitando as possibilidades de escolha e de conhecimento de consumos alternativos.

As preferências musicais parecem também ser mediadas pela complexidade, tempo e estilo musical (North & Hargreaves, 2000).

A nossa preferência por músicas e compositores pode também reflectir aspectos profundos das nossas diferenças individuais (Kemp, 2000) e vários estudos revelam uma associação entre características e traços de personalidade e preferências por um determinado estilo musical ou por aspectos musicais formais mais específicos (Kemp, 2000).

Considerando os vários efeitos psicossociais dos grupos nos indivíduos, um dos que apresenta maior relevância é o do conformismo. Os indivíduos dependem do grupo para acederem à aceitação e aprovação social, e conformam-se com o grupo porque antecipam recompensas e punições. Os indivíduos enquadram-se, no processo de tentativa de compreensão da realidade, comparando a sua percepção da realidade com a do grupo. Vários estudos confirmam a presença do conformismo, relativamente à opinião da maioria ou por efeitos de prestígio, no estabelecimento das preferências musicais (Chapman & Williams, 1976, cit. por Crozier, 2000; Aesbicher et al, 1983, cit. por Crozier, 2000; Mugny, 1988, cit. por Crozier, 2000). Tal como nas atitudes, nos julgamentos perceptuais ou comportamentos, também as preferências musicais estão sujeitas a processos de influência social.

Mas para além da música sofrer os efeitos da influência social, esta apresenta também o poder de exercer essa influência, na medida em que tem a capacidade de induzir afectos (Crozier, 2000). Desta forma, a música ganha poderes no comportamento social, não condicionando as respostas, mas diminuindo ou aumentando a sua intensidade (Konecni, 1982, cit. por Crozier, 2000).

### *Estilos Musicais*

A categorização dos estilos musicais tem sido, até hoje, a tarefa mais complicada na estruturação sistemática das preferências musicais (Russell, 2000; Zillmann & Gan, 2000). Aquilo que é, ou não, considerado um estilo musical varia consoante a época, o contexto e a cultura. Para além disso o rápido crescimento da indústria musical e o constante aparecimento de conteúdos relativamente novos dificulta a realização de uma categorização relativamente estável. Por este motivo, no estudo aqui apresentado preferiu-se recorrer à validade ecológica e perguntar aos próprios adolescentes quais os estilos musicais que identificavam, sendo os resultados expostos no Estudo Exploratório Qualitativo realizado.

Diferentes tipos de música tendem a ser mais atractivos a determinados grupos sociais e as preferências musicais não se desenvolvem em isolamento pois estão sujeitas a uma larga variedade de influências sociais (Russell, 2000). As pessoas que partilham preferências musicais são descritas como membros de um “taste public”, um grupo social que compreende fãs de um determinado estilo musical ou cantor e que subscreve uma determinada cultura (Russell, 2000). Embora com algumas limitações os *taste publics* são considerados grupos pela sua existência consagrada, tamanho, manifestações sociais específicas, exercendo uma considerável influência no comportamento efectivo dos seus membros (Zillmann & Gan, 2000). Uma vez que os *taste publics* existem com o estatuto de grupo e são assim consagrados na literatura, no nosso estudo usamos como “ingroup” as pessoas do mesmo *taste public*, ou seja, jovens que ouvem o mesmo estilo de música, e como “outgroup” o *taste public* de outro estilo de música, ou seja, jovens que ouvem o estilo de música com que eles menos se identificam.

Finalmente, há alguns estudos que revelam uma correlação ténue entre classe social e determinados estilos de música (Russell, 2000). Contudo, estes foram realizados em meados dos anos 70 e não foram conclusivos.

## A Música na Adolescência

A importância da música para os adolescentes revela-se, em primeiro lugar, pela extensão do seu consumo, que os estudos mais recentes (Geter & Streisand, 1995, cit. por North & Hargreaves, 1999) indicam ascender aos 12 bilhões de dólares.

A adolescência é o período do desenvolvimento humano em que o tempo dedicado à música e a ouvir música está no seu pico (Crozier, 2000). Davis (1985, cit. por North, Hargreaves & O'Neill, 2000) estima que os jovens americanos entre o 7º e o 12º ano ouçam uma média de 10.500 horas de música *Pop*. Num estudo anterior, Lyle e Hoffman (1972, cit. por North & Hargreaves, 1999) referem que metade da sua amostra declarava ouvir entre três a quatro horas de música diariamente. As conclusões de uma investigação feita por Brown (1986, cit. por Zillmann & Gan, 2000) levam a que se estime que entre a música que os adolescentes ouvem na televisão e aquela que é ouvida adicionalmente, os adolescentes americanos ouvem música mais de sete horas por dia, ou seja, na maior parte do tempo em que estão acordados. Para North, Hargreaves e O'Neill (2000), a música é um factor de importância fulcral na vida da maior parte dos jovens, satisfazendo necessidades sociais, emocionais e cognitivas.

Se questionarmos até que ponto a música é reveladora das características de um adolescente, verificamos que os próprios atribuem uma larga importância aos aspectos que a música pode revelar acerca deles mesmos. Dois estudos confirmam esta opinião: Fitzgerald, Joseph, Hayes e O'Regan (1995, cit. por North & Hargreaves, 1999) verificaram que para os adolescentes irlandeses a música como representante das suas características estava acima de todas as suas actividades de lazer; num estudo mais recente (Rentfrow & Gosling, 2003) 74 estudantes universitários afirmaram que as suas preferências musicais revelavam muito acerca deles próprios, mais que filmes e tanto como os hobbies que praticavam.

