Consumo Musical e a Constituição de Imaginário da Velhice na Cidade Contemporânea[1]

Juliana Segóvia[2]
Yuji Gushiken[3]
Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT

RESUMO

A música popular, como produto midiático, inscrita na lógica de produção da indústria cultural e fonográfica brasileira e, as formas de consumi-la e resignificá-la, é objeto de estudo deste artigo. Na cidade, produzem-se espaços de sociabilidade, destinados a distintos públicos, com variáveis que vão desde a faixa-etária, gosto musical, identidades à níveis socioeconômicos. O recorte temático, dá-se a partir do universo do idoso frequentador de Bailões da terceira idade, na cidade de Cuiabá (Mato Grosso, Brasil), e seus processos de ressignificação da música enquanto formas de consumo, processos identitários e subjetivos. Analisa-se, então, a música como um produto cultural que possibilita a produção de sentidos e interação entre sujeitos, quando inscrita em um universo social e simbólico, em mundos intersubjetivos, circunscritos na cidade.

PALAVRAS-CHAVE: consumo; música popular; bailões, comunicação.

INTRODUÇÃO

Neste artigo, busca-se analisar os processos de consumo, sociabilidade e subjetividade de indivíduos, classificados na contemporaneidade como idosos e vivenciando a "terceira idade", a partir da perspectiva da comunicação como ciência da cultura (LIMA, 2001) e da interdisciplinaridade como forma de diálogo com outras esferas teóricas: antropológica e sociológica.

A pesquisa, "Bailes da Terceira Idade: espaços de consumo musical e sociabilidade na cidade"[4]; originou-se de uma densa descrição de três bailões da terceira idade, em distintos bairros da cidade de Cuiabá (Mato Grosso, Brasil), estruturada nos aspectos físicos

[1] Artigo apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XII Encontro de Grupos de Pesquisa em Comunicação, DT 6 (Interfaces Comunicacionais), NP de Comunicação e Culturas Urbanas, realizado de 4 a 7 de setembro de 2013, em Manaus, Amazonas, Brasil.

[2] Radialista, videomaker e aluna regular do Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (ECCO-UFMT), em Cuiabá, Mato Grosso, Brasil. E-mail: ju_segovia.hotmail.com.

[3] Professor do Departamento de Comunicação Social e do Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (ECCO-UFMT), em Cuiabá, Mato Grosso, Brasil. Orientador do trabalho. E-mail: yug@uol.com.br.

[4] Artigo apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XII Encontro de Grupos de Pesquisa em Comunicação, no ano de 2012, em Fortaleza, Ceará, Brasil.

dos lugares, de estratificação social e estilos musicais executados nos espaços, originando uma clara distinção no *gosto*[5] dos frequentadores.

O Baile, objeto de estudo e recorte do universo dos idosos, é considerado aqui como um território (e lugar), produzido na cidade contemporânea; no âmbito geográfico, psicológico ou subjetivo; como catalisador de "toda uma série de comportamentos, de investimentos, nos tempos e nos espaços sociais, culturais, estéticos, cognitivos". (GUATTARI e ROLNIK,1996, p. 323).

A partir da imersão realizada nesses territórios urbanos, foi possível a aplicação metodológica destinada a pesquisa de campo, como a observação participante e entrevistas em profundidade, das quais apreendemos uma noção de imaginário sobre o vivenciar dessa categoria etária nas suas práticas sociais. Desvelando-se para além das concepções de *lazer*, como noção dicotômica de tempo de trabalho versus tempo livre; o lazer, pode ser encarado como um período de possibilidades economicamente rentáveis e também como via de constituição de redes básicas de sociabilidades. (MAGNANI,1994)

No espaço dos bailões, foi possível desenvolver uma discussão acerca do cotidiano desses sujeitos, dos seus processos de ressignificação da música enquanto grupo social - no ato de consumir, expressar-se e diferenciar-se. A síntese de diversos gêneros classificados como música popular, foram identificados como os principais "ritmos" executados, trazendo à tona a música e sua potencialidade como mediador de sociabilidade, de processos identitários e subjetividades, como um tema relevante para debate neste artigo.

A música considerada como um produto cultural, possibilita a produção de sentidos e de interação entre sujeitos, quando inscrita em um universo social e simbólico, em mundos intersubjetivos (GIRARD Jr., 2007), como por exemplo o espaço do Baile da Terceira Idade. O potencial de sociabilidade e produção de subjetividades dos idosos, por intermédio do consumo musical e vivência das práticas relacionais - no momento da dança e da conversa - é efetivado por aquilo que foi identificado, mediante a pesquisa de campo, como o motivo de frequência e vinculação destes indivíduos com o *espaço*[6] e com o *outro*[7].

