

“O POP NÃO POUPA NINGUÉM”: a música pop e sua participação no cenário da vida noturna

*“Pop doesn't spare anyone”:
pop music and its participation in the nightlife scene*

Heitor Chagas e Silva

Graduando em Arquitetura e Urbanismo – Unipam
Email: heitorchagasesilva@gmail.com

Adriane Silvério Neto

Mestra em Arquitetura, Urbanismo e Design, Professora no Unipam
Email: adrienesn@unipam.edu.br

Resumo: O pop tem uma definição mais vasta que apenas um gênero musical: é um produto, uma estratégia usada para vender uma ideia, uma pessoa ou um ideal, e cada vez mais tem grande participação no cenário do entretenimento noturno, tornando-se presente em bares, danceterias e casas noturnas. Esta pesquisa visa analisar a música pop, desde sua origem até os dias atuais, passando por suas várias reinvenções e demonstrando a sua participação no desenvolvimento cultural e social das grandes massas e sua influência no cenário noturno atual, e pontuar o seu diálogo com as tipologias das arquiteturas de espaços noturnos.

Palavras-chave: Música. Pop. Cultura. Entretenimento. Casa Noturna. Danceteria. LGBTQ+. Arquitetura. História.

Abstract: The pop has a broader definition than just a musical genre: it is a product, a strategy used to sell an idea, a person or an ideal, and it increasingly has a large participation in the night entertainment scene, becoming present in bars, nightclubs and nightclubs. This research aims to analyze pop music, from its origin to the present day, going through its various reinventions demonstrating its participation in the cultural and social development of the great masses and its influence in the current night scene, and punctuating its dialogue with the typologies of architectures night spaces.

Keywords: Music. Pop. Culture. Entertainment. Nightclub. Disco. LGBTQ+. Architecture. History.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

No Brasil, no sentido comum, as palavras *ócio* e *lazer* têm significados bastante semelhantes. Esses significados definem que os fenômenos *lazer* e *ócio* necessitam de um tempo liberado ou livre e abrigam relação com liberdade. Porém, estudos recentes apontam que os dois fenômenos são muito diferentes quanto ao contexto de liberdade que invocam. O *lazer* se apresenta carregado de valores capitalistas, se relacionando diretamente com o tempo de reposição de energia para o trabalho; já o *ócio* acontece no sentido de uma “utopia por orientar a uma liberdade supostamente, longe de ser alcançada, haja vista a própria dinâmica socioeconômica preponderante” (AQUINO; MARTINS, 2007, *online*).

Machado (1995) caracteriza popular como uma palavra originária do latim *populare*, a qual sugere algo “que se relaciona com o povo, que convém ao povo, feito para o povo; amado pelo povo, agradável ao povo; devotado ao povo” (MACHADO, 1995, p. 401). Essa definição resume a essência do que hoje se chama de Música Pop: um gênero musical que agrada às massas, à maioria populacional, independentemente de cultura preestabelecida por essas massas, que não depende de contexto nacional e grau de formação em termos musicais. É um gênero “criado para agradar e facilitar a identificação e sentido de grupo por parte da maioria dos indivíduos” (MOORE, 2003, *apud* TELES, 2008).

O pop no sentido de música popular, conhecida, afamada e exposta pelos meios de comunicação e no sentido de industrialização e popularização da cultura promovida pelo fenômeno do consumo, consolidada pela indústria cultural a partir da segunda metade do século XX (COELHO, 2003) apresenta enorme relevância no cenário musical internacional e nacional. Nas rádios brasileiras, é o segundo gênero musical mais ouvido e requisitado nas rádios brasileiras.

LAZER E MANIFESTAÇÕES CULTURAIS

A origem do ócio como um tempo de descanso útil

Em meados dos séculos XVII e XIX, ocorreu uma transição no processo industrial e de manufatura da Europa. As consequências dessa transição mais tarde refletiriam globo afora. Iniciava-se a Revolução Industrial. O trabalho braçal perde sua força, substituído pelas forças a vapor das grandes e poluentes máquinas industriais. Tempo virou dinheiro: a burguesia ganhava dinheiro, e o proletariado usava todo o tempo de seus dias em jornadas de trabalho que chegavam a até 16 horas diárias com salários suficientes apenas a subsistência, forçando todos os membros de uma família (homens, mulheres e até crianças) a trabalhar nas fábricas europeias (OLIVEIRA, 2017).

