



QUANDO A MÍDIA PROMOVE A INTEGRAÇÃO NO ESPAÇO URBANO: O QUARTEIRÃO DO SOUL EM BELO HORIZONTE

WHEN THE MEDIA PROMOTES INTEGRATION IN URBAN SPACE: THE BLOCK OF SOUL IN BELO HORIZONTE

Rita Aparecida da Conceição Ribeiro*

RESUMO: Os parâmetros de sociabilidade nas cidades, muitas vezes, se instituem pela influência de produtos midiáticos. Este trabalho visa investigar como identidades incentivadas pela mídia se constituem no espaço urbano e influenciam na apropriação e nos novos usos que são imputados ao espaço. Nossa abordagem tem como objeto empírico as manifestações ligadas à *black music*, mais especificamente ao quarteirão do *soul*, movimento que acontece nas tardes de sábado na região central de Belo Horizonte, Minas Gerais. Dentre as peculiaridades do nosso objeto de pesquisa está o fato de ser um movimento encabeçado por pessoas de baixa renda, vindas das mais diferentes regiões da cidade, na faixa dos 45-50 anos, que se reúnem todos os sábados na área do baixo-centro de Belo Horizonte, apossando-se da calçada e da rua para dançar *black music* buscando resgatar o ideário de igualdade social pregado pela *soul music* e que percebem esse espaço como ponto de sociabilidade e de afirmação de sua identidade.

Palavras-chave: mídia, identidade; *black music*, formas simbólicas.

ABSTRACT: The parameters of social interaction in cities, often to establish the influence of media products. This work aims to investigate how identities encouraged by the media constitute the urban space and influence in the ownership and the new uses that are charged to the space. Our approach is to unmask the events connected to black music, more specifically to the Quarteirão do Soul, a movement that happens on Saturday afternoons in the central region of Belo Horizonte, Minas Gerais. Among the peculiarities of our object of research is the fact that a movement led by poor people, coming from different regions of the city, in the range of 45-50 years, who meet every Saturday in the low-center Belo Horizonte, taking possession of the sidewalk and street dance to black music to rescue the ideals of social equality preached by soul music and realize that this space as a point of social interaction and affirmation of their identity.

Key words: media, identity, black music, symbolic forms.

O século XXI traz em sua esteira a continuidade da chamada crise dos paradigmas da ciência. Cada vez mais vivenciamos o declínio de teorias, a fusão de outras e o surgimento de possíveis explicações para os fenômenos sociais ancoradas nos mais diversos campos do saber. Entre as causas apontadas para a crise dos paradigmas nas ciências sociais podemos pensar o vertiginoso desenvolvimento do meio técnico informacional. Em menos de 50 anos quase todo o

* Publicitária, mestre em Comunicação Social, doutora em Geografia pela UFMG. Professora do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais. rita_ribeiro@uol.com.br.



mundo estava interconectado pelas linhas de transmissão radiofônica, telefônica, televisiva. A produção, não apenas de produtos, mas também, e principalmente, de materiais simbólicos disseminou-se em escala mundial.

As transformações no meio técnico-científico-informacional refletiram-se no modo de vida dos povos acarretando diversas modificações na percepção, na fruição e mesmo em suas relações com o tempo e o espaço. As teorias, antes voltadas para áreas específicas do conhecimento, começam a tecer pontos de convergência nunca imaginados. Este trabalho de natureza híbrida insere-se neste conjunto de mudanças.

Tendo clareza das dificuldades ao analisar um processo em constituição, já que o Quarteirão do *Soul* é um fenômeno relativamente novo, optamos por um referencial teórico-metodológico que fosse capaz de estabelecer o diálogo com as teorias sobre o espaço e sobre a constituição de identidades neste espaço. Assim optamos pelo referencial teórico metodológico da Hermenêutica de Profundidade de John B. Thompson (2002), fruto da área da comunicação, articulando-o aos conceitos advindos da Teoria do Espaço de Henri Lefebvre (1985).

O referencial da Hermenêutica de Profundidade parte do pressuposto que o objeto de análise é uma construção simbólica significativa, e para tanto, exige uma interpretação. A interpretação adquire um papel central nesta metodologia. Estas construções simbólicas estão inseridas em contextos sociais, espaciais e históricos definidos, e se estruturam enquanto significantes, em diversas formas.

Ou seja, optamos por investigar uma construção simbólica, a *soul music*, a partir das articulações sócio-históricas que propiciaram seu surgimento de forma a compreender a sua estrutura interna de significados e interpretar os sentidos que lhes são atribuídos pelos frequentadores do movimento *soul*.

Thompson (2002) alerta que uma análise que pretenda levar em consideração a contextualização social das formas simbólicas e analisar suas características estruturais internas deve lançar mão de outras metodologias. Nesse sentido, as abordagens da teoria do espaço de Lefebvre (1985), assim como a discussão sobre cultura e identidade assumem também papéis centrais em nossa análise, visto que a *black music*, e por derivação a *soul music* e o Quarteirão do *Soul* surgiram em condições sócio-históricas e espaciais definidas; são formas simbólicas produzidas a partir da cultura de massas do século XX e elemento distintivo de uma determinada identidade cultural.



Nesse percurso, além do levantamento bibliográfico, optamos por uma metodologia de pesquisa qualitativa, dado que nosso objetivo era entender comportamentos passados, significados, percepções e motivações dos participantes do movimento. Assim trabalhamos com entrevistas individuais em profundidade, por três motivos: primeiro, porque possibilitam que o entrevistado revele suas mais sinceras opiniões, já que não estarão sob julgamento de outras pessoas, além do entrevistador. Segundo, porque o entrevistado se vê como o centro das atenções, possibilitando uma maior abertura para explorar pensamentos e idéias e por último, em função do tempo dedicado à entrevista, que permite uma maior revelação de informações e possibilita o surgimento de outras questões não abordadas na montagem do roteiro.

