

“Ei, sextanejou”: práticas pedagógicas em canto sertanejo no Instagram

Comunicação

GTE 10 - Educação Musical, Tecnologias e Cultura Participativa Digital

Elenilza Carneiro da Silva
Universidade Federal da Paraíba
nizehcarneiro@emo.ufpb.br

Resumo: Este artigo traz, a partir da mídia social Instagram, uma prática pedagógica em canto sertanejo, articulando-a com a área de Educação Musical e Pedagogia Vocal. Considerando a literatura da área sobre as mídias sociais e a Educação Musical (e.g. ARALDI, 2013; ARROYO, 2014; BARROS, 2020; GOHN, 2020; MARQUES, 2021; SILVA, 2024), nota-se que há a reconfiguração dos espaços de ensino-aprendizagem de música. Dessa forma, este trabalho buscou analisar, a partir da mídia social Instagram, a prática pedagógica em canto sertanejo, articulando-a com a área de Educação Musical e Pedagogia Vocal, cujo objetivo principal, investigar os materiais de Pedagogia Vocal publicados em um perfil no Instagram e suas características pedagógicas e comunicacionais e caracterizar o Instagram como espaço educativo, a partir da análise desse material. A abordagem metodológica é a pesquisa documental. Para compor o *corpus* documental, foi analisado o perfil do Instagram @drajaquemarxs, em suas publicações sobre o canto sertanejo. Além disso, de modo complementar, foi realizada uma entrevista semiestruturada online com a produtora do perfil. Referente às análises, foi possível apreender que os conteúdos produzidos são realizados numa mídia social dinâmica, de forte apelo visual e linguagem própria, cujo conteúdo dialoga com a tríade acadêmica - ensino, pesquisa e extensão -, onde o criador de conteúdo possui um papel ativo de autoprodução musical, sendo também um prosumidor. Essas redes sociais formam uma conexão de saberes que se estabelecem na cultura participativa digital e nas aprendizagens colaborativas.

Palavras-chave: Instagram; Mídias Sociais; Pedagogia Vocal.

Introdução

O presente artigo traz, a partir do Instagram, uma prática pedagógica em canto sertanejo, articulando-a com a área de Educação Musical e Pedagogia Vocal. Considerando a literatura da área sobre as mídias sociais e a Educação Musical (e.g. ARALDI, 2013; ARROYO,

2014; BARROS, 2020; GOHN, 2020; MARQUES, 2021; SILVA, 2024), nota-se um ponto em comum: a reconfiguração dos espaços de ensino-aprendizagem de música.

Isso contribuiu para que eles fossem mais investigados e explorados enquanto “espaços educacionais no ambiente institucional” (SILVA, 2024), se tornando, de acordo com Arroyo, Bechara e Paarmann (2017, p. 72) “um contexto instigante para a investigação no campo da educação musical”, onde foi possível perceber um aumento no número de perfis profissionais¹. Neste trabalho será utilizado o conceito “mídias sociais” para se referir aos “sites na internet” (TELLES, 2011), pois segundo Beltrame, Barros e Marques (2023, p.27), “as redes sociais, no sentido de “nós”, existem desde que os seres humanos começaram a se relacionar”.

O Instagram de início era voltado apenas para publicações de imagens, com o passar do tempo passou por reconfigurações, atendendo as demandas dos seus usuários, tornando-se “uma mídia social dinâmica, de linguagem acessível e com forte apelo visual” (Silva, 2024, p. 34). Isso contribui com a aprendizagem colaborativa, discutida por Waldron (2020, p. 20) e definida por Torres (2007, p. 5) como uma “metodologia de aprendizagem, na qual, por meio do trabalho em grupo e pela troca entre os pares, as pessoas envolvidas no processo aprendem juntas”, que dialoga com o conceito de cultura participativa, definido por Jenkins (2009, p. 378) onde “fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos”.

Este trabalho traz um perfil no Instagram de uma pesquisadora, cantora, preparadora vocal e professora de canto, apresentando aspectos da Pedagogia Vocal e o funcionamento das aprendizagens *online*, através das análises obtidas pelos estudos realizados sobre o conteúdo produzido nele. Logo, o eixo norteador deste artigo é a seguinte questão de pesquisa: quais as características pedagógicas e comunicacionais de materiais de Pedagogia Vocal publicados no Instagram?