Nesse período, a percepção de tempo de trabalho e de tempo livre foi drasticamente alterada pelo processo de industrialização. Antes as jornadas de trabalho que eram definidas pelos elementos da natureza (períodos do dia e clima) agora são definidas e reguladas pelos donos das indústrias (MASCARENHAS, 2005). Sobre a modificação no conceito de tempo útil e tempo livre, Mascarenhas pontua:

Nesta direção, a produtividade expressa pela nova disciplina do relógio torna-se a grande inimiga do ócio, invadindo a esfera do tempo livre e buscando conciliá-lo ao trabalho. É então neste movimento de administração do tempo livre, de peleja contra os valores, hábitos e comportamentos inerentes ao ócio, que podemos localizar o aparecimento do lazer, fenômeno condizente com a ideologia da sociedade industrial. (MASCARENHAS, 2005, p. 230).

De acordo com Roig (2004), durante o século XIX a classe operária se encontra em uma grande miséria e sofre cada vez mais de problemas sociais decorrentes de sua oposição ao grande desenvolvimento do capitalismo industrial⁵⁰.

Surge assim o ócio. Deve-se apontar que o ócio se diferencia do tempo livre e lazer quando observados na esfera social: o ócio se relaciona com uma atitude pessoal e/ou comunitária que tem sua raiz na motivação e no desejo; o ócio torna-se realidade no âmbito subjetivo, mas também se manifesta como fenômeno social; já o lazer se refere a todas aquelas atividades que as pessoas realizam com a ideia de que são empreendidas de forma livre, sem uma finalidade utilitarista, apenas sentem prazer realizando-as (CABEZA, 2016).

Embora historicamente o lazer tenha sido considerado um antagonista do trabalho, importantes estudiosos desse fenômeno, como Dumazedier (1989), Marcellino (1995) e Camargo (1998), defendem atualmente o fim dessa dicotomia, enfatizando o lazer como uma forma de desenvolvimento do indivíduo. Não apenas um momento de recuperação de força física, mas também mental, representando a oportunidade de desenvolvimento de habilidades pessoais que o indivíduo não exercita habitualmente em suas atividades laborais. (GIMENES, 2004, p. 80).

Dumazedier (1973) define que “espaço de lazer, tanto quanto o espaço cultural, é um espaço social onde se entabulam relações específicas entre seres, grupos, meios e classes”. Sobre a concepção de lazer em si, o mesmo autor escreve:

O lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se, entreter-se ou, ainda, para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou a sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais (DUMAZEDIER, 1973, p. 94).

Aquino e Martins (2007) descrevem que o lazer pode ser empregado em seus significados reais ou ser associado a palavras como entretenimento, turismo, divertimento e recreação.

O lazer é uma atividade com finalidades relaxantes e sociabilizantes. A democracia é uma condição inicial para que haja produção de cultura popular no espaço de lazer e para que haja também a eliminação das barreiras sociais que impedem a criação e práticas culturais (MARCELLINO, 2000). Camargo (1989, *apud* Dumazedier, 1973) conceitua que o lazer acontece ancorado em atividades com as seguintes características: devem ser gratuitas, espontâneas, prazerosas e liberatórias; assim como devem ser focadas em atividades físicas, culturais, artísticas, intelectuais e manuais; realizadas num tempo fora da jornada de trabalho profissional e doméstico e outros trabalhos que possam atrapalhar o desenvolvimento social e pessoal do indivíduo.

⁵⁰ As reduções nas jornadas de trabalho são importantes reivindicações dos sindicatos e dos trabalhadores no século XIX e XX. Aparecem como solução ao desemprego e às insalubres jornadas. O ócio e a preguiça são suprimidos da classe trabalhadora não só pela moral que prega o trabalho como virtude, mas principalmente por uma questão econômica e social (ROIG, 2004, p. 13).

Burke (1989) defende a importância das manifestações culturais da massa popular dentro das atividades de lazer, visto que são compreendidas como atividades relacionadas a tempo livre, reconhecidas legalmente e exercidas autonomamente pelos indivíduos, tendo por base sua condição socioeconômica, valores sociais e cargas histórico-culturais.

[...] nenhuma realidade pode ser compreendida fora da cultura, visto que as práticas culturais são produzidas e reproduzidas em uma multiplicidade de locais, estão inscritas nos corpos dos sujeitos, produzindo diferentes tipos de pessoas. Quando falo em cultura, parto de um entendimento que a concebe como a representação de experiências vividas, artefatos materiais e práticas edificadas por diferentes grupos, dentro de uma determinada sociedade e/ou contexto histórico [...] cultura é uma forma de produção, cujos processos de estruturação estão relacionados com as questões sociais, históricas, políticas, de classe, de gênero e étnico-raciais, por exemplo. (MONTENEGRO, 2019, p. 44).