Essa metodologia de entrevista é adequada para se compreender as formas simbólicas, visto que essas advêm de um campo já pré-interpretado, ou seja, o pesquisador trabalha as análises que são feitas pelos frequentadores do movimento, ouve e interpreta suas falas e atitudes. Trabalhamos também com a análise de material gráfico, filmes, fotos, músicas e roupas dos frequentadores do movimento *soul*. Este artigo representa parte de nossa pesquisa para a tese de doutorado intitulada: *Identidade e Resistência no Urbano: o Quarteirão do Soul em Belo Horizonte*, defendida em 2008 no Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais.

Os novos territórios criados pela mídia

A nova ordem econômica e o desenvolvimento cada vez mais acelerado e mundialmente disseminado das tecnologias de informação proporcionam o contato mais rápido entre as diversas culturas. A chamada cultura de massas¹ determina padrões de comportamento que influenciam, ainda que de diferentes maneiras, pessoas nos mais distantes lugares do mundo. Assim como vivemos o fenômeno da desterritorialização, percebemos que as fronteiras entre as diversas culturas assumem contornos mais tênues. Thompson (2002) nos lembra que o desenvolvimento da comunicação de massa trouxe novas formas de disseminação das formas simbólicas, cada vez mais atreladas a aparatos técnicos e institucionais das indústrias da mídia. A sociedade hoje vive uma situação em que a produção e recepção das formas simbólicas é sempre mais mediada por uma rede complexa, transnacional de interesses institucionais, que refletem diretamente na vida das pessoas.

1



Este trabalho visa investigar, a partir das manifestações ligadas aos produtos da mídia, como as diversas identidades se constituem no espaço urbano e como estas identidades influenciam na apropriação e nos novos usos desses espaços. Nossa abordagem tem como objeto empírico as manifestações ligadas à *black music*, mais especificamente ao Quarteirão do *Soul*, movimento que acontece nas tardes de sábado na região central de Belo Horizonte, na Rua Goitacazes entre São Paulo e Padre Belchior. O trabalho apresenta uma manifestação de apropriação do espaço urbano promovida pelo gosto comum por um produto da cultura de massa – a *soul music*, por um grupo de pessoas na faixa dos 40/50 anos que se desloca das regiões mais distantes da cidade para se encontrar, dançar, celebrando a paixão pela música e pela dança e também reafirmando sua identidade, influenciada pelo ideário de igualdade do movimento *soul* e refletida nas vestimentas que lembram o ídolo James Brown.

Apresentamos uma análise acerca do processo de mudanças no cotidiano urbano gerada a partir das transformações do meio técnico informacional. Estas transformações sócio-históricas acarretam novas dimensões de análise no desenvolvimento cultural da sociedade. Portanto discutiremos a definição e os novos sentidos atribuídos ao termo cultura. Na seqüência discutimos a influência dos produtos midiáticos na formação da cultura, e na constituição das identidades na cidade e na apropriação do espaço urbano.

Cada vez mais os estudos sobre a cidade gravitam em torno dos conceitos de cultura e identidade. Nosso objeto empírico é um produto cultural, que funciona como um elemento de identificação social. Portanto uma discussão acerca destes conceitos é necessária e nos remete a uma de nossas indagações centrais: Podem estas identidades, fundadas a partir da identificação com os produtos da mídia se constituir em identidades de resistência (Castells, 1999) que levariam ao surgimento do espaço diferencial, como nos apresenta Lefebvre (1985)?

Considerando que as formas simbólicas são produtos historicamente situados e fruto de relações sócio-espaciais determinadas, traçaremos uma trajetória sócio-histórica da *black music*, desde seu surgimento enquanto produto da comunicação de massa, até o surgimento do movimento *soul* nos Estados Unidos nos anos 60. Analisaremos também, sua disseminação como produto da comunicação de massa, e a incorporação do movimento no Brasil e mais especificamente em Belo Horizonte, até o surgimento do Quarteirão do Soul, em 2004.

A cultura como objeto de investigação

Rita Aparecida da Conceição Ribeiro



Analisar as relações na vida urbana pressupõe o exercício de uma percepção que extrapole uma determinada categoria analítica. Se os papéis e os usos da cidade se misturam, cabe ao pesquisador lançar mão de uma gama de categorias de análise que lhe permitam ampliar sua visão, a partir da realidade focada. A cidade se revela ao observador em suas múltiplas facetas. Num olhar distanciado podem-se perceber seus aspectos físicos, traçado de ruas, construções, topografia. Ao nos aproximarmos, outros aspectos começam a se revelar, os moradores, transeuntes. Podemos observar as diferentes constituições físicas, padrões etários. Aproximando mais ainda começam a se delinear as diferenças mais sutis: as peculiaridades da linguagem, entonação, modos de se vestir, padrões de comportamento. A unidade da cidade se fragmenta em milhares de aspectos que fazem dela um corpo social vivo, com características próprias.

Pensar a cidade significa refletir sobre o espaço urbano. A paisagem urbana é a forma pela qual o fenômeno urbano se manifesta, o espaço urbano pode ser apreendido (é o nível fenomênico). Em última análise, o espaço geográfico é uma relação social que se materializa formal e concretamente em algo passível de ser apreendido, entendido e apropriado. Desse modo a cidade é a dimensão concreta, vinculada à dinâmica do desenvolvimento. (CARLOS, 2005, p.71).