North e Hargreaves (1999) defendem que a adolescência pode apresentar-se como um “período crítico” na determinação das preferências musicais e também um instrumento importante nas percepções sociais dos adolescentes

Os autores afirmam que uma possível consequência para a especial importância que os adolescentes dão à música é o facto destes a usarem como guia para características prováveis que podem observar nos outros e que enviam acerca deles próprios, tornando-se uma forma de definir a sua própria identidade. Assim, tendo em conta a importância que a música tem para os jovens, ao expressarem uma preferência por um estilo de música, os adolescentes enviam implicitamente uma mensagem que implica um determinado leque de atitudes, valores e opiniões.

Este facto pode explicar porque os adolescentes que expressam uma determinada preferência são percebidos como tendo determinados atributos associados a essa preferência. Certos estudos indicam que adolescentes que ouvem *Heavy Metal* ou *Rap* são considerados como tendo maior probabilidade de apresentar comportamentos delinquentes (Arnett, 1991, cit. por North & Hargreaves, 1999). Duas outras investigações procuraram estabelecer a relação entre a música e as cognições sociais dos adolescentes: raparigas que declaravam preferência por *Música Clássica* foram caracterizadas pelos rapazes como sendo mais atraentes do que as que ouviam *Heavy Metal* (Zillmann & Bhatia, 1989, cit. por North & Hargreaves, 1999); estudantes que ouvem *Hard Rock* são associados a uma menor sofisticação e a comportamentos mais rebeldes do que os que manifestam outras preferências (Sargent & Weaver, 1996, cit. por North & Hargreaves, 1999).

No seguimento destes estudos, North & Hargreaves (1999), realizaram duas investigações, uma com participantes pré-universitários (N=120) e outra com pré-adolescentes (N=119) e nas duas amostras verificaram que os participantes não só apresentavam expectativas normativas na atribuição de características aos fãs de três estilos musicais, bem como essas atribuições eram concordantes consoante o estilo musical avaliado. Num estudo posterior, os autores concluíram que as preferências musicais são mediadoras não só das características prováveis dos fãs de um determinado estilo musical, mas também da avaliação geral da pessoa em termos qualitativos (com traços positivos ou negativos), tendo, por isso, consequências sociais.

Vários estudos foram realizados no sentido de perceber a função das preferências musicais dos adolescentes (Zillmann & Gan, 2000): a tentativa foi responder à questão “*Why do you like your music?*”. Os investigadores foram incapazes de reunir um consenso geral para a maioria das respostas. A única conclusão significativa a que chegaram é que os adolescentes consideram a música, primeiramente, como uma forma de passar o tempo.

Contudo, as respostas seguintes foram demasiado discrepantes nos vários estudos e os investigadores não chegaram ainda a um consenso geral.

Apesar de ainda não ser possível generalizar resultados, os dados obtidos por Gantz, Gartenberg, Pearson e Shiller (1978, cit. por North, Hargreaves & O'Neill, 2000) revelaram que para os adolescentes americanos a música serve para aliviar a tensão, como forma de distração relativa a problemas, para passar o tempo e para aliviar o aborrecimento.

Relativamente às suas propriedades, a música dos adolescentes é a mais variada em termos de estímulos apresentados (Zillmann & Gan, 2000). Os seus ritmos podem ser rápidos ou lentos, com estruturas melódicas sensíveis ou desorganizadas e com uma orquestração complexa ou básica, atingindo a simplicidade da guitarra e da voz. A vocalização vai também variando de melódica e emocional a gritos descontrolados. O seu conteúdo linguístico, as letras, abrangem um largo espectro que vai das músicas românticas (relativas a sentimentos correspondidos ou não) ao geral descontentamento com a vida e, especialmente, ao desafio das autoridades. Hoje em dia, as músicas complementam-se também com elementos electrónicos variadas, que possibilitam um leque de sons diferentes dos realizados até agora. De uma forma geral, os adolescentes identificam-se mais com música popular (em oposição à clássica) (Russell, 2000).

Ainda relativamente aos factores situacionais, o facto dos jovens manifestarem preferências musicais diferentes consoante as diferentes actividades executadas, demonstra que os jovens associam um determinado tipo de música a uma determinada acção num determinado espaço e tempo (Hargreaves & North, 2000).

Zillmann e Gan (2000) afirmam que em grupos mais pequenos, os membros conhecem as preferências uns dos outros, e são convenientemente usadas para comparações com grupos rivais com propósitos de distanciamento. Embora a pertença a *taste publics* recorra maioritariamente ao imaginário dos adolescentes, uma vez que têm de projectar a sua pertença a uma audiência em massa composta por indivíduos que, na sua maioria, não conhecem, os adolescentes sentem-se, efectivamente, membros destes *taste publics* e a adesão a um estilo musical específico é típico da adolescência. Há, inclusive, características externas que os adolescentes expressam no sentido de demarcar a sua pertença aos *taste publics* desses estilos musicais, como o estilo do cabelo, roupa ou maneirismos. A cultura de um determinado estilo

musical pode influenciar comportamentos, especialmente nos adolescentes, tendo um papel modelador de atitudes sociais e de comportamentos (Russell, 2000).

As preferências musicais tendem também a ser as mesmas a ser ouvidas e apreciadas pelas pessoas significativas do contexto social com as quais nos tentamos identificar, especialmente no que diz respeito aos adolescentes (Russell, 2000; Zillmann & Gan, 2000), facto já referido acima através da explicação dos efeitos do conformismo na determinação de preferências. Ainda assim, é importante salientar, de novo, que o papel mais importante da música como factor de identificação e coesão com a cultura grupal surge na adolescência, em que as preferências musicais servem como enquadramento de significados sociais partilhados e estados de consciência comuns através dos quais os adolescentes se identificam com outros mas, especialmente, com os seus pares. Quando um grupo se focaliza num determinado estilo musical, os seus membros beneficiam duplamente: tornam-se membros de uma elite cultural e das consequentes gratificações emocionais dos sentimentos de pertença; distinguem-se de outros grupos e percebem-se como superiores a esse mesmo grupo, o que beneficia a auto-estima, assunto a que passaremos em seguida (Russell, 2000; Zillmann & Gan, 2000).