O gosto musical foi observado como principal elemento de motivação para o frequentar dos idosos aos determinados espaços, sendo que todos os estilos identificados são classificados como gêneros populares. Como descrito na pesquisa, nos bailões,

[5] O gosto como categoria estética. (CALDAS, 2009)
[6] O espaço como um lugar praticado (CERTEAU,1998). Lugar "é a ordem (seja qual for) segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência [...] é portanto a configuração instantânea de posições. Implica uma indicação de estabilidade." (p.201)
[7] O outro com o sentido de alteridade.

"Amigos da Terceira Idade", localizado no bairro Dom Aquino e, "Bailão do Retirão", no bairro do CPA, foram identificados, os estilos forró, sertanejo, rasqueado e lambadão - gêneros musicais da Baixada Cuiabana -, romântica ("brega"), vanerão e xote, todos classificados como música popular. E no "Baile Tradicional" que ocorre no espaço "Chorinho", foram identificadas interpretações musicais classificadas como mambo, bolero, choro, samba, samba-canção, brega e seresta. Bairros[8] localizados em regiões distintas da cidade, permitiu-nos considerar a variante sócio-econômica dos indivíduos, diante de referências geográficas caracterizadas como periféricas, ou suburbanas (bairro CPA) e centrais (Jardim Kennedy e Dom Aquino).

Podemos constituir um imaginário, uma percepção do "viver na cidade", a partir da análise de um grupo social específico, constituído de indivíduos envelhecidos ou na "terceira-idade", que escolhem ir ao bailão, ouvir músicas, dançar, beber e namorar, como uma forma de experiência urbana e produção de significados? Trataremos neste artigo o desenvolvimento da indústria fonográfica, com ênfase na música popular, como elemento significativo e participante da formação identitária, produção de subjetividades. A música como parte do processo social de significação deste circuito de sociabilidade estabelecido.

Considerações a respeito do termo idoso

A classificação do envelhecimento como faixa-etária se deu em meados do século XIX, período em que a Revolução Industrial se desenvolvia. A grande quantidade de indivíduos envelhecidos e improdutivos, que não suportavam mais a velocidade de produção das fábricas do meio urbano, tornando-se mão-de-obra desqualificada, devido ao desacelerar de seus corpos, passou a ser socialmente identificada nesse contexto. Demandavam necessidades específicas, surgindo assim as primeiras formas asilares e institucionalização de pensões e aposentadorias.

Com as modificações nas políticas públicas voltadas para os idosos em âmbito mundial, desenvolvimento da medicina – consequentemente aumento da longevidade -, queda na taxa de natalidade e mortalidade e desenvolvimento de áreas específicas de estudo como a gerontologia – "estudos interdisciplinares voltados para a pesquisa sobre o envelhecimento e a difusão de formas saudáveis de envelhecer, tanto no aspecto físico

[8] Segundo Maffesoli (1998) "O Bairro, na verdade, trata-se de um espaço público que conjuga uma certa funcionalidade com uma inegável carga simbólica. Inscrevendo-se profundamente no imaginário coletivo, ele é, entretanto, constituído pelo entrecruzamento de situações de momentos, de espaços e de gente comum, e por outro lado ele é falado pelo estereótipo dos tipos banais." (p.33)

quanto no mental" (ALVES, p.13, 2004) - e a geriatria ; vemos uma visão negativa do "velho", considerado ocioso, incapaz e feio, a partir da década de 1960, transformar-se em uma categoria etária, composta por indivíduos de 60 anos ou mais, classificada a princípio como "idosa" e atualmente sendo utilizados temos como "terceira-idade" ou "melhor-idade" para descrição. Termos estes utilizados em uma perspectiva "positiva" do envelhecer.

São definições relativas a velhice: maturidade, meia-idade, terceira-idade, maioridade, idade legal, melhor idade. A criação da "terceira-idade", denominação utilizada na pesquisa, é uma tática rentável para setores que, aproveitando do vácuo deixado pelas políticas públicas no agenciamento do cuidado com a velhice, se propõe como agenciadores privados, oferecendo produtos voltados para essa faixa-etária como pacotes de viagens, clubes e casas de entretenimento.

Os termos utilizado na pesquisa como "idoso" e "terceira-idade", são definidos a partir de referências de autoras como Simone de Beauvoir, Guita Grin Debert, Anita Liberalesso Neri, Andréa Moraes Alves.

Indústria cultura e indústria fonográfica

Na década de 1960, o filósofo alemão Theodor Adorno, transpõe suas conferências proferidas em programas radiofônicos, para o ensaio sobre a diferenciação entre os produtos da chamada cultura de massa, separando-os da arte e dos produtos da cultura popular, intitulado "A Indústria Cultural". (CALDAS, 2009)

O acesso a arte via reprodução em série, inscrita em uma lógica de produção industrial - premissa do capitalismo - dá força à consolidação de uma indústria cultural no início do século XX. A ideia de democratização dos bens culturais é pautada na reprodutibilidade da arte, a chamada obra *Kitsch*, não numa perspectiva de socializar a arte "original", mas através da cópia, torna-la ao alcance do público que até então não tinha acesso.