Sendo o espaço geográfico uma relação social, ele sofre a influência de fatores sócio-históricos específicos. Assim como Carlos (2005) entendemos que o espaço deve ser percebido em sua totalidade, enquanto “condição, meio e produto da reprodução da sociedade”. Esse processo tem o homem como principal agente, portanto “pensar o urbano significa pensar a dimensão do humano”. Tal dimensão revela-se pelas construções simbólicas que são por ele estabelecidas. Desde a definição dos sentidos e usos do espaço, passando pelas regras e convenções sociais, todas as relações que se estabelecem na cidade são produtos de relações sociais contraditórias e mutáveis, que influenciam na constituição da identidade da cidade.

Cada cidade busca sua própria identidade, formada por um conjunto de aspectos, ou formas simbólicas que determinam suas peculiaridades. Ao utilizarmos o termo formas simbólicas, nos remetemos à concepção de Thompson (2002) segundo a qual estas constituem “uma ampla variedade de fenômenos significativos, desde ações, gestos e rituais até manifestações verbais, textos, programas de televisão e obras de arte” (THOMPSON, 2002, p.183).



Com o crescente desenvolvimento dos meios de comunicação massiva e das novas tecnologias de comunicação, o século XX e este que se inicia presenciam um vertiginoso aumento da circulação das formas simbólicas, que têm nesses veículos um poderoso agente de disseminação de suas mensagens. As cidades incorporam e modificam-se também em função dessas novas mediações simbólicas.

O desenvolvimento das forças produtivas produz mudanças constantes e com essas a modificação do espaço urbano. Essas mudanças são hoje cada vez mais rápidas e profundas, gerando relacionamentos entre as pessoas, novos valores. O espaço tem cada vez mais a dimensão do mundial e as relações entre os homens dependem cada vez mais de decisões tomadas a milhares de quilômetros de seu local de residência. As comunicações se desenvolvem e com ela a frequência dos contatos. O fator distância é eliminado pelo desenvolvimento dos jatos, dos satélites e da informática. Esses fatos abrem novas perspectivas para se estudar a cidade hoje. (CARLOS, 2005, p.69).

Uma das formas de se estudar as cidades é pensá-las pelo viés da cultura, que se estende pelo entendimento de determinadas formas simbólicas, dentro dos contextos específicos de sua produção, circulação e recepção.

Na literatura das ciências sociais, o estudo das formas simbólicas geralmente tem sido feito sob a rubrica do conceito de cultura. Embora possa haver pouco consenso em relação ao significado do conceito em si, muitos analistas concordam que o estudo dos fenômenos culturais é uma preocupação de importância central para as ciências sociais como um todo. Isto porque a vida social não é, simplesmente, uma questão de objetos e fatos que ocorrem como fenômenos de um mundo natural: ela é, também, uma questão de ações e expressões significativas, de manifestações verbais, símbolos, textos e artefatos de vários tipos, e de sujeitos que se expressam através desses artefatos e que procuram entender a si mesmos e aos outros pela interpretação das expressões que produzem e que recebem. (THOMPSON, 2002, p. 165).

O estudo das cidades tendo como ponto de partida suas manifestações culturais deve considerar não apenas as manifestações em si, mas o contexto sócio-histórico de sua produção, as regras e convenções sociais, os modos de disseminação de seus produtos e a forma como são produzidos e recebidos. Milton Santos (2002) nos lembra que “o enfoque do espaço geográfico, como resultado da conjugação entre sistemas de objetos e sistemas de ações, permite transitar do passado ao futuro, mediante a consideração do presente”. (SANTOS, 2002, p.100). Assim,



Em sentido mais amplo, o estudo dos fenômenos culturais pode ser pensado como o estudo do mundo sócio-histórico constituído como um campo de significados. Pode ser pensado como o estudo das maneiras como expressões significativas de vários tipos são produzidas, construídas e recebidas por indivíduos situados em um mundo sócio-histórico. Pensado dessa maneira, o conceito de Cultura se refere a uma variedade de fenômenos e a um conjunto de interesses que são, hoje, compartilhados por estudiosos de diversas disciplinas, desde a sociologia e antropologia até a história e a crítica Literária. (THOMPSON, 2002, p. 165).

O processo de mudanças no cotidiano urbano a partir das transformações do meio técnico informacional.

As grandes transformações que ocorreram no final do século XX e continuam no início deste foram responsáveis por mudanças na estrutura das sociedades contemporâneas. A chamada globalização produziu nas sociedades modernas mudanças constantes, rápidas e permanentes. Mudanças que promovem a transformação das relações de tempo e espaço. Uma das conseqüências desse processo seria o desalojamento do sistema social, ou seja, a extração das relações sociais dos contextos locais de interação e sua reestruturação ao longo de escalas indefinidas de espaço-tempo, ocasionadas pela comunicação de massa e pelas modificações decorrentes, que atingiram a natureza da transmissão e do intercâmbio das formas simbólicas. Thompson (1998) aponta que os meios de comunicação promoveram uma reelaboração do caráter simbólico da vida social, reorganizando os meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e intercambiados, e, ainda, reestruturaram os meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si.