Os autores verificam, assim, que as preferências musicais são criadas com referência ao grupo (Crozier, 2000) e à crítica grupal, e determinadas escolhas musicais feitas pelos adolescentes são motivo de embaraço para os mesmos (Maass et al, 1987, cit. por Crozier, 2000; Hornby, 1995, cit. por Crozier, 2000) tendo consideráveis implicações na identidade pessoal e social e, conseqüentemente, na auto-estima do sujeito (Crozier, 2000).

A música relaciona-se também com a identidade social, na medida em que proporciona uma segurança identificativa com os seus pares (Larson, 1995, cit. por Crozier, 2000). O mesmo autor identificou também uma correlação entre as preferências musicais e a promoção da identidade de género.

Embora o gosto por um determinado estilo de música possa ser transmitido pelos pais, como já foi referido anteriormente, de uma forma geral a música serve em grande parte para aumentar o hiato geracional entre pais e filhos. Quando os jovens ouvem música tendem a estar sozinhos ou acompanhados pelos seus pares, pelo que a influência da educação e da família na criação das preferências musicais parece ter um fraco peso relativo (Russell, 2000).

É também de notar que existem diferenças nas preferências musicais que os jovens afirmam publicamente e aquelas que são enunciadas a nível privado. Essa tendência será tanto

maior quanto maior for a divergência das preferências musicais dos jovens com a maioria (Finns, 1989 cit. por Crozier, 2000).

Relativamente aos factores individuais na criação das preferências musicais, a utilização da música como expressão de desafio à autoridade é inegável (o estilo *MetaI* é a sua expressão mais directa). Bleich et al. (1991, cit. por Zillmann & Gan, 2000) consideram, contudo, que esta atracção dos adolescentes pela música “desafiante” (especialmente o Rock e o Rap) é mais proeminente em adolescentes com problemas com os pais, na escola com a sociedade em geral.

### **A pertinência das Preferências Musicais na Auto-estima, na Auto-estima colectiva e na Identidade Social dos Adolescentes**

A influência do contexto social, nomeadamente das preferências musicais dos jovens que, como já vimos, tanta importância tem nas suas vidas quotidianas e na sua integração positiva no meio circundante, é absolutamente pertinente no âmbito da compreensão dos mecanismos da influência social e das transformações individuais e sociais que esta provoca nos adolescentes (Durkin, 1995; Hargreaves & North, 2000).

A análise dos grupos de adolescentes que se formam à volta de um estilo musical tem aumentado consideravelmente as concepções intrigantes no que diz respeito ao fascínio dos adolescentes pela música da sua preferência (Zillmann & Gan, 2000). As preferências musicais parecem juntar os adolescentes, apesar até de diferenças pronunciadas de classe social (Zillmann & Gan, 2000).

Como já vimos anteriormente, a música desempenha um papel de crucial importância na vida dos adolescentes e, de acordo com as teorias de Hansen e Hansen (1991, cit. por Kemp, 2000) referidas, verificamos que as preferências musicais podem reflectir a personalidade de um indivíduo, podem ser determinadas pela sua realidade social ou esta direcção causal pode ter os dois sentidos. O estudo aqui apresentado tem como objectivo perceber, relativamente à auto-estima individual e colectiva, se esta tem alguma correlação com o estilo musical

preferido e se é afectada de alguma forma pela identificação social ao grupo. Vários estudos revelam a pertinência desta hipótese.

De acordo com Rentfrow e Gosling (2003), tal como os indivíduos moldam o seu ambiente social e físico de modo a reforçar a sua disposição e auto-conceito, a música preferida pode ter uma função similar. Estes referem ainda que determinadas preferências musicais são, por vezes, utilizadas na regulação dos estados emocionais dos sujeitos. No estudo realizado pelos autores são encontrados laços entre a personalidade, o auto-conceito, a habilidade cognitiva e as preferências musicais

Larson (1995, cit. por Crozier, 2000) afirma que ouvir música na adolescência, especialmente quando acontece em solidão, desempenha um papel importante na tentativa de explorar e integrar um *self* privado.

É importante considerar que diferentes aspectos introduzem alterações nos níveis de auto-estima de um adolescente, uma vez que este período comporta mudanças físicas, cognitivas, redefinição dos papéis sociais ou mesmo alterações introduzidas pela vida escolar (como por exemplo as transições de ciclo) e novas experiências de sucesso ou insucesso (Peixoto, 2003). Apesar da relativa estabilidade da auto-estima durante a adolescência, há indivíduos a manterem padrões diferentes de desenvolvimento, uns com níveis de auto-estima mais ou menos constantes e outros que podem modificar os seus níveis mediante as suas vivências e a forma como estas influenciam os sentimentos que tem em relação a si próprio (Zimmernan, Copeland, Shope & Dielman, 1997 cit. por Peixoto, 2003).

Durante a adolescência, um bom desenvolvimento sócio-emocional é favorecido por uma dinâmica familiar que permite ao adolescente a expressão da sua individualidade (Peixoto, 2003) – inclusive na música que ouve – e pela qualidade da relação com os seus pares. Tudo isto favorece a existência de uma auto-estima positiva (Peixoto, 2003).

Para além da auto-estima de um adolescente ser determinada por inúmeros processos interpessoais e sociais, também ela pode favorecer determinado tipo de escolhas, levando a um processo de maior conformismo ou a um aumento no esforço de integração e identificação com a maioria e com os próximos significativos (North & Hargreaves, 1999; Russell, 2000, Bakagiannis & Tarrant, 2006).

