



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
NÚCLEO DE ALTOS ESTUDOS AMAZÔNICOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL DO TRÓPICO ÚMIDO**

VANESSA MALHEIRO MORAIS

O SOM AUTOMOTIVO: PATRIMONIALIZAÇÃO, POLÍTICA E MERCADO

**BELÉM
2019**

VANESSA MALHEIRO MORAIS

O SOM AUTOMOTIVO: PATRIMONIALIZAÇÃO, POLÍTICA E MERCADO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos da Universidade Federal do Pará, em cumprimento às exigências para obtenção do grau de Mestra em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido.

Orientador: Prof. Dr. Sílvio José de Lima Figueiredo

BELÉM
2019

Ficha catalográfica

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

M827s Morais, Vanessa Malheiro
 O Som Automotivo: Patrimonialização, Política e Mercado /
 Vanessa Malheiro Moraes. — 2019.
 133 f. : il. color.
 Orientador(a): Prof. Dr. Sílvio José Lima Figueiredo
 Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em
 Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido, Núcleo de Altos
 Estudos Amazônicos, Universidade Federal do Pará, Belém, 2019.

1. Som Automotivo. 2. Patrimonialização. 3. Prática Social.
4. Estilo de Vida. 5. Consumo. I. Título.

CDD 301

VANESSA MALHEIRO MORAIS

O SOM AUTOMOTIVO: PATRIMONIALIZAÇÃO, POLÍTICA E MERCADO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos da Universidade Federal do Pará, em cumprimento às exigências para obtenção do grau de Mestra em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido.

Orientador: Prof. Dr. Sílvio José de Lima Figueiredo

Data da avaliação: ____ / ____ / ____

Conceito: _____

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Sílvio José de Lima Figueiredo
Orientador – UFPA

Prof.^a Dr.^a Mirleide Bahia
Membro – Universidade Federal do Pará

Prof.^a Dr.^a Elis Miranda
Membro – Universidade Federal Fluminense

Aos meus filhos: Enzo, Murilo e Eliz.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas e todos que, no conjunto, apoiaram este trabalho. A pesquisa é fruto de um processo seletivo do Núcleo dos Altos Estudos da Amazônia – UFPA, no qual, por mérito, fui selecionada como discente do Programa, e reflete uma nova fase no meu futuro profissional.

O aprendizado e as adversidades da vida e da pesquisa levaram-me para um campo desconhecido da cultura contemporânea, e as circunstâncias que nela ocorreram serviram para o amadurecimento profissional e o emocional, que deram lugar a uma nova forma de pensar a vida social, visto que muitas vezes precisamos estar despidos para fugir das amarras dos preconceitos pré-formados.

A mudança para uma nova cidade, o objeto de pesquisa desconhecido, o apoio dos professores e do movimento cultural do som automotivo enriqueceram ainda mais o trabalho que só agora pôde ser efetivado. Disciplina, solidão e adaptação foram motores dessa jornada.

Alguns nomes são importantes: Murilo Moraes do Vale Lima, Márcio Sztutman, Beatriz Sztutman, Eliana Bogéa, Tatiana Maia, Domingos Antônio F. Ribeiro e Tainá Fernandes. Assim como do meu Professor Dr. Sílvio Lima Figueiredo, que aceitou minhas dificuldades, a banca formada pela Prof.^a Dr.^a Mirleide Bahia e pela Prof.^a Dr.^a Elis Miranda, que juntas compartilharam seu conhecimento e suas experiências.

Meu eterno carinho e respeito pelas equipes, tribos e agentes do som automotivo que abraçaram a ideia e contribuíram, pelo relato de seus anseios, nas entrevistas e na exposição dos carros sonoros na Universidade Federal do Pará, superando barreiras do preconceito, e que, de forma significativa, acrescentaram conhecimento para meu crescimento profissional e humano.

*O ditador caiu duma cadeira, os árabes
deixaram de vender petróleo, o morto é o melhor
amigo do vivo, as coisas nunca são o que parecem,
quando vires um centauro acredita nos teus olhos,
se uma rã escarnecer de ti atravessa o rio. Tudo são
objectos. Quase.*

(José Saramago, *Objecto Quase*, 1994)

RESUMO

Esta pesquisa investiga o pedido de patrimonialização do som automotivo que ocorreu pela Câmara Municipal de Belém-PA, em especial no levantamento das condutas dos agentes nos instrumentos utilizados no processo, e analisa as relações de valorização que envolvem os bens culturais imateriais. Em seu decorrer, apresenta o movimento cultural do Som Automotivo, sua prática, sua produção e suas representações sociais, o que aprofunda as relações entre a cultura e o consumo moderno. Foram coletados dados de campo sobre cultura, identidade e bem cultural nas cidades de Belém (PA), Imperatriz (MA), Chapecó (RS) e Osasco (SP). O trabalho de campo utilizou das técnicas de entrevista, observação direta, com levantamento em jornais, *sites*, redes sociais, pesquisa bibliográfica, participação em eventos do movimento cultural (festas, encontros e campeonatos), além de uma exposição dos carros automotivos na Universidade Federal do Pará, em 2018, e da criação de uma rede de interação virtual e presencial, por meio da rede social *WhatsApp*. Finalmente, reflete sobre as condutas e os instrumentos utilizados sob a chancela do Estado para o reconhecimento de valores e interesses culturais constituídos socialmente durante o processo patrimonial, a partir de sujeitos históricos e de uma política e prática nacional, e que confluem para uma desordem no modo de fazer patrimonial em que se inserem. Observa-se, outrossim, a formação de expressões culturais sonoras na sociedade moderna, a partir de um imaginário político-cultural e de uma cultura híbrida de massa com estilos de vida diversificados.

Palavras-chave: Patrimonialização. Som Automotivo. Prática Social. Estilo de Vida. Consumo.

ABSTRACT

This research investigates the Belém/PA town hall request to patrimonialize automotive sound, in special the stakeholders behaviours, and assess the valorisation relationships regarding imaterial cultural assets. Through its development, the study presents the Automotive Sound cultural arena, its practices, production, social representation, which deepens the relationships among culture and modern consumption. Field data related to culture, identity and cultural assets were collected in the cities of Belém (PA), Imperatriz (MA), Chapecó (RS) and Osasco (SP). Field work made use of interviews, direct observation, bibliography efforts including internet and social media, newspapers, participation on cultural events (get togethers, meetings, championships); it also included Automobile exposition at Pará Federal University (2018) and the establishment of a virtual and in person interaction network based on WhatsApp. The study allowed the reflection of behaviours and tools adopted by the state seal for the recognition of socially established cultural values and of interests throughout the patrimonial process where historical subjects - through a national practice and policy - leads to a disorder in the patrimony development process. It was observed the establishment of sound cultural expressions in the modern society, based on a political-cultural imaginary and on a hybrid mass culture with diversified lifestyles.

Keywords: Patrimonialization, Automobile Sound, Social Practice, Lifestyle, Consumption.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 01 – Vício Sonoro Automotivo	25
Ilustração 02 – Modelo de alto-falante <i>Tweeter</i>	27
Ilustração 03 – Alto-faltante antigo	27
Ilustração 04 – Alto-faltante antigo	27
Ilustração 05 – Rádio toca-vinil do ano de 1955, da Chrysler, automóvel batizada como “Highway Hi-Fi”	28
Ilustração 06 – Rádio portátil com gravação de áudio	29
Ilustração 07 – Rádio AM/FM transistorizado e estereofônico para automóveis	29
Ilustração 08 – Modelo de rádio toca-fitas autorreverse	29
Ilustração 09 – Modelo de equalizador e amplificador antigo da marca Mustang	30
Ilustração 10 – Modelo de Amplificador de alta potência	30
Ilustração 11 – Confecção de Caixa de Som Automotivo	31
Ilustração 12 – Cabos RCA	32
Ilustração 13 – Sistemas de Som (interno)	33
Ilustração 14 – Sistema de Som (externo)	33
Ilustração 15 – Projeto de Som Automotivo	33
Ilustração 16 – Aparelho <i>Crossover</i>	34
Ilustração 17 – Paredão de som argentino – Sonorizados e Rebaixados	35
Ilustração 18 – Os carros customizados de veículos antigos e novos	35
Ilustração 19 – Lava-Jato de Som Automotivo	36
Ilustração 20 – Estilização de automóvel do movimento cultural <i>Lowrider</i>	36
Ilustração 21 – Estilização de automóvel do movimento cultural <i>Hothad</i>	37
Ilustração 22 – Fonógrafo de Thomas Edison	39
Ilustração 23 – O carro de propaganda	40
Ilustração 24 – Carro sonoro para o desfile de carnaval, chamado carinhosamente de Fóbica (1929)	41
Ilustração 25 – Trio Tapajós criado por Dodô e Osmar em 1969	41
Ilustração 26 – Os paredões (batidões ou pancadões) de som automotivo	42
Ilustração 27 – Os paredões (batidões ou pancadões) de som automotivo, Maranhão-MA	43
Ilustração 28 – Som automotivo de carros pequenos, Belém-PA (2018)	44

Ilustração 29 – Carretinha automotiva de som, Belém-PA	44
Ilustração 30 – Projeto de som automotivo na Bolívia	45
Ilustração 31 – Modelo de Som Automotivo em Goiânia-GO	46
Ilustração 32 – Encontro de carros	48
Ilustração 33 - Encontro de carros na orla do rio em Belém-PA	49
Ilustração 34 – Festa automotiva, Réveillon de 2018, Atalaia-PA	50
Ilustração 35 – Estilos de Vida e Esporte	55
Ilustração 36 – Estilos de Vida e <i>Hobby</i>	55
Ilustração 37 – Estilos de Vida e Trabalho	55
Ilustração 38 – Economia moral da cultura dominante	65
Ilustração 39 – Campeonato Sul-Americano de Som Automotivo, julho de 2018 – Belém-PA	70
Ilustração 40 – Campeonato Brasileiro de Som Automotivo, dezembro de 2018 – Belém-PA	71
Ilustração 41 – Campeonatos Profissional	71
Ilustração 42 – Sala de aula da escola Argos	72
Ilustração 43 – Cadeia Produtiva do Som Automotivo	74
Ilustração 44 – Resistência Política do Movimento	76
Ilustração 45 – Cultura e Industria Cultural	80
Ilustração 46 – Cultura e Sociedade	81
Ilustração 47 – Cultura e Consumo	81
Ilustração 48 – Cultura e Sujeito	81
Ilustração 49 – Associação do Som Automotivo do Pará – SAP – Exposição Seminário UFPA-NAEA (2018)	107

LISTA DE SIGLAS

ALEPA	Assembleia Legislativa do Estado do Pará
CMB	Câmara Municipal de Belém
DEPHAC/SECULT-PA	Departamento Histórico, Artístico e Cultural, da Secretaria de Estado de Cultura do Pará
FUMBEL	Fundação Cultural de Belém
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico nacional
MPPA	Promotoria de Justiça do Meio Ambiente e Patrimônio Cultural do Ministério Público do Estado
OEA	Organização dos Estados Americanos
ONGs	Organizações não-governamentais
ONU	Organização das Nações Unidas
PNPI	Programa Nacional do patrimônio Imaterial
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SPHAN	Serviço de Proteção do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO I – SOM AUTOMOTIVO	19
1.1 Fazer Sonoro: experiência sonora acústica, o de ouvir e o de escutar	20
1.2 Projeto Sonoro Automotivo: Sonorizados, rebaixados e customizados	26
1.3 Práticas culturais sonoras e Convergência Tecnológica.....	37
1.4 O gosto do som automotivo: modelos e máquinas sonoras	42
1.5 O som automotivo: encontros, festas e embates sonoros	48
1.6 O som automotivo: cultura, status e estilos de vida	51
1.7 O Embargo da Identidade Social do Som Automotivo	57
1.8 – Adesão da indústria cultural do som automotivo	64
1.8.1 Os Campeonatos Profissionais	68
1.9 – O refluxo das legislações brasileiras: suas contradições e conflitos entre a sociedade do barulho e do silêncio	75
1.9.1 A cultura sonora automotiva	77
CAPÍTULO II – PATRIMÔNIO E PATRIMONIALIZAÇÃO	83
2.1 A patrimonialização moderna	84
2.2 A complexidade da valorização cultural de práticas sociais	89
2.2.1 Interdisciplinaridade e Patrimônio	96
2.3 Práticas e políticas patrimoniais no Estado do Pará	104
2.4 A Justificativa Arbitrária do Processo Patrimonial do Som Automotivo – do pedido ao veto municipal	106
CONSIDERAÇÕES FINAIS	114
REFERÊNCIAS	117
APENDICE A.....	120
APENDICE B.....	123
ANEXOS	124

INTRODUÇÃO

Compra som, monta som, faz som, desmonta som, mexe som, bota fonte, tira fonte, compra módulo, troca módulo, bota caixa, tira caixa, pinta caixa, compra carro, troca carro, desmonta carro...

(Entrevista do integrante do movimento cultural do som automotivo do Maranhão, 2018).

Para alguns, sob o senso comum, o som automotivo é um motivo de crime, bagunça e mal gosto. Para outros, um *hobby* ou um trabalho. Trata-se de uma prática social controversa porque envolve o uso humano do som com o consumo de bens culturais: “O som tem um poder mediador, hermético: é o elo comunicante do mundo material com o mundo espiritual e invisível” (WISNIK, 1989, p.28).

Esta pesquisa inicia-se a partir da polêmica gerada após o reconhecimento da prática social do Som Automotivo como patrimônio cultural imaterial da cidade de Belém, Pará, no ano de 2017, o que causou grande mal-estar na sociedade, e cuja repercussão foi nacional. O pedido de registro dessa prática social reabre um antigo problema para esta área do conhecimento: a complexidade da valorização estética do bem cultural a partir do uso do patrimônio cultural, sob a chancela do Estado, no processo hodierno da patrimonialização, a fim de compreender o que de novo (ou velho) está se sucedendo com as práticas e as políticas de democratização e reconhecimento cultural. Dessa forma, observa-se no processo patrimonial, as condutas, instrumentos e parâmetros de valorização utilizados pelos agentes públicos diante das políticas e práticas patrimoniais.

Uma primeira questão que se instaura nesta pesquisa é saber acerca do que e para quê estamos patrimonializando bens culturais ditos importantes para as futuras gerações. Por conseguinte, ficam no ar outras perguntas: Será que toda prática social pode ser considerada patrimônio cultural imaterial, ou melhor, será que qualquer prática cultural pode ser legitimada pelo Estado? Estamos diante de uma nova sacralidade? Qual futuro queremos dar ao patrimônio cultural? E, por fim, de que tipo de prática social estamos falando?

Essas primeiras questões levam a pesquisa à seguinte formulação: ao refletir sobre o patrimônio cultural imaterial e a valorização de práticas culturais modernas, algumas memórias são legitimadas, e outras, não. Isso é fundamental para a compreensão do estatuto da patrimonialização, mas, no fundo, estamos preocupados em compreender quando um bem cultural imaterial pode ser considerado como patrimônio cultural e tentar buscar, ao final, uma forma de preservá-lo. É direcionada pelos questionamentos e inquietações supracitados que

esta pesquisa se delineia a partir da problemática da valorização política e estética a bens culturais, que durante anos vêm sendo trabalhados e desenvolvidos a partir de uma cultura institucional e, neste caso, da cidade de Belém, capital do Estado do Pará, numa tradição histórica de suas ações preservacionistas e atos normativos formados pelas políticas do Estado brasileiro.

A hipótese de campo foi de que o pedido de reconhecimento da prática social do Som Automotivo pela capital paraense refletia interesses mercadológicos e políticos dos desígnios de promoção social de seus proponentes. A pesquisa, então, trabalha primeiramente com base numa dúvida e na descoberta de um tema controverso. Dessa forma, teve como principal objetivo analisar os documentos de patrimonização da Câmara Municipal de Belém – CMB e da Assembleia Legislativa do Estado do Pará – ALEPA, a fim de relacionar as condutas e os interesses difusos que envolvem instituições, agentes, práticas e políticas patrimoniais. Se estamos diante de um fenômeno global de mercantilização de bens culturais, ao lado das defasagens e das contradições de um mundo moderno, então podemos pensar que o modo de eleger ou conceber os bens culturais no processo patrimonial deriva não apenas dos conflitos sociais de reconhecimento de valores atribuídos pelos agentes durante o processo patrimonial, mas no imaginário social que dá sentido à cultura e a suas respectivas referências culturais.

Ainda assim a cultura do som automotivo atravessa o contexto histórico sociopolítico da industrialização tecnológica e globalizada de bens culturais sonoros e automobilísticos, da difusão midiática e da expansão das indústrias culturais. De todas as artes, a música é a mais efêmera, a mais difícil de traduzir em palavras para o encontro com “vozes, silêncios, barulhos, acordes, tocatas e fugas” de diferentes sociedades e tempos (WISNIK, 1986, p.09).

Para compreender essa prática sonora automotiva, utilizo as ideias de José Miguel Wisnik, que fala do uso humano do som e da história desse uso pelas sociedades pré-modernas e modernas. O som, o ruído e o silêncio são categorias que o autor desenvolve ao contrapor a história do uso humano do som com a própria antropologia do ruído. Wisnik descreve os usos e as experiências das práticas musicais. No campo disciplinar da etnomusicologia os antropólogos Alan P. Merriam (1967) e John Blacking (1976) compreende a música como som humanamente organizado a partir de uma prática musical.

Ainda assim, foi necessário um levantamento sobre a polêmica gerada nas redes sociais e nos jornais (notícias, reportagens, postagens e vídeos e texto), após o pedido de registro desta prática social, com prévia pesquisa bibliográfica. A rede social *WhatsApp* foi utilizada como fonte de uma interação virtual e presencial através da criação de grupos *on-line* com entrevistas estruturadas e semiestruturadas para coleta de dados com os agentes e os

atores entre as cidades brasileiras de Belém-PA, Imperatriz-MA, Goiânia-GO, Chapecó-RS e Osasco-SP, que cederam suas entrevistas à pesquisa, bem como fotos de cada região.

O trabalho de campo utilizou as técnicas de entrevista *exmanentes* e *imanentes* com grupos focais formados na cidade de Belém-PA e Osasco-SP, observação direta em encontros, festas e campeonatos do movimento cultural em ambas as cidades, bem como a participação e a organização de uma exposição dos carros sonoros no estacionamento da Universidade Federal do Pará, em 2018, para apresentação no II Seminário Internacional – Interdisciplinaridade, Sustentabilidade e Desenvolvimento: Crítica e atualização no debate da produção do conhecimento na Amazônia, realizado em Belém-PA, em 2018, pela pesquisadora, por seu orientador e pela Associação do Som Automotivo do Pará – SAP.

Numa perspectiva hermenêutica e interdisciplinar, a pesquisa foi construída com dados bibliográficos, documentais e de campo sobre os processos de patrimonialização nacional e estadual. Neste caso, foi importante o levantamento de informações sobre as instituições patrimoniais do Estado do Pará, a fim de identificar as institucionalidades no “universo não familiar de ação simbólica” (GUEERTZ, 1989, p.17), das ações preservacionista e de valores atribuídos às expressões e às manifestações artísticas e culturais.

Além disso, este trabalho debruça-se sobre os documentos oficiais das instituições patrimoniais da Assembleia Legislativa do Pará – ALEPA, com o projeto de lei “Aparelhagem de Som e seus símbolos” e o projeto de lei “Sonorização e Estilização Automotiva”, da Câmara de Vereadores de Belém – CMB, acompanhados de pareceres, relatórios, legislações, publicações em *Diário Oficial da União*.

O ponto de partida para as interpretações do processo patrimonial estadual pautaram-se no livro de Maria Laura Viveiros de Castro e Maria Cecília Londres Fonseca (2008) produzido no âmbito da cooperação entre a UNESCO e o Instituto Brasileiro de Educação e Cultura (EDUCARTE), cujo objetivo do trabalho foi analisar as práticas dos governos estaduais relativas à salvaguarda do patrimônio cultural imaterial, com vistas ao seu aprimoramento e ao fornecimento de diretrizes de compatibilização com a Convenção de Salvaguarda da Unesco (2003), por meio da disseminação de boas práticas.

Os autores Nestor Garcia Canclini (2009) e Pierre Bourdieu (2008), cada um a seu modo, propõem métodos complexos, destacando ambiguidades e contradições nas relações sociais, culturais e econômicas, diluindo as barreiras simbólicas definidas pelas diferenças e pelas desigualdades das culturas. Vale dizer que memória e identidade podem perfeitamente ser negociadas e não são fenômenos que devam ser compreendidos exclusivamente como

essências de uma pessoa ou de um grupo, diante de uma produção cultural com realidades complexas.

Como as práticas sociais não recebem totalizações e tampouco é impossível apreendê-las em sua totalidade, “nossa dupla tarefa é descobrir as estruturas conceituais que informam os atos dos nossos sujeitos, o dito no discurso social, e construir um sistema de análise em cujos termos o que é genérico a essas estruturas” (GEERTZ, 1989, p.19). Tais práticas, muitas vezes, estão pautadas nas contradições das culturas e da sociedade sob a trama da interculturalidade em um mundo cada vez mais operado pela nova interdependência globalizada:

Todos – patrões e trabalhadores, nacionalistas e recém-chegados, proprietários, investidores e turistas – confrotamo-nos, diariamente, com uma interculturalidade de poucos limites, frequentemente agressiva, que supera as instituições materiais e mentais destinadas a contê-la (CANCLINI, 2009, p.17).

O som automotivo é uma prática social sonora que envolve o uso humano do som e o consumo de bens culturais sonoros e automobilísticos. A personificação do som e do automóvel faz parte da sua evolução cultural e histórica. Não estamos falando de um gênero musical específico, mas de como essa música é reproduzida e consumida sobre as diferentes maneiras do fazer musical e que muitas vezes não percebemos devido à instabilidade, à mutabilidade da natureza do som.

Continuamos a gastar muita caneta e papel para falar de políticas culturais sem entender de que cultura brasileira estamos falando. O pedido de patrimonialização do som automotivo em Belém do Pará constitui paralelas que se cruzam em um cenário histórico, social e político do patrimônio cultural moderno. Segundo Canclini (2009), a democratização da cultura na América Latina não se deu de forma regular, e tampouco o acesso foi igualitário. A eficácia das políticas nacionais continua deixando lacunas em seus processos de gestão e distribuição, e os fracassos políticos não param de se revelar.

Em interface ao paradoxo do consumo e da sociedade na modernidade, são usados os quadrinhos da personagem Mafalda, do desenhista Quino, contextualizados e exemplificados como parte da análise da identidade cultural do som automotivo. Debate-se sobre as relações de uma identidade social difusa e dispersa no campo interdisciplinar da socioantropologia e da etnomusicologia. O trabalho de campo nos levou até uma cultura híbrida de massa e uma indústria cultural sonora automotiva. São entidades e empresas formadas por agentes políticos e mercadológicos, como associações, lojas, revistas especializadas, oficinas, produtores

culturais, engenheiros, técnicos e anônimos especializados em tecnologia para som e automóvel.

O conceito de indústria cultural é analisado a partir das ideias de Theodor W. Adorno (2002), deste com Max Horkheimer (1947) e Walter Benjamin (1983), após a observação de um lugar híbrido de produção, que reflete sobre uma outra história da cultura de massa e da indústria cultural. Com efeito, a tensão dialética entre dominantes e dominados, no que diz respeito ao idealismo da indústria cultural do som automotivo em contato com uma mercadoria massiva na sociedade do consumo, “mudanças e diferenças nas circunstâncias e nas possibilidades de uma coisa ser uma mercadoria revelam uma economia moral subjacente à economia objetiva das transações visíveis” (KOPYTOFF, 2008, p.89).

Dessa maneira, a análise socioantropológica da prática social sonora ligada aos afazeres humanos está muito além da composição de músicas, de tocar um instrumento musical ou cantar uma canção. Ela pode estar entrelaçada a uma produção midiática e industrial que nasce das convergências simbólicas e materiais do automóvel e do som (áudio, potência e música).

Nesse sentido, os aspectos históricos, políticos e culturais da prática social do Som Automotivo através de intercâmbios interculturais do consumo moderno serão analisados sob os estudos de Nestor Garcia Canclini, no campo híbrido de fusões culturais e artísticas que a cultura tece com relações multitemporais de coisas, objetos, materiais e serviços. Vale adiantar que a música e os fazedores de cultura se defrontam diariamente com todos os objetos sonoros na complexa rede social globalizada de instrumentos musicais, máquinas e mídias sonoras.

Do total de coisas disponíveis numa sociedade, apenas algumas são apropriadamente sinalizáveis como mercadorias. Além do mais, a mesma coisa pode ser tratada como uma mercadoria uma determinada ocasião e não ser na outra (KOPYTOFF, 2008, p.89).

O objeto de pesquisa rompe, de alguma maneira, o movimento dialético entre cultura e natureza e coloca o conceito de civilização em tensão, no campo das relações mercantis e políticas que se engedram a prática social do som automotivo na correspondência entre a produção dos bens e a produção do gosto são utilizados como auxílio metodológico para compreensão das disposições estéticas no espaço social e estilos de vida.

A ideia de *espaço social* corresponde à sociedade que é multidimensional, construído a partir de princípios de diferenciação e constituído de propriedades atuantes, ou seja, as diferentes espécies de capital, distribuídas nos diversos estilos de vida do espaço social. A

ideia de capital remete à noção de poder e encontra-se associada à ideia de probabilidade de ganhos num determinado campo da prática híbrida da música e suas produções maquinicas dos objetos automáticos e da produção técnica de dos equipamentos automotivos.

A correspondência entre o campo de produção do som automotivo e a produção do gosto pelos objetos adquire um valor simbólico e material que metamorfoseia seu sentido e transforma em um estilo de vida “os campos mais autônomos, os habitualmente chamados culturais (a ciência, a filosofia ou a arte), e também outros em aparência mais dependentes da estrutura socioeconômica geral” (CANCLINI, 2009, p.77).

Canclini estabelece uma profundidade teórica e metodológica a partir das ideias de Bourdieu, em que o mundo do social é dividido entre dominantes e dominados sobre a diferenças de classe da estética dominante, média e popular, apontando que a diferença está no uso e não a partir do consumo dos bens culturais.

Canclini (2008), ao se referir ao patrimônio intercultural, destaca algumas relações que podem servir à análise da “Sonorização e estilização automotiva”, tais como: i) as possíveis relações de reciprocidade comunitária; ii) coexistência de interações comunitárias; e iii) intercâmbios mercantis, dos sistemas de autoridades locais.

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2005) define o conceito “interculturalidade” como a existência e interação equitativa de diversas culturas, assim como a possibilidade de geração de expressões culturais compartilhadas por meio do diálogo e do respeito mútuo.

O objeto de pesquisa rompe com uma visão institucional de bem cultural estabelecida pela própria história do patrimônio cultural brasileiro. Assim, destacam-se as condutas e os instrumentos de valorização que trilharam o imaginário social das referências culturais para descrever a estrutura institucional do processo de patrimonialização paraense e problematizar a legitimidade de um bem cultural tecnológico afim de apontar sobre os desafios do patrimônio cultural na contemporaneidade a partir dos interesses difusos patrimoniais não definidos pela Constituição Federal de 1988, evidenciando os conflitos estéticos e políticos que envolve os processos de valorização cultural dos bens culturais, partindo, assim, de uma construção coletiva e histórica que envolve as referências culturais da população.

Se, por um lado, o país é referência pela formulação e pela implementação deste modelo de política, por outro, considera-se um grande desafio a efetivação do processo junto às esferas estadual e municipal. A dimensão territorial, a complexidade das articulações burocrático-legais e o, ainda incipiente, investimento em capacitação na gestão pública configuram-se como obstáculos à normatização do direito de salvaguardar o conjunto de

conhecimentos tradicionais, a oralidade, os saberes e as manifestações artísticas da população brasileira e para ela como um todo.

