



Do confraternal ao profissional

*periferização urbana
e os empreendedores de diversão
no circuito de aparelhagens
em Belém, Pará¹*

Fernando de Jesus Rodrigues²

-
- 1 Uma versão preliminar deste texto foi apresentada no XXXI International Congress of the Latin American Studies Association (LASA), ocorrido em 2013, em Washington, DC.
 - 2 Professor Adjunto do Instituto de Ciências Sociais e membro do Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal de Alagoas. Líder do Grupo de Pesquisa Periferias, Afetos e Economia das Simbolizações (GRUPPAES). Coeditor da Revista Latitude. E-mail: ferssa@gmail.com

RESUMO

Pretende-se, neste texto, representar transformações de estruturas sociais, vinculadas ao aparecimento de negócios de diversão sob o formato de aparelhagem e ao surgimento de gêneros musical-dançantes nas “periferias” de Belém. Analiso alterações nas balanças de poderes entre grupos, expressas nas trajetórias de DJ’s que conduzem bailes de aparelhagem. Proponho, com uma perspectiva figuracional e processual, conexões entre fenômenos expressos em condutas com motivações de divertimento, de ganho monetário e de disputas por mercados consumidores de cultura. Elaboraram-se encadeamentos dentre as informações, evidenciando relações entre: 1) as lógicas mercantis e confraternais de serviços de diversão, presentes em circuitos de aparelhagens e 2) suas interdependências com redes ampliadas de comunicação e entretenimento, vinculadas a economias internacionais do entretenimento.

Palavras-chave: *Aparelhagem. Diversão. Economia. Periferia. Música. Negócio.*

ABSTRACT

The paper seeks to represent changes in social structures linked to the emergence of leisure businesses in the form of music-halls and the emergence of dance-music genres in the urban “peripheries” of Belém, Pará. The article focuses on changes in balances of power between groups, expressed through the trajectory of a DJ who ran “bailes de aparelhagem”. Taking a procedural and figural prospective, it proposes connections between phenomena expressed in actions oriented by different motivations: fun, profit and economic honor. The model proposed by the author establishes connections among: 1) the commercial and fraternal logics verified in music hall circuits in these peripheries and 2) their interdependencies with wider communication and information networks, linked to both licit and illicit economies.

Keywords: *Aparelhagem. Fun. Economy. Periphery. Music. Business.*

INTRODUÇÃO

Pretendo discutir, neste texto, transformações vinculadas ao aparecimento de negócios de diversão, sob o formato de bailes pagos, e ao surgimento de gêneros musical-dançantes nas “periferias” de Belém, Pará. Analiso aspectos da alteração nas balanças de poderes entre grupos humanos, expressas nas trajetórias de DJ’s, que conduzem bailes de aparelhagem na segunda metade do século XX. Tomarei como fio condutor a trajetória de um DJ que herdou a propriedade daquela que se tornou uma das maiores e mais antigas aparelhagens de Belém.

Uma das questões que me chamou a atenção quando procurava por DJ’s no intuito de compreender sob quais condições alguém se tornava um empreendedor de sucesso como proprietário de casas de shows e de empreendimentos de diversão nas “periferias” de Belém. À medida que visitava rádios, bailes, festas, e entrevistava personagens dos circuitos de aparelhagens em seus bairros, como o Guamá, Jurunas, Pedreira ou Jardim Sideral, ficava claro que a participação do “Estado” como indutor dos empreendimentos de diversão nessas periferias era muito exígua. De outro lado, entretanto, a necessidade de negociar a atuação incriminadora do Estado

sobre o empreendimento, através de tratativas informais com a polícia, era um aspecto fundamental do sucesso de um negócio. Geralmente, a participação do “Estado” como uma fonte de capitais de investimento nesses territórios era visível apenas indiretamente sob o formato das redes clientelistas de apoio eleitoral à candidatos a vereador, deputado, prefeito e a governador, apenas durante as eleições. Nessas ocasiões, lideranças de associações culturais e jovens moradores de bairros “de periferia” buscavam e conseguiram pequenos aportes monetários que tornavam possível realizar ambições e sonhos modestos para alguns, mas de grande significado para essas pessoas, alimentando a persistência para a produção artístico-cultural com um sentido de divertimento. O apoio de um candidato assumia o significado de pequeno capital, meio empréstimo, meio doação, que agia como um grande combustível para disposições direcionadas a negócios culturais de diversão, em atuações como DJ’s, dançarinos, atores de teatro de rua, produtores de concursos de bois-bumbás e ou de carimbó, ou mesmo como *videomakers*. Apenas excepcionalmente, lideranças culturais nos bairros de periferia tinham acesso à novidade representada pelas políticas públicas como os editais dos pontos de cultura do Governo Federal que, ainda assim, chegaram aos moradores de periferia de maneira inédita.

Assim, a investigação próxima a esses personagens em seus bairros e empreendimentos pressionou-me à necessidade de observar mais atentamente quais os laços humanos se deram para alimentar circuitos de empreendimentos de diversão nessas regiões urbanas. Uma das forças constitutivas desses fenômenos é o fato de tais zonas citadinas estarem submetidas a grossas camadas de símbolos que rebaixam o prestígio de seus valores humanos frente a grupos melhor posicionados na hierarquia social-urbana.

Saltou-me aos olhos a maneira como a dinâmica de formação desses empreendimentos mostrou-se dependente de conexões com empreendimentos mercantis organizados no âmbito metropolitano,

nacional e transnacional. Bancos, gravadoras e capitalistas que atuam em mercados ilegais como o de drogas e de armas mostraram-se muito importantes para se compreender uma parcela dos fatores de sucesso de um empreendimento e também das disposições para que uma pessoa possa converter ambições e habilidades artístico-culturais em um bem que pudesse trazer ao aspirante a produtor cultural gratificações monetárias e honoríficas.