O desenvolvimento tecnológico proporciona o nascimento dos meios de comunicação de massa, que funcionam como espaços de negociações simbólicas. A facilitação de um número maior de indivíduos das camadas populares, na aquisição da televisão e do rádio, bens de consumo, antes restrito a uma elite financeira, proporcionou uma expansão do mercado cultural. A indústria cultura passa a oferecer atraentes produtos

de consumo. "De fato, indústria cultural se caracteriza pela orientação mercadológica. Seu objetivo principal é criar produtos culturais para serem vendidos." (LEME, 2003, p.26)

O nascimento da indústria cultural brasileira não pode ser comparado ao das indústrias culturais europeias e norte-americanas muito mais elaboradas. A indústria cultural destas potências econômicas, com alcance e difusão simbólica abrangente em suas populações, se desenvolveu concomitante a revolução industrial e ao desencadear do capitalismo como projeto político-social ocorridos nesses contextos. Já o consumo cultural no Brasil – país considerado urbano-industrial somente a partir da década de 1940 - é caracterizado, desde seu início, por um "reflexo do localismo", como afirma Leme (2003). A autora aponta que através de produções culturais principalmente regionais e com uma população que em sua maioria não tinha acesso ao ensino, nem poder de compra, o consumo cultural brasileiro se deu por uma elite econômica que adquiria as produções oriundas das camadas populares.

O processo inicial da indústria fonográfica no Brasil é essencialmente antagonista – a elite econômica consumia produções originárias da camadas baixas – pois, os primeiros discos gravados eram de gêneros populares – lundus, cançonetas, maxixes, xotes, chulas, desafios, cateretês, polcas, polcas-choro entre outros, como Leme aponta:

> Bem ao gosto popular, gerando uma situação surreal: a elite econômica podia gozar da 'grande novidade tecnológica' (o gramofone e as chapas gravadas) ouvindo a música consumida pelas classes populares, que nem sonhavam com a possibilidade de ter um aparelho que reproduzia a voz dos artistas que eles viam nos circos. (LEME, 2003, p. 48)

Localizados em um período estabelecido da indústria fonográfica brasileira, podemos destacar alguns dados pontuados por Paulo Cézar Araújo, na sua pesquisa "Eu não sou cachorro, não", acerca da música popular, estudo em que aprofunda na discussão sobre o gênero "brega". Segundo Araújo, entre 1967 e 1980, o consumo de toca-discos, deu um salto 813%. O país, favorecido pela conjuntura econômica em desenvolvimento, alcançou o quinto lurar no mercado mundial de discos:

> "Nunca tantos brasileiros tinham gravado e ouvido tantas canções. A música popular firmava assim como o grande canal de expressão de uma ampla camada da população brasileira que, neste sentido, não ficou calada, se pronunciou, através de sambas, boleros e, principalmente, baladas. (ARAÚJO, 2002, p.16)"

Podemos afirmar que a indústria cultural, entendida na contemporaneidade como um meio de produção e de reprodução de bens culturais ou mercadorias preparadas para o consumo (CALDAS, 2000), em se tratando dos gêneros classificados como populares, ultrapassou os limites da indústria, alcançando a difusão da música popular, por intermédio

do mercado informal (VIANNA, 2006). Gêneros musicais identificados por Vianna (2006) como "mais populares", como, lambadão, xote, vanerão, forró, brega, entre outros, são consumidos por um contingente de indivíduos idosos, fora e dentro do âmbito do espaço do baile, nos chamados "camelôs", em feiras, ou até mesmo das gravações das músicos em CD, dos próprios músicos que apresentam nos bailões. Nota-se nas entrevistas de duas idosas sobre suas vias de consumir CDs de música: "Eu compro CD, compro na feira lá perto da minha casa. Lá tem o CD que eu gosto, né." (Helena, 64 anos, trabalhadora ativa, frequentadora de bailões)

> *"Eu ouço as músicas em casa. Tenho até um CD do cantor daqui. Eu compro mais no camelo, é mais barato. E quando eu vou no galpão eu compro lá, do cara que vai lá cantar, ai, eu compro."* (Tania, trabalhadora ativa, frequentadora de bailões)

O mercado informal, acrescenta uma nova configuração de circulação de bens simbólicos e de consumo cultural. De forma paradoxal, são sucessos de massa com invisibilidade na mídia de massa - que, segundo Vianna (2006), é concebida como "uma estranha zona de penumbra" - e despontam como formas de consumir "que proliferam à margem da indústria cultural oficial, cada vez mais minoritária." (VIANNA, 2006, p.5). A periferia, deixa de "se comportar" como periferia; alcança o "lugar", o acesso e a possibilidade de consumir bens culturais, artísticos e simbólicos, antes ao alcance principalmente do centro, através de uma "economia artística informal" produto de uma inclusão social conquistada como forma de resistência.(VIANNA, 2006) Idosos consumidores de música "mais popular" e suas vias de acesso a esse mercado, fazem parte desse contingente invisível que destacam o mercado informal como uma nova e marcante característica do desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira.