As teorias das desigualdades sociais amplamente difundidas no campo da Sociologia e da Antropologia servem para explicar e prever comportamento, hábitos e valores sociais. A Antropologia procura descrever o comportamento humano e analisá-lo com base nas características biológicas e culturais dos grupos em que se constitui, enfatizando as diferenças e as variações entre os agentes e as práticas sociais. Em linhas gerais, por sua vez, a Sociologia, por sua vez, objetiva fornecer uma visão de conjunto dos vários acontecimentos da vida social, sejam eles relativos à economia, sejam à política ou à esfera simbólica e cultural.

CAPÍTULO I – SOM AUTOMOTIVO

A prática social do som automotivo não é típica de Belém, e nem do Brasil. Ela é global. Cada região brasileira produz uma forma de escutar música por meio do consumo dos equipamentos sonoros automotivos. O som, enquanto bem cultural, é um componente central nessa prática. A prática sonora e o gosto musical ganham significados na complexidade das ondas sonoras em contato com o fazer humano musical sobre as práticas sociais sonoras que convertem tecnologia em produções maquinicas da música, com foco especial no objeto de pesquisa. O campo da música está intrinsecamente relacionado com um saber fazer das culturas, que misturam várias modernidades, produzindo modernidades nas diferentes sociedades. O fazer sonoro se caracteriza por ser de natureza cultural mas de complexidade social, econômica e ambiental, que acentua-se com os processos globalizadores da ordem mercantil hegemônica da música e do automóvel. Vale adiantar que a música e os fazedores de cultura se defronta diariamente com todos os objetos sonoros na complexa rede social globalizada de bens e serviços. Dessa maneira, O enfoque foi analisar o aspecto formal do som e da forma como a cultura organiza-o humanamente com a problemática da sobreposição do ruído pelo silêncio em sua ruidificação estética sonora no mundo contemporâneo. O campo da música está intrinsecamente relacionado com um saber fazer das culturas em sociedade que se defronta diariamente com todos os objetos sonoros na complexa rede social globalizada de bens e serviços.

O som automotivo manifesta-se através da sonorização e da estilização de automóveis populares ou de luxo, veículos antigos ou novos, pequenos e grandes, com som interno ou externo, que podem ser instalados em caminhões, motos, carretinhas, e até mesmo em formatos curiosos, como dentro de uma geladeira e em bicicletas. Não serão abordadas neste trabalho as práticas referentes a motos, bicicletas, geladeiras ou as paredes fixas de som. O projeto básico de som automotivo começa em média com um valor de R\$ 10.000,00, podendo chegar até uns R\$ 600.000,00, sem contar com o valor agregado do veículo. Os equipamentos ocupam todo o porta-malas do veículo e estão distribuídos pelo seu interior, ou mesmo acoplados em carretinhas ou carrocerias automotivas.

O movimento está disseminado por todo o Brasil, e o mercado brasileiro de equipamentos sonoros e acessórios automotivos encontra-se em expansão, exportando para outros países. A produção desses bens culturais começou no Brasil principalmente nas regiões Sul e Sudeste devido à facilidade de acesso a essas tecnologias e seu processo de industrialização. Segundo agentes do som automotivo, essa prática cultural nasceu no Japão e

ganhou força nos Estados Unidos por conta do seu processo de desenvolvimento tecnológico. Segundo a jornalista financeira Mirian Gasparini,

O Brasil conta com mais de 237 indústrias no setor de áudio automotivo entre alto-falantes, amplificadores, carcaças, conectores e toda a cadeia produtiva, além de mais de 35 mil postos de instalação destes equipamentos empregando por volta de 300 mil pessoas (GASPARINI, 2018).

1.1 Fazer Sonoro: experiência sonora acústica, o de ouvir e o de escutar

Durante muito tempo, o campo disciplinar da música pensou e discutiu a música de maneira unilateral, evidenciando um único olhar acerca do que era e poderia ou não ser música (MERRIAM, 1967). Com o desenvolvido dos estudos folcloristas, muitos pesquisadores naturalistas e tradicionalistas foram em busca de outros contextos culturais “exóticos”, realizando registros sonoros e levando aos laboratórios para que fossem realizados os estudos e as análises sobre aquelas músicas “outras”.

A prática musical vai muito além de tocar um instrumento ou produzir uma música. Apesar de ainda num sentido comparatista “colonizador”, na ação de comparar essa outra música à música “hegemônica europeia”, surgiu a disciplina “musicologia comparada”, que atualmente é denominada no Brasil como Etnomusicologia. A partir desse campo disciplinar, muitos estudos sobre música foram sendo realizados. No Brasil, têm-se delineado de maneira muito singular aos demais contextos de surgimento e consolidação da área, como a Europa ou os Estados Unidos da América.

Mas, talvez, o que mais caiba ressaltar aqui é uma das principais premissas que guiam este campo, qual seja, compreender a música como “som humanamente organizado” (BLACKING, 1976). Nesse sentido, esse som humanamente organizado tomará contornos particulares dependendo do contexto sociocultural no qual está inserido. Assim, podemos compreender que os sons que permeiam os afazeres humanos, em seus lugares, são diversos e particulares, ademais nos contextos urbanos na contemporaneidade!

Assim, podemos dizer que os sons e a música são um meio de conhecimento do mundo, no plano metafísico do som e subjetivo das culturas que envolve coisas, objetos e serviços em elaborados sistemas de som e instrumentos musicais.

não há nenhuma medida absoluta para o grau de estabilidade e instabilidade do som, que é sempre produção e interpretação das culturas (uma permanente seleção dos materiais visando o estabelecimento do som e ruído atravessa a história da música: certos intervalos, certos timbres, adotados aqui podem ser recusados ali ou, proibidos antes, podem ser fundamentais depois) (WISNIK, 1989, p.31).

O som, como objeto físico e subjetivo, nos interessa para o entendimento do sentido cultural da prática do som automotivo. Sua natureza invisível e impalpável tem o poder comunicante entre a cultura e o fazer sonoro e é, portanto, considerada para esta pesquisa como um bem cultural de fruição estética. Para Wisnik (1989), na música, o som, o silêncio e o ruído estão juntos numa longa conversa com as culturas e são usados e elaborados de muitas maneiras, e dos quais a cultura tenta extrair uma ordenação. Segundo Wisnik, “O seu valor de uso mágico reside exatamente nisto: os sons organizados nos informam sobre a estrutura oculta da matéria no que ela tem de animado” (1989, p.28).

Os sons e as músicas, sejam do presente, sejam do passado, alimentam nosso imaginário como meio e forma de conhecimento do mundo, dos quais nos apropriamos simplesmente porque eles estão aí para serem usados. Desse modo,

o som é, assim, o movimento em sua complementaridade, inscrita em sua forma oscilatória. Essa forma permite a muitas culturas pensá-lo como modelo de essência universal que seria regida pelo movimento permanente. [...] Porque o complexo corpo/mente é um medidor de frequências. Toda nossa relação com os universos sonoros e a música passa por certos padrões de pulsação somáticos e psíquicos, com os quais jogamos ao ler o tempo e o som (WISNIK, 1989, p.19).

Desta maneira, o som e a música sempre estiveram presentes enquanto um grande artefato universal. Desde os antigos rituais dos povos até formas sociais contemporâneas, eles permitem diferentes experiências e práticas de fruição estética musical e sonora aceitos pela sociedade. O fazer sonoro automotivo entrelaçados à percepção e interação com os objetos sonoros dentro de um carro provocou uma forma diferente de se escutar música, possibilitou intercâmbios sociais e mercantis de tecnologias sonoras e acessórios para veículos numa convergência midiática dos objetos. A propósito, Wisnik considera:

Mas é preciso dizer como se apresenta o pulso na música. Assim como o corpo admite ritmos somáticos (a exemplo do sanguíneo) e ritmos psíquicos (como as ondas cerebrais), que operam em diferentes faixas de onda, as frequências sonoras se apresentam basicamente em duas grandes dimensões: as durações e as alturas (durações rítmicas e alturas melódico-harmônicas) (1989, p.20).

Os sons e a música acionam nossa escuta e enlaçam nosso corpo, pois evocam e comunicam emoções, criando sentidos e vínculos sociais na vida cotidiana. O modo de fazer música e o prazer de escutar ou interpretar som estão entrelaçados ao sentido das frequências dos corpos sonoros que se desenvolve a partir da percepção das culturas "entre o tempo da consciência e o não-tempo do inconsciente". Nesse sentido, ainda conforme Wisnik,

a música não refere nem nomeia coisas visíveis, como a linguagem verbal faz, mas aponta com uma força toda sua para o não-verbalizável; atravessa certas redes defensivas que a consciência e a linguagem cristalizada opõem à sua ação e toca em pontos de ligação efetivos do mental, do corporal, do intelectual e do afetivo. Por isso mesmo é capaz de provocar as mais apaixonadas adesões e as mais violentas recusas (1989, p.28).

A textura de um som, de uma música, é aquilo que o ouvido capta, que gosta e que também não gosta, quando regulamos o volume ou mesmo desligamos os aparelhos. O ouvir é o ato de escutar com atenção. Escutar é entender o que está sendo captado pela audição, mas além disso compreender e processar a informação internamente. Isso não quer dizer que o ato de ouvir com atenção seja papel somente de um musicista, ou de um crítico musicista, pois, segundo destaca Wisnik, “e contando com a ilusão do ouvido, mensagens sutis sobre a intimidade anímica da matéria [...] dizemos também a espiritualidade da matéria. A música encarna uma espécie de infraestrutura rítmica dos fenômenos (de toda ordem)” (1989, p.26).

Graças aos nossos ouvidos, conseguimos ouvir sons produzidos por diversos dispositivos, como buzinas, sinos das igrejas, campainhas, bumbos etc., até mesmo aqueles sons de que não gostamos. Nem os surdos tampouco conseguem fugir da física do som. A propósito, Wisnik apresenta uma leitura mais técnica do som:

Se ouvido só percebe sinais discretos, separados e portanto rítmicos, até o umbral aproximado de dez hertz (ciclo por segundo), entre dez e cerca de quinze hertz o som entra numa faixa difusa e indefinida entre a duração e a altura [...] sensação de permanência especializada do som melódico (quando a periodicidade das vibrações fará então com que o escutemos com a identidade de um possível dó, um mí, um lá, um si) (1989, p.21).

O som e a música estão entrelaçados à cultura pelo fazer sonoro, dando sentido ao saber e ao prazer musical. Este fazer produz um ponto de inflexão quantitativa e qualitativa com todas as diferentes e correspondentes frequências sonoras, mudando o parâmetro da escuta. A escala musical foi sintetizada e acondicionada em aparelhos e máquinas sonoras produtoras de texturas sonoras no mundo moderno eletroacústico. Durante a pesquisa, ao observar essa prática social, os indivíduos estão envolvidos numa produção musical e sensorial dos corpos, numa passagem gradual do agudo ao grave e vive-versa, por atrito ou desaceleração progressiva dos sons emitidos por suas máquinas sonoras automotivas, que por sua vez é revestido pela celebração da rivalidade de um *status* social:

Passamos a ouvir, então, toda a cambiante das distinções que vão deslizando dos graves aos agudos, o campo movente da tessitura (como é chamado o espectro das alturas) no qual as notas das melodias foram a sua dança. Nesse sentido, o som grave tende a ser associado ao peso da matéria, com os objetos mais presos à terra pela lei da gravidade, e que emitem vibrações mais lentas, em oposição a leveza leve e lépida do agudo (WISNIK, 1989, p.22).

De acordo com autor, os parâmetros em música, ritmo e melodia, durações e altura se apresentam ao mesmo tempo. Cada nível depende necessariamente do outro, de modo que se pensamos que o pulso e o tom são variáveis de uma mesma seqüência de progressão vibratória da onda, em que o ritmo e o timbre, a partir de certo limiar singular, se torna melodia-harmonia (e sendo melodia-harmonia, são uma outra ordem de manifestação de relações rítmicas, escutadas agora especialmente como alturas). Poderemos então perceber que essas duas dimensões constitutivas da música dialogam muito mais do que se costuma imaginar, pois

o campo da musica contemporânea tornou-se esse contínuo que vai do silêncio-ruído ao ruído-silêncio através do pulso e do tom. O timbre tal como é analisado e produzido pelos sintetizadores, é formado pelas alturas implícitas, invisíveis, latentes que desaparecem quando filtradas ou que vem a tona quando intensificadas e ampliadas (WISNIK, 1989, p. 205)

Nesse terreno ilimitado e abstrato dos sons e da música, convergências tecnológicas entre instrumentos musicais, equipamentos sonoros e a música foram e estão em constante transformação com diversas produções maquinicas. O autor destaca outro componente importante da tradutibilidade subjacente entre as duas grandes dimensões da música no limiar oscilante entre as figuras rítmicas e altura melódica:

O ritmo alfa (situado entre oito e treze hertz) é uma frequência cerebral que, ao que tudo indica, funciona para nossa percepção como uma onda portadora de ondas, uma espécie de fundo condutor (desaparece no sono profundo e é recoberto por outros ritmos quando a nossa atenção está solicitada, mas é particularmente marcado no eletroencefalograma - quando os olhos estão fechados mas em vigília, ou quando olhamos sem fixar o olhar) (WISNIK, 1989, p.22).

Assim, o ritmo *alfa* faz parte do sentido da escuta, da atenção, da nossa escolha pelo som ou da música preferida, daquela que é escutada e às vezes sentida pela audição atenta, elemento sensível humano que permite às pessoas diferenciar os timbres, os ritmos, sentir o pulso e tom da altura e das durações, que variam de acordo com o gosto ou o estilo musical de cada indivíduo. Para Wisnik, o som “seria o fator constante e subjacente, padrão vibratório que 'condiciona todas as percepções', funcionando como um sinal de sincronização que comandaria o andamento da nossa sensação do tempo” (1989, p.22).

A cultura então tece com os sons uma dupla experiência, escuta e percepção são solicitadas interna ou externamente pelos sons despertando sentidos e experiências humanas. Esta experiência é direcionada para a tessitura e imagem do som no automóvel, a partir da

complexidade das ondas sonoras e da produção de projetos e sistemas de som que se transformam em máquinas sonoras com a instalação de altofalantes, amplificadores, cabos, baterias, processadores de áudio para a reprodução da música para dentro ou fora do carro.

Para o autor, o século XX abre-se novamente um período de contraponto no sentido da música, o pulso torna-se fundamental, a partir de instrumentos musicais, como o *sampler*. No caso do som automotivo esses pulsos e ritmos estão relacionados à física e metafísica dos objetos sonoros, na elaboração ou regulação do sistema de som composto em especial de várias marcas e tecnologias de altofalantes, amplificadores, processadores de áudio, cabos especiais RCA, além da transformação constante do rádio em unidades sofisticadas de áudio e das grandes cargas das baterias do automóvel.

A textura musical são escolhidas ou selecionadas pelos indivíduos de acordo com a intensidade ou a qualidade na qual as frequências sonoras estão sendo apresentadas, medidas ou testadas, em que a escuta atenta percebe e trabalha para extrair o máximo de qualidade sempre de acordo com o ritmo musical escolhido. Portanto, conforme considerações de Wisnik, “As intensidades são um elemento auxiliar das durações na configuração do suingue, do balanço, da levada, da curvatura do fluxo, do contínuo no descontínuo, do descontínuo no contínuo” (1989, p.26).

Assim como o timbre, o pulso que é o que faz a gente diferenciar os sons uns dos outros, por exemplo um instrumento musical ou a voz do artista, a intensidade é outra variável que colore os sons emitida pelos alto falantes, o que contribui para matizá-los e diferenciá-los em forte ou fraco. De outro modo, é a amplitude e a frequência de oscilações da onda produzida, absorvida, impulsionada ou extraída das máquinas sonoras automotivas sobre os corpos que permitem uma ambivalência entre o fazer e o gosto sonoro.

São feixes de onda mais densos ou esgarçados, mais concentrados no grave ou no agudo, são em suma os componentes da sua complexidade (produzida pelo objeto que o gerou) que dão ao som aquela singularidade colorística que chamamos de timbre. (...) A intensidade é uma informação sobre um certo grau de energia da fonte sonora. Sua conotação primeira, isto é, a sua semântica básica, está ligada justamente a estados de excitação energética, sempre dentro da margem de ambivalência (ou multivalência) em que se inscreve todo e qualquer sentido em música (WISNIK, 1989, p.24-25).

No sistema de som automotivo o alto falante faz um movimento de vai e vem observável a olho nu, e é quando percebemos a sua intensidade a partir do ritmo musical apresentado. Conforme se aproxima do grave e deixamos de ouvir as notas agudas, entram no pulso corporal, assim o ouvido humano registra essa oscilação de compressão e

descompressão emitida pelo alto falante, e o que faz pulsar o corpo como a “batida do som”, “O ritmo está na base de todas as percepções, pontuadas sempre por um ataque, um modo de entrada e saída, um fluxo de tensão/distensão, de carga e descarga” (WISNIK, 1989, p.29). Ainda conforme Wisnik,

feixes de onda, uma sobreposição intrincada de frequências de comprimento desigual [...] Quase nunca (praticamente só em condições laboratoriais, a partir de sintetizadores eletrônicos) nos deparamos com um som que seja efetivamente o produto da ondulação pura e simples (ou, como se diz, uma onda sinusoidal) (WISNIK, 1989, p.23).

Ao observar o fazer sonoro da cultura do som automotivo nota-se que a propriedade física dos alto falantes que são transdutores eletroacústico ou eletrodinâmicos. Transdutores porque convertem energia elétrica em energia acústica e trabalham para emissão das frequências sonoras que é determinado pelos sons grave, médio ou agudo com as potências das máquinas sonoras.

Desse modo, a relação que a cultura tece com essas produções máquinicas da música com seus diversificados ritmos musicais são transformados em som concreto, o som real, que é sempre, em alguma medida, impura. É essa "explosão protéica e vital emanado da fonte, ou a explosão mortífera do ruído como destruição, como desmanche de informações vitais" (WISNIK, 1989, p.30) que faz ressonar no corpo social uma sonoridade que superpõe, atravessa e reflete as ondas sonoras.

O fazer sonoro, o gosto musical e os objetos sonoros converteram-se a partir da intensidade dos ritmos da música apresentada pela fonte sonora dos altofalantes cuja produção maquina musical relaciona-se com os sistemas internos de codificação humana, a partir do corpo sonorizado, que são medidas humanas diante dos movimentos do mundo moderno, fazendo da prática social um estilo de vida, seja comercial, esportiva ou um *hobby*.

Ilustração 01 – Vício Sonoro Automotivo



Fonte: Imagem cedida pelo grupo Galera do Rock, Belém-PA (2018).

Como pensar a música produzida pelos adeptos do som automotivo, sua cultura e identidade, sua escolha pelo gosto do barulho/ruído de suas máquinas sonoras e sua relação completiva com a sociedade do silêncio? Propomos esta reflexão a partir da relação estética entre o estilo de vida e gosto cultural de caráter popular do som automotivo diante de condutas estereotipadas que se formam colocando em evidência intercâmbios sociais, econômicos e políticos, convergências tecnológicas, cujas fronteiras do gosto dominante estão alinhadas com um estilo de vida transgressor, de uma indústria cultural do som automotivo, acentua-se com os processos globalizadores da ordem mercantil hegemônica da música e do automóvel.

1.2 Projeto Sonoro Automotivo: Sonorizados, rebaixados e customizados

O projeto de som de carros antigamente vinha com um aparelho toca-fitas de “gaveta” das marcas *TKR*, *Movistar*, o som saía da traseira do rádio e se conectava a dois ou quatro alto-falantes nas portas ou nos *tweeter* que eram novidades da época e causavam um *frenesi* entre os jovens por causa daquele som agudo, daquele *chiado*... Quem tinha mais *tweeter* no carro era considerado o mais *boy da fita*. (Entrevista com integrante do movimento cultural do som automotivo de Osasco-SP).

O rádio automotivo, os alto-falantes e os amplificadores são equipamentos sonoros de grande importância para os carros sonorizados, assim como as baterias, os cabos e os processadores de áudio utilizados para alimentação do sistema de som. Segundo integrantes do movimento, os primeiros aparelhos de som toca-fitas a aparecer foram das marcas *Studio Master*, *Infinitt*, *Queebox*, *Tojo*, *Pioneer*. A necessidade inicial que levou ao consumo desses aparelhos era que as pessoas se sentiam sozinhas dentro do carro. As marcas mais usadas em Belém eram *Mistubshi* e *Sony*. Em São Paulo, eram as marcas *TKR*, *Movis Star*, *Rio de Janeiro* e *Miami*, depois vieram outras marcas. “O primeiro rádio para carros quem fez foi a Motorádio no Brasil, hoje ela nem existe na face da terra” (Entrevista com integrante do movimento cultural do som automotivo de Belém-Pa, 2018).

Segundo integrante do movimento, o som agudo emitido pelo *Tweeter*¹ inaugura a experiência sonora do movimento cultural, a partir do som natural do agudo do alto-falante.

¹ *Tweeter* é um alto-falante de dimensões que podem variar de 0,5" a 3", usado para reproduzir a faixa de alta frequência (5.000 Hz em diante) do espectro audível, ou seja, os sons mais agudos. Normalmente, são feitos na forma de um domo de seda ou metal, como o alumínio. Alguns modelos são compostos de uma pastilha de cristal piezoelétrico que tem a propriedade de gerar sons quando alimentada por uma corrente alternada. Fonte: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Tweeter>>. Acesso em 27 ago. 2019.

Ilustração 02 – Modelo de alto-falante *Tweeter*



Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Tweeter>, 2019.

Ilustração 03 – Alto-falante antigo



Fonte: <https://pxhere.com/pt/photo/1450819>. Acesso em 2018.

Ilustração 04 – Alto-falante antigo



Fonte: <https://pxhere.com/pt/photo/1450819>. Acesso em 2018.

o objeto sonoro é ruído que se reproduz em toda parte, além de passar por um processo sem precedentes de rastreamento e manipulação laboratorial das suas ínfimas texturas (gravado, decomposto, distorcido, filtrado, invertido, construído, mixado) (WISNIK, 1989, p.48).

O rádio foi gradualmente sendo adaptado aos automóveis, de maneira que se reconfigura a relação da cultura com os objetos sonoros. Ele “conquista o lugar de companheiro de viagem, já que passa a se deslocar com o usuário a todos os lugares” (GOMES, 2014, p.51). Os objetos sonoros para automóveis foram rapidamente se transformando de acordo com as necessidades sociais, primeiro rádio AM/FM, depois o rádio toca-vinil e depois o rádio toca-fitas. Os rádios com fita cassete foram bastante utilizados na década de 1980, com gravadores domésticos e profissionais. Os cassetes eram mais práticos de armazenar e tinham mais qualidade que os cartuchos, mas a principal vantagem era a gravação de áudio e reprodução das músicas dentro do veículo. Essas mídias sonoras foram depois sendo trocadas por *cd's*, *md's*, *mp3*, *mp4*, *pendrive*, *bluetooth* e continuam em constante transformação.

Ilustração 05 – Rádio toca-vinil do ano de 1955, da Chrysler, automóvel batizada como "Highway Hi-Fi"

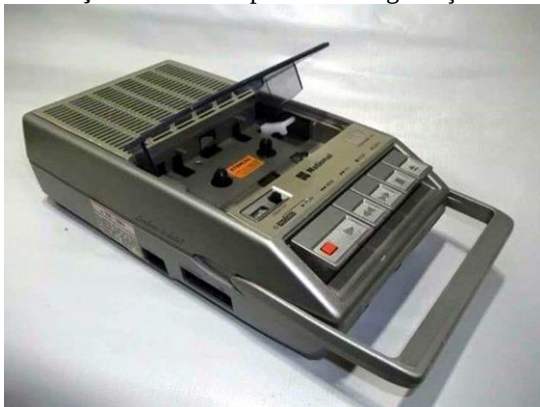


Fonte: <https://www.flatout.com.br/rock-historia-e-evolucao-som-automotivo/>. Acesso em 2018.

O rádio automotivo representa uma segunda mobilidade da era do rádio associado à invenção dos transistores e transdutores elétricos adaptados ao automóvel. Com o tempo, a

música ganhou qualidade de som estéreo com a frequência modulada, tornou-se primeiramente móvel e depois digital, possuindo vários formatos e funções, cruzou o planeta tendo como suporte a tecnologia do rádio e a internet. Nesse sentido, é lícito afirmar que, “Em constante adaptação, o rádio tem sido personagem importante das revoluções tecnológicas da comunicação no último século” (GOMES, 2014, p.11). Os transistores e os transdutores trouxeram mudanças significativas não somente para o rádiojornalismo, com também para os gravadores de áudio portátil, o rádio AM/FM, os aparelhos toca-fitas e de novas tecnologias para os alto-falantes e os amplificadores.

Ilustração 06 – Rádio portátil com gravação de áudio



Fonte: <http://museu.coopermiti.com.br>. Acesso em 2019.

Ilustração 07 – Rádio AM/FM transistorizado e estereofônico para automóveis



Fonte: <https://www.flatout.com.br/rock-historia-e-evolucao-som-automotivo/>. Acesso em 2018.

Ilustração 08 – Modelo de rádio toca-fitas autorreverse



Fonte: <https://www.flatout.com.br/rock-historia-e-evolucao-som-automotivo/>. Acesso em 2018.

Ilustração 09 – Modelo de equalizador e amplificador antigo da marca Mustang



Fonte: https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1147417973-amplificador-equalizador-carro-antigo-mustang-funcionando-_JM. Acesso em 2019.

Ilustração 10 – Modelo de Amplificador de alta potência



Fonte: https://produto.mercadolivre.com.br/amplificador-Taramps_HD5000. Acesso em 2019.

Outro equipamento de grande importância para o som automotivo são os amplificadores de som, chamados de potência ou módulos, comentados pelos agentes do movimento:

Antigamente não se chamava potência, se chamava amplificador, os primeiros aparelhos foram *Studio Master*, *Infinet*, *Quecbox*, elas eram usadas em Belém, a tecnologia dos alto-falantes era de 12 volts e os sons eram empurrados pela potência (Entrevista com integrante do movimento cultural do som automotivo de Belém-Pa, 2018).

Atualmente, existem amplificadores de grandes potências, com oitenta mil RMS (Relação Métrica Quadrada). Essas potências são tão fortes, capazes de ligar uma lâmpada de 220 volts. Inicialmente, muitas potências eram testadas em casa, oficina ou quintal de atores anônimos chamados de “autodidatas”. Depois, vieram as potências ou módulos de som de 08,

12, 24 volts, com versões de entrada em 2 vias, 3 vias, 4 vias, 5 vias, para suportar a combinação das frequências sonoras.

O movimento cultural do som automotivo demanda a produção de um alto-falante específico para os automóveis: o alto-falante de 4 Ohm. Isso porque, só havia no mercado, à época, alto-falantes de 8 Ohm. Os alto-falantes são a fonte sonora usada pelo movimento cultural em si que é alimentada pelo amplificador de potência sonora. Hoje, encontra-se no mercado uma variedade de modelos e marcas (originais e falsificados) de alto-falantes e amplificadores, que trabalham cada um numa frequência sonora, sendo combinados para atender a preferência musical do proprietário do veículo. Muitos desses alto-falantes são descartados, reutilizados, pois queimam com facilidade quando mal instalados, ou quando competem entre si.

A montagem de som começa com a medição das caixas para receber os alto-falantes, que possuem medida por litragem cúbica para o dimensionamento e o equilíbrio das frequências do som, seja um som interno, seja um externo. É preciso saber colocar as posições certas de equipamentos, acessórios e cabos.

Ilustração 11 – Cofecção de Caixa de Som Automotivo



Fonte: Vanessa Malheiro Moraes (2018).

Os cabos RCA² são muitas vezes de cobre, porém os melhores são os de ouro, devido à qualidade e à limpeza acústica. O cabo RCA passa por dentro do veículo para alimentar o som do aparelho e enviar corrente elétrica para o módulo que passa para a fonte sonora – os alto-falantes. O sistema de som automotivo consiste na adaptação elétrica do “alternador” com o uso da bateria e de amplificadores para alimentação de uma unidade de som e do rendimento dos alto-falantes, que, por sua vez, ampliam a potência da música no carro.