Muitas opções respeitantes ao estilo de vida são feitas com base na imagem do protótipo que uma pessoa tem (North & Hargreaves, 1999), o que muitas vezes determina as suas

escolhas e preferências. Esta hipótese de “self-to-prototype match” baseia-se na presunção de que os indivíduos são motivados a reforçar e proteger a sua auto-imagem e identidade social através de preferências que se aproximem às do protótipo que têm (Kihlstrom & Cantor, 1984, cit. por North & Hargreaves, 1999). Na sequência da teoria de Tajfel (1982), pode deduzir-se que a identificação social e pessoal positiva com um grupo deve favorecer níveis mais elevados de auto-estima, de forma que se espera que indivíduos com maiores níveis de identificação social com o “ingroup” musical e as suas características, estejam associados com um maior nível de auto-estima individual (Hargreaves & North, 1999). Para além disso, quanto mais os adolescentes entram em processos de aproximação ao protótipo, neste caso, à imagem que criaram das pessoas que ouvem o mesmo estilo musical que o seu, maior níveis de auto-estima individual apresentarão.

No que diz respeito à inclusão dos adolescentes em determinados grupos, o que acontece na maioria dos casos (Peixoto et. al, 2001), já se constatou que o estilo musical é um dos factores de identidade dos grupos sociais (Russell, 2000), mas qual o papel dos processos intergrupais na auto-estima dos adolescentes? Já se referiu anteriormente a importância da pertença grupal para o desenvolvimento da identidade social, bem como a função da discriminação intergrupar no sentido da manutenção e defesa da mesma. Mas o papel da auto-estima nos processos inter grupais não é claro na literatura (Abrams & Hogg, 1988, cit. por Tarrant, North & Hargreaves, 2001). Há dois pontos de vista defendidos actualmente. Numa perspectiva, o sucesso dos processos de discriminação intergrupar levam a um aumento da auto-estima. A outra considera que uma baixa auto-estima é que motiva um aumento da discriminação intergrupar, o que confirma os trabalhos relativos ao paradigma dos grupos mínimos.

As duas investigações que serviram de base a esta monografia estudaram os processos e consequências de identificação social com o ingroup musical e os determinantes e as consequências dos processos de discriminação intergrupar, bem como a sua relação com a auto-estima dos adolescentes. Com a sua descrição termina a fundamentação prévia deste estudo.

North e Hargreaves (1999) realizaram um estudo que pretendia perceber o papel da teoria do *self-to-prototype match* nas preferências musicais dos adolescentes, e qual a influência deste processo na auto-estima dos mesmos que, segundo os autores e tendo em conta a teoria

da identidade social (Tajfel, 1982), seria positiva no caso de uma maior identificação com o ingroup musical. Para além disso, queriam clarificar a questão da discriminação intergruppal e perceber se também acontecia quando a variável em causa eram preferências musicais.

Para testarem as suas hipóteses, pediram a uma amostra de 134 adolescentes, com idades compreendidas entre os 13 e os 14 anos, que se classificassem num estilo musical (*chart pop* ou *rap*) e cotassem 30 afirmações numa escala de tipo likert com itens de 0 a 10 relativamente aos fãs desse estilo de música, aos fãs do estilo de música que eles não preferiam e, no momento seguinte, relativamente a eles próprios. As afirmações consistiam em atributos e características que tinham de ser analisadas consoante o tipo de fãs e mediante o que acreditavam deles próprios (0 = esta frase é definitivamente falsa para os fãs deste estilo musical/esta frase é definitivamente falsa para mim; 10 = esta frase é definitivamente verdadeira para os fãs deste estilo musical/esta frase é definitivamente verdadeira para mim). Das 30, cinco eram claramente positivas e cinco claramente negativas, no sentido de permitir atribuições positivas e negativas relativamente ao *ingroup* (grupo de fãs das músicas que preferiam) e ao *outgroup* (grupo de fãs do estilo de música que não preferiam). Foi perguntado aos participantes o nível de apreciação do estilo de música, também numa escala de 0 a 10 (0 = não gosto muito; 10 = gosto muito) e, simultaneamente a este processo, foi passada a “Coopersmith self-esteem inventory”.

Os autores concluíram que quanto maior a identificação na classificação das 30 afirmações entre os próprios e o grupo musical que declararam preferir, maiores os níveis de auto-estima apresentados. Relativamente aos processos de discriminação de ingroup/outgroup, concluíram que, quanto mais os adolescentes se cotavam na escala de apreciação do estilo de música, maiores eram os níveis de atribuições negativas ao outgroup. Sem esta variável tida em consideração, os resultados não eram significativos pois, embora os adolescentes favorecessem o *ingroup*, não denegriam o outgroup como os autores esperaram.

No seguimento deste estudo, Tarrant, North e Hargreaves (2001) continuaram a investigar as consequências das preferências musicais na identidade social e a aplicação da teoria da identidade social no contexto musical como preditora dos comportamentos adolescentes, especificamente de adolescentes do sexo masculino.

Respeitando estudos prévios e analisando a literatura estabelecida, os autores colocaram as hipóteses de que os participantes demonstrariam um maior grau de preferência pelo ingroup do que pelo outgroup, classificariam o ingroup de forma mais positiva do que o outgroup através da avaliação de características e associariam o ingroup com música

positivamente estereotipada e o outgroup com música negativamente estereotipada. No que concerne à auto-estima, os autores propuseram também em hipótese que a auto-estima avaliada em pré-teste estaria negativamente correlacionada com a discriminação intergrupala e que esta estaria positivamente correlacionada com a auto-estima em pós-teste

Através de um estudo piloto aplicado (N = 27 estudantes, do sexo masculino com idades compreendidas entre os 14 e 15 anos), foram recolhidas informações respeitantes a estilos de música positiva e negativamente estereotipados e os fãs desses estilos de música foram classificados em 10 características de personalidade. Foi também pedido que os participantes atribuíssem tantos adjectivos quanto possível a rapazes que não frequentassem a sua escola (um outgroup relevante).