A abordagem metodológica utilizada foi a pesquisa documental, definida por Kripka, Scheller e Bonotto (2015, p. 58) como:

¹Página na mídia social utilizada para promover imagem profissional, alcançar clientes e publicar conteúdos sobre diversos assuntos das diferentes áreas de conhecimento (SILVA, 2024, p. 9).

Aquela em que os dados obtidos são estritamente provenientes de documentos, com o objetivo de extrair informações neles contidas, a fim de compreender um fenômeno; é um procedimento que se utiliza de métodos e técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos dos mais variados tipos. (Kripka, Scheller e Bonotto, 2015, p. 58).

As fontes documentais deste trabalho consideram a discussão de documento realizada por Bell (2008, p. 109) sendo “[...] um termo geral para uma impressão deixada em um objeto físico, por um ser humano. A pesquisa pode envolver a análise de fotografias, filmes, vídeos, slides [e também gravações] e outras fontes não escritas, todas podendo ser classificadas como documentos [...]”. Os conteúdos publicados no Instagram são a fonte documental utilizada. Para compor o *corpus* documental, foi analisado o perfil do Instagram @drajaquemarxs e suas publicações. Ademais, complementarmente, foi realizada uma entrevista semiestruturada *online* com a produtora do perfil.

Esse artigo buscou analisar, a partir do Instagram, a prática pedagógica em canto sertanejo, articulando-a com a área de Educação Musical e Pedagogia Vocal, cujo objetivo principal foi investigar os materiais de pedagogia vocal publicados em um perfil no Instagram e suas características pedagógicas e comunicacionais. Propôs-se também, caracterizar o Instagram como espaço educativo pela análise desse material.

Caracterizando o Instagram

O Instagram possui abas com as funções de *feed* principal (ícone de uma casa), ferramenta de pesquisa (ícone de uma lupa), de criação de conteúdo (símbolo de adição), de criação de *Reel* (ícone de uma claquete) e a de perfil (ícone com a foto do usuário).

No *feed* podemos acompanhar as publicações de outros usuários. Já a ferramenta Instagram *Stories*, são “publicações instantâneas de vídeos, imagens e outros conteúdos, que ficam disponíveis para visualização no período de 24 horas” (Santos, Rudnick, 2022, p. 19). No recurso “Faça uma pergunta” as pessoas interagem por meio de perguntas, os questionamentos poderão ser respondidos nos *Stories* ou em vídeo, como um *Reels* - combinação de áudio, imagens, textos e efeitos visuais -.

Em “*search*” o usuário pesquisa conteúdos por *tags* - assuntos de uma mesma temática -, além de acessar um conteúdo personalizado, conforme as temáticas que você mais visualiza.

Ao buscar “dicas de aquecimento para cantores”, por exemplo, o Instagram entenderá que você gosta daquele conteúdo específico e irá recomendar vídeos dessa temática. Então, percebe-se que há uma performatividade algorítmica (Lemos, 2019) que programa conteúdos personalizados para os usuários conforme as suas pesquisas.

No ícone com um símbolo de adição, encontra-se a ferramenta de criação de conteúdo - publicação de foto ou vídeo, Stories, Reels e live -. Ao lado, há a de exploração de vídeos no formato *Reels* e no último ícone, perfil do usuário, o criador de conteúdo tem acesso às informações do seu perfil, suas próprias publicações, ferramentas que permitem arquivar publicações ou salvar e o “sua atividade”, onde através do “*Insight*” pode ser verificado dados - gênero, idade e monitoramento do acesso e interações com os seus conteúdos -.

No *Reels*, no sub-recurso chamado “*Remix*”, o usuário interage com a criação de outros usuários. Por exemplo, uma professora de canto pode reagir a um vídeo de uma pessoa cantando, tecendo comentários técnicos e estéticos. Logo, as pessoas que irão assistir, podem ouvir ao mesmo tempo a pessoa cantando e os comentários técnicos e estéticos sobre aquela performance. Essa interação, seja ela com usuários e entre os pares, contribui com a aprendizagem colaborativa e com a cultura participativa digital.