Ilustração 12 – Cabos RCA



Fonte: <https://www.tecmundo.com.br/televisao/2154-o-que-sao-cabos-rca-.htm>. Acesso em 2019.

Os equipamentos automotivos compreendem uma unidade de áudio, composta por alto-falantes, amplificadores, baterias e cabos, assim como sintetizadores, processadores, repetidoras de som, que criam um mecanismo com base nos parâmetros sonoros. O som automotivo provoca intensa pressão e energia do automóvel. Já em equipamentos profissionais esta pressão é muito menor. Num show de rock, por exemplo, a pressão não passa dos 125db. Contudo, essa pressão é bem homogênea em todo ambiente, pela PA de som, ou seja, *publicaddress*, que, em português, significa endereçado ao público, direcionado para o público. Sistemas de som mais sofisticados requerem o conhecimento de um profissional especializado.

² O nome é a sigla de *Radio Corporation of America*, o mesmo nome da empresa que introduziu este modelo para conectar tocadores mono em amplificadores, na década de 1940. Justamente por isso esse grupo de conectores também é chamado de conectores phono (abreviação de *phonograph*, fonográfico), pois eles eram utilizados para criar a conexão entre um tocador de vinil e um rádio que amplificava o sinal. <https://www.tecmundo.com.br/televisao/2154-o-que-sao-cabos-rca-.htm>. Acesso em 2019.

Ilustração 13 – Sistemas de som (interno)



Fonte: Vanessa Malheiro Moraes (2018).

Ilustração 14 – Sistema de Som (externo)



Fonte: Vanessa Malheiro Moraes (2018).

Ilustração 15 – Projeto de Som Automotivo



Fonte: Vanessa Malheiro Moraes (2018).

A sonorização automotiva pode ser interna ou externa, este é um processo de instalação e adaptação de equipamentos sonoros e elétricos para carregamento das baterias.

Os equipamentos são planejados para serem colocados nas portas, no porta-malas, no painel e na carroceria dos veículos ou, ainda, por atrelamento às “carretinhas”, modificando a estrutura dos carros para receber as baterias e os carregadores de baterias (extra), que, por sua vez, ficam debaixo dos bancos e ocupam todo o piso do carro.

As faixas sonoras do espectro audível situam-se no receptor do equipamento, processadores de áudio, sintetizadores, *crossover*, e a operação em que essas frequências sonoras vão trabalhar conforme o gosto musical de cada indivíduo, mas também de acordo com o ritmo musical mais ouvido naquela região. A prática de sonorização, nesse contexto, não é em relação à música, mas como se escuta essa música, e o que vai definir a qualidade da reprodução musical é quem tem maior poder aquisitivo para comprar os melhores equipamentos de som.

Antigamente, os encontros dos carros sonoros eram feitos via cabo pelo equipamento *crossover* que conecta todos eles numa mesma frequência, mas atualmente interagem também através do equipamento de *link* via rádio conectando todos os sons dos automóveis que tocam a mesma música.

Ilustração 16 – Aparelho *Crossover*



Fonte: <https://www.carrefour.com.br/Crossover-Stetsom-STX52-Frequency-Locked-4-Vias-Mono-ou-Stereo-Mesa-Som-Automotivo/p/MP14173804> , Acesso em (2019).

Outra expressão cultural do movimento são os veículos “tunados” ou *tuning*, que são aqueles automóveis em que são acrescentados ou adaptados acessórios automobilísticos de iluminação, aerofólios, além de técnicas de envelopamento do carro que antes eram feitas com fibra, de maneira que este produto causava muitos problemas de saúde, mas agora foi

desenvolvido um novo material para o envelopamento dos carros, que causam menos danos à saúde dos trabalhadores.

A estilização é a alteração da cor do carro, utilização de acessórios, fusíveis, disjuntores, megacapacitores, lâmpadas de “led” e baterias. Já os carros rebaixados são compostos pela alteração da suspensão mecânica do carro nas rodas entre 13" e 19" polegadas de aro. Ele é personificado de acordo com o tipo de suspensão, podendo ser à mola, à rosca ou à ar. O objetivo, nesse caso, é o carro andar o mais próximo possível do solo, encostar no chão, se possível, e assim conseguir produzir um atrito entre os objetos e o corpo que captam esse balanço. “Acontece que o sujeito quer melhorar a qualidade do som interno do carro, quer ouvir a batida do grave, quer sentir o carro esbarrar no chão” (Entrevista com integrante do movimento em Osasco-SP).

Ilustração 17 – Paredão de som argentino – Sonorizados e Rebaixados



Fonte: Imagem gentilmente cedida pela entidade Racha do Som, Imperatriz-MA (2018).

Ilustração 18 – Carros customizados de veículos antigos e novos.



Fonte: Integrantes do movimento cultural de Imperatriz - MA (2018)

Ilustração 19 – Lava-Jato de Som Automotivo



Fonte: Integrantes da Associação dos Som Automotivo do Pará, 2018.

Outros movimentos sociais relacionados aos veículos se manifestam na sociedade moderna, como é o caso do movimento cultural *Lowrider* e *Hothad*, que consiste na adaptação, estilização e customização de automóveis, cuja expressão cultural é forte em países como Japão, México e Estados Unidos. "Os homens se relacionam e se definem por meio dos objetos, das coisas. Quando a coisa é um automóvel, eles se revelam ainda mais ciosos de suas posições." (QUEIROZ, 2006, p.120). Todavia, no movimento do som automotivo, são chamados de automóveis sonorizados, rebaixados, personalizados ou tunados.

Ilustração 20 – Estilização de automóvel do movimento cultural *Lowrider*



Fonte: pt.wikipedia.org/wiki/Lowrider. Acesso em 2018.

Ilustração 21 – Estilização de automóvel do movimento cultural *Hothad*



Fonte: <http://www.speedhunters.com/2015/12/this-is-japanese-hot-rodding/>. Acesso em 2019.

Segundo os integrantes do movimento do som automotivo, essa atividade teve origem no Japão, com a prática do *Drift*³, e migrou para os Estados Unidos. O filme *Velozes e Furiosos* foi palco de discussão sobre o tema da autenticidade da prática do Drift entre esses países, fazendo a indústria cultural americana reconsiderar no filme o papel do Japão nesta prática.

1.3 Práticas culturais sonoras e Convergência Tecnológica

A partir do campo interdisciplinar da música, muitos estudos sobre música, rádio, som e mídias estão sendo realizados no Brasil, em especial pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) têm-se delineado pesquisas com essas interfaces de maneira muito singular, “O Brasil tornou-se reconhecido internacionalmente como um dos países que mais produzem conhecimento qualificado sobre a radiodifusão sonora” (INTERCOM-RBCC, 2017, p.92).

As práticas sociais sonoras e as convergências tecnológicas que são diversos e particulares organizam humanamente o som. Dessa maneira, podemos compreender que os sons, as músicas e as máquinas produzidas a partir dos afazeres humanos, em seus lugares,

³ *Drift* ou *Drifting* é uma técnica de direção de carros que consiste em deslizar nas curvas escapando a traseira, girar o volante para que as rodas dianteiras estejam sempre em uma direção oposta à curva (se o carro vira para a direita, então a roda deve estar à esquerda, e vice-versa), controlando o nível de derrapagem, fazendo o carro literalmente andar de lado. Fonte: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Drift>>. Acesso em 30 ago 2019.

compõe identidades difusas e dispersas dependendo do contexto sociocultural e econômico no qual estão inseridos.

O som como objeto físico e subjetivo nos interessa para o entendimento do sentido cultural da prática do som automotivo, sua natureza invisível e impalpável tem o poder comunicante entre a cultura e o fazer sonoro. Para Wisnik (1989), na música o som, o silêncio e o ruído estão juntos numa longa conversa com as culturas, que por sua vez, são usados e elaborados de muitas maneiras e dos quais a cultura tenta extrair uma ordenação.

O som e a música são considerados como um bem cultural de fruição estética das culturas, em especial, e neste caso tem haver primeiramente com a escala musical emitido pelos sons agudo, grave ou médios dos altos falantes com a harmonização do som e da eletroacústica. Para os parâmetros sonoros, o som não pode ter só médios ou só grave, essas frequências são complementaridades do fenômeno nas complexidades das ondas sonoras que compõe as músicas “Um som não pode ter só médio ou grave ou agudo é necessário no mínimo um *tipo de trio* com voz, médio e grave para ter qualidade no som” (Entrevista Associação dos Som Automotivo do Pará, 2017).

O grave ou os médios da ciência ou dos musicistas que as compreende muitas vezes como o tamanho da onda sonora relacionados à escala musical ou com acústica, não são a mesma coisa para o movimento cultural do som automotivo, assim como para os trios elétricos do carnaval, dos festivais de música eletrônica, ou mesmo das aparelhagens do tecnobrega.

a correspondência proporcional entre frequências rítmicas e frequências melódicas, que se poderia produzir por exemplo em “solfejo” coral, torna-se bem “observável” por meio do sampler, tipo de teclado eletrônico que decompõe alturas melódicas em pulso rítmicos (WISNIK, 1989, p.221).

Para Miguel Wisnik, a música contemporânea se defronta com a admissão de todos os materiais sonoros possíveis: som/ruído e silêncio, pulso e não-pulso, sintoma de um processo de desagregação geral do sentido, que alguns vêem como estágio terminal da sociedade de massa. Assim, retoma Walter Benjamin (1975) para falar da mudez dos soldados pós-guerra e da bomba atômica no fim da segunda guerra mundial: "a bomba atômica anuncia uma forma definitiva de maxilimalização do ruído e do silêncio - depois dela a história ganha um caráter póster, ou, se quisermos, pós-moderno" (WISNIK, 1989, p.44). Esse acontecimento histórico marca não somente a memória da sociedade capitalista moderna, mas provoca, segundo o autor, a invasão do ruído pela própria textura interna à linguagem musical e a eclosão

espetacular de ruídos externos, como índices de habitat urbano-industrial que confluem para o surgimento da música concreta e a música eletrônica, que disputam polemicamente a primazia do processo de ruidificação estética do mundo.

A vida urbano-industrial, da qual as metrópoles são centros irradiadores, é marcada pela estridência e pelo choque. As máquinas fazem barulho, quando não são diretamente máquinas de fazer barulho (repetidoras e amplificadores de som) (WISNIK, 1989, p.47).

Práticas sociais sonoras vão simultaneamente desenvolvendo e metaforseando objetos e coisas através de recursos técnicos e materiais do som que transformam-se em bens de consumo e refletem sobre novas formas de um fazer musical com um estilo de vida na sociedade moderna brasileira. O som vai sendo adaptado e explorado a partir de novas práticas de um fazer musical intrínseco à cultura aprimoradas pela convergência de técnicas e materiais, como o cruzamento da eletricidade com o magnetismo, ou da energia elétrica com acústica, e "proliferam os meios de produção e reprodução sonora, meios fonomecânicos (o gramofone), elétricos (a vitrola e o rádio), eletrônicos (sintetizadores)" (WISNIK, 1989, p.47).

Para Leão Leibovich (2018), a história da música automática registra a passagem da música manual para a digital cujas necessidades sociais eram de equipamentos mais autônomos para ouvir música dentro de casa. Até o começo do século XIX, não se ouvia música dentro das residências, escutar uma música era privilégio para os poucos afortunados que podiam ir aos teatros ou contratar um artista.

Máquinas maravilhosas que tocassem sozinhas, sem necessidade de um músico ou instrumentista, foram idealizadas desde povos muito antigos[...] a automação significava não só entretenimento, mas também uma comodidade na execução de tarefas pré-programadas a um simples comando (LEIBOVICH, 2018, p. 07).

Ilustração 22 –Fonógrafo de Thomas Edison



Fonte: [pt.wikipedia.org/wiki/Fonógrafo](https://pt.wikipedia.org/wiki/Fon%C3%B3grafo). Acesso em 2018.

Este objeto sonoro revolucionou a forma de ouvir música e registra um momento importante para a história da indústria da música, do rádio e do automóvel. Desde a invenção do fonógrafo, as tecnologias de áudio não pararam de evoluir até atingir a estereofonia, ou

seja, um objeto eletroacústico que faz gravação e reprodução de áudio, principalmente musical.

Os gramofones com cornetas embutidas rapidamente se proliferavam, enquanto as vendas de cilindros caíam. Foi quando Edison resolveu lançar um fonógrafo com corneta embutida, que chamou de *amberola*, para competir no mesmo mercado (...) O auge dos gravadores de rolo doméstico se deu na década de 1960, depois da introdução dos transistores. O estudo do magnetismo e seu aprimoramento foi fundamental para o desenvolvimento de várias mídias de áudio, vídeo e dados em formatos como rolos, cassetes e cartuchos (LEIBOVICH, 2018, p.25-34).

O som é um fenômeno físico que possui várias funções e usos na sociedade (MERRIAM, 1967): na medicina, na engenharia, na música, nas religiões, ritos e celebrações das culturas. As ciências sociais tratam o tema do som como objeto de uma paisagem sonora, textura sonora, mídias sonoras ou imagem sonora. Estamos acostumados a compreender a música a partir do trabalho de um músico ou de uma banda de música, para este autor a música está para além dessas formas, são práticas musicais de um fazer humano e sua relação com o som na produção de um disco, de instrumento musical, estruturas de palco, elaboração de equipamentos e materiais acústicos.

Nas cidades modernas, os aparelhos e máquinas sonoras são comuns e fáceis de serem encontrados, eles existem entre os diversos modelos, marcas e formatos. Podem ser veículos usados para propagandas e comercialização de produtos, trios elétricos dos carnavais, trios elétricos de comícios políticos ou religiosos, aparelhos sonoros residenciais e comerciais, *shows* musicais, aparelhagem musical, mídias sonoras que se relacionam com o universo simbólico da cultura, da arte e do mercado.

Nas ruas é comum nos depararmos com carros sonorizados ou com aparelhos de som adaptados em cima dos veículos, que servem para divulgação e propaganda de eventos e vendas de produtos diversos.

Ilustração 23 - O carro de propaganda



Fonte: Imagem cedida pela entidade Racha do Som, Imperatriz - MA (2018).

Nas cidades somos freqüentemente atravessados, envolvidos ou expelidos pelos sons, diversas paisagens e texturas sonoras no ar se cruzam e atingem nossos sentidos - nossa escuta e atenção são solicitadas constantemente por texturas sonoras no mundo moderno eletroacústico.

A prática cultural de carros sonorizados no Brasil é antiga e circunscreve os anos de 1950, são facilmente aceitos por uma parte da sociedade que valoriza seus usos e funções.

Ilustração 24 – Carro sonoro para o desfile de carnaval, chamado carinhosamente de Fóbica (1929)



Fonte: Ayêska Paula Freitas de Lacerda, 2013.

O mecânico Osmar Macêdo e o radio técnico Adolfo (Dodô) Nascimento, que formavam Dupla Elétrica, resolvem intrometer no pomposo desfile do centro da cidade um Ford 1929 sem capota, carinhosamente chamado de Fóbica, no qual iam tocando seus instrumentos eletrificados [...] aprimoram o equipamento de som que conta com oito alto-falantes e motor para iluminação e convidam outro instrumentista, Temístocles Aragão. Estava instituído o Trio Elétrico, um conjunto formado por Dodô (violão, grave), Osmar (guitarra baiana, agudo) e Temi (triolim, médio). Em 1952 já passam para um caminhão e começam a aparecer os seguidores: Atlas, Ipiranga, Cinco Irmãos, Jacaré (FREITAS, 2005. p.03).

Ilustração 25 – Trio Tapajós criado por Dodô e Osmar em 1969



Fonte: Ayêska Paula Freitas de Lacerda, 2013

Ilustração 26 – Os paredões (batidões ou pancadões) de som automotivo



Fonte: Imagem cedida pelo proprietário do veículo, Chapecó-RS (2019).

1.3 O gosto do som automotivo: modelos e máquinas sonoras

A natureza oferece dois grandes modos de experiências da onda complexa que faz o som: frequências regulares, constantes e estáveis, como aquelas que possuem o som afinado, com altura definida, e frequências irregulares, inconstante, instáveis, como aquelas que produzem barulho, manchas, rabiscos sonoros (WISNIK, 1989, p.26).

O enfoque foi analisar o aspecto formal do som e da forma como as pessoas organizam humanamente como um produto musical com a problemática da sobreposição do ruído pelo silêncio em sua ruidificação estética sonora a partir de produções musicais maquínicas e das convergências tecnológicas do som.

O aspecto formal da tecnologia do som, tem haver primeiramente com a escala musical emitida pelo grave, pelo agudo ou pelos médios dos altos-falantes com a harmonização do som, da forma como as pessoas organizam humanamente o som, e neste caso de sobreposição do ruído pelo silêncio em harmonia com o som que pode ter vários formatos de projetos e sistemas na produção musical. Para as produções sonoras no carro, o som não pode ter só médios ou só grave, essas frequências são complementariedades do fenômeno das complexidades das ondas sonoras que compõem as músicas, daí a seguinte fala: “Um som não pode ter só médio ou grave ou agudo, é necessário no mínimo um *tipo de trio* com voz, médio e grave para ter qualidade no som” (Entrevista Associação do Som Automotivo do Pará, 2017).

Essa prática permite aos adeptos vivenciar uma experiência a partir dos parâmetros sonoros eletroacústico e mecânicos do automóvel. É justamente nesse ponto que o sujeito vai investir na satisfação do seu prazer como referência ao gosto sonoro automotivo. A combinação das frequências sonoras dos alto-falantes aparece como um importante elemento da cultura do som automotivo elaborado pelo trabalho técnico especializado. Essas variações e oscilações das frequências sonoras é que vai permitir uma vivência musical que é humanamente organizado. A personificação sonora começa com uma frequência bastante baixa chamada Sub, depois Subgrave, Grave, Médio, Médio Grave e Agudo, que podem ser usadas de muitas maneiras. Por meio de um aparelho chamado *crossover* ou um processador de áudio ligado a um amplificador, podem ser criados vários modelos. O modelo trio pode ser montado com alto-falantes Sub e Médio Grave, ou então é possível usar os alto-falantes originais que vêm de fábrica instalados no carro e que possuem uma saída chamada *Flet*, combinando estes a um alto-falante Sub para o auxílio do grave e, assim, melhorar o som interno do veículo.

Nos Estados Unidos eles gostam mais de qualidade de som, e no Brasil de quantidade de som, aqui no Brasil eles expandiram o negócio. Os melhores falantes com melhor qualidade sonora são do Japão, China e Estados Unidos. Aqui os sons trabalham com modelos tipo som trio e falantes de 12", utilizamos as quatro frequências sonoras por causa do melody (Entrevista com integrante do movimento em Belém-Pa, 2018).

Os chamados pancadões, paredões ou batidões são aqueles sons automotivos utilizados para agredir, causam grande impacto. Nele, as pessoas escutam numa distância elevada. Quem ouve sente a pressão sonora no corpo que absorve e reflete as ondas sonoras. Ainda assim, são também chamados de “pancadação de som” devido ao fato de reproduzirem músicas na frequência sonora do grave utilizando as 03 vias (grave, médio e agudo), um som “seco”. Esses objetos geralmente reproduzem músicas do Brega, *funk*, sertanejo, *country* e música eletrônica.

Ilustração 27 – Os paredões (batidões ou pancadões) de som automotivo, Maranhão-MA



Fonte: Imagem gentilmente cedida pela entidade Racha do Som, Imperatriz-MA (2018).

No caso do Pará, assim como em cidades do Nordeste, esses objetos recebem outro tipo de tratamento sonoro, modelo trio diferente do modelo pancadão. Nele, existem alto-falantes de 18" polegadas e um falante de 10" polegadas, que produz uma batida forte dentro do carro. Usam-se muito as carretinhas, um som externo. No pancadão, a reprodução do som só é de qualidade quando o equipamento é diferenciado. O diferencial é que ele necessita das quatro frequências (grave, médio, médio grave e agudo) para reprodução do estilo *melody*, da música do gênero brega e tecnobrega. Foi encontrada uma fábrica de módulos de potência chamada Powerrus.

Ilustração 28 – Som automotivo de carros pequenos, Belém-PA (2018).



Fonte: Imagem gentilmente cedida pelo proprietário do veículo

Ilustração 29 – Carretinha automotiva de som, Belém(PA).



Fonte: Vanessa Malheiro Moraes (2018).

Ilustração 30 – Projeto de som automotivo na Bolívia



Fonte: Imagem gentilmente cedida pela entidade Racha do Som, Imperatriz-MA (2018).

Os sistemas de som automotivo montados em Goiânia-GO e nas regiões próximas do estado têm características bem singulares e diferentes do restante do país. São sistemas de som com ênfase em frequências de graves e sub-graves, ou seja, frequências baixas. São frequentemente montados em automóveis, nunca em reboques ou carretinhas para serem puxados pelo veículo como em algumas regiões como o Pará. São sistemas em que as caixas de som são fixas, ou seja, quando são utilizadas, não precisam ser remanejadas e estão sempre prontas para serem utilizadas, basta parar o veículo e abrir as portas e/ou o porta-malas.

Os sistemas de som automotivo nessa região são sempre de três vias: uma com alto-falantes que reproduzem frequências de graves e sub-graves, outra via com alto-falantes que reproduzem médias frequências e outra via que reproduz frequências altas (“agudas”).

Nas vias de graves, são utilizados *subwoofers* automotivos. Na via de médio, podem ser utilizados *woofers* de 6 ou 8 polegadas ou ainda traxiais/quadriaxiais de 6x9 polegadas. Na via de agudos, são utilizados *supertweeters* profissionais.

Resumidamente, esse sistema de som não gera desconforto auditivo e não atinge longas distâncias comparado a outros tipos de sistemas de som automotivo de outras regiões do Brasil, como o pancadão ou as carretinhas.

Ilustração 31 – Modelo de Som Automotivo em Goiânia-GO



Fonte: Imagem gentilmente cedida pela empresa AbelVolks, Goiânia-GO (2019).

Segundo o proprietário da empresa Abelvolks, em Goiânia-GO:

Em 1997, fizemos o primeiro evento do segmento no mundo, pois na época não existia som de grande porte em veículos. Juntamos 12 veículos com som e fizemos na cidade de Inhumas-Goiás. Nós somos a empresa mais antiga que conheço no ramo de acessórios, temos 52 anos de mercado e 24 anos trabalhando com som e 22 anos no ramo de eventos. Sobre campeonatos de som aqui na região, nunca participamos, mas em algumas cidades são eventos que levam um número grande de público. Em Goiás, o som automotivo é proibido em praticamente todas as cidades. Não existem locais para ligar o som, sempre são ligados em chácara ou locais mais afastados. Em Goiânia, existe duas fábricas de alto-falantes: “Zetta Áudio” e “Tiger Áudio. O resto dos equipamentos para montagem são comprados em outros estados. E alguns clientes compram de pessoas que traz do Paraguai, a maioria deles viraram *clientes* (Entrevista com integrante do movimento em Goiânia-GO, 2019).

Os estilos de carros no Brasil mudam muito de região para região. No Sul, por exemplo, é mais comum o pancadão usando falantes de 12 polegadas para o grave, driver fenólico⁴ para médio e *supertweeter* para os agudos. Em Minas Gerais, o pancadão usa o falante de 15 polegadas para responder as frequências baixas. No Norte e Nordeste, são usados o 4 ou 5 vias, sendo grave de 15 ou 18 polegadas, médio-grave de 12, 10 ou 8 polegadas, *drives* fenólico e *supertweeter* para as 4 vias, ou em alguns casos substitui o

⁴ Driver é o nome dado ao conjunto – imã + bobina + diafragma – de um sistema que transforma sinais elétricos em ondas sonoras (médias e agudas). O Driver fenólico possui diafragma de tecido, impregnado de resina fenólica, e por isso o nome. <https://blog.lojadosomautomotivo.com.br/o-que-e-um-driver-fenolico-2578>, Acesso em 2019.

supertweeter pelo *drive* titânio e com 5 vias com o grave de 15 ou 18 polegadas, médio grave 12, 10 ou 8 polegadas, driver fenólico, *driver* titânio e o *supertweeter*.

No Brasil, o movimento cultural reproduz as músicas de suas preferências, a depender da região em que se manifesta. No Sul do país, existe uma predominância das músicas do *funk* e música eletrônica. No Centro-Oeste, sertanejo e forró. Já no Norte, a predominância é pelo melody e pelo brega. No Maranhão, ouve-se muito forró e *funk*. Essas variações de frequências sonoras mudam de região para região, assim como de projeto de som, que por sua vez variam de tamanho e necessitam do uso de guinchos ou reboques para seu transporte. Nas cidade de Imperatriz, no Maranhão, e Belém do Pará, é forte a aceitação da prática, com grande consumo de equipamentos sonoros projetados em caminhões e caminhonetes, que os integrantes chamam de “som carrosivo”. Na cidade de Belém no Pará, se observa veículos sonorizados menores, com uma grande quantidade de veículos pequenos e “carretinhas” de som.

Além desse aspecto, há na escolha a variante a partir da composição das frequências sonoras em relação aos gêneros musicais, uns preferem o som agudo, chamado popularmente de “corneteiros”, outros preferem os graves chamados de pancadões ou batidões, ou os modelos trio com ênfase nos médios ou mesmo como os carros da Bolívia que gostam que as frequências trabalhem juntas. Assim também existem pessoas que gostam da harmonia equilibrada, com “alta fidelidade”, aquela em que se ouvem todos as frequências nitidamente e em que se possa distinguir no carro o som dos instrumentos musicais.

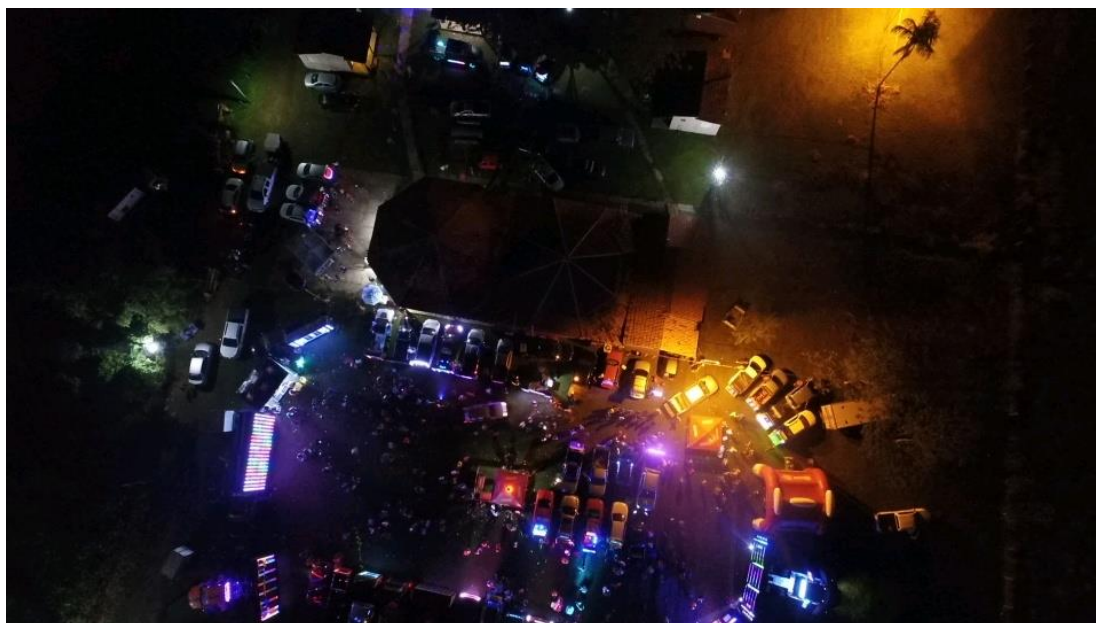
A representação é o ato de “tornar presente”, e apresentar ao espírito a alguma coisa. Nesse sentido diz-se que a imagem ou a ideia é uma representação que substitui simbolicamente o objeto que existe fora de nós. Isso quer dizer que representar está relacionado à tarefa do conhecimento (SCHOPKE, 2010, p. 211).