As respostas mais frequentes foram retiradas deste estudo para prosseguir com o estudo principal que consistiu: na classificação dos participantes, em 12 adjectivos, da sua adequação ao ingroup e outgroup (duas escalas, uma para o in e outra para o outgroup, com seis adjectivos positivos e seis negativos, classificados numa escala 0 a 10, como descrito no estudo anterior); na apreciação dos participantes pelo ingroup e outgroup (escala de tipo likert com 11 pontos, uma para os rapazes da escola que frequentam, ingroup, e outra para os rapazes que não frequentam essa escola, outgroup); nas estimativas das preferências musicais do ingroup e outgroup em seis estilos musicais (escalas de tipo likert com pontos de 0 a 10, em que cada estilo musical estava associado a dois estilos de banda).

Para as hipóteses colocadas relativamente à auto-estima, os autores usaram um “evaluative self-description questionnaire” e codificaram as escalas de forma a que um valor alto nesta escala fosse equivalente a uma auto-estima elevada. Este instrumento foi aplicado segundo um design entre grupos, em que se escolheram aleatoriamente metade dos participantes para a aplicação antes da comparação grupal e metade depois da comparação grupal.

Os resultados da análise feita aos instrumentos aplicados permitiram que deste estudo se retirassem algumas conclusões significativas. Globalmente, verificou-se que a pertença grupal dos adolescentes influenciou a discriminação intergrupala dentro de um contexto musical e que essa discriminação estava relacionada com a auto-estima. Os participantes declararam gostar mais do ingroup do que do outgroup e a avaliação grupal feita através da classificação dos adjectivos apresentados revelou que favorecem o primeiro em detrimento do segundo. Para além disso, associaram os membros do ingroup a características mais positivas e os membros do outgroup a características mais negativas. Na análise dos resultados da auto-estima verificou-se que quanto mais baixa era a auto-estima avaliada em pré-teste, maiores eram as

diferenças percebidas pelos participantes entre o ingroup e o outgroup relativamente às preferências musicais, ou seja, maiores as associações entre o outgroup e música negativamente estereotipada e maiores as associações com características negativas. Por outro lado, quanto mais alta era a auto-estima inicial, maiores se apresentaram os processos de favoritismo pelo ingroup.

Os autores referem ainda que as limitações deste estudo derivam da sua amostra estritamente masculina e da impossibilidade de generalizar estes estudos a outros grupos sociais (culturas, classes sociais ou grupos étnicos).

### Referências Bibliográficas

Bakagiannis, S. & Tarrant, M. (2006). Can music bring people together? Effects of shared musical preference on intergroup bias in adolescence. *Scandinavian Journal of Psychology*, 47, pp. 129-136.

Brown, J. D., & Mankowski, T. A. (1993). Self-esteem, mood, and self-evaluation: changes in mood and the way you see you. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(3), 421-430.

Cole, M. & Cole, S. (2001). *The Development of Children* (4<sup>th</sup> Ed.). New York: Worth Publishers.

Costa, M. E. (1991). Intervenção psicológica para o desenvolvimento da identidade de jovens no contexto escolar. In M. E. Costa, *Contextos sociais de vida e desenvolvimento da identidade* (Cap.9). Lisboa: INIC.

Crocker, J. & Luthanen (1990). Collective Self-Esteem and Ingroup Bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58 (1), pp. 60-67.

Croizer, W. R. (2000). Music and social influence. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 67-82). Oxford: Oxford University Press.

Durkin, K. (1995). *Developmental Social Psychology – From Infancy to Old Age*. Great Britain: Blackwell Publishers Ltd.

Emler, N. (2001). *Self-Esteem: the costs and causes of low self worth*. York: York Publishing Services.

Gouveia-Pereira, M. (1995). *A percepção do papel do grupo de pares nas tarefas de desenvolvimento em adolescentes e pais*. Dissertação de Mestrado, não publicada. Lisboa: ISPA.

Hargreaves, D. J. & North, A. C. (2000). The social psychology of music. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 1-21). Oxford: Oxford University Press.

Harter, S. (1983). Developmental Perspectives on the Self-Esteem. In E.M. Hetherington (Series Ed.) & P. Mussen (Vol. Ed.), *Handbook of Social Psychology: vol. 4. Socialization, Personality, and Social Development* (4<sup>a</sup> ed., pp. 275-385). New York: John Wiley & Sons.

Holbrook M. B. & Schindler (1989). Some exploratory findings on the development of musical tastes. *Journal of Consumer Research*, 16, pp.119-124

Kemp, A. E. (2000). Individual differences in musical behaviour. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 25-44). Oxford: Oxford University Press.

Kirchler, E., Pombeni, L. & Palmonari, A. (1991). Sweet sixteen...Adolescent's problems and the peer group as source of support. *European Journal of Psychology of Education*, 6, pp. 93-410.

Neuenschwander, M. (2002). *Desenvolvimento e Identidade na Adolescência*. Coimbra: Almedina.

North, A.C. & Hargreaves, D. J. (2000). Experimental aesthetics and everyday music listening. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 67-83). Oxford: Oxford University Press.

North, A.C. & Hargreaves, D. J. (1999). Music and Adolescent Identity. *Music Education Research*, 1 (1), pp. 75-92.

North, A. C., Hargreaves, D. J. & O'Neill, S. A. (2000). The importance of music to adolescents. *British Journal of Educational Psychology*, 70, pp. 255-272.

Oliveira, A. (2003). *Ilusões: a melodia e o sentido da vida na idade das emoções – representações sociais da morte, do suicídio e da musica na adolescência*. Tese de Doutoramento apresentada no Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa.