Conhecendo o perfil de Jaque Marques no Instagram

É importante ressaltar que o estudo sobre mídias sociais e o Instagram, no campo da Pedagogia Vocal no Brasil, ainda é emergente, o que torna a discussão ainda mais necessária. Nos processos de ensino-aprendizagem de canto, as discussões possuem enfoque maior no canto lírico, quando comparamos com outros panoramas em que o canto está inserido, como o canto coral e o canto popular, por exemplo. Segundo Marques (2021, p. 22), “[...] no meio acadêmico, o canto lírico tem sido protagonista enquanto objeto e cenário de estudo”. Ademais, o pouco debate acadêmico sobre Pedagogia Vocal e as mídias sociais nos conduz a “necessidade de busca por compreender e aproximar as práticas pedagógicas do canto com o ensino e aprendizado online nas mídias sociais” (Marques, 2021, p. 23).

O perfil estudado, “@drajaquemarxs”, pertence a Jaque Marques, professora adjunta da Universidade Federal de Uberlândia e doutora em Música pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Jaqueline Soares Marques é preparadora vocal e realiza treinamento vocal

funcional, com ênfase no canto sertanejo. Jaque Marques possui um Ebook publicado intitulado de “Sertanejando”.

O perfil @drajaquemarx é voltado para o canto popular sertanejo, trazendo a sua experiência no gênero adquirida ao longo da vida. Para ela, o canto sertanejo é “uma música que é muito discriminada [...] dentro da academia [ambiente universitário], as pessoas não querem falar de canto sertanejo ou *“torcem a cara”* quando fala que você mexe com música sertaneja” (Jaque Marques, entrevista 16/03/24). E quem fala o faz “o faz de forma pejorativa, apenas em sua abordagem técnica, excluindo, assim, a parte histórica [...] cantar sertanejo, precisa conhecer música sertaneja”. Essa questão discriminatória ainda é fruto do pensamento eurocêntrico, por desconhecimento ou na resistência em explorar outros gêneros musicais.

Para Cernev (2017, p. 10) “precisamos de mudanças na nossa visão de educação musical nesse contexto, [...] esta mudança só será possível se pudermos formar professores intelectual e emocionalmente maduros, abertos, curiosos e com grande potencial para dialogar sempre com o novo”. Enquanto docentes, graduados ou em formação, precisamos estar atentos, abertos e receptivos às mudanças que ocorrem dentro da educação musical e os modos de ensinar e aprender na era digital.

As publicações no perfil de Jaque Marques, até a data de 17 de fevereiro de 2024, tinham 337 publicações, 8.267 seguidores² e 3.122 páginas que a @drajaquemarx seguia no Instagram. Em seu perfil há trabalhos de preparação, de *coach* vocal desenvolvido com alguns cantores sertanejos - Bruno e Marrone, Diego e Victor Hugo, Enzo, Lu e Alex, Henrique e Gustavo -, além de participações na tv acompanhando alguns artistas em gravações. Até o dia 23 de abril de 2020 as publicações eram intercaladas entre postagens pessoais e profissionais, como *backstage*, gravações e apresentações.

O seu conteúdo envolve publicações de práticas vocais (*Backing vocal*, apresentações e gravações), publicações pessoais e os voltados para a criação e publicação de conteúdo de Pedagogia Vocal, sendo este último motivado pelos “*feedbacks*” dos usuários (Jaque Marques, entrevista 13 mar. 2024). Entre os seguidores do seu perfil estão os que “gostam de cantar sertanejo, os que gostam da música sertaneja e os que trabalham com cantores sertanejos”

² usuários que decidiram acompanhar o seu perfil.

(Jaque Marques, entrevista 13 mar. 2024). Além das pessoas que vem após alguma viralização de conteúdo e as que trabalham com música sertaneja - professores de canto e fonoaudiólogos -, que a acompanham para aprimorar seu repertório técnico-vocal, a fim de assessorar pessoas que possuem dúvidas sobre como abordar a técnica vocal no canto sertanejo.

Essa multiplicidade de pessoas permite não apenas a troca de saberes entre os pares, mas também uma identificação com conteúdo por pessoas de diferentes áreas. De acordo com Cernev (2017, p. 2-3) “as mídias sociais têm sido ferramentas importantes de interação [...] criando não apenas um local para aprendizagem entre os pares como também um momento para criação de identidade online e afinidades pessoais e profissionais”.

Referente a faixa etária desse público estão as pessoas entre 24 e 52 anos, localizados majoritariamente em Minas Gerais, Goiás e São Paulo, regiões Sudeste e Centro-oeste do Brasil. Contudo, o seu maior público está na faixa etária entre 35 e 44 anos.