Música popular no Brasil

Tratar do conceito "cultura popular" é afirmar uma premissa de discussão acerca de dicotomias que causam "polemica" no contexto dos estudos culturais. Popular versus erudito, alta versus baixa, bom gosto versus falta de gosto, entre outras configurações antagônicas. A música, neste caso, para destrinchar-se no seu desenvolvimento enquanto "popular", permeou e permeia a análise de teóricos classificados como tradicionalistas, modernos e pós-modernos[9]. Consideramos aqui, o popular como objeto social necessariamente ambíguo (ARAÚJO, 2002). Para além da noção dicotômica, o popular aproxima-se mais da ideia de ambiguidade, ao pensarmos este como tecido de ignorância e

[9] Segundo Hall, a modernidade tardia ou pós-modernidade tem como marco inicial os anos setenta. (2006)

saber, atraso e desejo de emancipação, capaz de conformismo ao resistir e, resistência ao se conformar. (CHAUÍ *apud* ARAÚJO, 2002). Esta análise sobre música popular é pautada na música enquanto constituição de processos híbridos.

Os primeiros estudos mais aprofundados sobre a música popular brasileira tiveram como expoente o jornalista Mário de Andrade, que para o historiado e crítico, Tinhorão (1997)[10], seria um dos poucos estudiosos que veriam as manifestações de cultura urbana sem a definição de "popularescas" ou sobre um viés de folcloristas "que se interessam pelo povo com o paternalismo de autênticos senhores feudais" (TINHORÃO, 1997, p.13).

A música popular fez parte do desenvolvimento cultural brasileiro, surgindo no contexto de transformação econômica, política e social decorrente dos processos de colonização e da revolução industrial que dividiria a sociedade em classes. O processo industrial no Brasil foi tardio em comparação aos processos da Europa e dos países da América do Norte, mas as referências simbólicas dessas culturas hegemônicas já refletiriam nas características culturais brasileiras desde o período colonial. Das camadas mais baixas da população brotariam as influências para estilos musicais que hoje vemos consolidados como samba, choro e bossa-nova. Estes gêneros híbridos, advindos do lundu, xote, batuque, maxixe, entre outros, foram trazidos pelos negros africanos quando estes, aqui, aportaram como mão de obra escrava. (TINHORÃO, 1997).

Caze, (1999) argumenta que gêneros nascidos da fusão de danças européias (polca) somados ao sotaque do colonizador português e influências africanas, formaram a base da música popular urbana nos moldes da atualidade. O nascimento das identidades musicais essencialmente brasileiras se deu nas camadas baixas da população, das misturas de traços culturais de diferentes etnias (negros africanos, índios nativos e europeus), atualmente essas músicas oriundas do fim do século XVIII e meados do século XX, consumidas antes pela "ralé", são produtos de consumo principalmente das camadas médias e altas econômicas da sociedade.

Leme (2003) acrescenta que segundo a historiografia musical brasileira em geral, os primeiros gêneros da música popular urbana desenvolveram-se de processos de hibridação

[10] Considerando Tinhorão, como um precursor da discussão sobre a temática, música popular brasileira, e que, para ARAÚJO (2002), conversa com uma vertente tradicionalista teórica e interpretativa da música brasileira, originada a partir de 1922 (ano em que ocorre no Brasil a "Semana da Arte Moderna"). Pautada no dualismo "tradição" e "modernidade" como "centro do debate político-cultural no país, refletindo o dilema de uma elite em busca de sua identidade nacional." (ARAÚJO, 2002, p.350). Para muitos estudiosos, Tinhorão, reflete uma visão, considerada atualmente, anacrônica e conservadora sobre o debate da música popular, apesar de que, traz noções históricas e contextuais consideráveis e relevantes para a discussão.

entre "procedimentos musicais de tradição europeia (tanto culto como populares) e procedimentos musicais de origem étnica (africana e ameríndia)" (LEME, 2002, p.59). A autora classifica como *matrizes culturais*[11] da música popular urbana – com suas bases esboçadas a partir do séc. XVIII no Brasil colônia – a modinha e o lundu, com uma ênfase no lundu em meados do séc. XIX como a matriz das principais características dos formatos industriais contemporâneos da música popular.