Peixoto, F. (2003). *Auto-Estima, Autoconceito e Dinâmicas Relacionais em Contexto Escolar: estudo das relações entre auto-estima, autoconceito, rendimento académico e dinâmicas relacionais com a família e com os pares em alunos do 7º, 9º e 11º anos de escolaridade*. Tese de doutoramento apresentada no Instituto de Educação e Psicologia da Universidade do Minho, Braga.

Peixoto, F., Martins, M. A., Pereira, M., Amaral, V. & Pedro, I. (2001). Os grupos de adolescentes na escola: percepções intra e intergrupais. *Psicologia: Teoria, Investigação e Prática*, 6 (1), pp.79-93.

Peixoto, F., & Almeida, L. S. (1999). Escala de Auto-conceito e Auto-estima. In A. P. Soares, S. Araújo & S. Caíres (Eds.), *Avaliação psicológica: formas e contextos* (Vol. VI, pp. 632-640). Braga: APPORT.

Rentfrow, P. J., & Gosling, S.D. (2003). The do re mi's of everyday life: the structure of personality correlates of music preferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(6), 1236-1256.

Russel, P. A. (2000). Musical tastes and society. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 141-158). Oxford: Oxford University Press.

Santos, P. J., & Maia, J. (1999). Adaptação e análise factorial confirmatória da Rosenberg Self-Esteem Scale com uma amostra de adolescentes: Resultados preliminares. In A. P. Soares, S. Araújo & S. Caíres (Eds.), *Avaliação psicológica: formas e contextos* (Vol. IV, pp. 101-113). Braga: APPORT.

Sprinthall, N. A., & Collins, W. A. (2003). A identidade e o eu na adolescência. In N. A. Sprinthall & W. A. Collins, *Psicologia do adolescente. Uma abordagem desenvolvimentista* (Cap.5). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Souza, D. B. & Ferreira, M. C. (2005). Personal and collective self-esteem in mothers and non-mothers. *Psicologia em estudo*, 10 (1), pp. 19-25.

Steglich, C., Snijders, T. & West, P. (2006). Applying SIENA – An illustrative analysis of the coevolution of adolescent's friendship networks, taste in music, and alcohol consumption. *Methology*, 2 (1), pp. 48-56.

Tajfel, H. (1982). *Social Identity and intergroup relations*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tarrant, M., North, A. C., & Hargreaves, D. J. (2001). Social Categorization, self-esteem, and the estimated musical preferences of male adolescents. *The Journal of Social Psychology*, 141(5), 565-581.

Tarrant, M., MacKenzie, L. & Hewitt, L. A. (2006). Friendship group Identification, multidimensional self-concept, and experience of development tasks in adolescence. *Journal of Adolescence*, 29, pp. 627-640.

Tekman, H. G., & Hortaçsu, N. (2002). Music and social identity: stylistic identification as a response to musical style. *International Journal of Psychology*, 37(5), 277-285.

Tuckman, B. W. (2002). *Manual de Investigação em Educação*, 2ªed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Turner, J. C., Brown, R. J. & Tajfel, H. (1979). Social comparison and group interest in ingroup favouritism. *European Journal of Social Psychology*, 9, pp. 187-204.

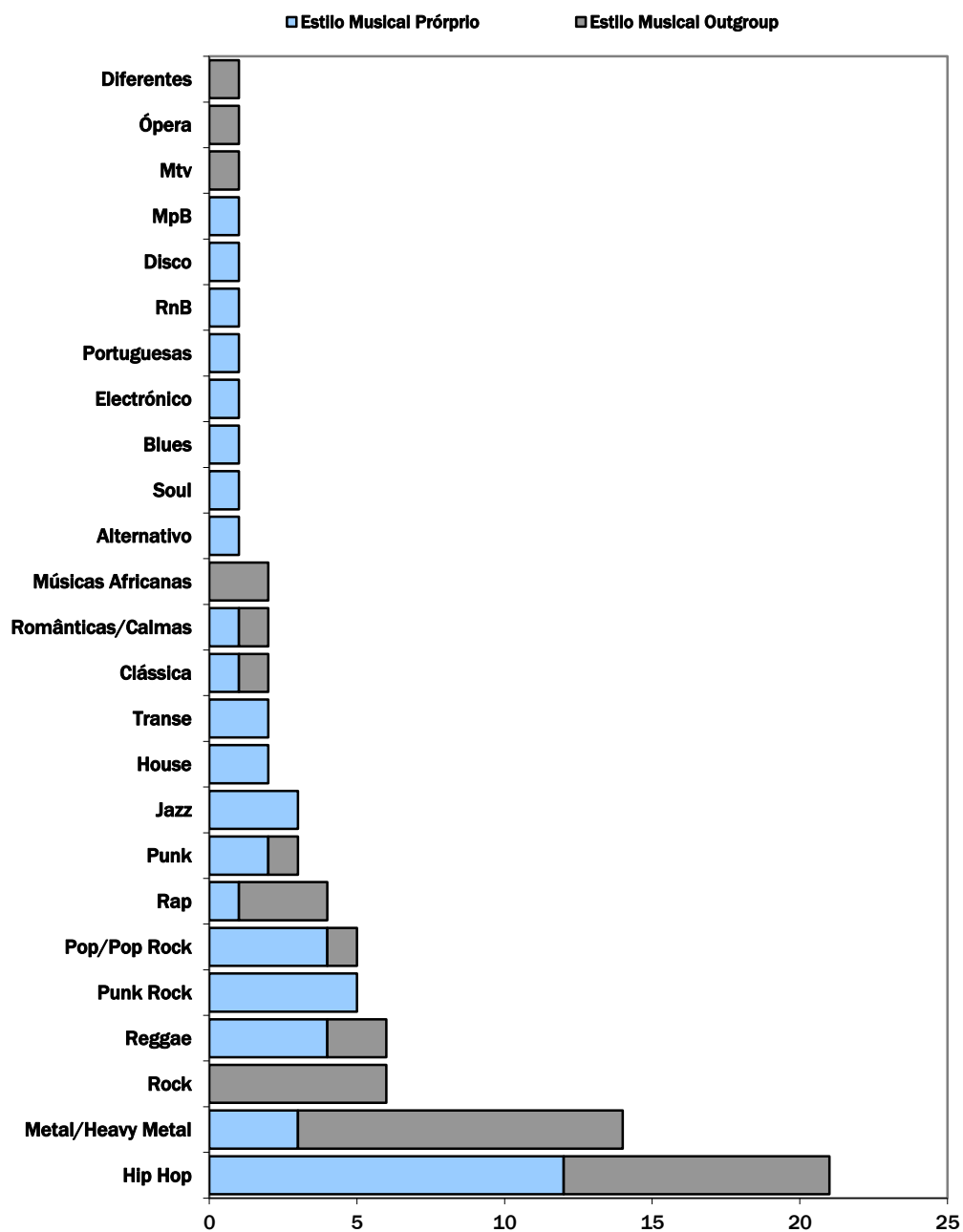
Vala, J. (2003). A Análise de Conteúdo. In Silva A., Madureira, J. (Eds.), *Metodologia das Ciências Sociais* (12ª Ed.) (pp. 101-128). Porto: Edições Afrontamento.