As *lives* como ferramenta socializadora de aprendizagens *online*

As *lives* no Instagram tiveram o seu marco histórico na plataforma no ano de 2016 (Tecnundo, 2024). Contudo, foram amplamente utilizadas no período de pandemia da covid-19, por ser uma ferramenta segura para uma época em que não era recomendado aglomerações.

De acordo com o Tecnologia e Ciência (R7, 2020) as “*lives* no Instagram cresceram 70% em março [de 2020]” e “no Brasil, este aumento na audiência chegou a 50%”. No perfil estudado, as *lives* foram uma das primeiras trocas com os usuários sobre Pedagogia Vocal. No dia 18 de junho de 2020, Jaque Marques convocou os seus seguidores para a *live* “Cantando para Valer”, onde estes poderiam interagir por meio de comentários e de participações. O intuito era “fazer algo de maneira prática”, pois as *lives* eram mais “conteudísticas” (Jaque Marques, entrevista 16/03/24). Ela queria “ver essas pessoas cantando [...] dentro da live, fazer alguma forma de [...] orientação vocal. [...] Então, era literalmente: vamos abrir, quem entrar e quiser cantar, vai cantar e depois eu vou fazer alguma intervenção dentro da técnica vocal”. Pode-se observar que essa estratégia de interação por *lives* foi inovadora, por permitir

uma participação síncrona diretamente musical - com a possibilidade de cantar para ela ao vivo - se comparada ao tipo de interação por comentários.

Diante disso, foi possível observar o papel socializador da música proporcionado pelos ambientes de aprendizagens online, pela troca de experiências e de saberes, independente do nível de conhecimento pedagógico vocal entre esses usuários. Nesse sentido, Barros, Beltrame e Marques (2023, p. 25 *apud* Tobias, 2013; Ferreira, 2014; Ventura, 2018), apontam possibilidades de práticas musicais na cultura participativa digital, reconhecendo que por meio de comentários e discussões, é possível “compartilhar escutas musicais, *feedbacks*, etc. Participar de discussões sobre trabalhos originais, versões resultantes de práticas musicais digitais, festivais, com comentários em mídias sociais como Instagram, YouTube, TikTok, Twitter, etc”. Isso dialoga também com a cultura participativa digital no sentido das pessoas aprenderem umas com as outras e/ou os mais experientes auxiliando os menos experientes.

“Ei, sextanejou!”

Criado por Jaque Marques, o “Ei, Sextanejou!” é um exemplo prático do que é o trabalho pedagógico vocal no Instagram. O quadro consiste em vídeos sobre aquecimento vocal, publicados às sextas-feiras. Para Jaque Marques (entrevista 16/03/24), esse conteúdo é “meio um desespero dos cantores de quando tinha sexta/sábado que vão cantar e eles não sabem como que aquece a voz. [...] Eu estava fazendo como se fossem “pitadas” de aquecimento vocal. Então, o único conteúdo que era bem pensado mesmo.”

O “Ei, sextanejou” é uma aplicação prática da teoria, consolidando as experiências pessoais e profissionais de Jaque Marques, mostrando a possibilidade de práticas pedagógicas em canto em ambientes *online*. Isso também se deve ao processo facilitador que as novas tecnologias trouxeram, segundo Marques (2023, p. 44) “se no passado as apresentações musicais aconteciam apenas ao vivo e presencialmente, com as mídias digitais, frutos da evolução tecnológica, houve a possibilidade de gravação, edição e reprodução da música em qualquer momento da vida”. Contudo, esses processos consideram alguns fatores até a publicação: trazer a linguagem da Pedagogia Vocal, adaptar para a linguagem das redes, relacionar o conteúdo com o gênero sertanejo, utilizando recursos em uma mídia que tem um forte apelo visual.

Ademais, criar conteúdo não está exclusivamente atrelada a equipamentos de ponta, é possível criar com as ferramentas que estão à disposição. Beltrame, Barros e Marques (2023, p. 37) apontam que “para a Música, a possibilidade de criação e compartilhamento de conteúdo” e “a interação social das mídias sociais, permite [...] que o músico [...] possa, a partir de sua casa e dos equipamentos que dispõe, apresentar seu conteúdo musical com potencial alcance global, além de criar diversas conexões sociais.”