A música popular cuiabana

O desenvolvimento musical cuiabano se deu desde sua fundação em 1719, existindo registros de festas, folguedos e celebrações que ocorriam acompanhados de música. Os primeiros registros, na nossa história de músicos contratados para tocarem em festas tradicionais da cidade, são datados do século XVIII. Já no séc. XIX, em 1829 o maestro Veríssimo José Souza Guimarães foi contratado como responsável para organização musical de novenas e festas tradicionais, sendo contratados, logo em seguida, no período entre 1829 a 1834 vários regentes de banda. A criação do Jardim Alencastro (hoje em dia considerada praça histórica, cercada por vendedores ambulantes e mendigos) teve grande importância na propagação da música na cidade, sendo um espaço de apresentações de bandas e grupos musicais (GUAPO, 2010).

Segundo Guapo (2010), o rasqueado é a maior expressão cultural musical da região, nascendo por volta de 1870 e tocado por músicos da região, esse músicos eram pessoas oriundas das camadas baixas econômicas, havendo por parte da sociedade elitizada um preconceito contra o gênero musical considerado "música de bugre e negro de beira de rio" (GUAPO, 2010, p.77). Não houve um incentivo de comercialização das músicas regionais, nem uma discografia de registro fonográfico das obras. Diversos registros musicais de nossas matrizes só existem em partituras "espalhadas pelas casas de famílias antigas, casernas, escolas e quartéis de polícia" (GUAPO, 2010, p.77).

Guapo (2010) acrescenta que as principais vertentes formadoras da música mato-grossense, matrizes primordiais no processo histórico são: Autóctone, com musicalidade e instrumentação de origem local (cantos, danças, ganzá e viola-de-cocho); Platina, com a chegada de imigrantes da região Platina (Argentina, Uruguai e Paraguai), ocorrendo um

[11] Baseando-se em Barbero, Leme (2003) define matriz cultural como "conjunto de procedimentos culturais exercidos por um determinado grupo social, num processo de construção de identidade coletiva, no qual uma rede de significação foi sendo elaborada historicamente, através da prática social, e que acabam tornando-se um sedimento, pela sua permanência de uso, para a constituição de novas expressões culturais." (LEME, 2003, p. 59)

sincretismo de vertentes com inserção de danças, musicalidades e instrumentos como o piano, violão, violino, flauta, acordeão etc.; e as influências de matrizes trazidas por migrantes vindos para ocuparem o Vale do Araguaia, o Médio e o Norte do estado de Mato Grosso.

Instrumentos como o cavaquinho e a viola de pinho foram incorporados a musicalidade regional, influenciando o chamamé pantaneiro, o rasqueado de fronteira e a guarânia mato-grossense. Com a construção de Brasília na década de 1960 e com a propagação de promessas de que havia no estado muita terra para plantio, as migrações se intensificaram; paulistas, goianos, mineiros, nordestinos e sulistas criaram um novo "mosaico de musicalidade" na região (GUAPO, 2010, p. 17).

Temos como referência contemporânea, de estilo musical cuiabano/mato-grossense, o lambadão. A lambada chegou a Cuiabá por volta da década de 1970 e 1980, juntamente com mato-grossenses que voltaram de garimpos da Amazônia. Em Mato Grosso, a lambada fundiu-se (hibridou-se) a polca paraguaia, ao rasqueado e ao siriri transformando-se em lambadão. Atualmente o lambadão continua a sofrer mutações e influências daquilo que faz sucesso no âmbito popular como vanerão, sertanejo e axé music. (VIANNA, 2004). Para a realização desse estilo é necessário somente um teclado, mas grupos consolidados acrescentam outros instrumentos como bateria, baixo e guitarra.

A música popular como elemento de construção identitária da terceira idade

A identidade, do sujeito moderno, é questão de extenso debate nas teorias sociais. Não trata-se mais do sujeito do iluminismo - indivíduo centrado, unificado, dotado de razão, consciência e ação -, nem do sujeito sociológico – o eu, como essência e identidade do indivíduo em interação com o mundo exterior -, mas sim, de um sujeito pós-moderno, portador de uma "identidade não fixa, não essencial, não permanente." (HALL, 2006, p.12)

Na sua análise da identidade cultural na pós-modernidade, Stuart Hall (2006), afirma que os *fluxos culturais*, entre as nações e entre o consumismo global criam as identidades partilhadas - consumidores para os mesmos bens e serviços, para as mesmas imagens e mensagens; apontando a globalização como fator determinante para o desenvolvimento de identidades fragmentadas, sem vínculo – desalojadas - com tempos, tradições, lugares e história.