Zilman, D., & Gan, S. (2000). Musical taste in adolescence. In D. J. Hargreaves & A. C. North (Eds.), *The Social Psychology of Music* (pp. 161-186). Oxford: Oxford University Press.

## ANEXO B

Resultados Globais do Estudo Exploratório Qualitativo usadas na construção da Checklist de Estilos Musicais

Distribuição descritiva dos estilos musicais ingroup e outgroup referidos pelos participantes.



## ANEXO C

### Checklist de Estilos Musicais

**Dos seguintes estilos musicais aqui referidos, com qual te identificas mais?**  
Preenche apenas uma das opções com um X.

<b>Hip Hop</b>	
<b>Rock</b>	
<b>Reggae</b>	
<b>Metal</b>	
<b>Punk Rock</b>	
<b>Outros</b>	

Se escolheste a opção de outros estilos musicais, indica qual ou quais: \_\_\_\_\_

**Dos seguintes estilos musicais aqui referidos, com qual te identificas menos?**  
Preenche apenas uma das opções

- Hip Hop
- Rock
- Reggae
- Metal
- Punk Rock

## ANEXO D

### Escala de Identificação Grupal

**Relativamente ao estilo musical que escolheste qual a frase que achas mais adequada?**

Ex. Fazer parte do grupo das pessoas que ouvem Hip Hop é...pouco importante/importante/muito importante/muitíssimo importante para mim.

Preenche apenas uma das opções com um X

Eu faço parte deste grupo e isso é apenas um <b>pouco importante</b> para mim	
Eu faço parte deste grupo e isso é <b>importante</b> para mim	
Eu faço parte deste grupo e isso é <b>muito importante</b> para mim	
Eu faço parte deste grupo e isso é <b>muitíssimo importante</b> para mim	

## ANEXO E

### Escala de Auto-Estima de Rosenberg

**Pensa um pouco em ti e diz como te sentes contigo próprio.**

Para cada frase coloca um X num só quadrado

	<b>Discordo Totalmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Não Concordo Nem Discordo</b>	<b>Concordo</b>	<b>Concordo Totalmente</b>
Globalmente estou satisfeito(a) comigo próprio(a).					
Por vezes penso que nada valho.					
Sinto que tenho um certo número de boas qualidades.					
Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maior parte das pessoas.					
Sinto que tenho pouco de que me orgulhar.					
Por vezes sinto-me de facto um(a) inútil.					
Sinto-me uma pessoa de valor, pelo menos tanto como a generalidade das pessoas.					
Gostaria de ter maior respeito por mim próprio (a).					
No conjunto inclino-me a achar que sou um falhado(a).					
Adopto uma atitude positiva para comigo.					

## ANEXO F

### Escala de Auto-Estima Colectiva

**Para cada uma das frases seguintes coloca um X num só quadrado conforme o que estiver mais de acordo com a tua opinião acerca de ti e dos grupos a que pertences.**

	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Não concordo nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente
Eu sou uma pessoa com valor nos grupos a que pertenço.							
Às vezes arrependo-me de pertencer a alguns grupos de que faço parte.							
Eu sou uma pessoa cooperante nos grupos a que pertenço.							
Geralmente as pessoas respeitam os grupos a que pertenço.							
Sinto que não tenho muito a oferecer aos grupos a que pertenço.							
De um modo geral sinto-me feliz por ser membro dos grupos a que pertenço.							
Geralmente, os grupos a que pertenço são importantes para a imagem de mim próprio(a).							
Sinto-me bem por pertencer aos grupos a que pertenço.							
Os grupos a que pertenço são um reflexo importante de quem eu sou.							
Geralmente a maioria das pessoas considera os grupos a que pertenço menos eficientes que os outros grupos.							
Sinto-me muitas vezes uma pessoa inútil nos grupos a que pertenço.							
Geralmente as pessoas pensam que os grupos a que pertenço não valem nada.							
Geralmente os grupos a que pertenço têm pouco a ver com o que sinto acerca de mim próprio(a).							
Geralmente os meus grupos são considerados bons pelos outros.							
Os grupos a que pertenço não são importantes para o tipo de pessoa que eu sou.							
Sinto por vezes que os grupos a que pertenço não valem a pena.							