Outro fator é que os conteúdos em formato de vídeo possuem alguns pontos fortes, onde usuário poderá pausar o conteúdo em formato de vídeo, observar as articulações e gestos que o professor utiliza e realizar junto com ele, repetir, voltar o conteúdo para a parte que não assimilou e esclarecer dúvidas por meio das mensagens diretas.

Desse modo, a função de pensar a temática, transformar a linguagem científica para a linguagem das redes sociais e das mídias sociais, roteirizar, gravar, editar e publicar, faz da prática pedagógica de Jaque Marques um processo ativo. Estes ciclos são o que Costa (2023, p. 152) denomina de autoprodução musical que “é compreendida enquanto um processo onde o músico é protagonista do trabalho, desempenhando grande parte das funções necessárias para sua realização, desde as concepções iniciais até a divulgação do resultado”.

Ademais, dialoga com o que a Souza, K. e Souza, J. (2023, p. 2) chama de prosumidor, que é “derivado da combinação das palavras “produtor” e “consumidor”.” As autoras descrevem como algo que “refere-se a sujeitos que não apenas consomem bens e serviços, mas também se envolvem ativamente em produzi-los ou criá-los [...]”. Assim, os “professores(as)-prosumidores(as) na Educação Musical podem ser caracterizados como sujeitos que produzem e consomem materiais educacionais para o ensino aprendizagem de música, que podem ser compartilhados com outros(as) docentes e estudantes.”

A conexão de saberes entre os prosumidores e os usuários estimulam o exercício da curiosidade. Freire (2011, p. 60) afirma que isso “convoca a imaginação, a intuição, as emoções [...] satisfeita uma curiosidade, a capacidade de inquietar-me e buscar continua em pé”. Logo, prosumidores e usuários serão movidos a cada vez mais “navegar” entre os perfis, buscar conteúdos diversos e conhecer novos conceitos. Esses múltiplos diálogos possuem papel ativo e refletem os valores do conhecimento da tríade acadêmica: o ensino - na troca de saberes entre os conteúdos produzidos por Jaque Marques e os usuários, na medida que ela traz o

“Ei, sextanejou!” por exemplo. - a pesquisa - enquanto pesquisadora acadêmica, trazendo as bases epistemológicas em que aquele conteúdo está fundamentado e a extensão - com as comunidades formadas e construídas pela cultura participativa digital e de aprendizagens colaborativas.

O vídeo mais visualizado da página

Neste tópico trago análises do vídeo mais visualizado no perfil de Jaque Marques, para tentar compreender como funciona o processo comunicacional da distribuição em massa de um conteúdo digital, conhecido como viral. O vídeo foi publicado no dia 17 de abril de 2023, com 87 comentários, 79.271 visualizações e 391 encaminhamentos. O conteúdo, *Reels* realizado com a ferramenta “*remix*” de um conteúdo originário da página “@conceitosertanejo”, mostrava uma criança numa apresentação no programa da Rede Globo, chamado “The Voice Kids”. No vídeo Jaque Marques reage tecendo apontamentos técnicos sobre ele. A criança cantava uma música sertaneja utilizando técnicas e recursos estilísticos do canto sertanejo de outras épocas, como o uso da laringe baixa, vibrato definido e soproso. Quanto a criação do vídeo, Jaque afirma que:

Estava vendo o The Voice Kids e achei muito legal o jeito que o menino estava cantando. Falei: - “Ah gente! Eu vou comentar sobre isso” [sobre o jeito que o menino estava cantando]. Porque na época eu estava lançando um e-book meu sobre canto sertanejo. Então, estava naquela fase de produzir conteúdo que se relacionava ao que eu estava lançando para, enfim, engajar e tudo mais, como se fosse uma divulgação também do trabalho (Jaque Marques, entrevista 16/03/24).

O alcance do vídeo, segundo Jaque Marques (entrevista 16/03/24) “foram 77 mil e tantas contas alcançadas. Compartilhamento de salvos [...] 79.293 [pessoas alcançadas]. Mas de contas alcançadas [no Instagram], foram 77.561 contas alcançadas.” Ela complementa que postou [...] “isso acho que à noite, no outro dia de manhã, estava lá: - “seu Reels ultrapassou a marca de 8 mil views”. [...] No meio da tarde, 15 mil [visualizações].” Aqui podemos perceber a rapidez como os virais funcionam, em menos de 24 horas a publicação obteve 15 mil visualizações e passou mais de uma semana aumentando seu alcance e engajamento. Como indicado por Marques (2023, p. 56) “Através das características que estruturam uma mídia social, as ligações entre as pessoas favorecem a rápida e massiva propagação de conteúdos

musicais. O compartilhamento de conteúdo, seja para fins artísticos ou pedagógicos, pode ser utilizado em todo âmbito musical.”