Nossa época está profundamente marcada por novos processos de sociabilidade, tornados possíveis pela mediação dos mais diversos aparatos midiáticos. Ao contrário de outras sociedades, que mantinham seus contatos e tomavam conhecimento do mundo à sua volta a partir das relações essencialmente interpessoais, vivenciamos na atualidade a era da informação mediada, em que não contam mais apenas os encontros face a face. Milton Santos denota que o mundo se estabelece como um “objeto comum”, que possibilita o surgimento de relações, ao mesmo tempo, de reciprocidade e alteridade, denominadas como “transindividualidade”, que se constitui a partir das relações inter-humanas que pressupõem o uso da técnica e dos objetos técnicos. Segundo Thompson,

Com o desenvolvimento da comunicação de massa, a circulação das formas simbólicas é sempre mais separada da necessidade de um lugar físico comum e

Rita Aparecida da Conceição Ribeiro



por isso a mobilização do sentido tem cada vez mais capacidade de transcender o contexto social dentro do qual as formas simbólicas são produzidas. É apenas com o desenvolvimento da comunicação de massa que os fenômenos ideológicos podem tornar-se fenômenos de massa, isto é, fenômenos capazes de afetar grande número de pessoas em locais diversos e distantes. Se a comunicação de massa se tornou o meio mais importante para a operação da ideologia nas sociedades modernas, isso se deve ao fato de ela se ter transformado num meio importante para a produção e a transmissão de formas simbólicas, e porque as formas simbólicas assim produzidas são capazes de circular numa escala sem precedentes, alcançando milhões de pessoas que compartilham pouco em comum além da capacidade de receber mensagens mediadas pelos meios. (THOMPSON, 1995. p. 31.).

Thompson (1998) afirma que certas barreiras espaciais declinaram em função da aceleração da vida social, que se viu cada vez mais modelada pela mediação simbólica. Essa alteração da compreensão do lugar e do tempo muda também as relações do sentido e de pertencimento dos indivíduos, que prescindem de um lugar específico para desenvolverem relacionamentos com os mais diversos grupos e comunidades, inclusive aquelas que se constituem - dentre outros meios - através da mídia. A mídia, hoje, é um “multiplicador de mobilidade”. Esta mobilidade se apresenta através das diversas relações que surgem da apropriação cotidiana das formas simbólicas midiáticas. Assim é que gravitando em torno da mídia, presenciamos o surgimento de associações de fãs, grupos de discussão na Internet, rádios comunitárias, jornais e revistas especializadas, entre outros produtos que determinam ou traduzem novas formas de comportamento, refletindo a diversidade social.

Assim, a apropriação dos bens simbólicos, que agora passam a ser consumidos em grande escala, propicia o estabelecimento de novas relações de gosto e o surgimento de padrões de comportamento inspirados por tais produtos. Canclini (1999, p. 259) aponta a transformação no processo de apropriação cultural realizada sob a influência da mídia:

A mídia chega para ‘incumbir-se da aventura, do folhetim, do mistério, da festa, do humor, toda uma zona malvista pela cultura culta’, e incorporá-la à cultura hegemônica com uma eficácia que o folclore nunca tinha conseguido. O rádio em todos os países latino-americanos e, em alguns, o cinema levam à cena a linguagem e os mitemas do povo que quase nunca a pintura, a narrativa nem a música dominantes incorporavam. Mas ao mesmo tempo induzem outra articulação do popular com o tradicional, com o moderno, com a história e com a política.

A disseminação massiva dos produtos midiáticos possibilita o surgimento de novas formas de fruição cultural. Novos hábitos se difundem e padrões vão se configurando a partir de



interesses que se estabelecem pelos produtos como a música, o vestir e modos de falar. O desenvolvimento das sociedades urbanas permeadas pela mídia vai levar a novas formas de relações, ou territorializações. A mídia cria novos territórios:

Isso se dá porque os fluxos informacionais criam novas polarizações, substituindo assim fluxos de matéria como organizadores dos sistemas urbanos e da dinâmica espacial. Ora, com a velocidade e o desaparecimento das distâncias através dos meios de comunicação, outro espaço vai se instaurando, de outra ordem, não material. (MARCONDES FILHO, 1996, p. 165).

A mídia constitui territórios nos quais determinados segmentos sociais encontram pontos de referência que estabelecem novas redes de relações sociais, com uma imensa gama de possibilidades de inclusão, a partir de processos de identificação com os produtos midiáticos. Novas identidades se constituem pela influência de seus produtos.

Pensar hoje o papel social da mídia é avaliar os seus impactos em todas as situações do tecido social. Não adianta mais construir teorias que apenas satanizam os veículos de comunicação. Para além dos possíveis danos desencadeados por seus produtos, novas relações se constituem, relações poderosas e capazes de interferir nos rumos da sociedade.

Como os indivíduos encaram o afluxo de experiências mediadas em suas vidas diárias? Eles as recebem seletivamente, é claro, dando mais atenção aos aspectos que lhes são de maior interesse e ignorando ou filtrando outros. Mas eles também lutam para dar sentido a fenômenos que desafiam sua compreensão, e se esforçam para relacioná-los aos contextos e condições de suas próprias vidas. (THOMPSON, 1998, p. 182).

Buscamos perceber, portanto, como os fenômenos culturais, aqui entendidos como formas simbólicas, podem se tornar objetos de identificação de determinados grupos sociais, que se apropriam dos espaços urbanos, construindo a partir dessas relações novas interpretações e identidades constituindo também novas marcas ou identificadores para a cidade.

Os movimentos da sociedade, atribuindo novas funções às formas geográficas, transformam a organização do espaço, criam novas situações de equilíbrio e ao mesmo tempo novos pontos de partida para um novo movimento. Por adquirirem uma vida, sempre renovada pelo movimento social, as formas – tornadas assim formas-conteúdo – podem participar de uma dialética com a própria sociedade e assim fazer parte da própria evolução do espaço. (SANTOS, 2002, p. 106).