Um dos objetivos deste artigo é apontar conexões percebidas entre fenômenos e problemas de investigação que costumeiramente são tratados separadamente. Apresento uma abordagem que visa tratar mais integradamente as motivações de divertimento, de ganho monetário e de disputas por mercados consumidores de cultura que giram em torno de simbolizações musicais-dançantes. Proponho um modelo de desenvolvimento histórico e social de um circuito de aparelhagens que relaciona: 1) as lógicas mercantis e lógicas aqui nomeadas como *confraternais* dos serviços de diversão e 2) suas interdependências com as redes ampliadas de empreendimentos de comunicação, informação e entretenimento, vinculados a economias tanto lícitas quanto ilícitas, constitutivas da expansão das lógicas de intercâmbio mercantil da cultura em regiões urbanas de Belém que poderíamos compreender como “periferias”. O estabelecimento dessas conexões pode nos mostrar algumas das direções rumo às quais está se dando a diversificação de carências humanas, especialmente, aquelas que podemos denominar de simbólicas, expressivas de prazer e divertimento, e que hoje parecem ser constitutivas de constrangimentos sociais mais amplos.

Um dos aspectos que associo aos processos de periferização urbana é por meio dos fenômenos, como os bailes de aparelhagem surgiram é a ampliação de um regime de símbolos de valor e ranqueamento humano que expressa uma maior interdependência entre moradores de regiões urbanas melhor e pior reputadas. As redes formadas por eles foram interligadas por símbolos de avaliação com sentidos opostos. As ambivalências referentes aos significados de

posição social entrelaçadas à crescente diferenciação de signos de orgulho individual e grupal ampliam-se. Tal movimento ascendente enfrenta fortes pressões sedimentadas em acervo de símbolos existentes, frequentemente manuseados para diminuir o valor humano daqueles que detém menor capital estatal, econômico e simbólico, associados a regiões urbanas párias, mas que detém também os moradores que efetivamente estão aumentando seus gradientes de poder. Estes últimos participam em melhores condições, entre os menos afortunados, de processos de aumento de interdependências entre diferentes estratos sociais urbanos. Desdobram-se, assim, tipos de economias psíquicas intensamente ambivalentes.

Em suma, o que associo como zonas de periferia são redes pressionadas pelo aumento de interdependências humanas abarcadas por um grande acervo de símbolos de depreciação em meio aos quais crescentemente emergem agentes dedicados a práticas simbólicas que expressam novos repertórios de prestígio humano (RODRIGUES, 2008). Ademais, outro aspecto que caracteriza tais tipos de processos é o aumento do esforço de conversão do valor diminuidor de determinados termos – utilizados para depreciar o valor humano de grupos moradores de zonas urbanas de pior reputação, tais como favela, periferia, gueto, etc. – em valores de prestígio individual e grupal, impactando o repertório da economia moral das cidades. A alteração do regime de valores das redes urbanas parece ser um problema relevante para avaliar a crescente expansão de mercados culturais em zonas reconhecidas como “periferias urbanas”.

A dinâmica de transformação da economia moral de cidades é um tipo de problema que ainda recebe pouca atenção dos pesquisadores e mesmo quando abordado, o repertório de estudos ainda não abarca muitos fenômenos musicais-dançantes e aqueles localizados em regiões nacionais menos prestigiadas.

Assim, através de observações diretas de bailes de aparelhagem, bem como por meio de entrevistas com pessoas que cumpriam funções de oferecer divertimento para outros como um serviço, buscou-se formular ligações que expressassem as tensões e complementaridades entre indivíduos e funções sociais em mercados culturais nas periferias belemenses, orientando-me por aspectos da abordagem figuracional e processual de Norbert Elias (2002). Para explorar a proposição de tais cadeias humanas, tomarei como fio condutor a trajetória de um DJ que assumiu diferentes posições em circuitos de diversão em regiões de “periferia” em Belém desde os anos 1950 do século XX até os dias atuais. Isso permitiu-me apontar tanto a transformação intergeracional que conecta a figuração social que gravitava em torno do serviço confraternal de diversão conhecido por Sonoro até os dias de hoje em que atuam, em Belém, através da oferta de diversão paga como um bem audiovisual popularmente conhecido como aparelhagem.

FORMAÇÃO DE CIRCUITOS DE DIVERSÃO NÃO MONETÁRIOS E MONETÁRIOS E PROCESSOS DE PERIFERIZAÇÃO URBANA

As aparelhagens em Belém são empreendimentos que surgiram em bairros “periféricos” nos quais residiam grupos com renda intermediária, oferecendo serviços de diversão a baixo custo para moradores de regiões citadinas de baixa reputação social. A demanda por diversão dançante de indivíduos residentes nessas áreas, satisfeitas através de pagamento monetário, formou-se como uma dimensão da urbanização acentuada dos modos de vida de grupos humanos que se deslocaram de pequenas cidades, zonas rurais e ribeirinhas e de outras regiões dos estados do Pará, em direção a capita, especialmente a partir dos anos 1960. Nesta década, diferente do que passou a acontecer a partir dos anos 1980 e 1990, os grupos migrantes pobres ou “interioranos” (ribeirinhos ou sertanejos) estavam contrangidos por estruturas de acesso a recursos educacionais, ao

trabalho remunerado em dinheiro, sem proteções jurídicas, aos bens e serviços de bem-estar, comunicação, informação e finanças instaladas prioritariamente nas capitais (SANTOS, 2004).

Esses grupos estavam orientados prioritariamente para as demandas por serviços das diferentes faixas de classes médias e altas, altamente vinculadas ao desempenho de funções sociais estatal-nacionais e mercantis-transnacionais. As disputas por oportunidades de trabalho, remuneração e acesso a bens técnicos foram levadas a cabo por partes dos migrantes pobres, a partir do vínculo que tinham com as possibilidades de inserção nas redes sociofuncionais, pressionadas para o atendimento das necessidades dos estratos de maior acesso ao dinheiro, as capitais, e de maior prestígio quanto à obtenção de gratificação e reconhecimento de valor humano ao nível metropolitano. Ademais, esses formatos de diversão eram bastante circunscritos a determinados territórios.