O movimento é liderado quase que totalmente por homens, o que atrai a presença das mulheres. A presença feminina neste cenário, todavia, ainda é pequena, poucas mulheres proprietárias dos carros sonoros, assim como em equipes do som automotivo. Em Belém, foram indentificado os movimentos de mulheres chamado de “*Gatas do Rock*” e “*Rainhas do Som*”. Por outro lado, algumas mulheres compreenderam a lógica de mercado, e o seu papel é de apoiar os maridos em suas escolhas e campeonatos. Portanto, nota-se que se trata, de fato, de uma prática profundamente masculina, devido à configuração sócio-histórica da legislação do automóvel brasileiro, pois, como afirma Brandão, “Assim, poderia ser preservada a figura do homem como criador da estética automotiva. Sem este detalhe a produção em massa poderia expor aspectos excessivamente mecânicos” (BRANDÃO, 2011, p.109).

1.5 O som automotivo: encontros, festas e embates sonoros

Dispersos pelas cidades, os adeptos do movimento cultural podem ser caracterizados através de carros para o comércio, para o lazer ou competição, geralmente são encontrados em postos de gasolina, orla das praias e balneários, nas ruas, nas praças, entre outros locais similares, como também em espaços alugados e de propriedade privada, como chácaras, fazendas, bares, lojas e estacionamentos de shopping. Quase não existe um local público reservado para a prática social sonora, fazendo com que os participantes do movimento reúnam-se em locais improvisados. Esse não-lugar é sempre acertado antes, e os participantes se organizam espacialmente com seus carros em rodas fechadas ou emparelhados. O não-lugar se transforma num lugar comum, quase sempre marginal, habitado por uma rede de identidades e sociabilidades. Aqui existem pelo menos dois espaços lugares contidos, que ocorrem em corpos sociais diferentes.

Ilustração 32 – Encontro de carros



Fonte: Imagem cedida pela entidade Racha do Som, Imperatriz MA (2018).

Ilustração 33 – Encontro de carros na orla do rio em Belém-PA



Fonte: Vanessa Malheiro Morais (2018).

Foram encontradas muitas equipes e tribos que participam de campeonatos sejam amadores ou profissionais distribuídos por todo o país. Muito dessas formações de grupo começam através dos projetistas ou montadores dos quais projetam o som nos veículos populares ou de luxo, através do serviço técnico de som na sua própria garagem, loja ou mesmo na sua oficina, que posteriormente, foram conquistando clientes, que transformou-se em amizades, grupos e equipes que podem ou não participar dos campeonatos profissionais. Em Belém os Grupos Galera do Rock, Tubarão e Barão Vermelho possuem mais de vinte anos, e toda vez que entra alguém para o grupo existe um espécie de "batizado" para o novato.

Cada região do Brasil possui suas equipes e tribos de carros rivais. Quando se reúnem, autoidentificam-se como “tribos”, já que cada grupo possui uma preferência por tipos específicos de veículos que variam de acordo como o tipo e o modelo do automóvel e do som. Os carros podem ser novos ou antigos, populares ou de luxo, ou então pequenos ou grandes, variam pelo modelo ou marca, ou então por carros sonorizados e/ou rebaixados, de acordo com a abrangência de público que pretendem atingir. O gosto musical e o poder aquisitivo é determinante para a escolha do tipo e o modelo dos equipamentos sonoros e dos automóveis.

Os encontros do som automotivo são locais de apresentação, exibição e ostentação dos veículos sonorizados que possuem vários nomes, “Trucadona do Sul”, “Caminhão Tenebroso”, “Carreta Treme Treme”, que são equipes que disputam a potência sonora de suas máquinas ou produzem festas e eventos, ou ainda como esporte buscando extrair o máximo de

rendimento dos equipamentos, que podem ser ou não ser patrocinadas pelas empresas fabricantes dos equipamentos. Os encontros são ainda locais de apresentação pública de tribos urbanas, que exibem seus objetos sonoros modificados e adaptados. Às vésperas dos encontros e dos embates, os participantes, muitas vezes, fazem uma revisão para ajustes dos equipamentos de som e acessórios do veículos.

Os encontros e as disputas acontecem todos os fins de semana pelo Brasil, podem ser festas privadas ou públicas, tematizadas, de confraternização das equipes e tribos, em feriados, aniversários e datas comemorativas. São alugados grupos geradores para suportar a potência sonora produzida, e há contratação de seguranças, DJ's, equipe de produção e organização (portaria). Essas festas não precisam das mídias especializadas, pois elas atraem as pessoas onde elas estão. Um evento desses pode reunir até dez mil pessoas.

São em sua maioria festas populares ou festas privadas, que são consumidas ora como uma prestação de serviço, ora como diversão e lazer. As festas sonoras automotivas constituem uma espécie de rito dionisiaco, pois os corpos sonorizados entram em êxtase e numa embriaguez emocional dançam em frente às aparelhagens a partir do efeito das frequências sonoras. O fenômeno do som ao refletir as ondas sonoras provoca uma espécie de transe no corpo sonorizado que absorve e reflete essas ondas. As festas, encontros e eventos também servem para renovar o prestígio e o *status quo* frente aos lojistas e aos profissionais do mercado local, a partir de uma concorrência monopolística de produtos e serviços.

Ilustração 34 – Festa automotiva, Réveillon de 2018, Atalaia-PA.



Fonte: Vanessa Malheiro Morais (2018).

A disputa entre os automóveis é tida como acontecimento social e da natureza humana masculina, pela maior potência sonora ou pelo máximo de rebaixamento dos veículos. Os embates são palco de rivalidade que imprime aos participantes um signo de distinção. Os embates amadores, em que não existe uma entidade mercadológica julgando são regidos pela lei do público na hora do evento, que decide quem tem o melhor som ou carro e acabam julgando à sua maneira, geralmente buscam o som que toque mais “alto”, que produz mais barulho, que chega a queimar os alto-falantes, e o critério, na maioria das vezes, é o som com o volume mais intenso que nem sempre é o melhor som do evento. Carros pequenos podem ter melhor qualidade sonora que os paredões de som, por exemplo, tudo vai depender do poder aquisitivo para conseguir os melhores equipamentos e de um bom profissional especializado. Segundo especialista em som automotivo pela empresa Steson, os proprietários dos automóveis “não sabem se o som está ou não com qualidade, quando eu vou alinhar o sistema que eles percebem que o som estava ruim” (Entrevista ao especialista em som, da empresa Steson, 2019).

Para Geertz (2008), a cultura se liga à natureza a partir da evolução inata da produção de significados de difícil compreensão devido aos diferentes modos de vida em sociedade. É por causa dessa duplicidade cruzada de um acontecimento que, tomado como fato da natureza, desperta um furor incontido e, tomado como fato da cultura, que Geertz define a briga de galos como uma entidade sociológica (Idem, p.193).

O embate sonoro está associado como algo natural, vivido de uma estética sonora e automobilística, e exige uma liberdade consumista pelos bens que provoca um status social, que ao interagir e ostentar seus veículos internaliza uma rivalidade e concorrência mercantil que se opõe à postura transgressora de alguns consumidores. "o que o ato simbólico tem a dizer sobre ele mesmo, isto é, sobre o papel da cultura na vida humana" (GEERTZ, 1986, p. 22). O embate acontece quando um carro “cobre a potência” do outro carro, uma verdadeira disputa por potência sonora. Nesses casos, pode acontecer de o proprietário do veículo sobrecarregar o sistema de som até ele distorcer e queimar todo o equipamento, do mesmo modo que tem a aceleração e o limite do chão do automóvel.

1.5 O som automotivo: cultura, status e estilos de vida

o gosto é operador prático da transmutação das coisas em sinais distintos e distintivos, das distribuições contínuas em oposições descontínuas; ele faz com que as diferenças inscritas na ordem física dos corpos tenham acesso à ordem simbólica das distinções significantes (BOURDIEU, 2008, p.166).

A prática é considerada, pelo movimento cultural, como um prazer de satisfação pelo som e pelo carro, que vicia como uma droga - sensação sonora corporal na qual o corpo absorve e reflete. O gosto cultural é aquele em que aprecia a qualidade e a potência do som, de sentir o carro esbarrar no chão ou se mexer, numa experiência eletroacústica e de modificação do veículo. Nesse sentido, atente-se para as seguintes passagens do Projeto de Lei abordado no presente estudo:

A preferência cultural é algo individual, cada ser humano gosta daquilo que lhe convém e partindo dessa premissa, o Poder Público não pode permitir que essa categoria social sinta-se e permaneça alheia à sociedade e aos seus intrínsecos direitos, daí a relevância do presente projeto, que através do reconhecimento do som e estilização automotiva como vertente cultural, vem determinar que se efetive a delimitação de espaços públicos para a prática harmoniosa desse estilo cultural (Projeto de Lei 064 de 23 de agosto de 2016).

Para uns pode ser uma vida pacata, silenciosa, de descanso, mas para outros pode ser uma vida agitada, barulhenta, elétrica, sem parar, ou ainda, alguns podem escolher as duas maneiras, dias de mansidão e dias de agitação (Projeto de Lei 064 de 23 de agosto de 2016).

A cultura personifica o som a partir do automóvel, e se identificam pelo prazer ou fazer sonoro e estético dos automóveis. O estilo de vida do proprietário do veículo varia, pode ser ao mesmo tempo um serviço ou comércio, um *hobby* ou esporte para competição.

As máquinas sonoras são uma forma de fixar uma personalidade no mundo, os corpos sonorizados e as máquinas ganham um ar de espetáculo, gerando um simulacro que é estereotipado pela força da renovação do *status social*. Essas máquinas sonoras tornam-se um grande espetáculo chamando à atenção das pessoas, porque substituem o palco tradicional dos *shows* de música ao vivo. Muitos proprietários de veículos contratam os DJ's para tocar nas festas. O movimento possui seus próprios DJ's e produtores de eventos.

A disputa pelo melhor carro ou som entre os proprietários dos veículos movimenta o repertório da identidade cultural do som automotivo. Assim, muitos deles representam algum segmento na cadeia produtiva de objetos e serviços, como os lojistas de venda e manutenção dos carros e som, projetistas e montadores de som, competidores profissionais, produtores culturais de entretenimento público.

Nesse contexto, as classes populares veem a prática como uma oportunidade de negócio de compra e venda de peças, carros e serviços, assim como manter sua posição social na cidade onde moram, como modo de sobrevivência, ou mesmo como meio de aceitação social pela sociedade do barulho, que lhe serve muitas vezes de recurso midiático ou marketing pessoal para o espetáculo da vida cotidiana.

As classes médias e populares então se submetem ou se subordinam aos interesses políticos e mercadológicos dos grupos hegemônicos que controlam a técnica e os meios de produção, até mesmo a participação de técnicos anônimos “autodidatas” ou especialistas encontrados no meio de produção é desigual, pois as empresas compram as ideias, os modos de fazer de elaborados produtos técnicos em que as indústrias resinsiram o meio de produção só que com sua própria marca.

O mercado dos bens sonoros automotivos também provoca intercâmbios culturais. Os adeptos migram para outras cidades onde podem manter suas máquinas sonoras ou sua prática social, assim como promover campeonatos de som com legislações locais mais brandas que permitem o uso desses equipamentos sonoros e dos carros rebaixados.

A diferença entre os níveis culturais se estabelece pela composição de seus públicos (burguesia/classes médias/populares), pela natureza das obras produzidas (obras de arte/bens e mensagens de consumo de massas) e pelas ideologias político-estéticas que os expressam (aristocratismo esteticista/ascetismo e pretensão/pragmatismo funcional) (CANCLINI, 2009, p.78).

Para Nestor Canclini (2009), tal unidade ou convergência se manifesta no fato, entre outros, de que os mesmos bens são, em muitos casos, consumidos pelas distintas classes sociais. Então a diferença se estabelece, não só como cada classe se apropria, mais no modo como ela usa os bens. (CANCLINI, 2009, p.78).

As classes sociais da cultura do som automotivo testam os produtos desenvolvidos pela indústria do som, da música computadorizada e do automóvel através dos campeonatos profissionais, a partir da satisfação de um prazer e fazer sonoro automotivo que possui uma mídia altamente alinhada com recursos midiáticos e comunicacionais, pois, conforme Canclini,

A burguesia desloca para um sistema conceitual de diferenciação e classificação a origem da distância entre as classes. Coloca o motivo da diferenciação social fora do cotidiano, no simbólico e não no econômico, no consumo e não na produção (CANCLINI, 2009, p.81).

O consumo das novidades tecnológicas sonoras que são produzidas para uma pequena elite inicialmente que procura sempre marcar uma distância e o diferente e que muitas vezes não valoriza os afazeres populares, dificulta a interação de grupos mais heterogêneos. As tecnologias sonoras cada vez mais sofisticadas servem de uso não somente para essas práticas, mais para os grandes shows musicais, museus. Isso permite-nos então perceber uma

multitemporalidade nos processos comunicacionais, intercâmbios às vezes conflitivos, alianças e estratégias entre os produtores e consumidores.

As classes ao disputar quem tem mais potência ou qualidade sonora através de seus automóveis defende um determinado estilo de vida que é patente, pois pagar ou comprar um bem não é um problema em si.

A arte manteve o burguês dentro de certos limites enquanto foi cara. Mas isso acabou. Sua proximidade ilimitada, não mais mediatizada pelo dinheiro, às pessoas expostas a ela consome a alienação e assimila um ao outro sob o signo de uma triunfal reificação. Na indústria cultural, desaparecem tanto a crítica quanto o respeito: a primeira transforma-se na produção mecânica de laudos periciais, o segundo é herdado pelo culto desmemoriado da personalidade. Para os consumidores nada mais é caro. (ADORNO; HORKHEIMER; 1947, p.20).

A aquisição de um carro pode constituir um verdadeiro rito de passagem e deixar marcas que os sujeitos podem carregar por outras etapas de sua vida. Nesse sentido, Queiroz enfatiza uma parcela da população que pode com mais frequência e facilidade usufruir desse bem:

É de hábito, nas famílias abastadas, que a transição do jovem para a maioridade e seu ingresso na universidade se façam acompanhar de um valioso presente: o carro, que simboliza esse rito de passagem para o mundo adulto, a carteira de motorista habilitando-o para a nova condição de ampliada liberdade (QUEIROZ, 2006, p.116)

Um outra fonte de escolha está na necessidade de escutar sua própria música, de reproduzir esse som e de disputar e extrair potência dessas máquinas. Essa fração de classe confere um *status* social no objeto como um poder ostentatório, de firmar uma posição social, já que “através de preocupações culturais – a celebração da rivalidade do *status* – que não apenas especificam o enfoque, mas o colocam em primeiro plano, reunindo atores e dispondo o cenário” (GUEERTZ, 1989, p.193).

Ao analisar a cultura e o mercado que envolvem o movimento cultural, observa-se uma primeira camada de significados a partir da necessidade de um *status* social com base na competitividade e na concorrência monopolística dos equipamentos sonoros e acessórios automobilísticos.

O *status* social é representado em razão do gosto da cultura dominante, a representação multifacetada possuem dois sentidos, do ego principalmente, de querer ser o melhor, ter o melhor som, melhor carro, e outro sentido comercial, do trabalho.

A necessidade contraditória do consumo na sociedade moderna no simulacro de um estilo de vida é representada pelo consumo conspícuo das tecnologias. O gosto estético e político do Som Automotivo se encontra na estrutura, na prática social e individual, por meio

de estruturas ideológicas de um gosto competitivo e status quo conectivo que engendra trabalho, diversão e lazer.

O status quo conectivo como artifício metodológico para entendimento das culturas divididas em classes sociais que tece valores estéticos e políticos de um fazer sonoro com um gosto musical no cenário competitivo e monopolístico dessa cultura sonora.

O status conectivo das classes se encontra no consumo que a cultura faz dos objetos sonoros. Logo, os valores culturais são paradigmas construídos artificialmente pelas culturas em cumplicidade com as estruturas socioeconômicas e com os lugares comuns da cultura política num mercado global.

O estilo competitivo é sustentado por um *status social conectivo* que lhe exige um consumo ostentatório na necessidade ilusória de poder e de *status quo* no meio social. São atividades técnicas e mercantis regulares cujo hábito produz uma experiência sonora acústica e estética de veículos, que envolve lugares e sujeitos através do simulacro de um *status social* que é transformado em um estilo de vida.

Ilustração 35 – Estilos de Vida e Esporte



Fonte: Toda Mafalda/Quino. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

Ilustração 36 – Estilos de Vida e Hobby



Fonte: Toda Mafalda/Quino. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

Ilustração 37 – Estilos de Vida e Trabalho



Fonte: Toda Mafalda/Quino. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

O que determina muitas vezes o estilo de vida é o poder aquisitivo do proprietário que vai determinar o tipo e modelo de projeto de som com o automóvel, que pode ser interno ou externo aos carros.

O estilo de vida está engendrado a partir de sua apresentação pública conflitiva e de um ego por quem tem o melhor carro ou som sustentado pelo prazer de personalização do som e do carro. Essas ambivalências criam grupos multifacetados, pois participam desigualmente da produção, distribuição e da circulação das máquinas sonoras.

O gosto pela prática sonora automotiva reside não somente na sua autoafirmação no espaço social, mas depende do estilo de vida e do poder aquisitivo que o indivíduo tem para consumir. O consumo de tecnologias sonoras e a prática do fazer sonoro são acompanhados de um prestígio social que essas máquinas sonoras automotivas supõem no meio social em que o projetista ou o montador do som, que possui de grande importância devido aos seus conhecimentos sobre elétrica, eletroacústica, assim como a mecânica dos e que convivem com aqueles adeptos na formação de equipes.

O consumidor começa com um som pequeno, depois vai aumentando, ou porque se acostuma com aquele som ou porque troca de veículo, ou ainda como meio de sobrevivência, pois pode usá-lo como meio de propaganda, produção de festas, transporte de passageiros e materiais. Muitos consumidores gastam o dobro em equipamentos sonoros, chegando a superar o valor do carro, em vez de trocar de carro, trocam de equipamentos sonoros.

O consumo cultural é relativo porque, no movimento, existem pessoas com baixo poder aquisitivo, que possuem um carro popular, mas que, no entanto, possuem um grande e caro equipamento de som instalado no automóvel, superando o próprio valor do automóvel. Muitos vendem casas e trabalham bastante para personificar seu automóvel ou seu equipamento de som. A gosto popular do som automotivo desenvolve um importante papel no consumo dessas tecnologias sonoras em nível global, o do avanço da ordem mercantil hegemônica.

Por outro, consumidores com alto poder aquisitivo conseguem consumir as melhores tecnologias, os melhores carros. Para alguns, a qualidade do som é aquela em que os parâmetros sonoros de intensidade e altura do som são equalizados com a amplitude e a oscilação das músicas. O que permite uma vivência desses fenômenos sonoros no carro, do fazer e se relacionar com esses sons em determinada cultura.

O consumidor começa com um som pequeno, depois vai aumentando, ou porque se acostuma com aquele som ou porque troca de veículo, ou ainda como meio de sobrevivência, pois pode usá-lo como meio de propaganda, produção de festas, transporte de passageiros e

materiais. Muitos consumidores gastam o dobro em equipamentos sonoros, chegando a superar o valor do carro, em vez de trocar de carro, trocam de equipamentos. O consumo cultural é relativo porque, no movimento, existem pessoas com baixo poder aquisitivo, que possuem um carro popular, mas que, no entanto, possuem um grande e caro equipamento de som instalado no automóvel, superando o próprio valor do automóvel. Muitos vendem casas e trabalham bastante para personificar seu automóvel ou seu equipamento de som. Por outro, consumidores com alto poder aquisitivo conseguem consumir as melhores tecnologias, os melhores carros. Para alguns, a qualidade do som é aquela em que os parâmetros sonoros de intensidade e altura do som são equalizados com a amplitude e a oscilação das músicas.

Sob uma sociedade hierarquizada, dividida em classes sociais, Bourdieu (2008) considera que o gosto e as práticas de cultura de cada um de nós são resultados de um feixe de condições específicas de socialização. É na história das experiências de vida dos grupos e dos indivíduos que podemos apreender a composição de gosto e compreender as vantagens e as desvantagens materiais e simbólicas que assumem os indivíduos.

A ideologia do gosto popular e dominante assenta no seguinte: o sucesso da tecnologia sonora é apresentado como um vício, mas também como *status* social e não via capital cultural adquirido pela família ou pelo conhecimento intelectual. Por outro lado, o gosto dominante é apresentado como um som profissional, com fidelidade sonora acústica. Entretanto, a distância entre aspirações, distinções e pretensões que o sistema produz e as oportunidades que ele realmente oferece é desigual e afeta um conjunto de consumidores, de acordo com a lógica mercadológica das empresas nacionais e regionais que se subornam às multinacionais. “Existe o que gosta consciente e o que gosta inconsciente, mas existe o público que gosta e os que não gostam e criticam” (Entrevista agente som automotivo de Belém-PA).

1.7 O Embargo da Identidade Social do Som Automotivo

O movimento cultural acompanha os avanços tecnológicos do áudio automotivo. Essa prática sonora permite aos adeptos viver uma experiência a partir dos parâmetros sonoros eletroacústico e mecânicos do automóvel.

A eletrificação da gravação, ocorrida nos anos 1920, inicia o processo de imbricação entre as técnicas de reprodução e produção sonora, que será definitivamente consumado pela representação digital [...]cujas estratégias de representação passam de um estágio de documentação para o de “construção” de um evento original² (DO OUTRO LADO DO ALTOFALANTE, P. 46)

A pesquisa desenvolvida por Theodor Adorno e Max Horkheimer, na década de 1950, situa o campo das artes na sociedade capitalista marcada por grandes empresas, com a crítica que os autores fazem à sociedade de mercado ao criar o termo “indústria cultural” para designar a arte na sociedade capitalista industrial. A arte de vanguarda sofre modificações de maneira que a arte erudita clássica é transformada e banalizada enquanto a arte popular é marginalizada. Adorno; Horkheimer (1982) criam o termo “indústria cultural” como processo de industrialização que organiza a produção artística e cultural no contexto das relações capitalistas de produção e que deve ser lançada no mercado, vendida e consumida como qualquer mercadoria.

A ideia central desenvolvida nessas considerações é a de que, apesar de a reprodução ampliar a apropriação dos bens artísticos, conforme quer Benjamin (1982), esse processo confirma a subsunção de todas as atividades produtivas humanas à lógica do capitalismo, modificando a relação obra/artista/público, ao transformar os objetos estéticos em mercadorias sujeitas às leis do mercado, sejam músicas, seja cinema ou equipamento sonoro automotivo.

Os sujeitos são das mais variadas classes e posições sociais. Podem ser políticos, delegados, enfermeiros, empresários, fazendeiros, ou então funcionários públicos, donos de lojas, oficinas, mecânicos, eletricitas, quando jovens, ganharam, compraram ou adquiriram um automóvel. Entre eles, alguns desenvolveram o conhecimento técnico necessário para projetar o som no carro. Neste circuito, aparece um sujeito anônimo chamado “autodidata”, que vende as ideias para as grandes marcas ou abre sua própria empresa. A cultura do som automotivo integra-se ao sistema através do consumo, do capital, que alimenta o sistema de produção.

Ao mesmo tempo, a sociedade burguesa também desenvolveu, em seu processo, o indivíduo. Contra a vontade de seus senhores, a técnica transformou os homens de crianças em pessoas. Mas cada um desses progressos da individuação se fez à custa da individualidade em cujo nome tinha lugar, e deles nada sobrou senão a decisão de perseguir apenas os fins privados (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, p.18).

Os projetistas entrevistados começaram a prática quando jovens e hoje desenvolvem alguma atividade ou serviço dentro do segmento, ou seja, pode ser uma lojista, um mecânico, um projetista de som, que combinam diversão e trabalho.

A cultura do som automotivo divididas em classes sociais, cujos papéis e as posições se entrelaçam com um *status* social conectivo através do poder aquisitivo do indivíduo, que determina ao final o acesso aos produtos oferecido à música e ao automóvel.

A identidade é aquela que transita entre o mercado competitivo e a concorrência monopolística. A identidade individualista de um prazer fazer sonoro também é subjetivo, ora pode servir como objeto de lazer, *hobby* e entretenimento, ora simplesmente como objeto comercial, no serviço prestado. A construção da identidade é um fenômeno que se produz em referência aos outros, em referência aos critérios de aceitabilidade, de admissibilidade, de credibilidade, e que se faz por meio da negociação direta e indireta com outros e com o meio ambiente.

Não se identificaram relações sociais pautadas na visão tradicional de pertencimento, herança cultural, sejam elas ligadas à noção de território, sejam comunitárias, não compartilham um sentimento comum relacionada à memória coletiva da sua formação social contraditória de expressão cultural. O sujeito individualizado e competitivo.

Em suma, existe uma diferença entre uma cultura que produz para as massas tecnologias sonoras e automobilísticas e uma cultura sonora automotiva mais narciza da massa, pois esses bens são utilizados por muitos segmentos dentro da sociedade capitalista propriamente dita.

Para Nestor Canclini (2008), o sujeito intercultural é um sujeito ligado aos outros, complexo, diversificado, emergente, que surge dessas interações entre o tempo e o que sobra do estilhaçado sujeito pós-moderno. Trata-se de uma crítica ao sujeito pós-moderno, para usar nomenclatura também defendida por Stuart Hall (2011).

A ideia de sujeito intercultural é uma crítica ao sujeito pós-moderno individualizado, de uma cultura de um infinito particular, dentro dela mesma, para ela mesma, e depois para com os outros de acordo com seus próprios interesses e gostos. No caso dos integrantes de grupos de som automotivo, sua legitimidade social é conflitiva, pois observa-se a falta de união e coletividade entre eles, que, na voz de alguns agentes, “se consideram um grupo desunido e competitivo” devido ao ego de cada proprietário.

A cultura do som automotivo parece estar no limbo de uma fronteira simbólica e material do não-lugar, é dizer do marginal, do ilegal, que, por si, produz uma transgressão simbólica e material. A imaterialidade do som se materializa no espaço e organiza esse espaço como uma extensão do corpo, da coisa, do objeto sonoro que faz parte da imagem narcizista do sujeito e do objeto, uma espécie de valor agregado ao carro que transforma a máquina em *status* social em disputa simbólica e material.

A palavra “aficionado” é um termo bastante usado pelo movimento, é sinônimo de fanático, apaixonado, entusiasta e amante, indicando uma pessoa que gosta muito de uma coisa. Pode indicar também uma pessoa que é amadora em alguma atividade, sendo curiosa

das propriedades físicas do som e do carro, também existe um produto para eles pela indústria do som automotivo.

Existem aqueles que não têm um som automotivo, mas gostam de andar junto com aqueles que possuem um som automotivo, mas também existem aqueles que desenvolvem alguma atividade em torno dos eventos promovidos pelo movimento, como por exemplo os DJ's do som automotivo: “no segmento automotivo quando é feito o movimento vai lá o ambulante, o vendedor, muitos vão fazer negócio, gera uma economia, vários empregos e quantidade de imposto que é gerado” (Entrevista com integrante do movimento em Belém-Pa, 2018).

As identidades se consomem no contexto social, que é, por sua vez, um instrumento das estruturas sociais hegemônicas. A tecnologia e o prazer contêm a essência das coisas (objetos e serviços) e tornam-se um instrumento das estruturas sociais, produzem uma ideologia mercadológica capitalista num conjunto de ideais, estruturantes e estruturadas pelo *habitus*. A identidade sucumbe à lógica do mercado liberal e monopolística. na ordem das coisas, o que importa é o que rende, dá lucro. Essa ideia de crescimento econômico, de gerar renda, lucro e impostos ligada ao prazer de ouvir ou fazer ouvir consta na identidade social da cultura.

Sua identidade mercadológica é difusa e disforme, a razão das mercadorias motivadas por razões simbólicas de uma identidade individualizante compartilhada pelas ideologias dos agentes. A identificação das motivações de cada indivíduo foi usada para determinar o sentido cultural do gosto, cujo prazer eleva a um vício sonoro, que se confunde com o consumo de mídias e é usado pelo *marketing* pessoal.