Logo, podemos observar que as redes sociais e as interações oriundas dessas relações facilitam o entendimento na prática do funcionamento dos virais. De acordo com Jaque Marques (entrevista 16/03/24) no terceiro ou quarto dia o vídeo bateu “mais de 50 mil [visualizações]”. Após esse período, o engajamento foi diminuindo, contudo ela ressalta que ainda recebe visualização nele, então questiona “por que ele está sendo entregue ainda? [no feed de outros usuários] Não sei o que eu fiz ali nesse conteúdo que ele foi tão entregue.”

A relação entre tempo e espaço, Araldi (2013, p. 1224) aponta que “o conhecimento é compartilhado em diferentes tempos e espaços, tendo a não linearidade com uma de suas características”. Do mesmo modo, Marques (2021, p. 79) afirma que “os conteúdos que foram publicados em um ponto do passado, são novamente visualizados em momentos do presente; acumulando o número de reproduções e aumentando [...] o índice de visualização, e consequentemente, seu alcance e visibilidade”. Entender esse processo dialoga com a questão da atemporalidade e a aprendizagem sobre contexto, mediante trocas entre os saberes. O conteúdo pode ser acessado em diversos lugares e em períodos diferentes seguindo a não linearidade. Esses conteúdos estão em um mesmo espaço independente da data em que foram produzidos e publicados, apresentando-se como novo para cada usuário que irá visualizá-lo pela primeira vez. Contudo, um aspecto negativo é que aquele conteúdo publicado poderá possuir informações desatualizadas sobre algum conceito musical, comprometendo o aprendizado.

Considerações finais

As discussões no Brasil sobre Pedagogia Vocal e Instagram ainda são emergentes e fundamentais, principalmente porque podemos perceber o crescente número de perfis profissionais, sobretudo de música. Ademais, enquanto docentes e/ou pesquisadores em educação musical, devemos estar abertos e receptivos a enxergar as mídias sociais como potencializadoras e como campo de estudo.

Para tentar compreender como se dá a produção de conteúdo no Instagram, foi investigado os materiais de Pedagogia Vocal publicados nela e suas características

pedagógicas e comunicacionais, onde percebeu-se que o Instagram possui características próprias e funcionalidades específicas, onde os conteúdos precisam estar consonantes com o formato e o tipo de linguagem da própria mídia social.

Já as características pedagógicas surgem da curiosidade dos seguidores sobre determinados assuntos e/ou feedbacks, da troca de informações entre profissionais e dos assuntos que estão em “alta”. Essas características pedagógicas também se baseiam nas próprias experiências profissionais e vivências adquiridas ao longo de suas trajetórias. Nesse ínterim, caracterizar o Instagram como espaço educativo é um fator preponderante, pois quando se trata das mídias sociais, ainda se pensa como um espaço apenas para entretenimento. Embora as reconfigurações nos mostre que as mídias podem ser pensadas como um campo de pesquisa, seja para buscar compreender as potencialidades quando associadas à educação/educação musical, seja para enxergá-la como objeto de estudo.

Ademais, o ensino-aprendizagem musical no Instagram acontece num espaço constituído de linguagem acessível, de maneira colaborativa, com forte apelo visual e o tempo das informações se apresentam no tempo presente ao invés do tempo concreto de cada informação, para diversas idades e diferentes perfis profissionais.

Também é necessário considerarmos que os conteúdos produzidos são focados em um público desconhecido, embora tenhamos a prévia análise dos *Insights*. Logo, quem produz desconhece as especificidades e dificuldades vocais de cada sujeito, incluindo os perfis pessoais minoritários. Assim, precisa-se pensar em como trazer conteúdos mais específicos em questões técnicas vocais que respeitem essas especificidades.