Segundo Hall, partir de maio de 1968, surge historicamente, através dos "novos movimentos sociais" a *política de identidade*, uma luta de ideais identitários baseados em

demandas específicas de "minorias" (movimento negro, homossexual, feminista, etário, entre outros). No Brasil, a partir da década de 1980, observamos no contexto político, reivindicações dos idosos, nessa perspectiva de política de identidade. Na "mobilização dos 147%", ocorrida entre novembro de 1991 e abril de 1992, "abriu caminho para a politização não só da questão da Previdência Social, mas também da questão mais ampla da velhice na sociedade brasileira." (SIMÕES, 2006, p.15)

Para HALL e WOODWARD (2000), identidade é um processo de afirmativas do que se é: "sou mulher", "sou velha", "sou homossexual", e a *diferença* seria as negações dessas – se "sou idosa", deve-se ler: "não sou jovem". São fatos de criação linguística – processo de construção simbólica e discursiva - num contexto de relações culturais e sociais circunscritos em relações de poder. Não só esse poder de disputa entre grupos sociais ao acesso de bens materiais, mas de garantia a um acesso privilegiado de bens sociais. Demarca-se pela identidade um território dicotômico de incluso/excluso, demarcando fronteiras entre "nós" e "eles" que reafirmam essas relações de poder e nesses limites de espaço é que definimos os potenciais normalizadores que elegem uma hierarquia de identidades. O normal passa a ser a identidade desejável. "A força homogeneizadora da identidade normal é diretamente proporcional à sua invisibilidade" (HALL e WOODWARD, 2000, p. 83).

Para Canclini (2006) o consumo é também um fator determinante para as diferenciações de identidade. O poder de consumo, neste caso o consumo musical, é uma forma de integração e distinção na sociedade: se utilizo determinada marca, possivelmente faço parte de um certo nível socioeconômico; se ando de carro e não de ônibus possivelmente minha capacidade financeira é superior. Se nos bailões e bailes de terceira idade, sou idoso, e pago, para quem tenho certo tipo de interesse, várias cervejas, talvez possa ser um "bom partido". Sendo idoso e preferindo um ambiente onde se toca principalmente Sertanejo, acabo fazendo parte de tal grupo de consumo musical "menos elaborado" ou se, como idoso, prefiro espaços onde músicas "mais refinadas" como o Samba são interpretadas, pertenço a outro nicho de consumo e grupo social. Os grupos sociais e comunidades formadas por afirmativas afins (sou negro, idoso, brasileiro, heterossexual, etc.), passam a se identificar como "comunidades internacionais consumidoras" (CANCLINI, 2006).

> "Os referentes de identidades se formam agora, mais do que nas artes, na literatura e no folclore – que durante séculos reproduziram signos de distinção das nações -, em relação com os repertórios textuais e iconográficos gerados pelos meios eletrônicos de comunicação e com a globalização da vida urbana." (CANCLINI, 2006, p. 148)

As músicas interpretadas nos bailões "Amigos da Terceira Idade" e "Bailão do Retirão" mesmo contando com a grande quantidade de estilos - forró, sertanejo, rasqueado e lambadão, brega, vanerão e xote – tem como principal estilo interpretado o genêro Sertanejo: "É um tipo de música fácil de tocar, tem muito compositor pra interpretar e é sempre bem aceita, todo mundo sempre dança, idoso, criança, jovem [...]", diz Paulo Rico, músico recorrente do Bailão. As músicas nesses dois espaços são interpretadas sempre por um ou dois músicos que utilizam poucos instrumentos, quando não apenas um teclado e dois microfones. O teclado oferece uma função que os músicos costumam chamar de *Midi*[12], executando simultaneamente diversas batidas de diferentes instrumentos, como bateria e instrumentos de percussão. Já no Baile Tradicional do espaço de sociabilidade "Chorinho" dentre os estilos identificados como mambo, bolero, choro, samba, samba-canção, romântico (brega) e seresta predomina-se o samba e samba-canção. Marinho, idoso e dono de estabelecimento, ao ser questionado sobre as músicas interpretadas no espaço, comenta:

> *"Não deixo entrar instrumentos eletrônicos aqui no Chorinho, não. Não entra teclado, [...] nem baixo-acústico eu gosto, baixo é instrumento de música ruim. Pra mim, tem que ser tudo acústico, música boa só é feita assim. E não toca mais nada que não for o que eu te disse.* (referindo-se aos estilos descritos)"

O consumo musical nos bailões e bailes é um elemento com potencial de distinção de gostos, delimitação de grupo social e de construção de processos identitários e subjetivos. A subjetividade, a partir da perspectiva de Guattari (2008), é entendida de forma diferenciada da concepção dicotômica sujeito/objeto, constituindo uma outra noção de dualismo, interioridade/exterioridade. Compreendida como territórios que se entrecruzam, determinados por instancias individuais, coletivas e institucionais -econômicas, políticas, sociais, culturais, éticas, tecnológicas de mídias e entre outras. O bailão, desponta como território produtor de materiais existenciais, comportamentais, relacionais, de valores e de subjetividades. Em diálogo com Valdemar, idoso de 78 anos, frequentador assíduo de bailões, pudemos destacar de seu discurso, elementos constituintes de um possível imaginário sobre seu universo subjetivo, relacional e identitário:

> *"Eu não bebo, não fumo. Venho é pra [...] mais por que é terapia. Por que a gente tá aposentado, não pode ficar em casa sentado. Venho mais aqui pra*

[12] *Midi* (*Musical Instrument Digital Interface*, traduzindo para o português: Interface Digital para Instrumentos Musicais) é uma tecnologia padronizada de comunicação entre instrumentos musicais e equipamentos eletrônicos (teclados, guitarras, sintetizadores, seqüenciadores, computadores, samplers etc), possibilitando que uma composição musical seja executada, transmitida ou manipulada por qualquer dispositivo que reconheça esse padrão.)