Num momento em que os grandes centros urbanos começam a se parecer, frutos da globalização econômica, cultural e do marketing, nosso olhar procura estabelecer como



fenômenos culturais, caso do nosso objeto empírico – o Quarteirão do *Soul*, ainda que influenciados por produtos da comunicação de massa, possibilitam o surgimento de novas apropriações e modificações do espaço de uso da cidade e também propiciam o surgimento de novos processos de identificação social.

A *soul music*, o Quarteirão do *Soul* e as identidades de resistência na cidade de Belo Horizonte

Henri Lefebvre (1985) afirma que, se existem a produção e o processo de produção do espaço, existe também a história. A história do espaço, de sua produção enquanto realidade, de suas formas e representações não se confunde nem com o encadeamento causal dos fatos ditos históricos, nem tampouco com a sucessão dos costumes e leis, das idéias e ideologias, das estruturas sócio-econômicas ou das instituições. As forças produtivas (natureza, trabalho e organização do trabalho, técnica e conhecimento) assim como as relações de produção têm um papel a determinar-se na produção do espaço. Cada sociedade, com seu desenvolvimento peculiar produz códigos de entendimento e representação. Esses códigos permitem a organização urbana, por diversas vezes conturbadas, do que virá a se constituir saber e poder enquanto instituição.

O código do espaço permitirá que se vivencie, o compreenda e o produza. Não a partir de um simples processo de leitura. Ele reunirá os signos verbais – palavras e frases e seu sentido que resulta de um processo de significação e os signos não verbais – música, sons, chamados, construções arquitetônicas.

Visando então reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção das formas simbólicas na cidade, é necessário que identifiquemos as condições espaço-temporais específicas em que estas são produzidas e recebidas.

O entendimento da cidade deve ser feito tendo como pano de fundo a sociedade urbana em processo de constituição, portanto, em movimento. Significa, na perspectiva geográfica, pensar a cidade a partir da espacialidade das relações sociais em sua natureza social e histórica. (CARLOS, 2005, p.90).

Para uma análise da cidade tendo como objeto empírico um fenômeno social como o Quarteirão do *Soul* em Belo Horizonte é necessário compreender um pouco da trajetória do movimento *soul*, pois ela é um dos fatores determinantes para entendermos o processo de identificação dos consumidores e fãs deste gênero musical. O imaginário desenvolvido por estes grupos baseia-se fortemente na tradição da música norte-americana, da qual resgataremos um



pouco a história.

A trajetória da *black music* no século XX começa a ter seu papel escrito a partir do blues. Atribui-se sua origem ao lamento dos escravos trazidos para os campos dos Estados Unidos. De suas origens africanas, os negros trouxeram os chamados *hollers*³ gritos de entonações fortes e diferentes que identificavam seus emissores. Eram, a princípio, uma forma de comunicação nos campos do sul do país, mas também podiam ser ouvidos nas grandes cidades, nas vozes de vendedores que anunciavam seus produtos de maneira peculiar.

Grande parte dos pesquisadores atribui o desenvolvimento do blues às *work-songs*, canções que objetivavam organizar o trabalho escravo, conferindo-lhes ritmo e cadência. O *spirituals*, hinos religiosos criados pelos negros a partir de histórias da Bíblia, também exercem uma grande influência no surgimento do *blues*, pois os seus acordes básicos são derivados da harmonia europeia das canções religiosas. A difusão massiva da música nos Estados Unidos ocorre com o advento do rádio e da evolução da indústria fonográfica, que percebe nas diversas variantes do *blues* e em seus consumidores espalhados por todo o país, um mercado potencial e em crescimento.

O período pós Segunda-Guerra, marcado por uma atmosfera de otimismo e prosperidade econômica, alavanca a indústria dos *gadgets*, incluídos aí os toca-discos proporcionando um aumento de público para os produtos musicais e a incorporação de uma nova massa de consumidores: os jovens. A incorporação dos estilos musicais vindos dos guetos, a crescente indústria de consumo de massa cada vez mais voltada para o público jovem e o desenvolvimento acelerado dos veículos de comunicação tendo em primeiro lugar o rádio e posteriormente a televisão, possibilitam a difusão dos gêneros musicais e sua assimilação por camadas cada vez maiores de jovens, ávidos pela identificação com os novos ídolos que começam a surgir.

A novidade da década de 1950 foi que os jovens das classes alta e média, pelo menos no mundo anglo-saxônico, que cada vez mais dava a tônica global, começaram a aceitar a música, as roupas e até a linguagem das classes baixas urbanas, ou o que tomavam por tais como modelo. O rock foi o exemplo mais espantoso. Em meados da década de 1950, subitamente irrompeu do gueto de catálogos de 'Raça' ou 'Rhythm and blues' das gravadoras americanas, dirigidos aos negros pobres dos EUA, para tornar-se o idioma universal dos jovens, e notadamente dos jovens *brancos*. (HOBSBAWM, 1999, p. 324).

O *rock* passa a ditar comportamentos que rapidamente são incorporados pela indústria do entretenimento, a partir da criação dos novos grupos e artistas brancos, que incorporam os



elementos da *black music* abrindo novos espaços para o consumo de seus produtos.