O lazer noturno, surgido no final do século XIX (GIMENES, 2004), tem sofrido ao longo do tempo intensas modificações e reinvenções, sendo considerado atualmente um produto da indústria cultural e comercial baseada no consumo (MORGADO, 2015). Bares e casas noturnas são espaços de convívio social, inserção em grupos de interesse coletivo, entretenimento e produção cultural, principalmente para a população mais jovem. Na sociedade o lazer depende de cada indivíduo; ao se pensar em lazer, logo se tem a ideia de diversão.

Tipos de manifestações culturais

Mascarenhas (2005) afirma que manifestações culturais carregam distinções umas em relação às outras. Quando produzidas por um grupo social específico, representam sua realidade, seu estilo de vida e seu cotidiano. Ainda sobre a cultura como uma forma de representação popular, o autor escreve:

Assim como pela música do rap conseguimos captar a expressão e a denúncia das condições de vida presentes na periferia de São Paulo-SP, pelo embalo do funk podemos obter um desenho aproximado daquilo que acontece nas favelas do Rio de Janeiro-RJ, duas realidades, ao mesmo tempo, tão iguais e tão diferentes. (MASCARENHAS, 2005, p. 51).

Quando analisada sob o ponto de vista antropológico, entende-se que a cultura tem em vista “a formação global do indivíduo, a valorização dos seus modos de viver, pensar e fruir, de suas manifestações simbólicas e materiais, e que busca [...] ampliar seu repertório de informação cultural, enriquecendo e alargando sua capacidade de agir sobre o mundo” (BOTELHO, 2001, p. 110). Canedo (2009) defende que a cultura existe dentro de um sistema de significados criados pelos grupos sociais que participam dela. Sobre a produção, o significado e o consumo da cultura em diferentes âmbitos sociais, Coelho (2003) pontua:

Cultura é todo um complexo que envolve costumes, moral, leis, manifestações artísticas entre outros. [...] cultura erudita é considerada superior por apresentar conteúdos como música clássica, óperas e

espetáculos de teatro com preços elevados restritos a pessoas com maior poder econômico (a elite). [...] cultura popular representa manifestações artística do povo como danças, festas, crenças, entre outras, que são transmitidas de geração a geração, [...] já a cultura de massa, denominada também de cultura pop, é todo tipo de cultura industrializada produzida e disseminada pela indústria cultural. (COELHO, 2003, p. 21).

A cultura é produzida por meio da interação social dos indivíduos, os quais elaboram seus modos de sentir e pensar, manejam suas identidades e diferenças e estabelecem suas rotinas. Os estudos acerca da cultura chamam a atenção para a necessidade cada vez maior de alargar o seu conceito especialmente no sentido da invenção de símbolos, valores, comportamentos e ideias, podendo assim afirmar que todos os indivíduos e grupos são seres culturais (CANEDO, 2009). Sobre as mudanças de perspectiva em relação a manifestações culturais, focando em suas origens sociais, Montenegro (2019) escreve:

Assim, um olhar sobre a cultura a partir da perspectiva de Estudos Culturais, de certo modo, obriga-nos a repensar essas clássicas divisões, a perceber o quanto as culturas têm a capacidade de circular, de se movimentar em territórios diferentes, o que reforça a complexidade do nosso tempo, em uma era de globalização, sem fronteiras nítidas, mas que ainda é caracterizada pela pobreza, pela exploração, pelo desemprego, analfabetismo e diversos modos outros de violência. (MONTENEGRO, 2019, p. 55).

Fazendo reflexões sobre as diferenciações culturais e sua possibilidade de conexão com o lazer, Montenegro (2019, p. 54) pontua que “as práticas de lazer articulam o moderno e o tradicional, bem como a ideia de uma cultura erudita, popular e de massa”. Sobre manifestações culturais menos convencionais, porém de mesma importância e valor que as tradicionais, o autor escreve:

Na medida em que vamos ao museu, a um concerto de música clássica, ao teatro ou a uma exposição artística, também brincamos de jogos tradicionais, dançamos músicas populares, seja de matriz africanas e/ou latinas. Além disso, podemos ser praticantes de futebol, de *boxe*, de beisebol e/ou o *rugby*, assim como podemos gostar de escutar MPB, *funk*, *forró*, *sertanejo*, *rock*, *brega*, *Beatles*, *blues*, *soul*, *jazz*, mas também jogamos *video game*, assistimos a novelas, filmes, séries de tv, esportes, acessamos a internet e utilizamos o *whatsapp* e/ou o *facebook* para nos comunicarmos ou nos divertirmos. (MONTENEGRO, 2019, p. 55).