**Obrigada pela tua colaboração!!!**

## ANEXO G

### Escala de Atributos

**Lê cada frase e preenche a opção que mais se adequa a ti.**

Para cada frase coloca um X num só quadrado

	Exactamente como eu	Como eu	Diferente de mim	Completamente diferente de mim
<b>1. Sou Extrovertido</b>				
<b>2. Sou Calmo</b>				
<b>3. Sou Alegre</b>				
<b>4. Sou Simpático</b>				
<b>5. Sou Criativo</b>				
<b>6. Sou Violento</b>				
<b>7. A roupa que uso tem muito a ver com a música que ouço</b>				
<b>8. Sou uma pessoa que tem muitos amigos</b>				
<b>9. Sou uma pessoa que tem ou já teve problemas com a escola</b>				
<b>10. Sou uma pessoa que tem ou já teve problemas com a polícia</b>				
<b>11. Sou uma pessoa que acha meu grupo é muito unido</b>				
<b>12. Sou uma pessoa que gosta muito da música que ouve</b>				
<b>13. Sou uma pessoa que gosta de mais estilos musicais para além deste que escolhi</b>				

**Lê cada frase e preenche a opção que mais se adequa aos jovens que ouvem a mesma música que tu.**

Para cada frase coloca um X num só quadrado

	<b>Exactamente como eles</b>	<b>Como eles</b>	<b>Diferente deles</b>	<b>Completamente diferente deles</b>
<b>1. São Extrovertidos</b>				
<b>2. São Calmos</b>				
<b>3. São Alegres</b>				
<b>4. São Simpáticos</b>				
<b>5. São Criativos</b>				
<b>6. São Violentos</b>				
<b>7. A roupa que usam tem a ver com a música que ouvem</b>				
<b>8. São pessoas que têm muitos amigos</b>				
<b>9. São pessoas que têm ou já tiveram problemas com a escola</b>				
<b>10. São pessoas que têm ou já tiveram problemas com a polícia</b>				
<b>11. O grupo é muito unido</b>				
<b>12. São pessoas que gostam muito da música que ouvem</b>				
<b>13. São pessoas que gostam de mais estilos musicais para além daquele que preferem mais</b>				

**Lê cada frase e preenche a opção que mais se adequa aos jovens que o estilo musical com que te identificas menos (o estilo musical que acabaste de escolher).**

Para cada frase coloca um X num só quadrado

	Exactamente como eles	Como eles	Diferente deles	Completamente diferente deles
<b>1. São Extrovertidos</b>				
<b>2. São Calmos</b>				
<b>3. São Alegres</b>				
<b>4. São Simpáticos</b>				
<b>5. São Criativos</b>				
<b>6. São Violentos</b>				
<b>7. A roupa que usam tem a ver com a música que ouvem</b>				
<b>8. São pessoas que têm muitos amigos</b>				
<b>9. São pessoas que têm ou já tiveram problemas com a escola</b>				
<b>10. São pessoas que têm ou já tiveram problemas com a polícia</b>				
<b>11. O grupo é muito unido</b>				
<b>12. São pessoas que gostam muito da música que ouvem</b>				
<b>13. São pessoas que gostam de mais estilos musicais para além daquele que preferem mais</b>				

## ANEXO H

### Análise de Conteúdo Global do Estudo Exploratório Qualitativo para construção da Escala de Atributos

Análise de Conteúdo dos atributos associados ao ingroup e ao outgroup.

<b>Categorias Gerais</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Expressões usadas e (f)</b>	<b>F</b>
<b>Características Sócio-Culturais</b>	Classe Social	Pessoas de bairros/Classe Social mais baixa (3)	3
<b>Características Psicológicas (internas)</b>	Extroversão/Introversão	Extrovertidos (2) Directos a dizer o que pensam (1) Introvertidos (1) Fechados/Tímidos (2)	6
	Calma/Nervosismo	Calmos (4) Descontraídos (2) Tranquilos (2) Nervosos (2) Stressantes (1)	11
	Alegria/Tristeza	Bem dispostos (1) Alegres (2) Divertidos (2)	5
	Simpatia/Arrogância	Simpáticos (2) Arrogantes (1)	3
	Criatividade	Criativos (3)	3
	Semelhança/Diferença	Diferentes (1)	1
	Crítica	Críticos (2)	2
	Profundidade	Superficiais (1)	1
	Violência	Agressivos (1) Violentos (2)	3
<b>Características Externas</b>	Cabelo	Rastas (1)	1
	Adornos Corporais	Piercings (1) Tatuagens (1)	2
	Influência da música na forma de Vestir	Roupa (5) Forma de Vestir (11)	16
<b>Características e Comportamentos Sociais</b>	Sociabilidade	Mais amigos (2) Sociáveis (1) Isolados (2)	5
<i>Atitudes e Comportamentos</i>	Comportamentos Nocturnos	Saem mais à noite (1)	1
	Dança	Não gostam de dançar (1)	1
	Comportamentos Anti-Sociais	Mais problemas com a polícia (2) Mais comportamentos problemáticos (2)	4
<i>Características Grupais</i>	Tipos de Grupo	Mitras (1) Betinhos (1) “Agarrados” (toxicodependentes) (1)	3
	Coesão Grupal	Unidos (grupo mais unido) (2) Pensam da mesma maneira/gostam das mesmas coisas (11) Vão aos mesmos sítios (1) Frequentam outros sítios (3)	17
	Atitudes Grupais	Discriminados (1) Festivos (1)	17
<b>Relação com a música</b>	Apreciação das características técnicas da música	Gostam mais da música em si (1) Dão mais atenção à letra (1)	2
	Identificação Musical	Associam aspectos da música à vida (1) Identificam-se mais com a música que ouvem (1) Usam a música como expressão do que sentem (1) Mais Fanáticos (1)	4
	Abrangência/Diversidad e Musical	Não gostam de mais estilos musicais (3)	3
	Influência da música nos comportamentos	A música influencia-as de maneira negativa	1