A mudança mais importante (para o blues) foi a emergência de músicos e de orquestras brancas de blues ... esse desenvolvimento reflete a utilização do blues enquanto componente da cultura juvenil ... o blues passa, assim, de uma música puramente negra a uma música substancialmente internacional ... Certamente trata-se do desenvolvimento mais inesperado, mas ele aconteceu. (OLIVIER *apud* HERZHAFT, 1989, p. 108).

Enquanto no final dos anos 50 o quadro de efervescência política se acentua, surgindo com mais força os movimentos pela igualdade dos direitos civis, a música negra, cada vez mais aceita pelos brancos, vive uma outra fase.

Progressiva e implicitamente, era toda a atitude dos negros no passado que denunciavam vozes cada vez mais numerosas. O blues, que tinha sido a principal expressão cultural dos negros mais pobres e mais explorados, aparecia como que ligado a uma condição degradante, da qual não se queria mais ouvir falar. Em contrapartida, a Igreja conduzia a luta de libertação dos negros e sua tradição musical - o *gospel* - ainda ganhava consideração. (HERZHAFT, 1989, p. 113).

Ao associar-se o *rhythm and blues* (música profana) ao *gospel* (música protestante negra eletrificada descendente dos *spirituals*), temos o surgimento do *Soul*. O *soul* visava o resgate para os negros de um ritmo autenticamente negro. Herzhaft (1989, p. 99) chama a atenção para o fato:

Os críticos e historiadores em geral saudaram com bastante justiça o papel incomparável e bem concreto de ponte entre as raças que desempenhou a música negro-americana. É verdade que os artistas negros mais ecléticos obtiveram sucesso junto ao público branco. O que, entretanto, não notaram a maior parte do tempo é que, à medida que as formas de música negra tornaram-se populares entre os brancos, deixaram de sê-lo entre os negros, que, em contrapartida, criaram novas expressões musicais, procurando em um movimento espontâneo de desafio conservar a especificidade e a alma (*soul*) do povo negro-americano.

A *soul music* demarca os “limites com a América branca” ao utilizarem uma linguagem específica denominando-se “irmãos” - *brothers* e “irmãs” - *sisters*, “que reunia-se em uma comunidade solidária e fraternal que brilhava pela alma (*soul*)”. A pobreza, associada à discriminação racial, somada ao fervor religioso desencadeado pelo *gospel* foram os elementos que nutriram a cultura que no final dos anos 60 seria sinônimo de reação aos maus-tratos, da busca da igualdade entre os homens e do orgulho racial - a *soul music*, tanto nos Estados Unidos, como posteriormente em outras partes do mundo, inclusive no Brasil

A chegada do movimento *soul* em nosso país coincide com o auge da ditadura militar. No

Rita Aparecida da Conceição Ribeiro



final dos anos 60 e início dos 70 começam a despontar os primeiros bailes no Rio de Janeiro. Em pouco tempo surgem várias equipes de som que promovem bailes por toda a cidade. Em alguns bailes são apresentados filmes que exaltam o orgulho racial. Por essa mesma razão, são fortemente controlados pelas forças policiais. No entanto, será justamente a mídia, mais especificamente a televisão responsável por apresentar a todo o país uma das maiores manifestações do “orgulho negro”. Esta ocorre, de acordo com Mello (2003), na transmissão do V Festival Internacional da Canção, apresentado no dia 15 de outubro de 1970, para todo o país e o exterior, pela Rede Globo de Televisão.

Nesse festival, dominado pelos ritmos da *black music* que esteve presente em várias composições,ⁱⁱ dois nomes causaram sensação em suas apresentações: o maestro Erlon Chaves, que com a composição *Eu Só Quero Mocotó* desafiava a platéia ao ser beijado e reverenciado por mulheres brancas. E no estilo James Brown e do Harlem novaiorquino surge Toni Tornado, com cabelo, dança e gestos do movimento *black power*, cantando *BR-3*. As reações às apresentações de ambos levaram a platéia ao delírio, mas desagradaram muitos setores da conservadora sociedade brasileira. Os problemas e perseguições acarretados aos dois intérpretes serão mais um episódio lamentável de nossa história. No entanto, sua participação alavancou o movimento *soul* em todo o país.

Em Belo Horizonte, os bailes começam em meados dos anos 70. A princípio localizados em clubes no centro da cidade: o *Máscara Negra* e a *Italiana* eram os mais famosos. No entanto os bailes e seus frequentadores eram vítimas constantes dos maus-tratos e batidas da polícia. Vários relatos dos frequentadores da época comentam que aqueles que usavam cabelos *black-power* eram constantemente abordados pela polícia, algumas vezes sendo presos e tendo suas cabeças raspadas.

O advento da discoteca, a desconfiança da polícia e o encarecimento do transporte público podem ser alguns dos fatores apontados para o desaparecimento dos bailes do centro da cidade e sua conseqüente mudança para os bairros periféricos nos anos 80 e 90, quando praticamente o movimento *soul* desaparece, inclusive da mídia.

No entanto, em meados de 2004, o transeunte desavisado se depara na tarde de sábado com uma faixa no quarteirão da Rua Goitacazes entre São Paulo e Padre Belchior, no centro de Belo Horizonte: “Seja bem vindo ao quarteirão do *Soul*, que está resgatando os amigos da velha guarda”. Ao som da soul music que sai de duas pick-ups instaladas em uma Caravan aberta, um



grupo de pessoas de meia-idade dança no passeio, fazendo coreografias que encantam e surpreendem pela agilidade.