MÚSICA POP: LINGUAGEM E SIGNIFICADOS

Música é a arte da combinação de sons (MORGADO, 2015) e está presente em vários momentos na vida das pessoas como no lazer, trabalho, relaxamento, momentos espiritualidade e culturais. Kellner (2001) pontua que, em muitas sociedades antigas, a música e o som eram as mais elevadas de todas as artes; em muitas ocasiões, era considerada a mais importante ciência. A música representa uma linguagem local e global, valendo-se de sua capacidade de traduzir os sentimentos, atitudes e valores. (MORGADO, 2015).

A linguagem da música pop

Música pop é um termo que identifica certos tipos de música popular que começaram a ser produzidos a partir da década de 1950. Tornou-se mais universal que outros gêneros nascidos da música popular, isto é, foi e é consumida em larga escala, por consumidores em sua maioria mais jovens, independentemente de suas nacionalidades e culturas (TELES, 2008). Pode-se dizer que “a música pop existe entre o comércio e a cultura, balançando intenções comerciais e criativas” (MORGADO, 2015, p. 35). O pop, musicalmente falando, é um fenômeno que não se limita à produção musical, pois implica colaborações entre músicos, artistas e designers, possibilitando um cruzamento de domínios criativos (MORGADO, 2015).



Primeira imagem: Lady Gaga em ensaio para a revista Paper Magazine. Fonte: Frederik Heyman, 2020. Disponível em: <https://www.papermag.com/lady-gaga-chromatica-2645479910.html>. Segunda imagem: Drag Queen RuPaul em ensaio para a revista Vogue. Fonte: Annie Leibovitz, 2019. (Disponível em: <https://www.vogue.com/article/rupaul-interview-may-2019-issue>).

Sobre o aspecto comercial que a música pop possui desde o começo de sua produção, Morgado (2015) a caracteriza da seguinte forma:

Por música pop entende-se música que é produzida para ser vendida, enquanto produto, recorrendo a várias estratégias para chegar ao público [...]. A música pop é um fenômeno intrinsecamente audiovisual e como tal possui dimensões visuais que lhe são inerentes. No entanto, e porque existe primeiro enquanto gravação sonora, é um fenômeno inicialmente incompleto que se desdobra para se completar. (MORGADO, 2015, p. 30).

Nascida nos Estados Unidos da metade do século XX, a música pop surgiu com intenções quase exclusivamente comerciais, música era produto e os artistas da época eram a “indústria fornecedora desses produtos”. Partindo da contracultura ocorrida nos anos 1960, o pop passou a querer ir além do que era esperado dele quebrando fronteiras de sua própria concepção não se limitando a um único modelo de entretenimento. Som e imagem se emancipavam cada vez mais da “economia cujo objetivo era atingir o máximo efeito comercial com o mínimo esforço imaginativo” (MORGADO, 2015, p. 34).

Embora a música pop seja “filha da indústria da cultura, as suas intenções não são puramente comerciais” (DIEDERICHSEN, 2010, p. 19). Villaça (2012) defende que “o pop caracteriza o produto, seja este pessoas, coisas, seja eventos, pela hibridação, buscando surpresas e espantos” (VILLAÇA, 2012, p. 11). Desde sua criação, existe associada a um aspecto visual inerente a sua existência, podendo ser considerada um fenômeno intrinsecamente audiovisual. Segundo Diederichsen (2010), a música pop refere-se à dimensão visual quando associada à sua produção, apresentando-se na forma física dos cantores e dançarinos e no material gráfico musical (fotografia, vídeos, publicidade, capas de álbuns, etc).

A música pop se consagrou como “aquela da cultura de massa, produzida para ser tocada nas rádios, vender álbuns, ver nascer ídolos e lotar estádios em grandes festivais” (CAPPELLANO, 2010, p. 17). Pop não deve ser entendido somente no sentido de “popular”, ou apenas algo referente a um gênero musical; deve ser entendido como “relativo à comunicação de massa e dialoga com a ‘Pop Art’, que primeiro usou o termo na década de 1950 referindo-se aos trabalhos oriundos dos meios de comunicação em massa” (CAPPELLANO, 2010, p. 20).

A produção de divas e ídolos pop

Os anos 1980 foram marcados pela ascensão de várias estrelas do cenário musical mundial: surge a MTV, canal de televisão que popularizou a produção e consumo de videoclipes; Michael Jackson atinge o auge de sua carreira com o lançamento de *Thriller* em 1982, que se tornaria o álbum mais vendido de todos os tempos e Madonna se torna o maior símbolo feminino da década, influenciando o público com suas músicas e coreografias dançantes e seu estilo eclético único marcado pelos acessórios extravagantes e seus cabelos loiros de raízes escuras.