As carências por diversão estavam vinculadas, majoritariamente, às dinâmicas de satisfação não explicitamente mercantis, nas quais a busca por dinheiro e lucro não se mostrava como sentido prioritário das iniciativas de empreendimentos de diversão. Exemplos disso são as festas organizadas por diferentes facções religiosas, associadas às “trocas caritativas”, e ao divertimento de vizinhança, como festas de ruas fechadas ou de bairro, dependente de trocas de “dádivas”, comandadas geralmente por mulheres, o divertimento doméstico, sob a vigilância dos pais e parentes, especialmente pela mãe ou avó, de indivíduos organizados sob o padrão da vizinhança familiar e comunitário, ou os divertimentos ambulantes pelas ruas e terrenos baldios, geralmente, associado a hordas de meninos, como acertar passarinhos, brincadeiras de luta, emulações por afirmação do prestígio masculino, como a coragem para ultrapassar determinados limites normativos, como, por exemplo, tocar campainhas e escapar, defecar na porta da casa dos outros e fugir, furtar frutas em quintais de casas, etc. Todos divertimentos satisfeitos fora da lógica do comércio.

Entre os anos 1960 e 1970, as funções socioafetivas de diversão, desenvolvidas em bailes como negócios em “periferias”, foram desempenhadas prioritariamente por adultos, que ocupavam as principais posições no mercado de trabalho formal e informal nessas zonas urbanas, permitindo-lhes ganhos monetários suficientes para se tornarem os públicos consumidores dominantes de diversão paga em zonas urbanas estigmatizadas. Ademais, entre os adultos, os homens ocupavam as posições de líderes econômicos, no comércio ou na indústria, na vizinhança ou na família, obtendo maior liberdade expressiva que as mulheres, predominando, por isso, o modelo do divertimento do “baile de clube social”, no qual era mais regular o frequentador chegar ao espaço de diversão acompanhado.

A partir dos anos 1980, crianças, adolescentes e mulheres solteiras sem o acompanhamento de familiares puderam frequentar livremente tais locais de divertimento, até sofrerem novas limitações, não mais advindas das famílias, mas impostas pelos corpos policiais e judiciários. Tal fenômeno é um forte indicativo das direções em que se deu a ampliação da demanda por serviços de oferta de diversão erótico-dançante pago, quais sejam, de juvenilização e feminização.³ Igualmente, é expressivo do tipo de estrutura de transformação das balanças de poder entre indivíduos que estiveram submetidos às diferentes facetas dos processos de periferização urbana e a diversificação da liberdade expressiva erótico-dançante e das formas de competição por companhia erótico-sexual entre homens e mulheres. Esse movimento é interdependente do aumento do poder econômico de jovens e mulheres.

As observações diretas, entrevistas e conversas realizadas com DJ’s, “donos de bailes”, e frequentadores dessas diversões em Belém e Maceió, forneceu informações significativas sobre alguns processos

-
- 3 Sobre os deslocamentos no acesso à educação entre homens e mulheres, apontando vantagens em favor delas no final do século XX e início do XXI, ver Beltrão e Alves (2009). Sobre a relação entre aumento da educação e crescimento da busca por posições de trabalho entre as mulheres no período 1982-1997, ver Scorzafave e Menezes-Filho (2001).

e conexões entre o chamado setor informal da economia, negócios ilegais, o setor chamado de formal e o surgimento dos bailes de periferia como polos de gravitação de pessoas demandantes de divertimento erótico-dançante pago. Relevante para o desenho dessas relações são as trajetórias de alguns dos DJ's de maior sucesso nesses circuitos de diversão mercantilizado. Alguns deles ocuparam ou ocupam posições de maior irrigação monetária no mercado formal, informal ou ilícito, e inverteram dinheiro na montagem de negócios de diversão ou em suas carreiras de artistas de diversão – animadores musicais de baile – posição de atração de prestígio entre homens e mulheres que transitam em mercados de diversão prestigiados de zonas melhor reputadas socialmente. Apresentaremos uma síntese de fatos visando representar alterações nas redes relacionais de um indivíduo tanto sob o ângulo intergeracional quanto intrageracional, especificando as transformações particularmente vinculadas ao interesse em compreender curso de eventos que redundou na figuração atual de um circuito de aparelhagens.

TRAJETÓRIA INDIVIDUAL COMO EXPRESSÃO DA DIFERENCIAÇÃO DE UMA SOCIEDADE: DO SONORO À APARELHAGEM, DO CONFRATERNAL AO PROFISSIONAL

Gilmar Santos é o atual proprietário e administrador da Rubi, uma empresa que fornece serviços de diversão sob o formato de aparelhagem, abarcando atualmente programação audiovisual, seleção de músicas, performances de DJ's direcionadas para a animação de bailes ambulantes, e o fornecimento de equipamentos hidráulicos, eletrônicos e digitais para a realização de apresentações audiovisuais. Gilmar cresceu no interior do negócio de aparelhagem, observando as práticas administrativas de seu pai. Nesse sentido, vale a pena deslocar brevemente a atenção da trajetória de Gilmar para a de seu pai, Orlando Santos. No que tange ao percurso da

aparelhagem Rubi, uma trajetória é uma continuidade da outra, dando-nos uma visão de desenvolvimento intergeracional desse negócio.