A cultura do som automotivo evidencia tres tipos de sujeito: o “consumidor profissional” ou “burguês consumidor” e o “consumidor amador” deste cenário cultural, que pode ser um ouvinte ou um competidor. O sujeito amador está relacionado aos jovens consumidores, necessidade de marcar sua posição na sociedade exibem seus bens em troca de *status* social.

O burguês cuja vida se divide entre o negócio e a vida privada, cuja vida privada se divide entre a esfera da representação e a intimidade, cuja intimidade se divide entre a comunidade mal-humorada do casamento e o amargo consolo de estar completamente sozinho, rompido consigo e com todos, já é virtualmente o nazista que ao mesmo tempo se deixa entusiasmar e se põe a praguejar, ou o habitante das grandes cidades de hoje, que só pode conceber a amizade como social contact, como o contato social de pessoas que não se tocam intimamente (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, p.18).

As identidades estão dispersas e fragmentadas, e as culturas em conflitos sociais e econômicos. A forte presença da indústria cultural do som, da música e do carro faz surgir novas formas de consumo. A cultura do som automotivo surge a partir do contexto histórico da industrialização tecnológica e globalizada, cujo costumes e modos de vida estão ligados diretamente ao consumo e ao *status* desse consumo. Os repertórios culturais são construídos socialmente a partir do capital simbólico objetivado e a posição social vai ser definida a partir do consumo desses bens.

Canclini (2008) aborda a modernização nos países latino-americanos, indicando as diferenças e as desigualdades que encurtam as fronteiras entre as culturas na sociedade capitalista, que impõem à sociedade da informação novas tecnologias que são produzidas para suprimir as necessidades de consumo. Segundo Pierre Bourdieu (2008), os bens culturais se distribuem e se hierarquizam na sociedade de acordo com o estilo de vida da cultura dominante com sua estética burguesa, e as práticas sociais se diferenciam a partir do poder de reprodução do capital cultural que se faz do campo cultural, reproduzindo-se não somente via herança de capital econômico, mas através do capital social e cultural.

A sociedade do silêncio que lhe imprime um estigma marginal é a mesma que os agentes mercadológicos e políticos da cultura dominante e popular dividem. O sujeito, que pode ser ao mesmo tempo produtor e consumidor, abastece o mercado com serviços comerciais, entretenimento e lazer. A escuta apurada ou o alinhamento das frequências sonoras que emitem sons graves, médios e agudos são papéis de engenheiros, projetistas ou montadores de som, especialistas que podem ser funcionários de grandes marcas, lojistas ou donos de oficinas de automóveis. Assim como, é função dos especialistas desenvolver novos produtos.

Objetos sonoros acústicos alimentados por correntes elétricas e mecânicas desenvolvidos com equipamentos laboratoriais por profissionais e de amadores anônimos que modificam ou criam uma nova forma de produzir potência eletroacústicas dos alto-falantes e demais objetos de maneira que os amplificadores, cabos e baterias devem se adaptar a esta fonte sonora dos alto-falantes, que por sua vez são fabricados em vários lugares do Brasil a partir de empresas alimentando o mercado monopolístico.

As estratégias de reconversão são apenas um aspecto das ações permanentes pelas quais cada grupo se esforça por manter ou modificar sua posição na estrutura social ou, mais exatamente, em um estágio da evolução das sociedades divididas em classes que é impossível conservar a não ser pela modificação, modificar para conservar. No caso particular – embora seja o mais frequente – em que as ações pelas quais cada classe, ou fração de classe, trabalha para conquistar novas vantagens, ou seja, levar vantagem em relação às outras classes, portanto,

objetivamente, para deformar a estrutura das relações objetivas entre as classes (BOURDIEU, 2008. p.151).

No movimento cultural, existe a figura do agente chamado de projetista ou montador de som, que poder ser um profissional autônomo, microempresário, autodidata, engenheiro ou um técnico especializado, que, em sua trajetória sócio-histórica, criou, montou ou adaptou som nos automóveis, cujo tempo de dedicação ao trabalho pode ser de 60% para um do juiz de competição, assim como 90% caso o juiz possua uma loja no segmento.

Para Bourdieu (2008), a reconversão do capital que se possui numa outra espécie de capital, mais acessível, mais rentável e/ou mais legítima, num dado estado do sistema de instrumentos de reprodução, tende a determinar uma transformação da estrutura, e traduz-se em deslocamentos no espaço social, implicando a passagem de um campo a outro; uma variação no volume de capital dominante na estrutura e a reconversão de uma espécie de capital em outra e, portanto, uma transformação na estrutura.

Os projetistas ou montadores de som no campo de produção agenciam o fazer sonoro especializado e conectam as culturas híbridas na trama da interculturalidade da cidade moderna, estruturas e hierarquias sociais se intercalam e subvertem – interpolam no mercado por meio das marcas e dos produtos.

Assim, uma nova forma de produção musical alimenta o movimento cultural. “alteram a articulação dos cenários que davam sentido aos bens e mensagens” (CANCLINI, 2009, p.21).

Muito do conhecimento produzido é transformado em produtos, cuja mercantilização reforça a competição com o mercado local, constituindo uma mercadoria massiva, ou seja, em produto cultural massivo, e o que entra em jogo é a repetição manipulada da mercadoria simbólica e material no simulacro das aparências e aceitações de um consumo conspícuo. Entretanto, “a reorganização massiva da cultura tornou isso patente” (CANCLINI, 2008, p.362).

A cultura é uma mercadoria paradoxal. Ela está tão completamente submetida à lei da troca que não é mais trocada (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, p.78). Para ADORNO; HORKHEIMER, a cultura de massa é aquela cultura industrializada que exercita o indivíduo no preenchimento da condição sob a qual ele está autorizado a levar essa vida inexorável de uma visão idealista que procura uma vida no capitalismo tardio como rito trágico.

A cultura de massa é condicionada através das necessidades de uma pseudoindividualidade motivada e impulsionada pela mídia especializada muito bem alinhada entre os agentes e a estrutura da indústria cultural. O que entra em jogo é a repetição

manipulada da mercadoria simbólica e material no simulacro das aparências e das aceitações de um consumo conspícuo. A máquina sonora é impactante visualmente, sua sonoridade liga as pessoas, ou mesmo atrai as pessoas onde elas estão.

Na posição social mais importantes no cenário popular, está o projetista ou o montador de som, que pode desenvolver vários serviços especializados na área da elétrica, mecânica, eletroacústica, eletromecânica, marceneiro e hidráulica, assim como pode ser juiz de campeonato profissional. Uma montagem básica abrange conhecimentos como elétrica básica, eletrônica e acústica para ligar os aparelhos na fonte, no alternador do carro e na bateria 110/220v, que vai conectar a um amplificador. Logo, “Talvez esteja começando um tempo de reconstruções menos ingênuas de lugares e sujeitos” (CANCLINI, 2009, p.30).

O especialista de som alia o fazer sonoro com o mercado dos bens culturais. Esse papel social pode ser desempenhado por profissionais autônomos, projetistas ou montadores de som. Estes, por sua vez, podem ser os lojistas, comerciantes, amadores ou “autodidatas” que criam e formulam novas técnicas e ferramentas. E os especialistas industriais, técnicos e engenheiros das empresas que buscam desenvolver, produzir, concertar, alinhar ou solucionar os problemas sonoros do automóvel, como a medição do espaço interno e as caixas de som, o direcionamento dos alto-falantes, em carros do Brasil todo.

O que não se diz é que o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade. A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação (ADORNO; HORKHEIMER, 1948, p.02).

O produto é o som e a manipulação de sua propriedade física, a indústria cultural do som automotivo racionaliza a natureza do som, que é consumida, testada, competida e difundida por meio de um conjunto de empresas, entidades e agentes distribuídos econômica e socialmente na sociedade brasileira. O movimento cultural do som automotivo, sem se dar conta, se ligou primeiramente à indústria do automóvel e depois à indústria da música, com a produção de tecnologias para o áudio profissional e para os acessórios de automóvel, daí as particularidades do perfil do profissional que atua nesse nicho:

Hoje você tem um som profissional dentro do som automotivo.
As marcas são de regionais de cada canto do Brasil e do mundo, mas os falantes na grande maioria são fabricados na China e vem com a marca da distribuidora, qualquer um pode fazer isso, comprar falantes da China personalizados com o nome que quiser (Entrevista engenheiro empresa Stetsom, Presidente Prudente-SP).

Para Nestor Garcia Canclini, “o conceito antropológico de cultura é um resultado paradoxal da expansão imperial do Ocidente” (1982, p.18). Isso porque a cultura de massa do som automotivo, à medida que interage e comunica-se, estabelece estratégias para sua sobrevivência e/ou prestígio no meio social que permeia as relações de valores, atitudes e opiniões dos fazedores de cultura. Ainda para o autor (CANCLINI, 1997), o sentido de cultura se constrói em conexão com práticas sociais e econômicas, nas disputas pelo poder local, na competição para aproveitar as alianças com poderes externos que se desdobram em conflitos, disputas e subversão entre as classes sociais.

1.8 – Adesão da indústria cultural do som automotivo

A cadeia produtiva dessas indústrias está constituída por fabricantes, montadoras, distribuidoras, fornecedoras e lojistas, além das fornecedoras de matéria-prima do aço, imã, arame, papel, entre outros, com vários segmentos comerciais e de serviços considerados de apoio às indústrias e ao comércio varejista de alto-falantes, amplificadores, carcaças e conectores. No caso específico de alto-falantes e amplificadores brasileiros, as marcas são de empresas regionais, nacionais e importadas que apresentam uma concorrência desigual monopolística, o que levou à abertura de várias lojas de micros, médios e grandes empresários distribuídos pela cadeia produtiva.

Os serviços podem ser de instalação, manutenção, confecção de diferentes acessórios de carro e de som, lojas que fazem somente conserto de aparelhos, enquanto outras fazem o compensado das caixas de som, e outros são ajudantes do mercado informal.

O mercado se caracteriza pela concorrência monopolística e é explicado pela produção dos meios técnicos e tecnológicos necessários à acumulação do capital, que, por sua vez, também organiza a produção, a distribuição e a circulação. Isso tudo caracterizada esse mercado como setor de grande concentração de capital e rentabilidade, com uma estrutura midiática muito bem alinhada, como é o caso dos campeonatos profissionais, encontros comerciais, e salões de exposição produzidos pelas empresas voltados para som automotivo.

Apesar de todo o progresso da técnica de representação, das regras e das especialidades, apesar de toda a atividade trepidante, o pão com que a indústria cultural alimenta os homens continua ser a pedra da estereotíпия. Ela se nutre do ciclo, do assombro, sem dúvida justificada – de que as mães apesar de tudo continuam parindo filhos, de que as rodas ainda não tenham parado (ADORNO; HORKHEIMER, 2002, p.46).

No mercado do som automotivo, o fato é que os papéis sociais se mesclam, se invertem e se consomem na produção do bens culturais sonoros de produtos e serviços que integram o sistema mercadológico e político.

Os campeonatos profissionais do som automotivo, em seu processo contínuo de mapeamento da cultura sonora automotiva impacta e pressiona o consumidor final no acesso à novos produtos que permitem novas e diferentes experiências sonoras, assim os produtos são controlados pelo distribuidor e fornecedor em detrimento ao lojista e o consumidor final. A unidade fragmentada se condensa nas experiências sensíveis sonoras de um público desavisado: “Hoje o fornecedor e o distribuidor são apenas tiradores de notas” (Entrevista integrante movimento, 2019).

Pesquisa feita com os distribuidores, pinçamos algumas que permitem um olhar mais analítico sobre esse segmento. Elas revelam as dificuldades e os pontos de vista de empresários e executivos de empresas de diversos portes, com atuação regional e nacional, espalhadas por todo o Brasil (Revista *AutoMotiva*, postagem 28/11/2006).

Ilustração 38 – Economia moral da cultura dominante



Fonte: Site Revista *AutoMotiva*, acesso em 2019.

O mercado nacional supre a demanda interna dos consumidores. Entretanto, consumimos a tecnologia desenvolvida principalmente a partir de países como Japão, Estados Unidos e alguns da Europa, que, historicamente, possuem o domínio da técnica e da tecnologia, bem como a hegemonia na produção dessas tecnologias, condicionando os mercados locais. Foi indentificado como grande agência que condiciona o mercado local o conglomerado industrial da SONY e da JBL. Essas empresas conseguiram se manter no mercado oferecendo novos modelos de técnicas e ferramentas numa única marca e produzidos em apenas uma ou duas unidades industriais.

Pesquisas de campo apontam para as empresas Ford e Sony como as grandes multinacionais que mantêm sua hegemonia sobre o mercado local. A empresa Ford utilizará um nanomaterial bidimensional chamado *grafeno*, que é mais maleável que o aço e serve como condutor e isolante de som em automóveis. Os testes e o lançamento do automóvel estão previstos para o final de 2019. (Revista *CarStereo*, n. 231, p. 08, 2019).

A Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores – ANFAVEA informa sobre o balanço das vendas de automóveis em 2018: “registrou 2,56 milhões de unidades, aumento de 14,6% frente às 2,24 milhões de unidades vendidas em 2017” (ANFAVEA, 2019).

Em 04 de julho de 2019, a referida Associação divulgou o balanço da indústria automobilística nos seis primeiros meses do ano de 2019, apresentando o resultado de um crescimento nas vendas de veículos de 12,1% e de 2,8% na produção, em comparação ao primeiro semestre de 2018.

O estudo de índices de potencial de consumo (IPC), que mostram a capacidade das regiões em absorver uma determinada categoria de produto, em nosso caso dos equipamentos sonoros e acessórios para veículos, cruza informações com a base de dados oficiais do IBGE. Esses estudos mostram que o poder aquisitivo da população vem crescendo e que hoje, 50,8% dos brasileiros já são de classe média. Os da classe A representam 19,5%, os da C somam 26,1% e os da D, só 3,5%, enquanto que os da classe E se reduziram a só 0,1%. Somadas, as classes A e B, que reúnem os consumidores de alto e médio poder aquisitivo, representam 70,3% do consumo do país.

A estrutura dessa indústria é complexa porque seu meio de produção está concentrado entre a indústria do automóvel e a da música, em convergências tecnológicas com estratégias de reconversão simbólica e material no campo midiático da indústria cultural. A indústria cultural da música por exemplo, conecta atores, serviços e lugares numa fusão simbólica e material, que envolve a cultura erudita e a cultura popular no que tange a produção, distribuição e circulação da música de massa brasileira, compreendida para esse trabalho como as músicas do Melody, Funk, Música Eletrônica, Forró e Sertanejo.

A rede do som automotivo que articulam economia, política e mercado em escala nacional também conecta consumidores, especialistas, empresas e agentes políticos. Canclini (2009) transforma a interculturalidade em um campo em disputa, neste caso foram observadas através de relações comunicacionais mercadológicas.

O campo de produção do som automotivo ocupa um lugar híbrido na organização social da música industrializada e da produção de acessórios para os automóveis. A produção

tecnológica do som automotivo se constitui como uma necessidade contraditória do capitalismo e da ação político-ideológica do Estado de bens culturais.

A mercadoria do som do som se mostra como representante legítimo de uma prática social que alimenta a indústria cultural do som e do automóvel a partir de seu cenário social e político de um campo de produção em que a oferta e a demanda são alimentadas pelos próprios agentes e consumidores de seu público diverso e multifacetado. A cultura dominante, através de seus agentes mercadológicos, controla o acesso de novas tecnologias ao consumidor, seja ele um lojista, seja um integrante do movimento.

O crescimento das indústrias culturais durante todo o século XX possibilitou a expansão da arte na forma de mercadoria, impulsionada e diversificada, reproduzindo um acesso desigual aos bens culturais, que se mercantilizam em vista da atual crença de felicidade e liberdade disseminada pela publicidade da indústria cultural. Nesse contexto, som automotivo representa uma nova cultura de massa (rádio, cinema, televisão), porque constitui um sistema midiático muito bem ajustado, predominantemente segmentado, hierarquizado, que se hibridiza com outras indústrias culturais, como a da música e a do automóvel. Hoje, elas foram absorvidas pela lógica da transnacionalização da cultura.

Outro especialista é o “juiz” dos campeonatos, o qual faz parte de entidades mercadológicas que alimentam a indústria cultural através de competições divididas em amadores ou profissionais, que são, na verdade, vitrines para as indústrias testarem seus produtos. Nesse contexto, a presença de um juiz de campeonato é importante, e ele geralmente pode ser um profissional especializado, um projetista dono de loja no segmento, ou mesmo uma pessoa que aprendeu a utilizar os equipamentos de medição.

O distribuidor, dentro da cadeia mercadológica, se apresenta como “um tirador de notas” e que possui um certo controle sobre as novas tecnologias de produtos e serviços. Os representantes e os distribuidores associados manipulam o consumo de equipamentos sonoros, assim manipulando a informação e a desigualdade no setor e, conseqüentemente, aumentando os valores dos produtos aos consumidores finais.

O que é novo na fase da cultura de massas em comparação com a fase do liberalismo avançado é a exclusão do novo. A máquina gira sem sair do lugar. Ao mesmo tempo que já determina o consumo, ela descarta o que ainda não foi experimentado porque é um risco (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, p.08).

Segundo o agente midiático, a paixão na verdade é subjetiva, pois na hora tanto o mercado quanto o Estado nos tratam como usuários consumidores, sobre os quais recai a lógica do acúmulo de capital e do interesse do Estado em cobrar os impostos e assim não

enxergam seus direitos culturais. Segundo os grupos do movimento social, isso os coloca à margem da sociedade, daí passarem a ocupar um lugar híbrido por onde circulam produtos e os agentes que alimentam à mercantilização dos bens culturais sonoros para compra, venda, exportação, importação, conserto, manutenção, criação de produtos e acessórios ligados a tecnologias do som automotivo.

No mercado informal ou no formal, o projeto de som é feito em loja, oficina ou garagem, onde o instalador monta os equipamentos sonoros. O consumidor de som automotivo possui uma relação comercial e de confiança com o projetista de som ou com a loja especializada em montagem de som e instalação de acessórios automotivos, criando laços mercantis.

Walter Benjamin (1982) considera que a aura é “única aparição de uma realidade longínqua, por mais próxima que ela possa estar” (1982, p.215). Isso é o que constitui a essência da fruição artística cultural e o que atesta a “autenticidade” da obra de arte. A possibilidade de multiplicação vai subverter esse distanciamento, desnudando o objeto artístico, presentificando-o e destituindo o seu caráter sagrado e ritual. O que foi produzido uma única vez, ao ser reproduzido, constitui-se num fenômeno de massa que vai além do consumo privado. Para ele, “a obra de arte, na era de sua reprodutibilidade técnica, revoluciona o estatuto da cultura, dissolve o conceito burguês de arte, transforma a cultura de elite em cultura de massa (1982, p.217).

1.8.1 Os Campeonatos Profissionais

Os fabricantes brasileiros fazem dos campeonatos profissionais uma vitrine para as empresas fabricantes de alto-falantes, que eram produzidos com tecnologia de 50 RMS⁵ e, hoje, com 2.000-3.000 RMS, e de amplificadores, que antes eram com potência de 550 RMS e, hoje, podem chegar a 8.000 RMS.

Os campeonatos profissionais de som automotivo são entidades mercadológicas de produção cultural e estão distribuídos por todo o Brasil, são patrocinados e impulsionados pelas empresas fabricantes e apoiados por uma mídia especializada em conexão com a indústria cultural. São campeonatos regionais, nacionais e internacionais produzidos em várias localidades que acontecem por todo o Brasil. Consistem em várias etapas durante o ano todo e classificam as disputas em categorias de acordo com os interesses mercadológicos e políticos da cultura dominante.

⁵ RMS – Relação Métrica Quadrada.

A dinâmica das entidades acontecem pelo Brasil e fora dele, com aproximadamente 30 entidades brasileiras especializadas neste tipo de evento, sendo eles: o Campeonato I9 Eventos Automotivos realizou, em 2018, eventos no Sul do Brasil e na Argentina, nas categorias SPL e Rebaixados; houve também o Campeonato DB Champions na Bahia, o Campeonato JSA Eventos, em São Paulo, o Campeonato NorteSul, no Sul do Brasil, Argentina e Uruguai, o Campeonato Velocidade Máxima, em São Paulo, o Campeonato 101%, realizado em São Paulo, Mato Grosso, Manaus, Goiânia, Minas Gerais, o Campeonato Racha de Som, realizado em Imperatriz, no Maranhão, e o Campeonato MTM Brasil, que realiza eventos simultâneos em vários estados brasileiros e outros países.

Segundo um agente do som automotivo, os campeonatos amadores começaram com participação de um público variado entre praticantes e lojistas que foram crescendo e ampliando a prática social sonora a partir do mercado competitivo do som automotivo. “Em Manduri/SP, sede da MTM Brasil cuja cidade tem pouco mais de 10 mil habitantes surgiram três empresas de campeonatos de som automotivo” (Entrevista com juiz de campeonato MTM Brasil, Osasco-SP, 2019). Atualmente, essa empresa mista atua em mais de 23 países, 36 estados brasileiros e 25 juízes de campeonatos, e sua principal concorrente é a empresa Campeonato I9 Eventos Automotivos.

A multinacionalização do capital, que é acompanhada pela transnacionalização da cultura, impõe uma troca desigual tanto aos bens materiais quanto aos bens simbólicos [...], estes transformam-se em satélites da metrópole, de acordo com uma lógica monopolística (CANLINI, 2019, p.26).

Os campeonatos se organizam como numa arena, os carros são exibidos, testados e medidos, os competidores recebem um troféu, prêmios, e alguns são patrocinados pelos fabricantes dos equipamentos, na maioria deles paga-se uma taxa de R\$ 50,00 por veículo testado, que poderá competir ou não no final do evento. Possuem regras institucionalizadas com estatuto e regimento interno, mas que variam de uma instituição para outra. As medições de veículos rebaixados são avaliadas segundo as técnicas de rebaixamento e do aro do pneu: sistema mola, rosca, ar ou mega ABS e pelo aro do pneu de 15, 17 ou 20 polegadas. Os veículos sonorizados são classificados pelas categorias SQL (Som Pressur Lever), SQ (Som de Qualidade), Pancadão (Altofalantes, Trio (Cornetas), que consiste numa espécie de laboratório das marcas fabricantes que levam ao extremo o teste das potências a partir dos carros sonoros.

Os competidores são geralmente indivíduos de todas as classes sociais que vão testar ou competir. Os consumidores são classificados de acordo com as seguintes categorias:

profissionais, intermediários ou amadores. As disputas das equipes são acompanhadas pelos fabricantes, que patrocinam os campeonatos e fazem deles um espelho para o mercado, desenvolvendo novos produtos e inovações tecnológicas como estratégia das marcas regionais.

O campeonato amador que simula um estilo de vida para disputar e negociar seu *status* social e capital no campo cultural dos bens sonoros. A estética sonora torna-se uma fronteira cultural entre as culturas que deve atender as exigências do mercado e as necessidades sociais e pessoais que lhe atribuem um estilo de vida, uma razão simbólica, motivada pelo *status* social ao desejo da ostentação (patamar social mais elevado).

As desigualdades sociais são observadas na necessidade de conseguir uma renda extra ou patrocínio de empresas entre seus diversos segmentos, o que é, por sua vez, investido em eventos particulares e privados em acordo com os interesses do proprietário dos veículos, daqueles que almejam melhorar seus equipamentos em prol de uma competição ou uma posição social.

Dentre as atividades do som automotivo durante esta pesquisa, destacam-se dois eventos ocorridos em Belém: Campeonato Brasileiro de Som Automotivo – MTM BrasilWold, no dia 12/06/2018; e Campeonato Sul-Americano de Som Automotivo – STR Brasil, acontecido no dia 08/07/2018.

Ilustração 39 – Campeonato Sul-Americano de Som Automotivo, julho de 2018 – Belém-PA



Fonte: Vanessa Malheiro Morais (2018).

Ilustração 40 – Campeonato Brasileiro de Som Automotivo, dezembro de 2018 – Belém-PA



Fonte: <http://www.mtmbrasil.com.br>, acesso em 2018.

Ilustração 41 – Campeonatos Profissional



Fonte: <http://www.mtmbrasil.com.br>, acesso em 2018.

O som se torna o suporte da informação que é produzida, disputada, exibida. O teste das frequências sonoras pelas máquinas automotivas vai determinar novos produtos e novas tecnologias do som em termos de qualidade ou quantidade de potência sonora emitida pelos alto-falantes. A disputa pela potência sonora em contraposição à fidelidade sonora é efetuada por especialistas, amadores, agentes e agências.

Um diversificado número de empresas está distribuído entre os vários segmentos de produção de acessórios do automóvel e dos equipamentos sonoros com uma mídia especializada que articula o mercado local através de festas, campeonatos, salões de exposição, escolas, encontros nacionais e internacionais, revistas especializadas, emissoras de tv, rádio e web.

Ilustração 42 – Sala de aula da escola Argos



Fonte: Vanessa Malheiro Morais, Osasco-SP, em 2019.

A indústria cultural possui uma mídia bem alinhada, com revistas e eventos especializados. A revista *CarStereo* é direcionada para os consumidores finais e lojistas, e a revista *AutoMotivo* é direcionada para fabricantes, distribuidores e fornecedores. Outro dispositivo dessa indústria é o Encontro Nacional Automotivo de Negócios – ENAM cujo evento é direcionado para fabricantes, distribuidores e fornecedores, que controlam o meio de produção dos bens, assim como mantêm a cultura refém das novas inovações tecnológicas do som. Os novos produtos são elaborados através de uma agenda que determina sempre o seu lançamento no mercado posterior ao sua fabricação, controlando assim o acesso das massas desses bens de consumo.

Essa é uma outra história da música e da cultura de massa. A prática sonora e o consumo tecnológico contam com uma rede de protagonistas e antagonistas na sociedade capitalista colocando em conflitos o cultura do silêncio e da do barulho.

Assim, valores espirituais, artistas, pensadores, ideias, obras de arte passam por um nivelamento, uma padronização e um ajuste que adéqua o valor de uso ao valor de troca.

Os campeonatos amadores e profissionais simulam um estilo de vida para disputar e negociar seu *status* social conectivo no campo cultural dos bens sonoros. A estética sonora torna-se uma fronteira cultural entre as culturas que deve atender as exigências do mercado e as necessidades sociais de um estilo de vida, motivados pelo *status* social ao desejo da ostentação (patamar social mais elevado).

Nestor Canclini (1997), ao elaborar o conceito de culturas híbridas, aborda, numa discussão filosófica, que as diferenças sociais agora têm uma nova forma de relação, um novo

modelo de interação humana, a partir do processo de globalização e do avanço das tecnologias industriais e de comunicação midiaticizada.

As culturas híbridas do som automotivo, mesclando relações multitemporais em que se encontram agentes e objetos tecnológicos, retomam as estruturas que comportam os papéis e as posições sociais no campo cultural.

Ao pesquisar sobre a cultura do som automotivo, foi preciso estudar a cadeia mercadológica que engendra o movimento cultural, que levou uma classificação com base na estratificação social. A sociedade capitalista do barulho atravessa e é atravessada pelo estilo de vida do serviço comercial, do trabalho, da renda e do consumo.

Para Roberto da Matta, “sociedades sem tradição são sistemas coletivos sem cultura. Mas além de estarem submetidas a leis e normas universais, impermeáveis à passagem do tempo e das gerações, as sociedades das formigas e abelhas nada deixam que as individualize” (2010, p.55).

Estudar a cultura e identidade mercadológica é quase sempre paradoxal, lançar mãos de juízo de valor e um preconceito do olhar para poder observar e analisar novos processos sociais com as quais não estamos acostumados é, de algum modo, uma interpretação conflitante, que procura um certo distanciamento do juízo de valor para observação da complexidade da realidade social. Esse distanciamento é, muitas vezes, obrigatório para a compreensão da prática social que se recusa às totalizações.

Segundo ADORNO; HORKHEIMER (1947), as indústrias culturais prometem uma pseudo-individualidade. Para ele, o processo de *indivíduo humano* somente ocorre quando a pessoa se reconhece enquanto um indivíduo autônomo diferenciado dos outros homens e da natureza. A cultura é teatralizada e comercializada no seio da prática social do som automotivo.