> *dançar, fazer exercício. Venho só pra dançar. [...] Sou da terceira idade, to com 78 anos, né. Quando tinha trabalho não tinha tempo. Tenho tempo é por que sou aposentado, né. Não trabalho mais. Meu serviço agora é só pra ir na terceira idade. Venho aqui, no galpão, Retiro, Laço de ouro, Lua Morena. Sempre vou no Padre Firmo também. Ali só entra de 60 anos pra cima. Só entra se mostrar a identidade."* (Valdemar aponta outros bailões existentes na cidade)

A relação de lazer, como rede básica de sociabilidade (MAGNANI, 1994), é apreendida na afirmação do entrevistado no momento em que este cita seu laço de frequência com os bailões, fazendo disto sua nova configuração de sua relação com o "tempo livre" que antes era destinado ao tempo do trabalho.

Duas vezes por semana Aristíde, frequentador do Bailão "Amigos da Terceira Idade" marca presença no bailão. Segundo Aristíde, quando não está em casa lendo livros, vai até o bailão para se divertir, encontrar os amigos e dançar. Tem como estilo musical preferido o rasqueado, tanto para ouvir quanto para dançar. Diz que ouve muito em casa todos os estilos que tocam no bailão, como vanerão, sertanejo e forró.

Tais depoimentos demonstram que a música, nestes espaços, é um bem cultural no qual a sua apropriação e recepção na contemporaneidade, a partir de seu uso, experimentação, transformação e reapropriação social, no relacionar-se com o Outro por intermédio dessa trilha sonora, tornam estes indivíduos interculturais (CANCLINI, 2005). O fato de escolher os espaços de frequência, por parte desses indivíduos idosos, em decorrência do estilo musical de preferência, é transformar o "objeto" música em uma mediação de sociabilidade.

É relevante acrescentarmos que a música, como uma mercadoria da indústria cultural, é um bem de consumo que mantém o perfil de sua identidade na América Latina, mesmo com os grandes monopólios norte americanos no controle de produção e difusão da indústria fonográfica mundial. Segundo Canclini (2003), apesar do domínio hegemônico norte-americano sobre setores da indústria cultural, como a produção e difusão cinematográfica, ocupando entre 80% e 90% do tempo em cartaz em quase todo o mundo, é diferente o que ocorre com o consumo musical em se tratando da América Latina "as *majors* (Sony, Warner, Emi e Universal) controlam 90% do mercado discográfico mundial, mas as pesquisas de consumo dizem que em todos os países latino-americanos mais da metade que se ouve está em espanhol" (CANCLINI, 2003, p.37). Significa então, que na atualidade, mesmo sendo a cultura norte-americana hegemônica em aspectos econômicos – o global influenciando o local -, a música continua sendo uma manifestação de originalidade, ligada aos valores identitários das mais variadas localidades e regiões do

mundo, sendo portadora de aspectos específicos, das produções simbólicas e discursivas das diversas identidades e grupos sociais.

CONCLUSÃO

Aquilo que classificamos como música popular brasileira é um processo datado a partir da hibridação musical, de ritmos derivados da influência da colonização europeia em território sul americano, da chegada dos escravos africanos e sua variedade musical, somadas a batida dos "nativos". Não há como classificarmos esses estilos identificados como sendo portadores de uma identidade estável e única em se tratando de suas concepções constitutivas. A música popular é oriunda de camadas baixas econômicas e atualmente são resignificadas pelos grupos sociais, como no caso dos idosos. Estes utilizam do elemento música como potencial de diferenciação em se tratando de seus gostos, nível socioeconômico e processos identitários, a partir dos processos de significação e produção de sentidos. A música ultrapassa o valor de uso e valor de troca, alcançando o status de valor de signo e valor de símbolo. (CANCLINI, 2005). Pois, além de fazer parte de uma relação de troca monetária, no momento em que estes idosos compram um CD de Sertanejo ou Samba para ouvirem em suas casas, ou pagam uma entrada para desfrutar do espaço onde tais músicas são interpretadas, existe também um ritual de experimentação, ao utilizarem do contexto do espaço de sociabilidade, perpassado pela música, para impulsionarem suas interações, processos de troca simbólica e sociabilidades nesses ambientes. Considerando a música como parte significante cultural, podemos acrescentar:

> [...] "cultura abarca o conjunto dos processos sociais de significação ou, de um modo mais complexo, a cultura abarca o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação da vida social" (CANCLINI, 2005, p. 41)

Constatou-se também que a música é o principal motivo de reunião desses "jovens senhores" em bailes com público majoritariamente de terceira-idade. A música como um produto cultural de consumo desempenha o papel de delimitar em que "casta" pertence cada grupo de idosos, pois considerando as origens dessas músicas (surgidas do popular erudito ou do popular brega) e a relação de apreciação desses idosos com elas, torna-se um fator importante de diferenciação, de processos de construção identitária e produção de subjetividades. Como mercadoria de uma indústria cultural, a música hierarquiza os consumidores, aquilo que se tem acesso classifica de qual categoria cada indivíduo faz parte.