Primeira imagem: Michael Jackson nas gravações de *Thriller*. Fonte: MCA/Universal/Courtesy Everett Collection, 1982. Disponível em: <https://www.biography.com/news/michael-jackson-thriller-music-video-facts>. Segunda imagem: Cindy Lauper em seu conhecido estilo excêntrico nas gravações de um de seus videoclipes. Fonte: Epic Records, 1983. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Plb6AZdTr-A/>.

A figura publicitária de Madonna, considerada desde a década de 1980 a “Rainha do Pop”, tinha algo nunca visto antes. Segundo Kellner (2001), a cantora se envolvia constantemente com temas considerados polêmicos na época como sexualidade

“O POP NÃO POUPA NINGUÉM”:
A MÚSICA POP E SUA PARTICIPAÇÃO NO CENÁRIO DA VIDA NOTURNA

(principalmente a feminina), religião e consumismo. Ainda sobre as estratégias de propaganda da cantora, o autor escreve:

Entretanto, mesmo com as possíveis qualidades artísticas vistas como legítimas que a Madonna poderia possuir, o fato era que Madonna era divina em sua estratégia de marketing, em que dialogava com o uso das tecnologias e contexto da época, a TV a cores e a moda. Através da polêmica, ela construía também sua relevância musical e mercadológica. Madonna era a diva da sua época, era um produto autocriado de marketing da indústria fonográfica mundial, a Diva do Pop, mas também era a Diva da Publicidade. (KELLNER, 2001, p. 10).

Madonna foi a primeira artista a usar estratégias de marketing relacionadas à imagem televisiva e à sua música⁵¹. Sua moda e sua estética se tornam modelo dos jovens na década de 1980, e “rapidamente lojas garantem todo aparato para suprir tal demanda de seus fãs. [...] seu estilo ‘madonna’ era também afirmação de que as performances em seus vídeos clipes criavam receptores que reproduziam o que era ser Madonna” (LEAL, 2017, p. 14).



Madonna em ensaio fotográfico no início de sua carreira. Fonte: Deborah Feingold, 1982. Disponíveis em: <https://deborahfeingold.com/>.

Leal (2017) escreve que, durante o decorrer dos anos 1980 e em toda a década de 1990, o modelo Madonna se torna um parâmetro da indústria a ser reproduzido. Surgem novas divas que, seguindo o exemplo da rainha do pop, trabalham amparadas por equipes compostas por especialistas de estilos, empresas de outras indústrias para apoiá-las no sucesso de vendas. A caracterização de diva pop se torna um modelo estratégico a ser usado:

De forma semelhante, jovens estrelas da música pop, como Britney Spears, Beyoncé ou Lady Gaga, também implantam ferramentas do glamour da indústria e do espetáculo da

⁵¹ A cantora passa a conversar com seu público por meio da construção de sua imagem e música como nunca feito antes, tornando-se assim um exemplo de marketing bem-sucedido não somente no mercado fonográfico, mas também por construir um forte legado adquirindo uma legião de fãs consumidores de sua música e estilo (KELLNER, 2011).

mídia para se tornarem ícones da moda, beleza, estilo e da sexualidade, como fornecido em suas músicas. (KELLNER, 2011, p. 11).

A partir da análise do legado de Madonna no cenário da indústria da música pop, pode-se afirmar que as divas pop contemporâneas utilizam estratégias idealizadas pela cantora e sua equipe. Entretanto, algumas novatas no cenário musical apostam, diferentemente de Madonna, na estratégia de se distanciarem da figura polêmica e contraditória com a qual a cantora iniciou sua carreira (KELLNER, 2011). Ainda assim, divas e ídolos recentes continuam sendo modelos de comportamento e criam tendência de estilo e consumo (LEAL, 2017).

Cultura pop como cenário de representação LGBTQI+

Sobre a questão da associação de assuntos de gênero com estilos musicais, Bayton (1997) escreve que a música pop pode ser vista como um estilo mais feminino, principalmente quando comparada ao estilo musical do rock. As músicas que compõem o gênero pop expressam, em sua maioria, ideias românticas, sensuais e delicadas, já o rock expressa agressividade e enfrentamento (LEAL, 2017).