Já para o criador de conteúdo, é possível sondar o perfil de seguidores por média de faixa etária, localização, gênero, horário de melhor engajamento para realizar as publicações e criar enquetes ou caixa de perguntas para novas temáticas, bem como criar conteúdo apreendendo o interesse dos seus seguidores, como o quadro “Ei, *sextanejou!*” e trocar experiências com outros profissionais, por meio dos *remixes* ou postagens colaborativas, interagir com o conteúdo de outros profissionais.

Analisar o material de pedagogia vocal publicado no Instagram foi um passo importante para buscar compreender suas características e finalidades. O produtor de conteúdo precisa trazer a literatura da área adaptada a linguagem constituída nas redes, que

dialogue com os profissionais de áreas afins e as pessoas que apenas gostam de música, adaptada às funcionalidades do Instagram.

Durante o processo de investigação desta pesquisa foi possível constatar o dinamismo e o forte apelo visual do Instagram, inclusive durante a pesquisa o Instagram foi ganhando novas funcionalidades, como o *hypes*, que permite o usuário fazer comentários públicos nos *Stories* de outros usuários, além do carrossel colaborativo, onde os usuários podem anexar imagens a este, desde que o criador daquele conteúdo permita.

Além disso, esta pesquisa não é uma mera resposta aos objetivos traçados durante a fase de pré-projeto, enxergo esta fase como um caminho que indica novas possibilidades e perguntas sobre o Instagram e a educação musical, sobretudo Pedagogia Vocal. Nesse sentido, o Instagram, enquanto espaço pedagógico, torna este tipo de pesquisa um caminho interessante a ser percorrido, na medida em que agrega à discussão que já vem sendo dialogada sobre a temática e fomenta novas descobertas sobre esta mídia que resultarão em novos desdobramentos para as pesquisas que envolvem o Instagram enquanto objeto de estudo e espaço agregador da educação musical.

Referências

ARALDI, Juciane. Impactos das tecnologias e a mudança na cultura da aprendizagem musical: um estudo sobre redes sociais e educação online. *In: CONGRESSO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO MUSICAL*, 21., 2013, Pirenópolis. *Anais [...]*. Pirenópolis: ABEM, 2013. p. 1223-1231.

ARROYO, Margarete; BECHARA, Silvia Regina C. C.; PAARMANN, Heraldo. Educação musical, jovens e pesquisa na internet: compartilhando procedimentos metodológicos. *Revista Eletrônica da ANPPOM*, São Paulo, v. 23, n. 3, p. 67-90, 2017. Disponível em: <<https://www.anppom.com.br/revista/index.php/opus/article/view/opus2017c2304>>. Acesso em: 03, jul, 2024.

ARROYO, Margarete. Mídias sociais como fontes de pesquisa documental acerca da educação musical contemporânea. *In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA*, 24., 2014, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo: [s.n], 2014. p. 1-10.

BARROS, Matheus. Educação musical, tecnologias e pandemia: reflexões e sugestões para o ensino remoto emergencial de música. *OuvirOUVer*, Uberlândia, v.16, n.1, p. 292-304, 2020. Disponível em: <<https://seer.ufu.br/index.php/ouvirouver/article/view/55878>>. Acesso em: 03, jul, 2024.

BELL, Judith. Projeto de pesquisa: guia para pesquisadores iniciantes em educação, saúde e ciências sociais. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

BELTRAME, Juciane Araldi; BARROS, Matheus Henrique da Fonseca; MARQUES, Gutenberg de Lima. Cultura participativa digital, mídias sociais e educação musical. *In*: BELTRAME, Juciane Araldi; MARQUES, Gutenberg de Lima; GARCIA, Marcos da Rosa; BARROS, Matheus Henrique da Fonsêca; WESTERMANN, Bruno; ARAÚJO, José Magnaldo de Moura (Org.). Práticas digitais em educação musical: reflexões e experiências. João Pessoa: Editora do CCTA, 2023. p. 1-273.

CERNEV, Francine Kemmer. Ensino, Aprendizagem e Formação: o uso das mídias sociais pelos licenciandos de música. *In*: CONFERÊNCIA REGIONAL LATINO-AMERICANA DE EDUCAÇÃO MUSICAL DA ISME, 11., 2017, Natal. *Anais [...]*. Natal: ISME, 2017. p. 1-12.