O pai de DJ Gilmar era funcionário público federal do Ministério da Agricultura, seu principal “ganha-pão”. Outra dimensão de sua vida estava ligada ao seu gosto pela carreira artístico-musical. De acordo com DJ Gilmar, seu pai

[...] tinha um regional, um musical regional, tipo, assim, os demônios da garoa, viola, pandeiro, cavaquinho, essas coisa toda, e meu pai era vocal e o pandeiro, o meu outro tio tocava violão, já tinha um outro compadre que tocava cavaquinho, resumindo, [era] um grupo regional que fazia festas. (Entrevista com DJ Gilmar Santos, realizada em 2008)

O grupo era cultivado de forma amadora, ora apresentava-se para outros, ora para o divertimento próprio de seus integrantes. O pai de DJ Gilmar um homem amante da noite, boêmio. De acordo com o depoimento do filho, pareceu ser um homem de grande vaidade, preocupado com a exposição pública de sua imagem. Emblemático a este respeito era a sua adoração por joias, e a inspiração posterior para o nome da aparelhagem, Rubi. A apresentação de seu “regional” não tinha um caráter regular de serviço de divertimento pago. A banda podia cumprir uma função de gratificação eu-centrada para Orlando Santos, decorrente do reconhecimento público, entre anônimos, amigos e conhecidos, de que tinha uma verve artística louvável. Não parece ter abandonado o cultivo do gosto por cantar e tocar pandeiro e viola. Durante a semana, após o trabalho, dedicava-se a cantar e tocar em casa. Entretanto, após o desfazimento do grupo, devido às escolhas profissionais que os integrantes realizaram, também desabracou profissionalmente a carreira artística. Manteve-se seguro em seu emprego público, de onde nunca parece ter saído. Entretanto, apesar de não ter se esforçado tanto para inverter inteiramente as suas riquezas econômicas e simbólicas na carreira de cantor ou instrumentista, era na situação das

festas que repousava uma parcela significativa do valor que conferia a si mesmo. É razoável pensar, a partir do depoimento de DJ Gilmar, que quando os Sonoros – os precursores das aparelhagens – emergiam no final dos anos 1940 e início dos 1950 do século XX como equipamentos a serviço do divertimento não mercantil de bairro e vizinhança, seu pai ainda acalentava seguir alguma atividade artística como cantor. No mesmo período, um compadre, técnico em eletrônica, lhe estimulou a montar o seu próprio sonoro. Recusou-se, enfatizando o desejo por cantar e assinalando sua falta de simpatia pela apresentação de som mecânico.

A crescente restrição às suas realizações ligadas à carreira de cantor, entretanto, fez com que a montagem de um sonoro aparecesse em seu horizonte como um investimento que lhe traria gratificação como personalidade pública da diversão entre as pessoas que conhecia nas vizinhanças e aquelas com as quais gostava de confraternizar. As insistências do compadre se encontraram com a alteração de sua avaliação sobre as escolhas mais adequadas para alcançar gratificação, anteriormente ancorada em algum tipo de reconhecimento artístico-musical.

Parece plausível inferir que a avaliação conferida a estabilidade de seu emprego era conflitante com qualquer tentativa séria de uma carreira musical. Entretanto, montar um equipamento que pudesse lhe render reconhecimento por apresentações musicais parece ter sido um substitutivo à altura de suas expectativas. Quando Orlando Santos, pai de DJ Gilmar, decide montar seu sonoro, ele não estava orientado primordialmente por interesse mercantil. Buscava alguma gratificação psíquica relacionada ao reconhecimento, advindo de seus vizinhos e conhecidos, de seu valor como possuidor de um equipamento bem reputado por sua tecnologia, propiciador de situações de confraternização para outros. A função que a propriedade de um sonoro podia ter para seu dono fica bem expressa no depoimento de DJ Gilmar sobre o compadre de seu pai:

O compadre dele, o Sr. Hélio, tinha essa aparelhagem, que era música, assim, de bairro, de bairros e era como se fosse uma eletrola, um som ‘três em um’ hoje em dia. Por exemplo, quando tinha uma festinha, na época tinha muito[s] 15 anos. Aí, na época dos 15 anos, existia a alvorada musical. Por exemplo: amanhã, uma moça do bairro vai completar 15 anos. Então, a família, tudo quanto era vizinho do bairro ia lá com o seu Hélio. Seu Hélio, umbora botar [sic] o seu sonoro para tocar nos 15 anos da minha filha. E ele ia de graça, ele morava ao lado. Ele montava o projetor lá no Poste. Mais próximo ou numa árvore bem alta. Montava um som. Quando era 5h da manhã, ligava o som, aí tocava... Aí o pessoal tudo se acordava (DJ Gilmar faz cara de surpresa, imitando a reação das pessoas ao ouvirem o som pela manhã). – O que é que é isso? Que é isso? Que é isso? Aí entrava: [imita o som de um locutor amador] – Alvorada musical, hoje o dia está amanhecendo mais lindo por que a menina–moça completa 15 anos. Aquela onda toda, isso que era aparelhagem. Fazia a festa de casamento, de aniversário, aí foi assim, e assim começou a aparelhagem, começou tocando nos bairros, para os vizinhos, aí já fizeram um salãozinho, e começaram a cobrar ingressos. (Entrevista com DJ Gilmar Santos, realizada em 2008)

A partir do trecho, fica claro que a disposição de Orlando Santos para inverter alguma riqueza monetária para montar um sonoro, nos idos dos anos 1940 e início dos 1950, não se sustentava sobre a existência de um mercado monetário de diversão, mas em um mercado de divertimento no qual a principal moeda expressiva de riqueza era a reputação social dos indivíduos em relações familiares e vicinais. Em um momento, a reputação como artista deixou de ser um foco do seu investimento afetivo, deslocando-se para a montagem de um equipamento sonoro. Em outros termos, a necessidade por um serviço de divertimento de um indivíduo ou família se dirigia a alguém que amasse a reputação social e fosse proprietário de um bom equipamento de som. A demanda de um proprietário de sonoro por reputação era avaliada de acordo com a mensuração que este fazia da reputação da família ou indivíduo que lhe demandava o serviço de som. A busca monetária não era a porta de entrada

para o mercado, mas os jogos e sociabilidades nos quais se podiam vicejar confraternizações de famílias, vizinhanças e compadrios, com distintos graus de formalização, e a partir da posição que se ocupasse nessa rede, em relação ao ofertante do serviço de sonoro.