Por se tratar de um gênero musical que pregava uma ideia oposta ao que era comumente criado e reproduzido por outros gêneros, era natural que o pop atraísse um público que procurava desesperadamente algum sinal de representatividade; nesse caso, o público homossexual, principalmente os gays negros e latinos. Leal (2017) descreve que, no período da Disco Music durante meados das décadas de 1970 e 1980, as cantoras femininas começaram a fazer músicas que expressavam seus sentimentos e sua realidade, assim como a abordagem de assuntos vistos como tabu. O autor conta também que esse período foi fundamental para a representatividade homossexual na música:

É também nesse período que surge um movimento de liberação gay que se utilizava tanto de estratégias de contestação política quanto cultural. Os grandes fãs dessas cantoras da Disco eram homens gays que frequentavam as boates para dançar o estilo musical Disco. Não por acaso a música “I Will Survive” da cantora negra Gloria Gaynor se torna um hino para o movimento gay. (LEAL, 2017, p. 13).

Sobre a importância da representatividade na construção do caráter cultural e social, Woodward (2000, *online*) escreve que a “representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser?”.

A comunidade LGBT sempre se destacou como grande consumidora de produtos artísticos e culturais. Desse modo, sempre existiu uma grande identificação dessa comunidade com o que ela mesma consumia culturalmente, devido ao fato de que “a arte e a cultura serem fontes de escapismo de uma vida que envolve muitas vezes forte sofrimento, tornando essa uma forte característica da identidade LGBT” (MONTEIRO; SILVA, 2018, p. 133).

“O POP NÃO POUPA NINGUÉM”:
A MÚSICA POP E SUA PARTICIPAÇÃO NO CENÁRIO DA VIDA NOTURNA

Desde o início dos anos sessenta, produziu-se um verdadeiro processo de liberação. Este processo foi muito benéfico no que diz respeito às mentalidades, ainda que a situação não esteja definitivamente estabilizada. Nós devemos ainda dar um passo adiante, penso eu. Eu acredito que um dos fatores de estabilização será a criação de novas formas de vida, de relações, de amizades nas sociedades, a arte, a cultura de novas formas que se instaurassem por meio de nossas escolhas sexuais, éticas e políticas. Devemos não somente nos defender, mas também nos afirmar, e nos afirmar não somente enquanto identidades, mas enquanto força criativa (FOUCAULT, 1984, p. 2).



Primeira imagem: Marsha P. Jonhson, uma mulher transgênero negra que trabalhava como profissional do sexo e drag queen, uma das principais responsáveis pela revolução de Stonewall. Fonte: autor desconhecido, final da década de 1960. Segunda imagem: militantes da causa gay marchando por Nova York nos dias seguintes às revoltas de Stonewall. Fonte: Fred W. McDarrah, 1970. Disponíveis em: <https://revistahibrida.com.br/2018/09/20/a-historia-de-marsha-p-johnson-de-stonewall-ao-fundo-do-rio-holland/>.

CASAS NOTURNAS COMO ARQUITETURAS FORNECEDORAS DE DIVERSÃO

A relação entre som e imagem pode ser considerada como “uma prática construtiva de uma performance musical, na qual as práticas musical e visual se influenciam mutuamente” (MORGADO, 2015, p. 43). Nas casas noturnas, essa relação se torna mais aparente, pois nesses espaços o consumo não se restringe a comidas e bebidas; ele se estende também a um nível simbólico, à atmosfera criada no espaço, a diversão e ao relaxamento ou animação dos frequentadores. Elementos como decoração, mobiliário, música e iluminação se unem aos estados de humor e às intenções dos frequentadores para criar o clima do lugar; esse conjunto de atrativos faz com que determinados locais se tornem mais interessantes e desejados que outros, evidenciando, assim, o processo de escolha, o exercício do gosto de cada um. (GIMENES, 2004).

A relação do frequentador de um ambiente com o ambiente em si deve ser priorizada ao máximo, a atmosfera do ambiente frequentado é o elemento fundamental da experiência, pois “os sentidos (a audição, a visão, etc.) não existem somente enquanto domínios isolados, sendo que os estímulos sensoriais podem ser veiculados através de canais que envolvem mais do que um sentido simultaneamente” (MORGADO, 2015, p. 24). Frequentar bares e casas noturnas é uma atividade social, pois ambos os espaços permitem

a concentração e o contato de pessoas (GIMENES, 2004). Sobre a relação do espaço noturno com os frequentadores, e as suas experiências neles, Gimenes (2004, p. 78) escreve:

O consumo de comidas e bebidas é notadamente deixado em segundo plano – muitas vezes tido como um complemento e não oferta principal do estabelecimento – diante da possibilidade de usufruir um ambiente descontraído, prazeroso e propício para o contato entre pessoas. Nesse contexto, frequentar bares e casas noturnas também pode significar, dependendo da intenção do consumidor, uma forma de aproximar-se, inserir-se ou ainda manter-se integrado a um determinado grupo, seja este primário, secundário ou de referência.