COSTA, Isis Queiroga de Oliveira. Aprendizagens durante experiências de autoprodução musical: a gravação de guias como ferramenta pedagógica. *In*: BELTRAME, Juciane Araldi (org.) *et al.* Práticas digitais em educação musical: reflexões e experiências. João Pessoa: Editora do CCTA, 2023. p. 151-168.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

GOHN, Daniel. A realidade das redes sociais: uma discussão acerca da educação musical nas comunidades virtuais. *Revista da Abem*, Santa Catarina, v. 28, p. 81-93, 2020. Disponível em: <<https://revistaabem.abem.mus.br/revistaabem/article/view/881>>. Acesso em: 03, jul, 2024.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KRIPKA, Rosana Maria Luvezute; SCHELLER, Morgana Scheller; BONOTTO, Danusa de Lara. Pesquisa documental na pesquisa qualitativa: conceitos e caracterização. *Revista de investigaciones UNAD*, Bogotá, v. 14, n. 2, p. 55-73, jul.-dez., 2015. Disponível em: <<https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/revista-de-investigaciones-unad/article/viewFile/1455/1771>>. Acesso em: 03, jul, 2024.

LE MOS, André. Desafios Atuais da Ciberultura. *Jornal Correio do Povo*: Caderno de Sábado, Porto Alegre, 16 jun. 2019. Disponível em: <<http://www.lab404.ufba.br/os-desafios-atuais-da-cibercultura/>>. Acesso em: 26 jul. 2024.

LIVES no Instagram crescem 70% em março e ganham novas funções. R7 Tecnologia & Ciência, Rio de Janeiro, 20 abr. 2020; Disponível em: <<https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/lives-no-instagram-crescem-70-em-marco-e-ganham-novas-funcoes-20042020/>>. Acesso em: 22 maio 2024.

MARQUES, Gutenberg de Lima. Práticas de ensino e aprendizagem de canto nas mídias sociais: um estudo sobre o espaço pedagógico-musical Youtube. 2021. 155f. Dissertação Curso em Mestrado, Centro de Comunicação, Turismo e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2021.

MARQUES, Gutenberg de Lima. Conteúdos pedagógicos de canto em mídias sociais: aspectos e características de vídeos no YouTube. 2021. 99f. TCC Curso em Licenciatura em Música. Centro de Comunicação, Turismo e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2021.

MARQUES, Gutenberg de Lima. Efeito YouTube: novas formas de criação, consumo e compartilhamento de música. In: BELTRAME, Juciane Araldi (org.) *et al. Práticas digitais em educação musical: reflexões e experiências*. João Pessoa: Editora do CCTA, 2023. p. 39-56.

SANTOS, Rodrigo Otávio dos; RUDNIK, Raquel Machado Lopes. Instagram e a educação: algumas considerações. *Revista Brasileira de Educação*, Curitiba, v. 27, p. 1-24, 2022. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbedu/a/HsGjTVtZ3Yn4Bn6SkHdsZvB/>>. Acesso em: 03, jul, 2024.

SOUZA, Karla Beatriz Soares de; SOUZA, Jusamara Souza. Processos de socialização na formação de professores(as)- prossumidores(as) na Educação Musical: o caso dos(as) videomaker da Escola Municipal Cidade da Música durante o ensino remoto. In: CONGRESSO NACIONAL DA ABEM, 26., 2023, Ouro Preto. *Anais [...]*. Ouro Preto: ABEM, 2023. p. 1-18.

SILVA, Elenilza Carneiro da. Instagram: espaço educativo para a pedagogia vocal. 2024. 72f. TCC Curso em Licenciatura em Música. Centro de Comunicação, Turismo e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2024.

TELLES, André. A revolução das mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas. 2. ed. São Paulo: M. Books, 2011.

TORRES, Patrícia Lupion. Laboratório on-line de aprendizagem: uma experiência de aprendizagem colaborativa por meio do ambiente virtual de aprendizagem eureka@kids. *Cad. Cedes*, Campinas, v. 27, n. 73, p. 335-352, set.- dez. 2007. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ccedes/a/ckbm4n4pD9HyTTqj8f9c5xy>>. Acesso em: 03, jul, 2024.

WALDRON, Janice L. Mídias Sociais e Abordagens Teóricas para Aprendizagem Musical em Rede Comunidades Musicais. In: WALDRON, Janice L.; HORSLEY, Stephanie; VEBLEN, Kari K. (org.). *The Oxford Handbook of Social Media and Music Learning*. United States of America: Oxford University Press, 2020. p. 20-39.