A trajetória do pai de DJ Gilmar não é isolada, mas uma das pioneiras, e que pode ser mais facilmente avaliada pela longevidade do Rubi no mercado de aparelhagens e sua inserção no setor de comunicações em Belém.⁴ As trajetórias dos pais de DJ Dinho, que marcou época em Belém com a aparelhagem Tupinambá, de DJ Juninho Pop e DJ Élison, que ocuparam as posições de maior prestígio no negócio de aparelhagem com a empresa Superpop, nos períodos em que pesquisei em Belém nos anos de 2007 e 2008, são emblemáticas dessa mesma figuração do mercado de sonoros, ancorados sobre as lógicas de avaliação social da riqueza pelo valor humano formado em redes de *confraternizações* de vizinhança, de compadrio, familiares, etc.

De uma geração mais recente que a do pai de DJ Gilmar, os pais dos DJ's das aparelhagens Tupinambá e Superpop ocupavam posições profissionais em esferas da vida não-diversionais antes de se dedicarem à aparelhagem como um negócio profissional, tais como Orlando Santos. Vieram do mercado de trabalho formal e da pregação religiosa, respectivamente, tendo nos sonoros uma fonte de gratificação ancorada na lógica de *mercado de gratificações confraternais*.

Uma vez tendo invertido dinheiro na montagem de um sonoro, Orlando Santos inseriu-se em circuitos de apresentações dessas redes de confraternização. A ocorrência não regular da demanda por tais serviços, no início, permitiu a manutenção “gratuita” da atividade. As dinâmicas migratórias e outros fenômenos constitutivos

.....
4 Nos períodos em que visitei Belém em 2007 e 2008 para a pesquisa de doutorado, DJ Gilmar tinha um programa no qual divulgava a aparelhagem Rubi na rádio Marajoara, do grupo Carlos Santos, comerciante-varejista, empresário em vários segmentos, incluindo uma passagem como proprietário de uma gravadora local, comunicador, cantor, e por um breve período, prefeito de Belém.

do processo de urbanização de Belém, como em outros desenvolvimentos citadinos, implicaram dois movimentos: 1) alteraram-se as redes de confraternização, que significavam fontes de obtenção de reputação social para indivíduos com ambição a serem bem-quistos amplamente em seus bairros, redes familiares e em relações de compadrio; entrelaçadamente; 2) aumentou-se a demanda por diversão, que não podia mais ser satisfeita no âmbito das famílias e vizinhanças, crescendo a pressão sobre o serviço dos sonoros para serem utilizados por estranhos às redes de confraternização, criando-se as condições para o direcionamento mais monetizado da prestação do serviço. O sonoro amplia sua oferta de diversão, ora obedecendo à lógica da busca por reputação social em redes confraternais, como em festas de aniversário, comemorações de 15 anos, festas de amigos e vizinhos, ora ia sendo organizado como um serviço de diversão noturna, pago, mediante dinheiro, em salões de bairro, organizados em sedes de clubes sociais para casais adultos, ora em bares e cabarés, tornando-se ele próprio um “ganha-pão” para os organizadores e donos de aparelhagens, modelando-se atitudes com grau maior de profissionalização, direcionadas para a satisfação da diversão de outros.

Orlando Santos torna-se um dos pioneiros na renovação dos equipamentos de tecnificação do som, aprimorando, dentro do que lhe era possível, o seu papel de administrador de um negócio. Em relação à figuração na qual o sonoro estava a serviço das lógicas dos investimentos afetivos calcadas em relações de confraternização, as apresentações em bares, cabarés e salões de sedes de clubes sociais em periferias estavam submetidas a uma maior pressão por profissionalização, pois as funções psíquico-sociais modeladas entre o ofertante e o demandante do serviço estavam menos ligadas às redes de reputação social calcadas em fraternidades, sobressaindo-se os interesses no bem avaliado pelo preço que se pagava. Entretanto, se compararmos com o estágio atual, a pressão por profissionalização conhecia fortes contrapressões

de natureza confraternal, pois muitos dos negócios estavam fortemente calcados sobre uma herança de relações com função de cultivo da honra amistosa.

Interessa-nos destacar que é sob uma tal configuração de funções econômicas e afetivas, expressa no estágio de desenvolvimento técnico e empresarial do sonoro como um serviço de divertimento, que Gilmar, quando criança, aprende a observar, gostar e admirar as atividades ligadas ao sonoro de seu pai. Orlando Santos já desempenhava a atividade de administrador do sonoro como um negócio, demandava serviços bastante heterogêneos, como o de técnicos eletricitistas e de eletrônica, locutor, controlista e o discotecário.

Em outros termos, as aparelhagens tornaram-se, já nos anos 1960, uma rede de serviços de diversão sonora ambulante, mas restritos a públicos adultos, casais e solteiros em espaços bem reputados nas “periferias”, como as sedes de clubes sociais, mas também em lugares como bares e cabarés, que gozavam de reputação ambivalentemente depreciada em toda a cidade, no âmbito das famílias.

Os jovens não faziam parte do público consumidor desse divertimento, a noite de diversão não lhes pertencia, nem lhes era acessível através do comércio; também estavam majoritariamente fora dos circuitos de distribuição monetários. As práticas de diversão noturna de jovens e crianças tinham baixos gradientes de monetização, situação que sofreria alteração, a partir da metade final dos anos 1980, quando crianças e jovens escorreriam, como uma avalanche, para ocupar posições econômicas maciças no setor informal, mas, especialmente, nas dinâmicas de economias ilícitas, em franca expansão de oportunidades de poder para tais segmentos. A respeito da liberdade dos jovens de frequentarem festas noturnas, vale a pena ressaltar um trecho da entrevista realizada com DJ Gilmar:

E. – na época do seu pai, o público jovem ia as aparelhagens ou eram mais adultos ?

DJ Gilmar – adultos, adultos.

E. – quando é que os jovens começaram a ir às aparelhagens?

DJ Gilmar – os jovens começaram a frequentar mesmo as aparelhagens só quando houve a explosão do tecnobrega, quando os jovens mesmo entraram de montão.