As tipologias dos espaços de lazer noturno se diferem pelos seus usos atribuídos e atmosfera criada pelos espaços e seus frequentadores. Por exemplo, bares são associados às conversas informais e bate-papos entre amigos e utilizados como pontos de venda de bebidas alcoólicas; boates, danceterias e outras casas noturnas são associadas ao flerte, às intenções românticas e sexuais e à dança (GIMENES, 2004). Morgado (2015) escreve que esses espaços distintos requerem elementos distintos para que seu uso seja feito de forma satisfatória pelos seus frequentadores. A música, por exemplo, está presente nas imagens de ambos ambientes: bares e casas noturnas, porém se diferenciam pelo volume em que é ouvida: enquanto a música dos bares é uma música ambiente, de volume mais baixo, as casas noturnas tem volume mais alto, contribuindo para que o ambiente se torne mais agitado. O diagrama a seguir mostra similaridades e singularidades de bares e danceterias.

Diagrama 1: Algumas similaridades e singularidades entre bares e danceterias



Fonte: autores desta pesquisa, 2020.

Para Gimenes (2004, p. 79), as mais diversas formas de prazer, como encontro de amigos, jogos de sedução, comidas e bebidas e atmosfera de diversão e descontração evidenciam que bares e casas noturnas são lugares agradáveis e propícios para serem frequentados, tornando-os também espaços de lazer.

Essas diversas formas de prazer contribuem para que esses estabelecimentos sejam escolhidos como pontos de descanso, divertimento e socialização. Sobre a concepção de lazer noturno, Gimenes (2004, p. 80) escreve:

“O POP NÃO POUPA NINGUÉM”: A MÚSICA POP E SUA PARTICIPAÇÃO NO CENÁRIO DA VIDA NOTURNA

A ideia de divertimento aparece nas respostas dos que afirmam frequentar esses espaços com o objetivo de sair da rotina, fugir dos problemas do cotidiano e ainda fugir do programa casa, trabalho, casa, banho e cama; e ainda, no caso específico de casas noturnas, com o objetivo de praticar a dança.



Primeira imagem: Bar Espaço do Tetto, na Avenida Rebouças na capital paulista. Fonte: Lígia Skowronski/Veja SP, 2018. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/comida-bebida/bares-para-paquerar-sao-paulo/>. Segunda imagem: Balada LGBT Josephine. Fonte: Moon BH, 2017. Disponível em: <https://moonbh.com.br/5-baladas-gays-que-agitam-belo-horizonte/>.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo procurou analisar a influência e a participação da música e da cultura pop no cenário do entretenimento noturno. Fazendo uma breve análise histórica do tema deste trabalho, foi possível entender alguns pontos que ligam algumas áreas como cultura, música pop, entretenimento e tipologia de casas noturnas.

Contudo, o trabalho apresentou apenas uma “pincelada” sobre o tema em si, já que é um tema muito mais amplo. Devido a alguns empecilhos durante a pesquisa (em especial a pandemia de COVID-19), algumas etapas da pesquisa não foram devidamente pesquisadas, como uma pesquisa de campo acerca da história do entretenimento noturno em Patos de Minas (MG). Esperamos que este estudo motive outras pesquisas acerca da cultura pop.

REFERÊNCIAS

- AQUINO, Cássio Adriano Braz; Martins, José Clerton de Oliveira. Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho. **Rev. Mal-Estar Subj.** v.7 n.2 Fortaleza set. 2007. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482007000200013.
- BAECHLER, J. Grupos e sociabilidade. In: BOUDON, R. (org.). **Tratado de sociologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995, p. 65-106.
- BAYTON, Mavis. **Woman and electric guitar in sexing the groove: popular music and gender**. Ed. Sheila Whitney: New York: Routledge, 1997.

BOTELHO, Isaura. **Dimensões da cultura e políticas públicas**. São Paulo: Perspectiva, v. 15, n. 2, 2001.

BURKE, Peter. **Cultura popular na idade moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CABEZA, Manuel Cuenca. O ócio autotélico. In: **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, maio de 2016. Disponível em: <https://www.sescsp.org.br/files/artigo/fo424b9b-7e21-4e59-a24f-9dd945f7c200.pdf>.

CANEDO, Daniele. “Cultura é o quê?” Reflexões sobre o conceito de cultura e a atuação dos poderes públicos. In: **V ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Salvador, BA, 2009. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19353.pdf>.