O fazer humano é um capital da cultura que existe dentro e fora de nós e na consciência. Além disso, percebemos o quanto metaforizamos aquilo que temos como mecanismo de sobrevivência, prestígio e de direito. A complexidade então foi em determinar quando o som, o carro e a música se tornam uma entidade social e mercadológica, transformada em mercadoria ou produto cultural.

Assim, o lugar de produção dos equipamentos de som e acessórios automotivos se torna híbrido, e os fenômenos do som se configuram como da lógica das empresas e indústrias que produzem, distribuem e circulam entre as classes sociais.

Um outra característica da cultura de massa é o estrangeirismo de palavras que é incorporado sem discussão, dissimula e transforma a aparência de outros costumes e valores

culturais. O estrangeirismo da palavra *player* midiaticizada pela indústria de massa cria um novo *slogan* para as lojas e os consumidores finais cuja eficácia simbólica recai sobre a lógica da cultura dominante sobre a pedra da estereotipia na satisfação do prazer dos consumidores que reintroduzem produtos personalizados e individualizados de tecnologias, que acompanha os estilos e gêneros musicais é disputado pelo gosto das classes sociais.

Ilustração 43 – Cadeia Produtiva do Som Automotivo



Fonte: Vanessa Malheiro Moraes (2019).

Na sociedade do barulho e do silêncio, existe uma longa história social de transformações de autonomia de objetos acompanhados de tecnologias para o som e para o carro. No cenário cultural do som automotivo, os consumidores são classificados em amadores e profissionais e nele foi identificado um sujeito anônimo caracterizado como “autodidata”, que possui a habilidade em produzir tecnologias artesanalmente ou novas

formas de customização automotiva e tecnologias sonoras, que é, por sua vez, consumida pelo mercado local, ou seja, empresas compram a ideia e incorporam suas marcas ou criam-se novos produtos e modelos.

1.9 – O refluxo das legislações brasileiras: suas contradições e conflitos entre a sociedade do barulho e do silêncio

Primeiramente, pois tudo precisa de ter um princípio, mesmo sendo esse princípio aquele ponto de fim que dele se não pode separar, e dizer [não pode] não é dizer [não quer] ou [não deve], é o estreme não poder, porque se tal separação se pudesse, é sabido que todo o universo desabaria, porquanto o universo é uma construção frágil que não aguentaria soluções de continuidade (SARAMAGO, 1994, p.49).

O movimento cultural busca legitimidade no meio social, resistência política contra a falta de aceitação social, pois marginalizados sofrem preconceitos, na maioria das vezes são tratados como contraventores ou mesmo loucos, sua identidade é fragmentada e multifacetada, segue uma prática difusa e quase sempre disforme pela transgressão sonora. Outra característica é a ousadia de investir num objeto que muitas vezes supera o poder econômico e financeiro do indivíduo.

A sociedade do silêncio pode ser aquela constituída de portadores de necessidade auditiva, como o distúrbio no processamento auditivo central, ou alguém afetado por algum problema social, fatores que podem dificultar os processos de aprendizagem nas escolas. Outra questão é o respeito ao meio ambiente como entidade socioambiental com leis ambientais e de trânsito, criadas para auxiliar no controle do ambiente equilibrado e no respeito mútuo de uma sociedade democrática.

Uma das questões controversas que permeiam a prática dos som automotivo é o estereótipo de transgressão sonora que afeta a sociedade do silêncio e revela o fracasso político do poder público em fiscalizar e manter a ordem no meio social.

As legislações criadas para fiscalização e controle da prática social são realizadas pelas leis federais ambientais e de trânsito, assim como a lei do “psiu” é aquela utilizada para o controle do som com horários determinados. As normas geram regras que muitas vezes não são fiscalizadas ou mesmo são corrompidas pelas relações de suborno ou amizade com a polícia local. Cada região brasileira possui uma forma de lidar com essa problemática da transgressão sonora. “Em Osasco, é permitido o uso de carros rebaixados e sonorizados, a 100km daqui não pode nada” (Entrevista com agente do movimento, Osasco-SP, 2019).

Em algumas cidades, existem leis mais eficazes com a liberação de alvarás e licenças para o veículo sonorizado emitidas pelas autoridades locais. Outras cidades possuem um local

apropriado liberado mediante legislação local. Cada região tem uma forma particular de lidar com essa situação do ruído dos carros, que, por sua vez, é proibida em algumas cidades e em outras não. Cada município, a partir de seus legisladores, toma para si a problemática das transgressões sonoras de forma diferente entre a legislação e a fiscalização. Em Belém, por exemplo, é permitido, já na cidade vizinha, Castanhal, é proibido. Em Belo Horizonte, existe uma praça liberada, e em Curitiba, uma rua. Na cidade de São Paulo, o carro rebaixado não pode andar, mas no município de Sorocaba, que fica a 100km, pode.

A contraditória Lei 624/2016 não fala em espaços públicos, pois ameaça a paz e a convivência social. Essa lei proíbe totalmente o uso desses equipamentos e encontra-se em discussão no Congresso.

Segundo o Centro Integrado de Operações do Pará – CIOP, o Estado do Pará registrou, entre janeiro e julho de 2017, um total 31.724 denúncias de poluição sonora.

Ao relacionar a sociedade do barulho, ou seja, os que gostam conscientemente ou não, se consome a pedra da estereotipia da indústria cultural, conforme prefigurado no conceito de indústria cultural por ADORNO; HORKHEIMER e Horkeimer. A sociedade do silêncio sofre a violência simbólica ao meio ambiente de maneira que uma legislação é criada para o controle do silêncio, impondo normas para usos de objetos sonoros em meio público.

Nossa conjuntura, a expressão cultural “som automotivo” costuma alimentar inúmeros preconceitos e estereótipos com fortes adjetivos utilizados pela sociedade do silêncio para caracterizar a contradição dessa prática social que envolve interesses mercadológicos e políticos.

Ilustração 44 – Resistência Política do Movimento



Fonte: Imagem cedida pelo Grupo Galera do Rock, Belém-PA (2018).

Muitas vezes, os praticantes da modalidade som automotivo são considerados como bandidos ou vagabundos por policiais, por programas de tv e por uma cultura dominante da

sociedade do silêncio, que veem o som automotivo como se fosse uma prática transgressora da lei e da ordem.

Nesse contexto, há que se considerar que a resolução 204/2006, do CONTRAN, regulamenta a fiscalização de sons produzidos por equipamentos utilizados em veículos, a que se refere o art. 228, do Código de Trânsito Brasileiro – CTB, assim como a Lei 9.605/98 – lei de Crimes Ambientais, a Lei 6.938/81 – lei da Política Nacional do Meio Ambiente, e a resolução 15/92, que trata do regimento interno do poder legislativo.

1.9.1 A cultura sonora automotiva

Depois de anos de tentativas para encontrar uma definição sobre cultura, várias correntes filosóficas resolveram absorvê-la como disciplina acadêmica. É, sem sombra de dúvidas, um tema que possui vida dupla. “Mas quando passamos a falar dos mais altos processos do sentimento e da ação humana – de pensamento e linguagem, conhecimento e arte –, aparece uma mudança no tom geral das opiniões” (TYLOR, 1871, p.70).

Mudanças de pensamento na sociedade aristocrata do século XIX fizeram com que pessoas, que compartilhavam as mesmas coisas: festas, eventos, rezas, constituíssem uma autoimagem identitária, demarcando politicamente o saber e classificando assim, a cultura entre erudito e popular. A cultura popular assim entendida maneja saberes e fazeres ditos “tradicionais”, ofícios e técnicas artesanais, práticas sociais, rituais e atos festivos, linguagens e expressões artísticas diversas e plurais, e lugares com forte acúmulo de informações, articulações e reflexões sobre sua cultura. Nessa condição o estudo sobre a cultura sonora automotiva procurou identificar valores e costumes de sua expressão cultural popular.

Para Peter Burke (2010) a cultura popular e erudita sempre foram fluídas e a cultura sempre foi compartilhada entre povo e elite. Logo, o erudito foi sendo transformado em saber oficial, bilingue, ligado a idéia de razão, civilizatório, enquanto a cultura popular foi caminhando com suas formas empíricas, ligadas a idéia de tradicional, rural, do folclórico, se tornando posteriormente representativo da identidade dos povos e da nação.

A cultura erudita no entanto “herda o manto imponente da autoridade religiosa, mas também tem afinidades desconfortáveis com ocupação e invasão” (EAGLETON, 2005, p. 11). A complexidade do termo reside até hoje como um abismo que separam culturas e tradições.

Para o historiador Terry Eagleton (2005),

“Cultura” é considerada uma das duas ou três palavras mais complexas de nossa língua, e ao termo que é por vezes considerada seu oposto – “natureza” – é comumente conferida a honra de ser o mais complexo de todos.” (2005, p.09).

“A raiz latina da palavra “cultura” é *colere*, o que pode significar qualquer coisa, desde cultivar e habitar a adorar e proteger. Seu significado “habitar” evoluiu do latim *colonus* para o contemporâneo “colonialismo”, de modo que títulos como *Cultura* e *colonialismo* são, de novo, um tanto tautológicos. Mas *colere* também desemboca, via o *latincultus*, o termo religioso “culto” (EAGLETON, 2005, p.10).

Segundo Canclini, “desde 1952, dois antropólogos, Alfred Kroeber e Clyde K. Klukhohn, recolheram num livro célebre quase 300 maneiras de definir esta palavra [cultura]” (2009, p.35), a partir de um certo consenso em torno do conceito de cultura. Dessa maneira, o autor propõe, a partir de sua teoria da interculturalidade, uma “definição sociosemiótica da cultura e quais problemas colocam a este consenso as condições multiculturais em que este objeto de estudo varia” (2009, p.22), para a compreensão de uma cultura em movimento, extraviada nas suas definições, e vai pensá-la a partir da ideia de um processo comunicacional intensificado pelos processos de globalização da ordem mercantil do consumo dos bens culturais.

As mudanças de pensamento da sociedade aristocrata do século XIX para a sociedade capitalista neoliberal fizeram com que a cultura constituísse uma autoimagem identitária, demarcando politicamente o nobrecimento da imagem e do lucro, produto este compartilhado na compra, na venda, na troca de tecnologias sonoras e de acessórios para automóveis.

Se a cultura está circunscrita dentro e fora de nós, de igual forma, também não é possível existir uma pessoa aculturada, ou seja, sem cultura, uma vez que a cultura é parte intrínseca de todo ser humano e é por isso que não podemos julgar que “aquele” ou “aquela pessoa” possui mais ou menos cultura ou mesmo dizer que “‘Maria não tinha cultura’, era ‘ignorante dos fatos básicos da política, economia e literatura’” (MATTA, 1981, p.01).

Segundo Ruth Benedict, “a cultura é como uma lente através da qual o homem vê o mundo” (*apud* LARAIA, 1986, p.69). Para Canclini, esta maneira demasiado simples e extensa de definir a cultura serviu para distinguir o cultural do biológico ou genético e superar as formas primária do etnocentrismo. (CANCLINI, 2009, p. 38).

Com esse sentido relativista de cultura, a identidade do som automotivo se torna abrangente demais, além de complexo sobre os limites daqueles que fazem ou vendem a criatividade humana, colocando em questão o consumo e a naturalização de um estilo de vida pautados numa prática social capitalista, o que, por sua vez, confronta as ideias entre cultura e civilização no que tange o idealismo de um consumo como cultura.

A principal razão pela qual os antropólogos fogem das particularidades culturais quando chegam à questão de definir o homem, procurando o refúgio em universais sem sangue, é que, confrontados pela enorme diversidade do comportamento humano, eles são perseguidos pelo medo do historicismo, de se perderem num

torvelinho de relativismo cultural tão convulsivo que poderá privá-los de qualquer apoio fixo (GUEERTZ, 1989, p.32).

Se a visão idealista da indústria cultural do som automotivo imprimir uma maneira pela qual se consome os objetos sonoros, o sentido de cultura materializa a personalidade de uma identidade.

A cultura idealizada pela personificação de produtos e mercantilizada por objetos sonoros e por uma civilização do consumo é relativizada por comportamentos e atitudes que põem em cheque as relações de sentido do avanço da técnica industrial sobre os bens culturais, que é uma das críticas essenciais dos estudos realizados por Theodor ADORNO; HORKHEIMER e Max Horkheimer, em 1950, a fim de registrar a situação das artes na sociedade capitalista. A partir do conceito de indústria cultural, intensificaram as discussões sobre o conceito de cultura, enquanto campo teórico e econômico.

Não é, na verdade, apenas a cultura que está aqui em questão, mas uma seleção particular de valores culturais. Ser civilizado ou culto é ser abençoado com sentimentos refinados, paixões temperadas, maneiras agradáveis e uma mentalidade aberta (EAGLETON, 2005, p.32).

Em sua análise sobre os conceitos e sentidos da palavra cultura, natureza e civilização engendra os conflitos e nuances da “cultura” e “Cultura”. Para este autor o conceito de cultura guarda em si resquícios de uma transição histórica e codifica várias questões filosóficas e, enquanto Cultura “é uma dessas raras ideias que tem sido tão essenciais para a esquerda política quanto são vitais para a direita, o que torna sua história social excepcionalmente confusa e ambivalente” (EAGLETON, 2005, p.11).

As máquinas sonoras são uma forma de fixar uma personalidade no mundo. Assim, os corpos sonorizados e as máquinas sonoras ganham um ar de espetáculo, gerando um simulacro estereotipado pela força da representação do *status quo*, como um *status* conectivo que a cultura sonora automotiva utiliza para a ostentação do seu ego. Desse modo, a unidade se condensa e parece não haver limites para uma representação social que é sempre contraditória e que permeia os indivíduos, de distintas classes sociais, e o movimento cultural em diversas cidades. Vale ressaltar, nesse sentido, estas ponderações de Queiroz: “Os homens se relacionam e se definem por meio dos objetos, das coisas. Quando a coisa é um automóvel, eles se revelam ainda mais ciosos de suas posições” (2006, p.120).

O conceito de cultura, então ambivalente, influencia a visão de mundo do homem, herda o manto de uma autoridade mercadológica e capitalista', se assim podemos dizer. Por outro lado, mesmo como parte inseparável do homem e da natureza, a cultura pode ser

adquirida, herdada ou dinamizada no meio social em que costumes, condutas e atitudes sofrem influências de um capitalismo moderno.

Para Canclini (1997, p.339), os quadrinhos e os grafites fazem parte de gêneros constitucionalmente híbridos, que geram ordens e técnicas narrativas, mediante a combinação original de tempo e imagens em um relato de quadros descontínuos, que contribuem para mostrar a pontecialidade visual da escrita e o dramatismo que pode ser condensado em imagens estáticas.

Esta dissertação tem por interesse explorar um autor de histórias em quadrinhos que incorpora em seu trabalho reflexões e críticas que atravessam essa pesquisa sobre a cultura, o consumo e o gosto pelas tecnologias “emergentes”. Trata-se do humorista e desenhista Quino, e uma das suas principais personagens: Mafalda.

Para Humberto Eco (1969), Mafalda reflete as tendências de uma juventude inquieta, que assumem aqui a forma paradoxal de dissidência infantil, de esquema psicológico da reação aos veículos da comunicação de massa, de urticária moral provocada pela lógica dos blocos, de asma intelectual causada pelo cogumelo eletrônico.

Há tiras em que Quino traz a temática da sociedade moderna e do consumo cultural a partir do enobrecimento da técnica e da tecnologia (da televisão) em contradição com a natureza da cultura. Tomamos essa obra como pano de fundo para falar do consumo de massa e para a massa dos bens culturais sonoros e do automóvel que se hibridizaram, fazendo surgir a prática social do som automotivo. O enredo do quadrinho exemplifica e contextualiza as contradições da cultura, do consumo e da sociedade condicionada pelos meios de comunicação de massa e de permanência no mundo, frente à autonomia e à liberdade de escolha.

Ilustração 45 – Cultura e Industria Cultural



Fonte: Toda Mafalda/Quino. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

Ilustração 46 – Cultura e Sociedade



Fonte: Toda Mafalda/Quino. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

Sobre essas teorias, Terry Eagleton desenvolve que a ideia de cultura se tornou a mais inflacionada nos últimos tempos, capaz de definir diferentes e até mesmo contraditórias ideias. Por outro lado, vai dizer que esta palavra se tornou uma questão de espírito, tornando-se ampla demais e restrita demais, e propõe se agora é a “hora de, embora reconhecendo seu significado, colocá-la de volta em seu lugar” (EAGLETON, 2005, p.184).

Ilustração 47 – Cultura e Consumo



Fonte: Toda Mafalda/Quino. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

Ilustração 48 – Cultura e Sujeito



Fonte: Toda Mafalda/Quino. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

O lugar do sujeito no mundo moderno do consumo de bens culturais e estilos de vida promovido pelo avanço da industrialização tecnológica que intensificou o consumo de objetos – máquinas, instrumentos, equipamentos e aparelhos sonoros –, o consumo em especial da tecnologia de som e de acessórios para o automóvel, envolve a produção e a circulação de técnicas e tecnologias que se hibridizam com a prática social, a partir do imaginário da

cultura, de autonomia sobre o objeto, o que maneja técnicas e saberes adaptados a seu *hobby* ou trabalho.

Hoje, a cultura idealizada materializa uma identidade, e essa possibilidade abriu num período de crise e transformação, imposto por paradigmas da modernidade. O fenômeno da globalização remete a uma aceleração nos processos sociais multitemporais e espaciais. Assistimos a uma tendência a um universalismo de valores culturais por meio de uma homogeneização capitalista industrial.

A indústria cultural do som automotivo mapeia a cultura pelos meios de comunicação e produz em si um campo analítico para a discussão sobre os hábitos maleáveis da cultura do consumo, como o setor da indústria cultural, e, ao mapear os sentidos, compreendeu que esta poderia operar com a cultura através da satisfação de um prazer sonoro ou da experiência de um *status* social.

A tecnologia industrial promoveu grande impacto na forma como consumimos a cultura, provocando mudanças de hábitos e de valores na forma de consumo, da ideologia e de uma imagem que reflete a cultura dominante entre os indivíduos.

Na cultura do som automotivo, o consumo conspícuo compreende o sistema do capital financeiro e alimenta-o, dissimulando no hábito de consumir, e é comandado pela integração do *status social* que é teatralizado com base em interesses mercadológicos e do próprio egocentrismos.

A cultura consumista, ao relutar a si própria por conta das várias identidades, rechaça ou absorve a cultura idealista, que observa e experiencializa os fatos do cotidiano, ao participar de hábitos e costumes da cultura dominante. O gosto pelo som automotivo abastece um *status* social, uma motivação ligada ao *status* do som e do automóvel cuja expressão cultural é ambígua e individualizada.

Os objetos e as coisas vão se tornando uma mercadoria através do seu valor de mercado, de que, por sua vez, a indústria controla o gosto, transmuta valores sociais que são cultivados a partir da aparência do *status* social e valorizados pelo seu poder visual de personificação.

Assim sendo, o movimento cultural do som automotivo questiona seu papel na sociedade a partir de valores pautados no consumo dos bens culturais tecnológicos relacionados a uma identidade capitalista mercadológica na qual contestam junto ao poder público sua contribuição social a partir da geração de renda e impostos ao governo.

CAPÍTULO II – PATRIMÔNIO E PATRIMONIALIZAÇÃO

De um modo geral, a rigor, o patrimônio cultural pode ser dividido em material e imaterial, o primeiro consistindo em formas físicas, como a arquitetura, obras de arte, monumentos, cidades históricas, documentos, dentre outros, ao passo que o segundo reflete os saberes e os modos de fazer tradicionais, os rituais, as festas, as memórias e outras formas de expressões culturais similares.

Nas sociedades capitalistas, a noção de patrimônio remete ao valor econômico de uma propriedade privada e remete à ideia de bem material, físico e de valor econômico, enquanto que o patrimônio cultural remete à memória e à imaginação materializada por meio de objetos, monumentos, cidades como bem móvel e imóvel, durável o que confundo com o conceito de patrimônio cultural imaterial que consiste no efêmer das festas, dos saberes e afazeres que a cultura inscreve no seu modo de vida. Portanto, o patrimônio cultural se torna complexo porque atravessa os valores econômicos e afetivos das culturas.

Na cidade, identificamos o patrimônio cultural histórico por meio dos monumentos, dos artefatos, das festas, das celebrações, das culturas nacionais, populares ou étnicas cuja prática social envolve um saber e um modo de fazer individual ou coletivo, ou mesmo por meio de lugares afetivos, como as igrejas, os castelos, uma praça e um objeto. Numa primeira impressão, a arquitetura facilmente observada por sua perspectiva monumental com sua função memorial que nos salta aos olhos imprimindo-o um valor.

Choay nos diz que:

hoje, o sentido de monumento evolui um pouco mais. ao prazer suscitado pela beleza do edifício sucedeu-se o encantamento ou o espanto provocados pela proeza técnica e por uma versão moderna do colossal [...], a partir daí, o monumento se impe à atenção sem pano de fundo, atua no instante, substituindo seu antigo status de signo pelo de sinal (2006, p.20).

Nesse novo contexto, Choay (2006) registra a passagem do monumento histórico para o patrimônio histórico, da universalidade do seu sentido e sua importância para a indústria cultural, desvela uma correlação existente entre patrimônio histórico e monumento e realça o paradoxo do bem comum, do interesse coletivo, frente à propriedade privada e ao direito coletivo. Para essa autora, o monumento ganha uma lógica de espaço vazio, esperando para ser habitado, utilizado e apropriado.

Segundo Choay (2001, p.211), a metamorfose de seu valor de uso em valor econômico ocorre graças à “engenharia cultural”, vasto empreendimento público e privado, a serviço do

qual trabalha grande número de animadores culturais, profissionais da comunicação, agentes de desenvolvimento, engenheiros, mediadores culturais. Sua tarefa consiste em explorar os monumentos por todos os meios, a fim de multiplicar indefinidamente o número de visitantes.

A invenção do patrimônio cultural urbano com a criação das cidades históricas (CHOAY, 2001), como é o caso da cidade de Ouro Preto, em Minas Gerais, possui um recorte cronológico em especial ao final da Segunda Guerra Mundial, cujo imaginário social pairava sobre as questões do meio ambiente e de risco.

Como se percebe no estudo de Françoise Choay,

ora a cidade histórica, assim como o monumento individual, é transformada em produto de consumo cultural – reutilização ambígua, no melhor dos casos lúdica, e que dissimula sua natureza museal – ora pode ser destinada a fins econômicos que se beneficiam simbolicamente de seu status histórico e patrimonial, mas que a ela não se subordinam (2012, p.224).

O patrimônio histórico e artístico é sempre revestido de glamour, intelectualidade, e reflete uma construção social e histórica de um saber-poder elitizado e tem no museu seu símbolo maior, característico de um saber-poder historicamente construído pelas políticas patrimoniais uma qualidade subjacente compreendida e praticada pela elite.

O poder não é uma instituição e nem uma estrutura, não é certa potência de que alguns sejam dotados: é o nome dado a uma situação estratégica complexa numa sociedade determinada. Dentro dessa linha, poder-se-iam introduzir certo número de proposições: que o poder vem de baixo; isto é, não há, no princípio das relações de poder, e como matriz geral, uma oposição binária e global entre os dominadores e os dominados, dualidade que repercute de alto a baixo e sobre grupos cada vez mais restritos até as profundezas do corpo social (FOUCAULT, 1984, p.90).

2.1 A patrimonialização moderna

Atualmente, é significativo o número de patrimônio cultural em níveis nacional, estadual e municipal pela nação brasileira, tanto quanto em nível internacional, numa dinâmica nunca antes vista, e torna-se representativo na sociedade contemporânea, ganhando novos cenários socioculturais e formando um patrimônio vivo que possui ressonâncias no campo da luta simbólica nos campos científico, político, midiático e mercadológico.

Os estados brasileiros, então, ao reconhecerem os bens culturais como patrimônios culturais imateriais, provocam uma mobilização regional, em que municípios e órgãos patrimoniais instituídos processam os pedidos e legitimam seus bens culturais por meio de uma democracia representativa em nome de vereadores, prefeitos, deputados e governadores e os interesses culturais da população reconhecidos.

Para Regina Abreu (2015, p.02), a grande novidade advinda neste período é que o campo da patrimonialização abarcará diálogos em rede entre representantes de novos organismos – agências locais, nacionais e internacionais e, sobretudo, movimentos sociais, organizações não governamentais, coletivos de indivíduos oriundos de camadas populares e um sem número de sujeitos coletivos – favorecidos pelas novas tecnologias, trazendo um novo elemento como contraponto para a quase exclusividade das instituições estatais neste domínio até então.

Nesse contexto, os estados brasileiros e seus agentes culturais são os grandes protagonistas na preservação e na conservação do patrimônio cultural material e imaterial, seja nacional, seja estadual, e, para isso, se utilizam órgãos governamentais, instrumentos legais, protocolos internacionais, procedimentos técnicos, políticas públicas e um corpo técnico especializado, com normas e condutas que, no conjunto, operacionalizam o patrimônio cultural.

Como prefigurado na postura teórica de Foucault (1979), há um “saber-poder” patrimonial que, durante anos, vem sendo praticado pelas instituições patrimoniais e por parte de uma pequena elite que devido à sua autonomia no campo de produção promovem e reproduzem racionalidades com formas sofisticadas e sutis de normas e condutas de preservação e conservação. “O museu é a sede cerimonial do patrimônio, o lugar em que é guardado e celebrado, onde se reproduz o regime semiótico com que os grupos hegemônicos o organizaram” (CANCLINI, 2008, p.169).

Alexandre Fernandes (2006), ao estudar o saber patrimonial na área do patrimônio biocultural e etnológico, como prefigurado na postura teórica de Foucault, “saber-poder”, observou que um conjunto histórico de procedimentos e conceitos, sob a ideia de preservação, atravessou décadas do século XX cristalizando-se em dispositivos institucionais, como departamentos, órgãos, secretarias, conselhos, onde atuam e agenciam-se pessoas e bens em nome das instituições patrimoniais.

As políticas patrimoniais regionais, com base num formalismo jurídico e legislativo instituídos, judicializam e registram em nome do Estado os interesses culturais de seus agentes. A interculturalidade como um espaço negociação, conflitos e alianças comporta interesses difusos e coletivos disformes e desiguais na sociedade contemporânea e, consequentemente, com demandas de legitimidade e regulamentação.

O ano de 1972 foi um período chave para entendimento das relações sociais do que hoje consideramos como patrimônio cultural imaterial. A declaração da UNESCO, cujo contexto social, político e econômico afetou a nova visão de museu para o século XX,

preconizou os ecomuseus, os museus comunitários, que no conjunto representavam a natureza e a cultura dos povos, o que oportunizou o desenvolvimento de novos pensares, fazeres e saberes adaptados às culturas, reconhecendo a condição de um sujeito histórico e social à preservação e à difusão de seu bem cultural. Permitiu, assim, o vislumbre de um processo de autogestão e liberação social por meio do conceito “museu integral” (UNESCO, 1972).

Por outro lado, a empresa privada adentra no campo do patrimônio cultural e ganha abrangência com o conceito de “patrimônio integral”. Em 1972, cunha-se o conceito de “patrimônio mundial”, que, por sua vez, atravessa os conceitos de patrimônio ambiental, material, imaterial e genético (UNESCO, 1972).

Embora essa dualidade redutora entre material e imaterial exista nos processos patrimoniais, serve como pano de fundo para as discussões sobre as condutas de classificação e identificação do patrimônio cultural pelos agentes do patrimônio. Essa separação entre material e imaterial foi necessária naquele momento, a fim de marcar a mudança no foco no reconhecimento dos bens culturais populares, porém agora confunde mais do que ajuda nos processos de valorização do patrimônio cultural imaterial.

No âmbito nacional, a patrimonialização dos bens culturais são formados por um conjuntos de processos em diálogos interdisciplinares e multidisciplinares, e o Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) é um instrumento utilizado desde 2000 para o registro dos bens culturais nacionais pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN.