A invenção de territórios de subjetivação é estabelecida através dos processos de sociabilidade e consumo musical desses sujeitos pós-modernos. Os idosos constituem uma demanda, um contingente, cada vez mais visível aos "olhos" dos estudos culturais, constituindo novas perspectivas de imaginário, alcançando noções do que pode ser a experiência do envelhecer na sociedade contemporânea.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade**. 4 ed. São Paulo: Paz e terra, 2007.

ALVES, M, A. **A dama e o cavalheiro:** um estudo antropológico sobre envelhecimento, gênero e sociabilidade. 1 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

ARAÚJO, P. C. **Eu não sou cachorro, não**: música popular cafona e ditadura militar.2.ed. São Paulo: Editora Record, 2002.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2008.

BEAUVOIR, S. **A velhice**: O mais importante ensaio contemporâneo sobre as condições dos idosos. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira S/A, 1990.

CALDAS, W. **Temas de cultura de massa**: música, futebol, consumo. São Paulo: Ed. Arte e ciência, 2000

_____. **Utopia do gosto**. 2.ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2009

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas:** estratégias para entrar e sair da modernidade. 4 ed. São Paulo: Edusp, 2003.

_____. **Diferentes, Desiguais e Desconectados:** mapas de interculturalidade. UFRJ: 2005.

_____. **Consumidores e Cidadãos:** Conflitos Multiculturais e da Globalização. 4 ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

CAZES, H. **Choro: do quintal ao municipal.** 2 ed. São Paulo, 34, 1999.

CERTEAU, M. De. **A invenção do cotidiano**: Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2002.

Enciclopédia da Música Brasileira: erudita, folclórica e popular. São Paulo: Art.Ed.Ltd. 1997.

GIRARDI, Jr. L. **Pierre Bourdieu**: questões de Sociologia da Comunicação. São Paulo: Fapesp, 2007.

GUAPO, M. P. P. **Remedeia co que tem.** Cuiabá, Mato Grosso. Edição do autor, 2010.

GUATTARI, F. **Caosmose**: Um novo paradigma estético**.** São Paulo: Editora 34, 2006.

GUATARRI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica:** cartografias do desejo. 4 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

HALL, S. **A identidade cultural na pós modernidade**, 11 ed. Rio de Janeiro: Dp e A, 2006

HALL, S.; WOODWARD, W. SILVA, T. (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais**.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

LEME, M. N. **Que tchan é esse?** Indústria e produção musical no Brasil nos anos 90**.** 1 ed. São Paulo: Annablume: 2003.

MAFFESOLI, M. **A contemplação do mundo.** Porto Alegre: Artes e ofícios, 1995.

_____. **O tempo das tribos:** o declínio dos indivíduos nas sociedades de massa. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense universitária, 1998.

MAGNANI, J. G. C., **O lazer na cidade** In: Cadernos de campo, 1994.

SERPA, A **O espaço público na cidade contemporânea**. São Paulo: Editora Contexto, 2007.

_____. **Lugar e Mídia**. São Paulo: Editora Contexto, 2011.

SILVA, T. T. da (org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

SILVA, L. R. F. **Da velhice à terceira idade:** o percurso histórico das identidades atreladas ao processo de envelhecimento. *História, ciência e saúde - Manguinhos*, Rio de Janeiro, v. 15,n.1, Mar. 2008. Disponívelem:<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59702008000100009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 13. Março. 2011.

SIMÕES, J. A. "**A maior categoria do país":** o aposentado como ator político. In: BARROS, L. de, MORAES, M. (Org.). **Velhice ou Terceira idade.** 4 ed. Rio de janeiro: FGV. 2006

TINHORÃO, J. R. **História Social da Música Popular Brasileira**. 1 ed. São Paulo: 34, 1998.

TINHORÃO, J. R. **Música Popular:** Tema em Debate. 3 ed. São Paul: 34, 1997.

TOURAINE, A. **Podremos vivir juntos?** Iguales y diferentes. Buenos Aires: Fondo de Cultura Econômica de Argentina S/A, 1997.

TURINO, T. **Music as social life**: The politics of participation. Chicago: The University of Chicago Press, 2008.

VIANNA, H. **Paradas do Sucesso Periférico,** Revista Sexta-Feira, nº 8, 34, 2006.