CAPPELLANO, Ana Paula. **Processo de criação da música pop e expansão dos registros de processo: o caso Let it Be – The Beatles**. Dissertação de mestrado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP, 2010. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/5319/1/Ana%20Paula%20Cappellano.pdf>.

CASTRO, Gisela G. S. Música & Tecnologia: transformações nas posturas de escuta na cultura contemporânea. In: **NP- 08 - Tecnologias da Informação e da Comunicação, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom**, Rio de Janeiro, RJ, 2005.

CAVALCANTI, Guilherme Marelli Cardoso. Gênero, militância LGBT e musicologia queer no Brasil. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG, 2017. Disponível em: <http://www.periodicos.ia.unesp.br/index.php/musicaemfoco/article/view/285/207>.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**. São Paulo: Editora Iluminuras, 1997.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2003.

COSTA, Laila de C. **Trabalho, ócio e lazer: um olhar discursivo**. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP, 2015. Disponível em: http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/268932/1/Costa_LailadeCastro_D.pdf.

CUENCA, Manuel Cabeza. **Ocio humanista, dimensiones y manifestaciones actuales del ocio**. Documentos de Estudios de Ocio, Num.16. Bilbao, España: Instituto de Estudios de Ocio/ Universidad de Deusto, 2003.

DIEDERICHSEN, Diedrich. **Audío Poverty**. e-Flux, 2010.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade II: o uso dos prazeres**. Trad. Maria Theresa da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. Bares e casas noturnas: um estudo exploratório sobre consumo e sociabilidade. In: **Turismo em Análise**, v. 15, n. 1, p. 73-88, maio 2004. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63688>.

IBGE. **Patos de Minas**. 2020. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/patos-de-minas/panorama>.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**: estudos culturais: identidades e política entre o moderno e o pós-moderno. Tradução Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC 2001. Disponível em: https://ufabcpoliticacultural.files.wordpress.com/2015/08/kellner_a-cultura-da-mc3addia_2001.pdf.

LEAL, Wellthon Rafael Aguiar. **A construção das identidades dos homossexuais masculinos a partir do consumo das divas pop**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2017.

MACHADO, José Pedro. **Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa**. Ed. Printer Portuguesa. 7. ed. Lisboa: Livros Horizonte, Ltda., 1995. vol. IV e V.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Estudos do lazer**: uma introdução. 2. ed., ampl. Campinas, SP: Autores Associados, 2000.

MASCARENHAS, Fernando. **Entre o ócio e o negócio**: teses acerca da anatomia do lazer. Tese de doutorado. Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP, 2005. Disponível em: http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/274935/1/Mascarenhas_Fernando_D.pdf.

MINAS GERAIS, **Beats Patos**. 2018. Disponível em: <http://www.minasgerais.com.br/pt/eventos/patos-de-minas/beats-patos>

MORGADO, Vasco Madeira. **Música pop**: audiovisualidade e desdobramentos contemporâneos. Dissertação de mestrado. Universidade de Lisboa, Faculdade de Belas-Artes, Lisboa, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/23580>.

MONTEIRO, Gabriel Holanda; SILVA, Naiana Rodrigues da. “Come on, Vogue!”: Madonna e a construção da identidade LGBT através da representação simbólica na música pop. **Temática**, ano XIV, n. 1., janeiro/2018. NAMID/UFPB. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>.

MONTENEGRO, Gustavo Maneschy. **Lazer e formação cultural**: uma análise das trajetórias de professores universitários nos estados do Pará e Amapá. Tese de doutorado: Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, MG, 2019.

OLIVEIRA, Rosane Machado de. Revolução Industrial na Inglaterra: um novo cenário na Idade Moderna. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. Edição 07, ano 02, vol. 01. P. 89-116, outubro de 2017.

ROIG, Diego de Oliveira. **Uma breve história do ócio**. Dissertação de mestrado. Campinas, SP, 2004. Disponível em:
<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=000323727>.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais: entre o possível e o impossível. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (org). **Teorias e Políticas da Cultura**. Salvador: EDUFBA, 2007.

TELES, Maria Filipa. **Música Pop**: da estética, conceitos e preconceitos. Dissertação de mestrado. Universidade Aberta, Lisboa, 2008. Disponível em:
<https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/1366/1/M%C3%BAstica%20Pop%20-%20Da%20Est%C3%A9tica%20Conceitos%20e%20Preconceitos.pdf>.

VEBLEN, Thorstein. **A Teoria da Classe Ociosa**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

VILLAÇA, N. **A edição do corpo**: tecnociência, artes e moda. São Paulo, SP: Estação das Letras e Cores, 2011.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.