F. – e a jovem guarda?

DJ Gilmar – a jovem guarda era de jovens só no nome porque era a classe média, era uma idade acima de 25 a para frente anos. 18 anos, o cara não frequentava a festa naquela época, era muito conservador, as famílias. Ia de dia, uma vez ou outra quando tinha aniversário, só. Mas a noite, jovem não frequentava a festa.

F. – então, os espaços que tinham as aparelhagens para se divulgarem eram apenas os públicos adultos, das famílias ou da boate.

DJ Gilmar – com certeza.

Gilmar entrou para o negócio de aparelhagens quando estava saindo da infância e adentrando a adolescência, sob uma figuração social na qual a diversão noturna erótico-dançante era vedada a crianças e jovens. Um caso fortuito – a embriaguez do *controlista* – criou a condição de assumir a função para seu pai. Gilmar já tinha familiaridade com os equipamentos, devido ao acompanhamento da rotina empresarial do pai. Apesar dos receios da mãe, que nutria uma avaliação depreciativa da aparelhagem, seguiu carreira no negócio de diversão dançante do pai. Partindo da função de *controlista*, progressivamente assumiu as funções de locutor e discotecário, unificando-as, chamando a atenção pelo seu desempenho, desde então. A sedimentação das festas de aparelhagem como um mercado de diversão monetizado, através de festas em sedes de clubes, bares, terreiros juninos, cabarés, chamou a atenção das gravadoras que buscavam incessantemente plataformas de divulgação de seus artistas musicais, bandas e cantora(es).⁵ O sucesso da aparelhagem

-
- 5 Uma parte das músicas dançantes que tocavam em aparelhagens eram as que eram feitas para serem dançadas a dois, como os boleros, sambas-canções e baladas, boa parte deles cantados em português, que, a partir de meados dos anos 1960, tiveram seus repertórios aumentados com o crescimento de um público consumidor classificado pelas agências de pesquisa de gravadoras como das classes B e C. Sobre as lógicas de divulgação de cantores direcionados a estes públicos, ver Jambeiro (1975). Sobre os interesses de simbolização na música cafonca ou brega, entre 1968 a 1978, que fazia parte do repertório das aparelhagens, ver Araújo (2002). Sobre o crescimento da indústria fonográfica, abarcando informações sobre a vendagem para segmentos B e C, ver Ortiz (1991). Importante chamar a

Rubi, sob o seu comando, fez com que angariasse e constituísse novos mercados de diversão paga nas periferias de Belém e no interior do estado do Pará, mesmo que em pequena escala. Isso tornou a aparelhagem foco da atenção de empresas do entretenimento musical, particularmente da indústria fonográfica, que atuavam em escalas abrangentes, atraindo DJ Gilmar para a função de divulgador de artistas dessas gravadoras no plano local, nas “periferias” onde a aparelhagem Rubi, atuava além do circuito de diversão ao qual estava vinculado, incluindo as rádios.

OS CIRCUITOS INTERNACIONAIS DE BENS SONOROS E A EXPANSÃO “PERIFÉRICA” DAS APARELHAGENS

Ao se aliar a grupos que ocupavam posições em uma rede de acumulação de capital mais ampla, como era a indústria fonográfica, DJ Gilmar teve oportunidades de travar contato com visões de mundo cultivadas por indivíduos que estavam altamente preocupados com as formas de divulgar, comunicar e apresentar um produto simbólico como a música e a imagem de seus artistas, tendo como meta última à venda para consumidores. Reelaborou o conhecimento que adquiriu em diversas gravadoras e rádios pelas quais passou, implantando-o em estratégias de aperfeiçoamento de suas condutas profissionais de seleção de músicas e de animação de público como discotecário em uma aparelhagem.

Mais uma vez, seu depoimento é tomado como evidência. Desta vez, entretanto, da interpenetração e síntese de conhecimentos formalizados há mais tempo em circuitos nacionais e internacionais do entretenimento fonográfico e aqueles elaborados pela experiência de manipulação sonora e da imagem de si através de sua aparelhagem, orientada para seu público dileto, morador de periferia:

atenção que Belém desenvolveu uma pequena indústria fonográfica própria, com distribuição regional, ancorada em músicas caribenhas, Carimbó e os gêneros anteriormente citados, destacando-se a gravadora Gravasom.

Os divulgadores de várias gravadoras iam no Rubi levar discos para tocar. Aí fui tomando conhecimento. Aí quando chegou com 18 anos fui trabalhar de divulgador da primeira gravadora em que fui divulgador, a Top Tape. Depois da Top Tape eu fui para a Som Livre, da Som Livre eu fui para a Continental. Não, da Som eu fui para a CBS, e da CBS eu trabalhei na rádio Guajará, extinta rádio Guajará, atualmente rádio Boas Novas, evangélica. Trabalhei na Som Livre, da Som Livre trabalhei como divulgador, fazendo aqueles filmetes da Som Livre, e gravava áudio da Som Livre para sair na televisão, e da Som Livre fui para gravadora... Retornei para a Continental, da Continental fui para a Gravasom, que era do grupo Carlos Santos onde que é a rádio Marajoara. E depois eu peguei, foi o tempo que o Rubi foi se expandindo, crescendo, graças a deus, aí eu larguei a gravadora e fiquei só no Rubi.

[...]

A aparelhagem foi gradativamente adquirindo seus espaços, com a evolução, por que o Rubi é pioneiro até no segmento de atuação, de renovação. Eu, devido a ter o meu conhecimento de operador de rádio, e divulgador, vinham muitos cantores fazer trabalho de divulgação em Belém. Tinha diretores, produtores que gravavam aqui em Belém e me conheciam e sabiam que eu tinha aparelhagem e começaram a se interessar por aparelhagem, eu levava para conhecer aparelhagem, e lá eles foram me dando muitas dicas. Aparelhagem era de costas. ‘– DJ, não existe isso. É diferente.’, e eu fui captando e fui botando em prática as informações que eu ia adquirindo com eles. Comecei a viajar para congressos, convenções, ia vendo as boates, e trazendo as novidades, iluminação profissional, tudo, e daí as aparelhagens começaram a ser notadas como um sistema profissional e quando o pessoal viu que a aparelhagem não era aquilo que imaginavam começaram a aceitar as aparelhagens.