A idéia do Quarteirão do *Soul* surgiu, em fevereiro de 2004, do encontro de sete amigos no local, onde um deles (Geraldinho) lava carros. De acordo com Ronaldo Black, eles estavam com a Caravan (sua marca inicial) estacionada no local e começaram a dançar. Daí surgiu a idéia de “rever os velhos companheiros”. Para Valdeci ou Abelha, “a gente quer resgatar o espírito jovem, o *black* não fica velho”. Os amigos fundadores da chamada “Diretoria” vieram dos locais mais distantes: Gugu, do bairro Vera Cruz, Zezinho do Planalto, Geraldinho do Casa Branca, Ronaldo Black, da cidade de Santa Luzia, O DJ - A Coisa, da cidade de Betim. Abelha, do Bairro São Geraldo e Goder, do bairro Sagrada Família. A localização central propiciou um ponto de encontro em um local até então, praticamente sem movimento aos sábados.

Aos poucos foram chegando algumas pessoas e se aglomerando em torno dos dois carros estacionados em frente ao espaço de um estacionamento, e ao lado de um bar. A princípio timidamente, depois alguns mais ousados vestidos com trajes da *black music* dos anos 70, e vão tomando a calçada. O público freqüentador situa-se na faixa dos 40/ 50 anos, um fato intrigante quando se pensa que a maior parte dos movimentos de rua é encabeçada pela rebeldia juvenil. A maioria vem de bairros distantes do centro da cidade e pertence a classes economicamente desfavorecidas.

As relações de proximidade que se estabelecem entre os diversos setores sociais engendram uma garantia de proximidade e do desenvolvimento de afinidades que constituem as diversas identidades na cidade. Santos atribui aos “pobres da cidade” um papel preponderante no aumento da diversidade sócio-espacial, responsáveis por outras formas de trabalho e vida que alteram e alavancam a dinâmica social. Ao abrir novas possibilidades de sociabilidade, de interpretação e interação, os pobres da cidade fazem com que esta se abra para o futuro.

Por serem ‘diferentes’, os pobres abrem um debate novo, inédito, às vezes silencioso, às vezes ruidoso, com as populações e as coisas já presentes. É assim que eles reavaliam a tecnoesfera e a psicofera, encontrando novos usos e finalidades para objetos e técnicas e também novas articulações práticas e novas normas, na vida social e afetiva. Diante das redes técnicas e informacionais, pobres e migrantes são passivos como as demais pessoas. É na esfera comunicacional que eles, diferentemente das classes ditas superiores, são fortemente ativos. (SANTOS, 2002, p. 327).



Manuel Castells (2002) apresenta o conceito de Identidades de Resistência, de acordo com o qual, essas são criadas por atores que se encontram em condições/posições sociais desvalorizadas ou estigmatizadas pela lógica da dominação. Seus elementos engendram formas de resistência e sobrevivência baseadas em princípios diferentes, ou mesmo, opostos àqueles que orientam as instituições da sociedade. Essa identidade, ainda de acordo com Castells, leva à formação de comunas, ou comunidades que estabelecem seus próprios mecanismos de resistência à dominação estrutural. Seja pelos fundamentalismos religiosos, étnicos, ou no caso de nosso objeto de estudo, pela *black music* em suas diversas manifestações, inverte-se o discurso opressivo, estabelecendo mecanismos de “exclusão dos que excluem pelos excluídos”, criando mecanismos de resistência e sobrevivência frente aos princípios legitimadores da ordem hegemônica.

A apropriação do espaço do Quarteirão do *Soul* ocorreu de forma espontânea. O poder público não foi consultado. Os frequentadores do local, capitaneados pelo lavador de carros que trabalha durante a semana naquele espaço decidiram dar-lhe outra finalidade aos sábados. A comunicação entre os participantes se estabeleceu e contribuiu para o aumento da frequência ao espaço, que passou a se constituir como local de encontro e sociabilidade.

O Quarteirão hoje já pode contar muitas histórias, inclusive a de sua cisão, que criou outra vertente também atuante, o Movimento *Black Soul*, responsável pelo som em 02 sábados do mês. Mesmo tendo passado por crises que culminaram no afastamento de alguns membros, sofrendo a intervenção da polícia em alguns tensos momentos, o Quarteirão do *Soul* vem resistindo. A cada dia vemos o seu público aumentar. Hoje ele ganha algum destaque na mídia e os frequentadores começam a receber novos adeptos, de todas as idades e vindos das mais diferentes regiões da cidade. Por ser um espaço público as pessoas que ali se reúnem e agora já tomam não apenas a calçada, mas parte da rua e sentem-se participantes não apenas de um movimento, mas da vida da cidade.

O Quarteirão do *Soul* hoje representa um momento de exceção na vida cotidiana da cidade. Um momento de festa, da consagração da alegria do estar juntos, da possibilidade de, por alguns momentos, sair da condição de invisibilidade social, unidos pela paixão da *soul music* e pela utilização de um espaço, que ao mesmo tempo é de todos e não pertence a ninguém: a rua.

O Quarteirão do *Soul* surgiu como uma forma de se reencontrarem os amigos que frequentavam os chamados bailes *black* no centro da cidade nos anos 70 e que, com o passar dos



anos, foram sendo expurgados para a periferia da cidade. Tal manifestação constitui uma forma de resistência, pois os participantes do Quarteirão do *Soul* se apropriaram do local mesmo sem o aval da prefeitura e também caracteriza-se pela afirmação da identidade de seus participantes, que se espelham no discurso de igualdade pregado pelo movimento *soul* representado principalmente pela figura do cantor James Brown, ícone que tem seus passos e vestimentas copiados e celebrados por todos os frequentadores do espaço.