O INRC não é um instrumento totalmente novo na política de proteção patrimonial. O termo referência já estava presente no momento de criação, em 1º de julho de 1975, do CNRC, que definia como seu objetivo o traçado de um sistema referencial básico para a descrição e análise de dinâmica cultural brasileira (OLIVEIRA, 2010, p.145).

Patrimonializar é o ato de tornar um bem com valor de patrimônio, ou seja, proteger ou resguardar um bem material ou imaterial para as futuras gerações. Atribuir caráter nobre e oferecer um título de diferenciação social patrimonialização é o processo de valorização e judicialização da cultura.

Quando falamos em patrimonialização, estamos falando em dar conta do processo de valorização, reconhecimento e legitimação das culturas. A patrimonialização brasileira, todavia, possui lacunas abertas, a primeira e mais difícil de responder é entender de qual cultura brasileira estamos falando, seja da consciência, seja mesmo uma definição do que é nossa cultura brasileira.

A outra é “o uso da noção de bem cultural, tão mal definido pelas ciências sociais, entretanto, não pretende absolutamente sugerir que tais unidades concretas e reconhecíveis da prática social sejam configurações fixas e cristalizadas” (IPHAN, 2000, p.30).

O processo de patrimonialização gera um espaço de negociação que liga saber, poder e fazer, produz um campo de disputas à mercê de saber-poder patrimonial que concede, fruto de uma construção histórica social e praticado institucionalmente. Uma pequena elite sempre teve o saber-poder de transformar seus objetos em patrimônio, assim como desenvolve diversas formas de proteção para referências das culturas populares. O privilégio com que o agente patrimonial ocupa no processo de legitimação cultural, em relação aos valores culturais e das normas no processo de reconhecimento cultural, que não seja apenas aquela reproduzida pela elite, que reconhece e apropria-se das produções simbólicas como instrumento de dominação.

Pois são os poderosos que não só conseguem preservar as marcas de sua identidade como, muitas vezes, chegam até a se apropriar de referências de outros grupos (no caso do Brasil, de índios e negros), ressemantizando-as na sua interpretação. Isso quando não recorrem simplesmente à destruição dos vestígios da cultura daqueles que desejam submeter. É do lugar da hegemonia cultural que se constroem representações de uma identidade nacional (CASTRO; FONSECA, 2008, p.90).

Em sua égide, sempre teve o saber e o poder em transformar seus objetos em patrimônio, assim como desenvolve diversas formas de proteção. No entanto, a patrimonialização moderna propõe um modelo inverso, pois parte da população à vontade de reconhecimento cultural portanto vem propor e disputar um lugar para sua representação.

O processo de patrimonialização, em si, é um processo de diferenciação social com base na democratização da cultura, de maneira que agentes elegem as referências culturais de acordo com a demanda de grupos sociais diversos, que, por sua vez, vêm questionar o seu direito à livre participação no reconhecimento público e o direito à representação de sua identidade cultural.

A patrimonialização hodierna, então, pode ser percebida como um processo de valorização do bem cultural, a partir da atribuição de valores advindos dos diferentes grupos sociais – religiosos, eruditos, populares, tradicionais, híbridos, institucionalizados ou não, étnicos ou de gênero. Segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN,

os bens culturais de natureza imaterial dizem respeito àquelas práticas e domínios da vida social que se manifestam em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressão cênicas, plásticas, musicais ou lúdicas; e nos lugares (como mercados, feiras e santuários que abrigam práticas culturais

coletivas), a constituição federal de 1988, em seus artigos 215 e 216, ampliou a noção de patrimônio cultural ao reconhecer a existência de bens culturais de natureza material e imaterial (IPHAN, 2017).

Atualmente, o que se entende por bem cultural imaterial está contido na noção de referência cultural. Essa noção política e institucional indica que sai da população o interesse em patrimonializar algum elemento significativo de sua cultura. Essa compreensão aberta e contemporânea do que seja patrimônio cultural imaterial revolucionou a forma das pessoas se relacionarem com o patrimônio nacional.

Segundo argumentam Castro e Fonseca,

no processo de discussão do sistema brasileiro de salvaguarda do patrimônio imaterial, o conceito de referência cultural tornou-se fundamental. Este conceito está na base da nova visão da preservação e da gestão dos bens culturais brasileiros expressa pelas políticas atuais do patrimônio cultural imaterial. Ao mesmo tempo, sua adoção significou assumir que a atribuição de valor patrimonial a objetos e ações não é prerrogativa exclusiva do Estado e de seus representantes. Os sujeitos que mantêm e produzem bens culturais, antes disso, são vistos como atores fundamentais nesse processo (2008, p.20).

O bem cultural imaterial vem, portanto, dar grande visibilidade ao conjunto de processos socioculturais – seus agentes, suas criações, seus públicos, suas necessidades e especificidades como elementos estratégicos para o desenvolvimento socioambiental do território –, pois atravessa as dimensões sociais, culturais e econômicas da sociedade e ainda serve de suporte de informação para o universo cultural midiático.

Os estados brasileiros, ao reconhecerem as referências culturais locais como patrimônios culturais imateriais, provocam uma mobilização dentre os diversos segmentos da cultura, nunca antes vista. Com efeito, os estados passam a criar suas próprias legislações e instituições patrimoniais para administrarem seus bens culturais locais, à medida que as organizações públicas geram uma documentação no processo de patrimonialização hodierno. A respeito disso, Regina Abreu considera:

Podemos sintetizar assinalando que o campo do patrimônio na contemporaneidade constitui-se num campo assaz paradoxal: se, por um lado, abre-se uma comporta para um excesso de patrimonialização impulsionado pela “política da patrimonialização das diferenças como forma de combate à homogeneização neoliberal”, bem como pelas novas tecnologias e os modernos sistemas informacionais, por outro lado, fortalece-se o movimento inverso estimulando ações de distinção patrimonial, materializadas por meio dos selos de “patrimônio mundial” ou de “obra-prima do patrimônio oral e imaterial da humanidade” (2015, p.11).

O modelo de registro praticado, tanto em nível regional quanto em nacional, possui seu próprio campo de agentes e conceitos, de maneira que as referências culturais são eleitas e

valorizadas socialmente. Por outro lado, as defasagens e as contradições dos instrumentos, ao lado de políticas e condutas, são diferentes,

fazendo um esforço de síntese, podemos apresentar a trajetória dos processos de patrimonialização em três grandes momentos. No primeiro, que vai do século XIX à primeira metade do século XX, os processos de patrimonialização fundamentavam-se na reconstrução do passado (história) ou na busca e valorização de uma arte nacional. No segundo, cujo marco fundamental foi a criação da UNESCO nos anos 1940, uma nova e importante variável é absorvida pelos processos de patrimonialização: o conceito antropológico de cultura. [...] O terceiro momento tem início no final dos anos 1980, particularmente com o lançamento pela UNESCO da Recomendação de Salvaguarda das Culturas Tradicionais e Populares em 1989, quando as políticas preservacionistas passam a ser normatizadas por fóruns internacionais, com a predominância da UNESCO, estimulando uma dinâmica globalizada de identificação, proteção, difusão e circulação de valores e signos patrimoniais (ABREU, 2015, p.04).

2.2 A complexidade da valorização cultural de práticas sociais

As manifestações e as expressões culturais e artísticas são valorizadas e fortalecidas na medida em que os grupos sociais estabelecem vínculos geracionais e representativos, ligados por meio de relações de parentesco, herança cultural, interesses que se traduzem em uma rede de atores, instituições, lugares, com forte acúmulo de informações, articulações sobre seus bens culturais. São grupos sociais mais ou menos complexos, manejam saberes e fazeres ditos “tradicionais e contemporâneos”, ofícios e técnicas artesanais, práticas sociais, rituais e atos festivos, linguagens e expressões artísticas diversas.

O ato de apreender “referências culturais” pressupõe não apenas a captação de determinadas representações simbólicas como também a elaboração de relações entre elas, e a construção de sistemas que “falem” daquele contexto cultural, no sentido de representá-lo. Nessa perspectiva, os sujeitos dos diferentes contextos culturais têm um papel não apenas de informantes como também de intérpretes de seu patrimônio cultural (FONSECA, 2005, p.90).

Como conceitos antropológicos, as “referências culturais” exercem uma função mais ampla do que pode ser cultura, pelo olhar de cada um e da coletividade, pois os sentimentos, os conhecimentos, as percepções são fatos do cotidiano e constituem a cultura de cada um.

Segundo Maria Cecília Londres Fonseca (2005),

A expressão referência cultural tem sido utilizada sobretudo em textos que têm como base uma concepção antropológica de cultura, e que enfatizam a diversidade não só da produção material, como também dos sentidos e valores atribuídos pelos diferentes sujeitos a bens e práticas sociais. Essa perspectiva plural de algum modo veio descentrar os critérios considerados objetivos, porque fundados em saberes considerados legítimos que costumavam nortear as interpretações e as atuações no campo da preservação de bens culturais (2006, p.02).

Segundo Figueiredo et al.,

De esa forma, el patrimonio se ubica como concepto con dos variables: la valoración “intrínseca” dada por el grupo social (el papel de los especialistas, científicos e historiadores es fundamental aquí), basada en sus características ontológicas, y en la valoración extrínseca dada por el medio, por la cultura y por el mercado, como mercadería a ser vendida o “mercadería simbólica” (2011, p.359).

Por outro lado, o bem cultural ainda pode ser o lugar das identidades e suas respectivas referências culturais. Dessa maneira, os sujeitos históricos e sociais, pelo olhar de cada um e da coletividade, transformam sua cultura e sua arte que preservam fragmentos da memória, das lembranças, do conhecimento e dos modos de fazer e sentir. Então, os sujeitos, ao transformar seus bens em torno da sua cultura e da sua arte, comportam elementos que preservam fragmentos da memória, pelo olhar de cada um, os sentimentos, os conhecimentos, os instintos, as percepções, as pulsões, os gostos, as tradições.

Nesse contexto, o valor da autenticidade, dos direitos autorais e da propriedade intelectual impõe a dificuldade de compartilhar os critérios de representação das referências culturais. Portanto, o quando avaliamos esteticamente certos patrimônios com critérios de valorização que se subordinam a concepções eurocêntricas e hegemônicas, isso permite a construção de objetos estéreis, pois que apartados de seu contexto. Isso se contrapõe às memórias silenciadas e aos lugares apagados ou destruídos, às sobreposições de igrejas e palácios sobre lugares sagrados, tráfico de objetos, espólio de guerra conferindo uma importância.

Com efeito, o ato de eleger, selecionar e preservar um bem cultural para as futuras gerações sempre foi uma conduta humana, de um prestígio simbólico que se dá e se recebe, neste caso, de um poder sem conflito simbólico que emana como valor de um bem cultural que necessita reconhecer que coexistem identidades cujos valores muitas vezes estão implícitos em conflito com interesses difusos, ou seja, o olhar sociológico se voltou para os códigos de conduta, da sua submissão à vontade do ato.

Os patrimônios culturais são uma polifonia poderosa, produtora de sentidos, constituída, dialeticamente, de bens materiais, assim como de naturais, imateriais, manifestações, expressões advindas da espontaneidade das culturas e da pluralidade de atores e grupos de vários níveis sociais e territoriais. Essa diversidade ontológica produz uma materialidade artística, histórica e cultural, além disso, atravessa a temporalidades históricas, imaginários sociais, políticas, práticas e processos patrimoniais de diferentes de classes, *status*, *estilos* e *ethos*.

Para que o bem cultural (material ou imaterial) seja patrimonializado, é necessário que ocorra a valorização deste bem e lhe seja conferido o *status* de patrimônio cultural, natural,

histórico e artístico. Essa patrimonialização pode ocorrer em locais abertos ou fechados, como monumentos, praças, casarios antigos, museus e obras de artes, reconhecidos como bem cultural móvel ou imóvel. O processo tem início com a identificação, a seleção ou a aquisição do bem cultural, seguidas das ações de pesquisa, conservação e documentação que possibilitam expor um cenário real vivido, que, por sua vez, valoriza a memória social individual e coletiva.

Segundo Regina Abreu, “patrimonializar passou a significar um processo de escolha de determinados bens ou artefatos capazes de simbolizar ou de representar metaforicamente a ideia abstrata de nação e seus corolários, como a ideia de humanidade” (2015, p.04).

A patrimonialização é uma forma ampla de preservação, ocorre com a noção de bem cultural, histórico, artístico, natural, ou seja, o bem cultural, neste sentido, é um suporte de informação, de uma vontade, que é prova, testemunho de existência ou de um fenômeno e com a sua posteriormente comunicação.

Essa patrimonialização pode ocorrer *ex situ* ou *in situ*, incluindo, nesta última, o complexo arquitetônico, que se constitui como um conjunto de objetos e equipamentos diversificados e polivalentes, com espaços representativos do meio ambiente, na sociedade.

Pensar em patrimonialização num sentido de ação, de método, nos remete com frequência ao sentido de expor, de representar, de comunicar. Por outro lado, patrimonializar remete ao sentido de registrar, de guardar, de representar, de expor e de comunicar.

A categoria patrimônio cultural é uma das maneiras de se chegar à compreensão do conceito de cultura, aqui entendida como processo dinâmico de produção de sentido, constituído de um sistema cognitivo, estrutural, simbólico, determinado por valores, normas e regras cotidianas, que opera sob várias formas e engloba dimensões políticas, econômicas e sociais.

A concepção de bem cultural imaterial implica uma relação bilateral, ao suportar a ressignificação no tempo e no espaço, e certamente está ligada aos interesses difusos de homens e mulheres, por onde articulam-se usos e sentidos de um espaço-corpo-tempo das referências culturais, que por si dão unidade a aspectos imateriais e materiais da cultura, e assim as reconhecem como significante de sua realidade social e cultural.

O entendimento sobre patrimônio cultural imaterial parte historicamente da noção de arte, que se constitui como um bem cultural, que é, por sua vez, plural, resultante de uma atividade criadora, continuada e conjugada da humanidade, da natureza, e nessa condição religa presente, passado e futuro. A identificação e a classificação da dinâmica social de grupos diversos estão na base do conceito de referência cultural adotado pelas políticas

patrimoniais nacionais, mas não estão na base das práticas patrimoniais estaduais, que valorizam seus bens culturais esteticamente de acordo com o imaginário social e sua forma patrimonial.

Logo, os bens culturais são marcados pelas experiências vivenciadas pelos sujeitos num espaço-corpo-tempo e estão intrinsecamente relacionados com a ordem moral e valorativa de uma sociedade, comunidade ou indivíduo.

Uma das chaves para o entendimento do bem cultural material é a noção de “monumento”, termo antigo e atual devido a sua capacidade de ressignificação no tempo e no espaço. Para Alois Riegl,

en el sentido más antiguo y primigênio, se entedieuma obra realizada por la mano humana y creada com el fin específico de mantener hazãnas o destinos individuales (o um conjunto de éstos) siempre vivo y presentes em la conciencia de las generaciones venideras (2008, p.23).

Do complexo ao simples, um bem cultural pode ser uma obra de arte, um testemunho, uma cidade, uma paisagem, uma música, um documento, um brinquedo, uma dança, uma festa. Nesse sentido, importante atentar para as seguintes considerações de Riegl:

aqui es verdaderamente importante tener presente que todo monumento artístico, sinexcepción, es al mismo tempo um monumento histórico, pues representa um determinado estágio de laevolución de las artes plásticas para el que, em sentido estricto, no se puede encontrar ningunasustitucion equivalente. yla inversa, todo monumento histórico es también um monumento artístico, pues incluso um monumento escrito tan insignificante como, por ejemplo, una hojita de papel con una breve nota intrascendente (2008, p.25,).

A complexidade de eleger um patrimônio cultural imaterial para as futuras gerações está na capacidade de eles serem transitórios, móveis, mutáveis, efêmeros, fluidos, que residem na teia de significações da cultura, dependendo do grau de conservação e valorização que esse bem cultural carrega. “Asi pues, de acuerdo com los conceptos actuales, no hayningun valor artístico absoluto, sino simplemente um valor relativo, moderno” (RIEGL, 2008, p.27).

Nesse sentido, Riegl tece os seguintes comentários:

el testimonio puede ser um monumento escrito, por médio de cuyalectura se despiertanideascontenidas em nuestra conciencia, o puede ser um monumento artístico, cuyo contenido se capta de um modo inmediato por médio de los sentidos. (2008, p.25).

O bem cultural ainda pode ser o lugar das identidades e dos objetos. Portanto, é como uma polifonia, cria vozes, sons, imagens, objetos, que compõem uma harmonia, mas não uma

harmonia singela, singular, e sim complexa porque envolve a cultura de cada um de nós, um devir no sentido como a música, a arte, a dança, a festa, o prazer, o som.

Remonta a um a passado comum, ligado às ideias de herança, legado e tradição, e por tudo que contém um sentido para nós. Segundo Riegl,

si nos declaramos partidarios de la concepción de la esencia del valor artístico, tal y como, con ímpetu irresistible, se ha configurado en la época más reciente como resultado final del conjunto de la inmensa atividade investigadora del siglo xix en la historia del arte, no podremos en adelante de (monumentos históricos y artísticos), sino solamente de (monumento históricos), y exclusivamente en este sentido emplearemos el término a partir de ahora (2008, p.28).

Os valores dos monumentos, em especial os valores rememorativos e de contemporaneidade, colocam o valor artístico numa perspectiva cultural, compreendem um período histórico socialmente construído de valores históricos que exercem primeiramente uma função memorial e monumental. Conforme Riegl,

proximidade a las exigências de la moderna voluntad de arte, exigencias que, certamente, estanaun mas lejos de encontrar una clara formulación y que em rigor nunca laencotraran, puesto que varian incessantemente de um sujeto a outro y de uno a outro momento (2008, p.28).

Para Alois Riegl (2008), os monumentos, e estendendo às obras de arte, são aqueles eventos que se pretende imortalizar, sacralizar, do materialismo físico da arte, dando-lhes uma certa autonomia, por meio de valores e sentidos da sociedade moderna. Assim sendo, o conceito de vontade da arte moderna, *kunstwollen*, criado pelo referido autor em 1903, postula a “vontade” como uma força do espírito humano e das manifestações concretas desse espírito, ligadas à questão do conhecimento e de sua própria visão de mundo.

O valor do bem histórico discutido por vários autores requer que o sujeito do patrimônio possua um conhecimento, uma ancestralidade a ser seguida, mantida e reproduzida por determinadas vidas sociais. Sabemos que, quando retiramos o bem cultural do seu contexto, corremos o risco de projetá-lo somente em seu tempo cronológico e esquecemos, ou mesmo não sabemos, que devemos projetá-lo em seu tempo social, cultural e econômico, reafirmando a noção de herança cultural, tal como se depreende das seguintes palavras de Figueiredo et al.:

En tanto que existe un elemento que, articulado con los demás, acaba por dar definitivamente al concepto de patrimonio cultural su remate más inmediato, el concepto de herencia que forma parte del mismo concepto en idiomas como el inglés por ejemplo, . Según Riegl (2003), el concepto de patrimonio cultural se origina en la comprensión de lo que hoy se llama proceso de patrimonialización,

como “culto” al monumento, formador del hombre moderno y cuya importancia del pasado está materializada en el presente (2011, p.06).

O patrimônio cultural representa um papel importantíssimo no cenário nacional, na defesa pela pluralidade, diversidade e democratização do país. Já os legisladores e os especialistas de outras áreas confundem a diferença entre os termos material e imaterial e o desenvolvimento teórico e prático que esses termos engendram, pois possuem trajetórias e temporalidades diferentes. Existe uma teoria e uma política em tempos históricos que envolveu os bens culturais de grupos sociais diversos.

No campo do patrimônio cultural imaterial, existe um sujeito culto e outro popular em negociação. De um lado, está um sujeito histórico, que usa, normatiza e regula os bens culturais nacionais a partir de um saber-fazer patrimonial, que se torna presente, não somente nos discursos, mas reprodução da prática, no processo e na política pública, e, de outro, um sujeito social fragmentado sendo recriado por um sujeito culto dentro da prática patrimonial, no meio de um conflito de interesses difusos e coletivos disformes.

A patrimonialização dos bens culturais nacionais remete às teorias e às práticas das disciplinas de conservação e restauração dos bens culturais de natureza “material” e decorre de procedimentos técnicos que vão desde as práticas do tombamento até seu registro audiovisual. Para Figueiredo et al. (2011), seria caracterizada por:

el proceso de patrimonialización de la cultura y de la naturaleza posee cierta antigüedad, pero su génesis moderna se reporta a la preocupación por proteger los monumentos en la Francia post revolución. se observan una serie de acciones puntuales en varios países relacionadas con la protección del patrimonio, hasta el reordenamiento del tema a partir de la creación de la UNESCO (organización de las naciones unidas para la educación, la ciencia y la cultura) en 1946 y de las reuniones y encuentros cuyo objetivo fue elaborar protocolos para la protección de lo que se comenzó a llamar patrimonio y de los elementos culturales que deberían ser preservados (2011, p.04).

A patrimonialização moderna pressupõe então que as referências culturais vêm até as instituições patrimoniais a fim de participar democraticamente do acesso à proteção e à promoção do patrimônio cultural brasileiro. O que é o processo de patrimonialização senão o reconhecimento de prática cultural cuja demanda advém da sua própria sociedade por meio de uma legislação que ampara as referidas referências culturais, ou seja, os costumes de um povo. Então, essa judicialização da cultura transforma uma prática social em bem cultural e cria uma legislação que a reconhece e produz uma lei estadual ou municipal.

Ao falar em processo de patrimonialização apoiada numa ontologia pluralista e polivalente num movimento de redução, divisão e integração desse objeto, a prática do

processo patrimonial necessita envolver as vozes ocultas e as vozes públicas nesse processo de atribuição, eleição e reconhecimento de valores à compreensão de que múltiplos agentes atribuem valores distintos às referências culturais para as preexistências culturais.

Desse modo, nota-se que a relação do bem cultural com sua produção material e imaterial, com aquilo que um determinado grupo social ou a sociedade considera como relevante e confere o *status* de patrimônio cultural, move a ação daqueles que o fazem e pela regra que agem, naquilo que faz fazer socialmente produzido, à medida que um saber reproduz uma representatividade social.

Com efeito, o registro do bem cultural imaterial tornar-se um direito ou não, que se contradiz, do estático ou efêmero. Querer colocá-lo numa caixinha de conforto do pesquisador é assassiná-lo na sua continuidade, pela infinidade do que seja cultura e suas representações plurais e diversificadas, a partir das múltiplas significações e interpretações do uso que se faz deste.

Atualmente, não tem como entender o patrimônio cultural imaterial sem entender o processo de patrimonialização dos bens culturais, e o conceito de patrimônio cultural cruza e é cruzado por realidades controversas, sua compreensão interdisciplinar se torna necessária como forma de trabalho. Conforme Figueiredo,

de esa forma, el patrimonio se ubica como concepto con dos variables: la valoración “intrínseca” dada por el grupo social (el papel de los especialistas, científicos e historiadores es fundamental aquí), basada en sus características ontológicas, y en la valoración extrínseca dada por el medio, por la cultura y por el mercado, como mercadería a ser vendida o “mercadería simbólica” (2012, p.358).

A noção de “patrimônio cultural imaterial” é recente na história das ciências, é uma síntese moderna de composições epistêmicas cuja necessidade é atender o social, o cultural e econômico e que permita a articulação dessa categoria.

Para Françoise Choay, em seu livro *Alegoria do Patrimônio* sobre a hegemonia cultural no campo patrimonial moderno francês (2001),

o campo patrimonial da França e, sob denominações diversas, no mundo inteiro, é palco hoje de um combate desigual e incerto, no qual, porém, o poder dos indivíduos permanece grande e em que a ordem de um prefeito, de um inspetor dos monumentos históricos, de um arquiteto, ou de um administrador do patrimônio ainda pode mudar o destino de um monumento ou de uma cidade antiga (2001, p.213).

Para José Reginaldo Gonçalves, o patrimônio cultural constitui-se por uma categoria de pensamento, “os chamados ‘patrimônios culturais’ tornaram-se objeto de uma obsessão

coletiva, depois de sua ilimitada expansão semântica expressada pela noção de ‘patrimônio intangível’” (GONÇALVES, 2007, p.239), devido ao alargamento semântico após a noção dos patrimônios intangíveis. Segundo Gonçalves,

pois nesse inflacionamento há o risco de trivializarmos o potencial descritivo e analítico que possa ter a categoria, além dos riscos propriamente políticos e que consistem na eliminação das forças dessa categoria como instrumento de luta pelo reconhecimento público de grupos e de indivíduos (2007, p.239).

Para esse autor, as pessoas vão olhar para a história do patrimônio e vão se perguntar por que, nesse período, ocorreu uma corrida entre as culturas em reconhecer seus bens culturais. No campo da arqueologia, Sandra Pelegrini (2009) define e divide categoricamente o patrimônio cultural em três tipos de sítios patrimoniais: os naturais, os culturais e os mistos. E os bens culturais que integram esses sítios também se dividem em bens materiais (ou tangíveis) e imateriais (ou intangíveis). Ademais, os bens tangíveis ou materiais se subdividem em dois tipos: bens móveis e bens imóveis (PELEGRINI, 2009, p.27). Há, de certo, muitas categorias de patrimônio.

2.2.1 Interdisciplinaridade e Patrimônio

Existe uma linha tênue no processo patrimonial entre o saber, o poder e o fazer. Segundo Olga Pombo,

podem ser convocados em favor da importância cognitiva e heurística da interdisciplinaridade para o futuro do conhecimento humano: i) nível metafísico; ii) nível transcendental; iii) nível antropológico; iv) razões culturais e históricas; v) especificidade da instituição escolar (1993, p.177).

O patrimônio cultural pertence a um campo de conhecimento interdisciplinar, abrange uma área que envolve questões de ordem teórica e prática, é objeto de estudo de várias disciplinas e se manifesta com apelo obrigatório a diversas áreas do conhecimento, como direito, antropologia, sociologia, arqueologia, história, arte, biologia, museologia, com interface na área de educação, economia, entre outras. Dessa maneira, produz um campo de conhecimento abrangente e com reflexões polivalentes.

Esse campo de conhecimento vem se expandindo nas últimas décadas, resultando em um campo de pesquisa cada vez maior. Disciplinas como a de conservação e restauração surgiram a partir da necessidade de pesquisadores de diversas áreas do conhecimento para lidar com um diversificado acervo material cujos objetos e conceitos são alheios a suas disciplinas de origem, e tornou-se mais intenso nas últimas décadas devido à complexidade da

vida atual, frente as diversas problemáticas da sua própria história social como campo de conhecimento.

Essa área de pesquisa é complexa porque envolve questões não somente multi e interdisciplinares, mas se propõe a uma aventura transdisciplinar, como estudo transdisciplinário, e precisa dar conta da complexidade da vida social, de maneira que possa abarcar elementos sociais, culturais e econômicos pelos quais as “culturas” tangenciam, atravessam ou perpassam.

A dinâmica do objeto de estudo é uma das discussões que permeiam o sistema das ciências humanas e sociais: “muitas dessas experiências não são efetivamente experiências interdisciplinaridades mais simplesmente multidisciplinares (ou pretendendo sê-lo)” (POMBO, 1993, p.177).

No campo das ciências humanas, muitos pesquisadores abordam a categoria “patrimônio cultural” a partir de diferentes teorias e linha analíticas e propõem alternativas para seu entendimento conceitual a partir de um discurso romântico e apaziguador sobre a diversidade cultural, o que pouco contribui para as questões de valorização cultural que envolvem as culturas e os bens culturais no processo de patrimonialização hodierna, “Trata-se de um campo com muitas disputas e um circuito próprio de circulação de ideias, práticas, artefatos, profissionais” (ABREU, 2015, p.04). Cada área científica do campo do patrimônio possui suas problemáticas e maneiras de lidar com seus objetos cujos limites e fronteiras não são bem definidos que por sua vez decorrem de um deslocamento e ampliação de conceitos diversos importados das áreas consolidadas da arquitetura, do urbanismo, da antropologia e da história (CHOAY, 2001).