No depoimento, fica clara uma das direções através da qual a ampliação da aceitação da aparelhagem se deu, qual seja, o aperfeiçoamento da apresentação sonoro-visual entrelaçado à adoção de padrões estéticos, administrativos e comunicativos, consolidados no mundo empresarial do mercado fonográfico, expressando, assim, o aumento das interdependências entre diferentes públicos,

consumidores potenciais de diversão, tanto nas periferias quanto nas zonas bem-reputadas da cidade.

Outro aspecto, este implícito no depoimento, mas verificável por monografias e artigos sobre o tecnobrega e aparelhagens (COSTA, 2009; SANTIAGO; ALVAREZ, 2006) diz respeito ao surgimento de diferenças no perfil do consumidor de divertimento que pressionou ao alcance de um novo estágio de padronização estético-administrativa do serviço de diversão sonoro-visual das aparelhagens. Gradativamente, entretanto, o público consumidor oriundo dessas zonas, que sofria pressões decorrentes da depreciação do valor da imagem de seus bairros estava se transformando, tornando-se mais jovem, mais feminino, integrando-se a redes com maior circulação monetária. É importante notar que, de acordo com estudos calçados em dados do censo nacional (BORGES, 2010; HOFFMANN; LEONE, 2004; ROCHA, 2000) a década de 1990 foi caracterizada como de expansão de posições de trabalho entre as mulheres de faixa etária intermediária, acima de 1940 anos, estando bloqueados os acessos a estes postos para as jovens, enquanto que, na década seguinte, os anos 2000, a tendência se inverteu. Os postos de trabalho cresceram entre todas as faixas etárias de mulheres, incluindo segmentos jovens, excetuando alguns nichos da faixa etária mais alta, que conheceram pequena queda.

Através do aumento das conexões entre lideranças estéticas e administrativas do negócio de bailes musical-dançantes de periferia, e segmentos de divulgação, comercialização e comunicação de gravadoras competidoras no mercado fonográfico nacional e internacional, o padrão de competição entre as aparelhagens sofreu importantes alterações, homólogas a de seus públicos consumidores nas “periferias” belemenses.

O Rubi alcançou novos patamares técnicos, estéticos e diversionais de ofertas desse serviço, além de aumentar as redes de aquisição monetária, abrindo novos mercados, e oferecendo um modelo de sucesso para novos investidores, na medida em que DJ Gilmar

tornou-se um regular buscador e sintetizador de novidades técnicas e estéticas para a apresentação de sua aparelhagem, ampliando públicos consumidores.

As renovações trouxeram maior prestígio ao formato do negócio como um todo, e capitais dispersos buscando rentabilidade em mercados informais encontraram uma direção entre grupos que desejavam entrar ou manter-se na competição por mercados consumidores de serviços sonoro-visuais, sob o formato de aparelhagem. Rotinizou-se a necessidade de investimentos direcionados apenas para a renovação técnica e estética das aparelhagens, instituindo lógicas regulares de competição mercantil que tinha como um dos filtros de sobrevivência, a disposição de indivíduos para condutas orientadas para avaliação e renovação constante de aspectos estético-diversionais do negócio, algo que podemos denominar de *sentido de renovação técnica e estética*.

Não raras vezes, o desenvolvimento da aparelhagem como padrão sociotécnico e simbólico de diversão guiou-se por este sentido. Muitas vezes, seus dirigentes deixaram de lado o sentido calculista sobre a relação entre investimento, custos e lucro, priorizando a avaliação da relação entre acesso a dinheiro, aquisição de equipamentos, e a honra advinda do impacto espetacular sobre o público. Nos casos em que a orientação por uma conduta unilateral de renovação técnica e estética prevaleceu cegamente, não havendo correspondência em termos de aquisição monetária gerenciada por um setor de pessoas de administração especializada, ou o negócio se desconstituiu ou o lucro do empreendimento tendeu a se deslocar em grandes proporções para o financiador da renovação técnica, não diretamente vinculado à tradição diversional da aparelhagem. Os grupos que aumentaram sua participação no mercado de aparelhagens, que formam hoje uma rede suficientemente oligopolizada, combinaram cursos de diferenciação funcional entre agentes e condutas de renovação técnica e estética, visando à exploração de novas linguagens diversionais e de administração empresarial.

Esse processo de diferenciação tem como uma de suas condições sociais de possibilidade a alteração das estruturas de circulação e distribuição de recursos monetários em Belém, em movimentos homólogos aos que têm ocorrido em diversas cidades brasileiras, na direção do aumento das funções de consumo mediado monetariamente, através de serviços financeiros e de crédito, desempenhadas por indivíduos moradores de regiões menos prestigiadas, decorrente do aumento de suas participações em diversos tipos de redes econômicas, formais, informais e ilícitas.

CONCLUSÃO

Nesse texto, pretendi destacar alguns limites de variações ocupacionais e de práticas de indivíduos que têm formado circuitos de bailes de aparelhagens nas periferias urbanas de Belém. Elas expressam homologias com diferentes trajetórias e posições, observadas em outros contextos metropolitanos, associadas, para o que interessa destacar, tanto com a ampliação de mercados informais de diversão em bairros de baixa reputação, quanto com o aumento de suas interdependências com espaços os públicos científico-comunicacionais, em planos de integração nacional e transnacional, fornecedores de prestígio simbólico e de gratificações emocionais decorrentes desses fenômenos. Alguns dos signos de depreciação de suas reputações relativas à moradia urbana e ao padrão de acesso a serviços estatais e mercantis foram convertidos, através desses circuitos, em símbolos de orgulho ambivalente de grupos particulares, tomados, em seguida, por grupos mais abrangentes nas periferias, sendo reinterpretados, em alguns casos, por grupos humanos vinculados a estruturas de produção de imagens de nós ao nível de redes metropolitanas e nacionais.