Para os fãs do Quarteirão do Soul, James Brown é “o cara”. Aquele que rompeu as barreiras do preconceito de cor, de classe social e abriu espaço, inclusive para aqueles que hoje tomam a liberdade de usar as ruas da cidade de Belo Horizonte como pista de dança e espaço de sociabilidade, confirmando suas identidades que insistem em resistir e em reinventar espaços.

O Quarteirão do *Soul* pode ser entendido como um movimento de uma pequena parcela de moradores da cidade, uma minoria. Muniz Sodré (2005), entretanto, apresenta uma interessante definição sobre o conceito de minoria. Para o autor, minoria seria uma voz qualitativa e não um conceito quantitativo, pois essa visão refere-se à possibilidade de um determinado segmento social ter voz ativa, ou capacidade para intervir nas instâncias decisórias do Poder. Por isso, negros, mulheres, ambientalistas, indígenas são considerados minorias. O “lugar” das minorias seria aquele onde se animam fluxos de transformação de uma identidade ou de uma relação de poder que implica uma tomada de decisão de um grupo no interior de uma determinada dinâmica de conflito.

Minoria então transforma-se em um conceito simbólico, dotado de uma intencionalidade ético-política inserido numa luta contra-hegemônica. Luta que se apresenta em várias instâncias da vida social, na cultura e na arte de um povo. Daí surge a necessidade de se falar da música como manifestação de uma resistência que configura identidades e transforma, também, os sentidos de apropriação da cidade.

Buscamos hoje entender, portanto, por que acontecem tais processos de identificação de determinados segmentos sociais com os produtos da mídia, e como essas comunidades, ou movimentos sociais escolhem ou mesmo, se configuram em um território determinado, ainda que os locais de origem desses produtos nada tenham a ver com os espaços de fruição dos mesmos. Os processos de apropriação e luta pelo espaço na cidade podem se configurar também a partir de produtos da comunicação de massa, como no caso de nosso objeto empírico, o Quarteirão do *Soul*, fundado a partir do gosto comum de seus frequentadores pela *soul music*.



[...] Porque se é certo que o senso comum é o modo como os grupos ou classes subordinados vivem a sua subordinação, não é menos verdade que, como indicam os estudos sobre as subculturas, essa vivência, longe de ser meramente acomodatória, contém sentidos de resistência que, dadas as condições, podem desenvolver-se e transformar-se em armas de luta. (SANTOS, 1989, p. 37).

Assim, partimos de um produto da comunicação de massa, a *soul music* para discutir e tentar entender como os movimentos sociais na cidade, a partir de formas simbólicas podem traçar novas formas de entendimento e de apropriação da cidade. A partir da música cria-se um espaço para a sociabilidade, para o encontro com a alteridade. No sábado, momento de sagração, os personagens que transitam cotidianamente incorporam outros papéis. Esta transformação muda o sentido de pertencimento do indivíduo. Ali não existe mais o Geraldinho que lava carros. Agora ele cede o lugar ao DJ. O taxista se transforma no dançarino Ronaldo *Black*. A dona de casa Maristane se transforma na Dama do *Soul*.

Novos papéis que invertem a lógica de invisibilidade cotidiana. Ali os frequentadores se reconhecem nos papéis centrais de uma lógica de alteridade pregada pelo grande inspirador James Brown. No sábado à tarde, portando seus sapatos bicolores e trajes combinando, esses indivíduos saem da invisibilidade e se apossam de um espaço na cidade, sem que ninguém os tenha autorizado. A luta pelo espaço urbano, assume a forma da festa, embalada pela *soul music*.

Notas:

¹ Embora polêmico em certas definições, o termo cultura de massas refere-se às produções culturais de larga difusão, a exemplo do rádio, da televisão, do cinema e da música. São produtos elaborados segundo padrões estéticos que permitam o consumo pelo máximo possível de pessoas, e por isso prevalecem referências a padrões médios, de forma a possibilitar lucros significativos para seus realizadores.

² De acordo com Herzhaft (1989), estes chamados também poderiam se chamar *boolies* ou *arboolies*.

³ Na visão do crítico musical Zuza Homem de Mello, no livro *A Era dos Festivais* (2003) várias canções concorrentes traziam a influência dos ritmos da *black music*. Entre elas *Abolição 1860-1980*, de Dom Salvador e Arnaldo Medeiros, no gênero *spiritual* *Encouraçado*, de Sueli Costa e Tite de Lemos, *A Charanga*, de Dom e Ravel e *O Amor é o Meu País*, de Ivan Lins e Ronaldo Monteiro de Souza claramente em ritmo *soul*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 1999.

CARLOS, Ana Fani A. **A cidade**. São Paulo: Contexto, 1992.

_____. **Espaço-tempo na metrópole**. São Paulo: Contexto, 2001.



CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

_____. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

HERZHAFT, Gerard. **Blues**. Campinas: Papyrus, 1989.

HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

LEFEBVRE, Henri. **La production de l'espace**. Paris: Éditions Anthropos, 1985.

_____. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

MAFFESOLI, Michel. **Elogio da razão sensível**. Petrópolis: Vozes, 1998.

MARCONDES FILHO, Ciro. Espaço, território, espaço virtual. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Pensar-pulsar: cultura comunicacional, tecnologias, velocidade**. São Paulo: NTC, 1996. p. 143-174.

MELLO, Zuza Homem de. **A era dos festivais**. São Paulo: Editora 34, 2003.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. O espírito do tempo. Rio de Janeiro: Forense, 1999. v. 1.

MUGGIATI, Roberto. **Blues: da lama à fama**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2002.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 2002.