Ao se procurar, ainda, na trajetória de um DJ e proprietário de aparelhagem, alguns dos condicionamentos histórico-sociais para a formação de campos de recompensas afetivas que alimentam a frequência a bailes musicais erótico-dançantes e, assim, as lógicas

profissionais e mercantis de entretenimento, observou-se as complexas interdependências que mantêm com outras atividades econômicas, co-constitutivas de dinâmicas de periferização urbana. Adicionalmente, observou-se um tecido de ligações e tensões, no plano simbólico-afetivo, que entrelaçam campos de atividades econômicas disponíveis e as fontes de gratificações emocionais com divertimentos e com o valor de tais sentidos para a boa reputação desses indivíduos. De indivíduos comuns, passam a ter poderes de catalisação de atenções em planos mais abrangentes.

De um lado, isso nos mostra como a discussão sobre as periferias urbanas não diz respeito apenas a fenômenos de isolamento e declínio de grupos humanos, mas talvez de maneira mais congruente, diga respeito ao intenso aumento de interdependências entre grupos humanos marginalizados e estabelecidos, gerando cursos de mobilidade social específicos, requerendo sejam mapeadas as especificidades de tais ligaduras interpessoais e sociais, criando novos padrões de ambivalências socioafetivas e simbólicas que os brasileiros tenham de lidar, ao discutirem que tipos de valores e padrões de intervenção desejam estimular como uma sociedade-estado e como uma sociedade-nação.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Paulo César. *Eu não sou cachorro não: música popular cafona e ditadura militar*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

BELTRÃO, Kaizô Iwakami; ALVES, José Eustáquio Diniz. A reversão do hiato de gênero na educação brasileira no século XX. *Cadernos de Pesquisa: revista de estudos e pesquisa em educação*, São Paulo, v. 39, n. 136, p. 125-156, jan./abr. 2009.

BORGES, Ângela. As novas configurações do mercado de trabalho urbano no Brasil: notas para discussão. *Caderno Centro de Recursos Humanos*, Salvador, v. 23, n. 60, p. 619-632, set./dez. 2010.

BOURDIEU, Pierre. *El Baile de los Solteros*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2004.

- BOURDIEU, Pierre. *Las Estructuras Sociales de la Economía*. Buenos Aires: Manantial, 2001.
- CASTELLS, Manuel. *A questão urbana*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006.
- COSTA, Antônio Maurício Dias da. *Festa na cidade: o circuito bregueiro de Belém do Pará*. Belém: EDUEPA, 2009.
- ELIAS, Norbert. *Teoria simbólica*. Oeiras: Celta, 2002.
- ELIAS, Norbert. *A busca da excitação*. Lisboa: DIFEL, 1992.
- FARIAS, E. S. Morte e estilo entre os bate-bolas: a ambiguidade nas performances das turmas de Clóvis no Carnaval carioca. In: GUSMÃO, Milene; NERY, Maria Salete. (Org.). *Memória e expressões culturais: tessitura entre tempos e fazeres*. Vitória da Conquista: UESB, 2015.
- FARIAS, Edson. Reflexões acerca do consumo a partir de notas de pesquisa sobre o comércio informal-popular de bens digitais no Distrito Federal. In: FARIAS, Edson (Org.). *Práticas culturais nos fluxos e redes da sociedade de consumidores*. Brasília, DF: DPP/UnB: Verbis Editora, 2010.
- HOFFMANN, Rodolfo; LEONE, Eugênia Troncoso. Participação da mulher no mercado de trabalho e desigualdade da renda domiciliar per capita no Brasil: 1981-2002. *Nova Economia*, Belo Horizonte, v. 14, n. 2, p. 35-58, maio/ago. 2004.
- JAMBEIRO, Othon. *Canção de massa: as condições de produção*. São Paulo: Pioneira, 1975.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Festa no pedaço: cultura e lazer na cidade*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- ROCHA, Maria Isabel Baltar da (Org.). *Trabalho e gênero: mudanças, permanências e desafios*. São Paulo: Editora 34, 2000.
- RODRIGUES, Fernando de J. Aspectos da estrutura de poder entre homens e mulheres e as diversões erótico-dançantes no Brasil contemporâneo. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL PROCESSOS CIVILIZADORES, 14., 2012, Maceió. *Anais...* Maceió: UFGD, 2012. Disponível em: <<http://www.uel.br/grupo-estudo/processoscivilizadores/portugues/sites/anais/anais14/arquivos/textos/>>

Workshop/Trabalhos_Completos/Fernando_Rodrigues.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2015.

RODRIGUES, Fernando de J. Música, vulgaridade e dinheiro: o sentido erótico-dançante nos mercados culturais das periferias urbanas. *Latitude*, Maceió, v. 2, n. 2, 2008. Disponível em: <http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/161/pdf_9>. Acesso em: 12 mar. 2015.

SANTIAGO, Eline; ALVES, Marisa. *Aparelhagens nas alturas: a evolução do movimento cultural e a imagem das aparelhagens sonoras de Belém no jornal impresso “O Liberal”*. 2006. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade da Amazônia, 2006. Disponível em: <<http://www.bregapop.com/>>. Acesso em: 16 mar. 2015.

SANTOS, Milton. *Ensaio sobre urbanização latino-americana*. São Paulo: Edusp, 2010.

SANTOS, Milton. *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. São Paulo: Edusp, 2004.

SCORZAFAVE, Luiz Guilherme; MENEZES-FILHO Naércio Aquino. Participação feminina no mercado de trabalho brasileiro: evolução e determinantes. *Pesquisa Planejamento Economico*, Rio de Janeiro, v. 31, n. 3, p. 441-478, dez. 2001.

WOUTERS, Cas. *Informalization: manners & emotions since 1890*. London: SAGE publications, 2007.

WOUTERS, Cas. *Sex and Manners: female emancipation in the West 1890-2000*. London, 2004.