O pensamento interdisciplinar aborda fenômenos complementares, concorrentes e antagônicos, não somente entre uma ordem e uma desordem, descartando completamente o movimento do pensamento linear. Ele se transforma numa ação política – comunicacional.

A prática interdisciplinar entre os campos e as disciplinas parecem com uma grande várzea, que, quando cheia, se aproxima dos objetos e, quando esvazia, se distancia dos objetos para poder observar suas interfaces. Sentia-se um verdadeiro abismo de ideias e contradições, muitas vezes necessário por conta do foco investigativo e interpretativo que se distanciava dos conflitos sociais e epistêmicos da pesquisa. A reflexão relacional ou processual em sua interdisciplinaridade ajuda na compreensão com dicotomias adjacentes, dualidades e polissemias conceituais.

Essa compreensão do que se quer registrar não permite a dicotomia do material e do imaterial ou vice-versa. Essa diferença decorre de uma forma de pensamento dualística e do

próprio entendimento do que era patrimônio cultural naquela época. Todavia, no contexto institucional, continua e se observar a mesma dicotomia e ambiguidade sobre os termos material ou imaterial neste respectivo pensamento dual.

O objeto interdisciplinar do patrimônio cultural, com seu ordenamento jurídico político, leva o pesquisador a interagir com as culturas de várias maneiras, abre para discussões sobre os direitos culturais das memórias coletivas e dos saberes para além das interações entre as áreas consolidadas do campo patrimonial. Nesse sentido, “O patrimônio existe como força política na medida em que é teatralizado: em comemorações, monumentos e museus” (CANCLINI, 2008, p.162). Portanto, existe uma prática de diálogos sobre o reconhecimento cultural que se dá na sociedade no processo patrimonial. A maioria das práticas conservadoras é regida por conceitos científicos e políticos comuns com forte apelo aos repertórios fixos de tradições contidas em objetos.

As práticas patrimoniais hodiernas lidam com descobertas de uma identidade a ser preservada ou restaurada. São duas formas de patrimonialização: o processo jurídico político praticado pelo governo federal e o processo legislativo dos órgãos estaduais e municipais.

O agente, como instrumento educador ou legitimador, faz uso de um formalismo histórico jurídico que compreende as legislações, os instrumentos e as condutas que atribuem valores e definições a elementos constituintes da cultura material e imaterial de novos sujeitos.

Ante a especialização e a disciplinaridade do conhecimento científico, Olga Pombo considera:

uma das manifestações mais características desta condição fragmentada do saber é o fenômeno da institucionalização generalizada da atividade científica (...) por outras palavras, substituímos o espanto e a curiosidade pelo gesto simples da manipulação. (...) também no plano das formas de compreensão de si mesma da nossa modernidade esta situação disciplinar teve, e continua a ter, uma influência considerável (...) o homem se vê hoje forçado a abandonar (ou será recalcar? eliminar? ou superar?) o seu desejo de unidade de conhecimento. sentindo-se incapaz de satisfazer esse desejo de compreensão, o homem abandona essa tarefa à competência dispersa e restrita de especialistas os quais, em contrapartida, o abandonam a ele pois lhe não devolvem uma imagem unitária do mundo em que vive, lhe não oferecem uma teoria unificada no interior da qual ele possa encontrar pontos firmes de referência para a compreensão da sua própria condição (1993, p.175).

O faz fazer das ações preservacionistas e do saber-poder das políticas patrimoniais cruzam informações com as diferenças e as desigualdades da diversidade cultural, formando um jogo de interesses no culto patrimonial em disputa pela representação cultural desvelado

pela própria ciência moderna. da consciência de um jogo do saber-poder a partir das políticas públicas patrimonial.

Segundo Cavalcanti (2007), o decreto nº 3.551, de 04 de agosto de 2000 – complementado pela resolução nº 1, de 03 de agosto de 2006 (DOU 23/3/2007) –, é o principal marco legal da atuação relativa ao patrimônio cultural imaterial no Brasil. A aprovação e a promulgação desse decreto podem ser entendidas como a culminância de um processo de investimentos políticos e intelectuais realizados pelos dirigentes e pelos técnicos do IPHAN, iniciado em 1997 na cidade de Fortaleza, capital do Estado do Ceará, com a realização do seminário “Patrimônio imaterial: estratégias e formas de proteção”, do qual resultou a *Carta de Fortaleza*. A convenção para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial, celebrada pela UNESCO, em Paris, no dia 17 de outubro de 2003, foi ratificada pelo governo brasileiro por meio do decreto nº 5.753/2006. Com base nessa legislação, instaura-se o conjunto de políticas públicas de cultura que configuram o contexto contemporâneo do patrimônio cultural imaterial.

Ao mesmo tempo, sua adoção significou assumir que a atribuição de valor patrimonial a objetos e ações não é prerrogativa exclusiva do estado e de seus representantes. Os sujeitos que mantêm e produzem bens culturais, antes disso, são vistos como atores fundamentais nesse processo, em dualidade com os conceitos de folclore e tradição do culto patrimonial na modernidade. A primeira estratégia é a espiritualização esteticista do patrimônio. A segunda é a ritualização histórica e antropológica.

O Brasil avança no controle dos bens culturais materiais e imateriais, cujo objetivo é a preservação de uma identidade nacional para as futuras gerações. No entanto, vai deixando lacunas quanto à transparência de uma construção social historicamente compartilhada, como faz o IPHAN através de seu método INRC, que, de forma muito rápida e a fim de atender a exigências muitas vezes burocráticas ou externas, não dão conta do próprio processo de valorização e critérios para sua conservação. Por conta dessa rapidez, institucionalizam o patrimônio cultural.

Recorrente é a utilização de fotografias e vídeos como forma de registro do bem, como se as práticas patrimoniais fossem capazes de patrimonializar o espontâneo e assim se congelam em seus bancos de dados.

Para a história do patrimônio cultural brasileiro, registra-se a passagem de um bem cultural material em “pedra e cal” (FONSECA, 2009), para um bem cultural imaterial dos saberes-fazer ditos “tradicionais” de grupos sociais diversos.

Em nível internacional, a Organização das Ações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO se tornou uma grande agência internacional. Em suas tentativas de universalização da categoria “patrimônio cultural”, tem aperfeiçoado os conceitos buscando defini-los de forma colaborativa em prol dos estados-membros e a fim de atender as necessidades das comunidades internacionais, e define, na célebre convenção internacional de 2003, o patrimônio cultural imaterial como:

1. entende-se por “patrimônio cultural imaterial” as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. este patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. para os fins da presente convenção, será levado em conta apenas o patrimônio cultural imaterial que seja compatível com os instrumentos internacionais de direitos humanos existentes e com os imperativos de respeito mútuo entre comunidades, grupos e indivíduos, e do desenvolvimento sustentável.
2. o “patrimônio cultural imaterial”, conforme definido no parágrafo 1 acima, se manifesta em particular nos seguintes campos: a) tradições e expressões orais, incluindo o idioma como veículo do patrimônio cultural imaterial; b) expressões artísticas; c) práticas sociais, rituais e atos festivos; d) conhecimentos e práticas relacionados à natureza e ao universo; e) técnicas artesanais tradicionais (UNESCO, 2003).

E sua forma de proteção (metas e diretrizes), salvaguarda, é definida como:

3. entende-se por “salvaguarda” as medidas que visam garantir a viabilidade do patrimônio cultural imaterial, tais como a identificação, a documentação, a investigação, a preservação, a proteção, a promoção, a valorização, a transmissão – essencialmente por meio da educação formal e não-formal – e revitalização deste patrimônio em seus diversos aspectos.
4. a expressão “estados partes” designa os estados vinculados pela presente convenção e entre os quais a presente convenção está em vigor (UNESCO, 2003, p.03).

Em nível nacional, o patrimônio cultural é resguardado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, autarquia do Ministério da Cultura, conforme histórico apresentado por Castro e Fonseca (2008), criado em 1937, com o nome de Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – SPHAN, fundamentado com base em instrumentos legais, protocolos internacionais, pesquisas científicas e de um corpo técnico atuante.

A missão do Instituto é “promover e coordenar o processo de preservação do patrimônio cultural brasileiro para fortalecer identidades, garantir o direito à memória e contribuir para o desenvolvimento socioeconômico do país”

(<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/314>). Ele possui representações em vários estados brasileiros por meio de superintendências regionais localizadas no norte, nordeste, centro-oeste, sudeste e sul do país.

O IPHAN possui a incumbência de preservar o patrimônio cultural, por meio da interferência dos governos, nas esferas federal, estadual e municipal. Com efeito, os estados brasileiros passam a criar suas próprias legislações e instituições patrimoniais para administrar seus bens culturais.

Com efeito, a convenção da UNESCO (2005), além de estabelecer 08 princípios diretores, para construção de pontes entre os povos, define os conceitos de diversidade cultural e interculturalidade. Referem-se à existência e à interação equitativa de diversas culturas, assim como à possibilidade de geração de expressões culturais compartilhadas por meio do diálogo e respeito mútuo.

De tal análisis, Manuel Gutiérrez concluye que en los casos analizados esta patrimonialización, materializada en los expedientes de inscripción, constituye “un falseamiento oportunista de la realidad etnográfica” cuyo fin último sería la “expropiación estatal” de las culturas locales (pp.25-26) (LOPEZ, 2017, p.182).

A apreciação de um patrimônio imaterial assume uma dupla possibilidade, o poder interpretativo e o *status* do patrimônio como elemento perpetuador da memória de grupos sociais e como objeto de mercadoria simbólica cultural em conflito com a definição na UNESCO, que, dessa maneira, não possui conceito científico e sim um consenso atendendo os interesses internos e externos.

Contudo nos debates e estudos sobre a modernidade latino americana, a questão dos usos do patrimônio continua ausente. é como se o patrimônio histórico fosse competência exclusiva de restauradores, arqueólogos e museólogos: os especialistas do passado (CANCLINI, 1997, p.22).

Quem as patrimonializa não são sujeitos separados, mas sujeitos envolvidos na trama da interculturalidade, em intercâmbio, de troca, conflitos, história de interações e migrações, a interações com as outras muitas culturas. Os grupos sociais podem ter relação com o passado ou não, não precisam estar acorrentados a um certo passado tradicional religioso, podem decidir sobre um conjunto de bens, de festas e atividades culturais que seja significativo para eles, a que atribuem um sentido de vida, pois organizam, produzem, gerenciam essas atividades.

Outro sentido que vai impregnar o imaginário patrimonial são as noções de risco e perigo, fenômenos erosivos e destrutivos ocasionados pela intensificação do turismo, de guerras civis, regimes políticos.

Para José Gonçalves (1996), há “a perda” das identidades, e este sentido da vida torna-se cada vez mais difícil definir por autorreferência. Os usos dos bens fazem parte do bem cultural e, nessa condição, ligam o presente ao passado e este ao futuro (CANCLINI, 2009). E propõe-se a estudar os usos dos aspectos materiais e imateriais do som automotivo em seus processos interculturais, com processos de patrimonialização a entender a relação dos grupos culturais com seus bens culturais e de que forma eles articulam esses bens.

A metodologia foge das correntes formalistas cuja noções romantizam as culturas populares ou mesmo aquelas noções que valorizam os aspectos monumentais dos objetos e, em contrapartida, os petrificam em seus bancos de dados. A categoria de patrimônio cultural é vista como um conjunto de repertórios culturais, em processos culturais distintos e conflitivos, que podem ser usados de várias maneiras e com vários significados, podendo ser um comportamento, um objeto, novas maneiras de produzir as festas. Depois de duas décadas em que a globalização foi declarada como destino inevitável da modernidade, se começa a estudar a variedade de intercâmbios, desencontros e desigualdades que ela provoca. Portanto, faz-se necessário adotar uma perspectiva intercultural para entender quando os bens se tornam patrimônio e não uma definição do que é patrimônio.

Para Nestor Garcia Canclini (2008), a etnografia recente do século XXI entende a dimensão patrimonial como uma construção social. Logo, o patrimonial não consiste na necessidade de riscos e propriedades intrínsecas dos objetos, senão de valores que lhes são atribuídos por determinados sujeitos de vários campos da cultura. Não que os objetos não importem, mas porque digamos que aquilo é mais importante que outros.

A memória social não vive só do passado, vive no presente, tampouco vive da oralidade ou de suas expressões culturais. Estas disputam, manipulam. No entanto, o papel decisivo destas instituições controla as agendas econômicas, o poder interpretativo e das difusões midiáticas analógica e digital.

O que fazer com o patrimônio cultural na modernidade, que condições temos de reunir elementos para que ele seja preservado? Um elemento importante para a definição de patrimônio cultural é o de arte, mas não existe nenhum consenso universal de sua definição. A estratégia é unir os usos da diversidade cultural, metodologia que une diversas matrizes do patrimônio cultural.

Toda essa categoria de patrimônio – música, dança, movimento religioso – não cabe num mapa, com identificação e depois categorização, pois como categorizar a diversidade cultural? Um percurso teórico que dê conta dessa problemática tem por objetivo discorrer sobre conceitos do patrimônio cultural em seu contexto social, político, econômico e cultural.

Concordamos com Gonçalves (1996) que devem haver limites para a categoria de patrimônio cultural, sob a velha ideia de um nacionalismo romântico e apaziguador das identidades culturais.

A prática controversa do som automotivo, de certa maneira, rompe com essa ideia de referência cultural estabelecida pelas políticas do patrimônio que centram os elementos da cultura e da identidade em valores fixos de tradições condensadas em objetos ou territórios. Por outro lado, antagoniza o formalismo jurídico das condutas dos agentes patrimoniais e dos valores culturais historicamente construídos, e aprofunda as relações de poder e cultura da vida social que faziam os conflitos e interesses difusos.

Para compreender essa multiplicidade de sentidos, para dar uma organização coerente, criaram a metodologia INRC. Para trabalhar com os processos comunicacionais interculturais, necessitamos de novos estudos sobre a etnografia dos usos dos patrimônios, pelos campos do direito, da comunicação e da educação, por exemplo, que permitam uma ligação estreita com dados econômicos e sociais. O objeto patrimonial no campo da arquitetura e da história avança com estudos no contexto da interculturalidade. O que está em jogo nas condutas das culturas no processo de legitimação patrimonial é o ato de eleger e valorizar as práticas sociais da produção humana.

O uso do conceito de referência cultural é uma questão de interdisciplinaridade. Essa noção remete à ideia de localização de expressões e manifestações culturais, o que não permite uma dinâmica fixando valores construídos socialmente, valores históricos, excepcionais, originais, fixando os objetos no tempo e no espaço do bem cultural.

A ancestralidade é um bem imaterial em que, geralmente, o idoso detém o conhecimento e o mantém por meio da oralidade, da repetição, das práticas, da herança e da consciência histórica – com base na história social do patrimônio cultural, destaca-se a dualidade do pensamento daqueles que separaram o conceito e assim a ambivalência que ele promove tanto na estrutura quanto na confusão conceitual de sua estrutura, que, por sua vez, sofre desgaste por causa da falta de articulação dialética crítica entre os conceitos de material e imaterial (ou intangível) como ferramentas de interpretação das manifestações culturais com relação à representação do patrimônio cultural. Observa-se uma alta representatividade da classe dominante e uma baixa ou quase insuficiente da subalterna.

Nossa problemática se centra na valorização cultural de práticas sociais a partir do culto patrimonial hegemônico que estão voltadas para a importância de um passado simbólico das práticas sociais das culturas.

O reconhecimento de um patrimônio cultural imaterial assume uma dupla possibilidade, como elemento perpetuador da memória de grupos sociais diversos ou como objeto de mercadoria simbólica e material na trama dos processos patrimoniais.

2.3 Práticas e políticas patrimoniais no Estado do Pará

Como as noções de patrimônio cultural imaterial e de instrumento de registro ainda não estão consolidadas, a confusão com o tombamento e as práticas tradicionais de preservação tem sido inevitável (CASTRO, 2008, p.98).

O processo estadual é composto de atos normativos do Poder Executivo e do Legislativo, com base numa prática patrimonial política jurídica e num processo patrimonial que produz uma documentação e comunicação social (signo serve para comunicação), com vistas a enfatizar uma estrutura preservacionista, que tem como propósitos as seguintes ações: colecionar, guardar, tomba, registrar, expor, salvaguardar.

O Estado do Pará está na vanguarda em seus processos de patrimonialização dos bens culturais imateriais, iniciados ao final da década de 1980, com a criação da Constituição Estadual promulgada em 05 de outubro de 1989⁶, juntamente com o Maranhão e o Piauí, que, desde 1990, dispõe sobre legislação de proteção ao patrimônio cultural imaterial.

Segundo Castro e Fonseca (2008), o Maranhão foi o primeiro estado brasileiro a mencionar explicitamente a proteção ao patrimônio cultural imaterial, sob a lei nº 5.082, de 20 de dezembro de 1990. O estudo realizado por Castro e Fonseca sobre os processos de patrimonialização nacional sobre a legislação estadual por 12 estados brasileiros não se pauta no processo de patrimonial político legislativo e sim numa análise cronológica das normas jurídicas e sua aplicação (bens imateriais, pessoas, grupos).

Em nível regional, no Pará, o processo de proteção aos bens culturais inicia com a criação da 1ª diretoria regional, que havia sido implantada em 1979, e respondia também pelos estados do Amazonas, Acre e Rondônia, além dos então territórios federais do Amapá e de Roraima. Ao longo da década de 2000, os governos estadual e municipal promoveram a restauração de diversos bens, destinando-os a usos culturais e turísticos. São exemplos das

⁶ Publicada em encarte do *Diário Oficial do Estado*, de 06 de outubro de 1989. Publicada no *Diário Oficial do Estado*, de 27 de outubro de 1989.

ações de preservação o Forte do Castelo, o antigo hospital militar, a Igreja de Santo Alexandre e o Colégio Jesuítico, além da Catedral da Sé.

Dentre as instituições patrimoniais paraenses, encontramos os órgãos governamentais: Departamento Histórico, Artístico e Cultural, da Secretaria de Estado de Cultura do Pará (DEPHAC/SECULT-PA), Assembleia Legislativa do Estado Do Pará – ALEPA; fundação Cultural de Belém – FUMBEL; e Câmara Municipal de Belém – CMB. Tais instituições, no conjunto, juntamente com o IPHAN, operacionalizam o patrimônio cultural material e imaterial paraense por meio de legislações, programas, projetos e políticas públicas.

O patrimônio cultural imaterial paraense é formado, segundo o IPHAN, pelas seguintes manifestações: Círio de Nazaré, que ocorre na cidade de Belém do Pará; Festividade do Glorioso São Sebastião, localizada na região do Marajó; carimbó, localizado nas mesorregiões do nordeste paraense, área metropolitana de Belém e localidades da ilha do Marajó; e modos de fazer cuias do Baixo Amazonas, das comunidades indígenas da região, assim como outras modalidades de patrimônio em trâmite pelo órgão.

Segundo a ALEPA, temos, como patrimônio cultural imaterial: “o clássico Re x Pa”; “Festa de Iemanjá”, “Feira Pan-Amazônica do Livro”, “música gospel”, “feira agropecuária”, “aparelhagem de som e seus símbolos”, “comidas típicas”, “peça de teatro”, “ritmos”, entre outros. E, pela CMB, temos: a Escola de Samba “Rancho não posso me amofinar”; o evento “Marcha para Jesus”; o evento “Louvor Norte”; e o respectivo patrimônio imaterial foco da pesquisa, “sonorização e estilização automotiva”.

Ressalte-se que outros estados possuem processos patrimoniais, como é o caso de São Paulo, que elege como bem cultural imaterial o “samba rock”, o “sanduíche bauru”. A Bahia, por exemplo, elegeu a “banda Olodum”, e o Maranhão, o “Salão do Livro de Imperatriz” (Salimp), a “Exposição Agropecuária de Imperatriz” (Expoimp) e o “Festejo de São José de Ribamar”, entre outros elementos da cultura brasileira.

O Estado é composto por um corpo social no qual se articulam agentes, instituições, equipamentos e instrumentos, que carregam interesses difusos e poderes oblíquos em conflitos nas relações de atribuição aos valores artísticos, históricos e simbólicos das culturas populares, o que está se sucedendo nas relações sociais no campo patrimonial, pela construção social que se faz a respeito deste pelo Estado e pela indústria cultural.

Ao analisar as normas e as motivações em jogo nas ações de legitimação dos patrimônios culturais imateriais, ampliamos nosso olhar para as transformações estéticas e políticas dos valores culturais numa sociedade industrial e capitalista que tem como base o consumo e o interesse numa dimensão social em conflito entre hegemônicos e subalternos que

atendam aos interesses e aos novos valores imbricados nesta nova fase do capitalismo moderno.

As práticas sociais, as manifestações e as expressões culturais são invenções humanas criadas dentro de cada grupo que interage em sociedade ao longo do tempo, possuem sua estrutura e hierarquia social, são territórios em disputa, cujos interesses se encerram no indivíduo, no território, o que, por sua vez, faz com que os papéis e as funções sociais interrelacionem-se criando espaços produtivos de diálogos.

Na análise das políticas patrimoniais estaduais, se observou as condutas dos agentes sob a noção de identidade e representação social como formas de preservação para a reconhecimento dos bens culturais

Por outro lado, os valores culturais construídos historicamente pela política regional reconhecem inicialmente o valor histórico e ambiental, depois os valores artísticos e culturais. A legislação existente sobre o patrimônio cultural é abrangente e foram encontrados referências de valorização que permite o registro de bens culturais, grupos, objetos e coisas.

O pedido de registro de um patrimônio cultural não é imediato. Ele possui um sentido, uma norma, uma motivação, e normaliza-se com a construção coletiva dos valores cultural eleitos pelos agentes envolvidos durante o processo patrimonial que possui um registro na forma de inventario, livro ou dossie que permite sua manutenção e ações de salvaguarda.

Os elementos até aqui apresentados neste tópico dizem respeito ao âmbito estadual. No entanto, por sua vez, no processo de patrimonialização municipal, exposto mais detalhadamente a seguir, o registro ocorre através da formalização de um projeto lei que atribui valores às referências culturais, identificando elementos significantes das culturas populares que estão conectados a valores e atitudes do “mercado”, justificando, a partir da geração de empregos e renda, a escolha de determinada expressão cultural como “gosto” e “ritmos” ligados ao imaginário social.

2.4 A Justificativa Arbitrária do Processo Patrimonial do Som Automotivo – do pedido ao veto municipal

O questionamento sobre a universalidade dos valores culturais abre um caminho social e político para a história do patrimônio cultural nacional. A proposta deste item é compreender a conduta dos agentes no processo de valorização estética do bem cultural imaterial, neste caso do Som Automotivo, cujo cenário é o município de Belém do Pará.

A estratégia é compreender a valorização a partir de uma espiritualização esteticista do bem cultural, com base na representação das práticas e das expressões culturais. A segunda é

a ritualização histórica do culto patrimonial, no que confere às ações de preservação produzido pelos instrumentos legais. O pedido de registro de um patrimônio cultural não é imediato. Ele possui um sentido, uma norma, uma motivação, e normaliza-se com a construção coletiva dos valores cultural eleitos pelos agentes envolvidos durante o processo patrimonial que possui um registro na forma de inventário, livro ou dossie que permite sua manutenção e ações de salvaguarda.

As pessoas, a partir do seu ponto de vista, propõem diferentes formas de valorização e conservação cultural, cuja construção social se ocupa de identificar e eleger costumes, identidades e valores advindos das necessidades das culturas pelo reconhecimento público. Portanto, estamos diante de um processo de atribuição de valores a bens culturais negociáveis.

Segundo Canclini, “O estudo dos processos de legitimação cultural é uma das vias para explicar os poderes oblíquos que misturam instituições liberais, hábitos culturais e movimentos sociais” (1997, p.215).

Ilustração 49 – Associação do Som Automotivo do Pará – SAP – Exposição Seminário UFPA-NAEA (2018)



Fonte: Vanessa Malheiro Morais (2018).

A partir da patrimonialização moderna então permite que o movimento cultural do som autoativo cuja dinâmica é aberta e divergente, que reconhece e agencia sua prática social venha discutir e propor um lugar para sua representação social. Neste sentido, a Associação dos Som Automotivo do Pará – SAP, num esforço pela visibilidade de seus direitos e aceitação de sua prática social, solicita o registro de seu bem cultural como patrimônio cultural imaterial através do processo de patrimonialização municipal na cidade de Belém-PA.

A Associação do Som Automotivo do Pará – SAP juntamente com o vereador e presidente da Câmara Municipal de Belém Mauro Freitas e advogados da instituição

iniciaram o processo de inscrição sob o nº 1289/2016 de 14 de dezembro de 2016 até à aprovação do projeto de lei n. 064/2017 de 04 de setembro de 2017.

A instrução do pedido junto à Câmara Municipal de Belém – CMB levou em média dois anos para ser aprovada, que reconhece à prática social do som automotivo como patrimônio cultural de “natureza imaterial” do município, sob a chancela “Sonorização e Estilização Automotiva”, cujos valores foram pautados a partir do uso dos ritmos musicais do brega pelo movimento do som autmotivo, "levando o ritmo brega para todos os lugares". Ainda assim como outros valores "que gera renda", "que é uma coisa cara"

Dessa maneira, aprovado por unanimidade por outros parlamentares, bem como relatores e assessores da referida instituição. O processo de patrimonialização ocorreu na Câmara Municipal de Belém – CMB, Comissão de Justiça, Legislação e Redação de Leis. Os parlamentares presentes na audiência foram os vereadores Mauro Freitas, Elenilson Pontes, Joaquim Campos, Henrique Soares, Sargento Silvano e Fabrício Gama, além da presidente da Associação de Som Automotivo do Pará, Dr.^a Michele Bastos.

No entanto, foi vetado em 06 de outubro de 2017, pelo prefeito de Belém Zenaldo Coutinho e arquivado posteriormente. Segundo entrevista dos integrantes da Associação do Som Automotivo, “o pedido não foi para frente por falta de união dos integrantes do movimento cultural”.

Segundo o *site* da Câmara Municipal de Belém (2017), “o projeto aprovado marca o dia 07 de agosto como a data para comemorar o ‘Dia do Som e Estilização Automotiva em Belém’” e passa a integrar o calendário oficial de datas e eventos do município.

A Câmara Municipal de Belém é representada por vereadores e prefeito da capital como órgão representativo do povo paraense com regimento interno instituído pela Resolução nº 15, de 16 de dezembro de 1992, com autonomia para legitimar e preservar os bens culturais do estado.

O interesse dos estados brasileiros em incluir nas políticas públicas de cultura a questão do patrimônio cultural imaterial é crescente e vem-se disseminando também entre os municípios. Em 2007, além dos 12 estados que já têm legislação de preservação do patrimônio cultural imaterial, outros já tinham projetos de lei, como, por exemplo, o Rio de Janeiro, o Rio Grande do Norte e São Paulo (CASTRO; FONSECA, 2008, p.91).

O processo patrimonial praticado pela Câmara de Municipal de Belém – CMB data da década de 1980, com legislação para a proteção do patrimônio cultural de Belém, através da lei nº 7180, de 19 de outubro de 1981, que dispõe sobre o Conselho de Proteção do Patrimônio Cultural de Belém do Pará. Essa lei organiza a preservação patrimonial do

município através da Secretaria Municipal de Educação e Cultura e do Conselho Municipal de Proteção do Patrimônio Cultural, como órgão consultivo e de assessoramento do Poder Executivo municipal acerca dos bens móveis e imóveis de significativo valor cultural. Apesar de não citar a palavra “imaterial”, já mencionava a proteção das “manifestações culturais de valor arqueológico, histórico, etnográfico e artístico”.

O processo de patrimonialização estadual começa no ano de 1989, com inclusão dos direitos culturais da população na Constituição do Estado do Pará, promulgada no Palácio da Cabanagem, em Belém, no dia 05 de outubro de 1989, pelo Presidente da ALEPA Mário Chermont, e publicada no *Diário Oficial* em 27 de outubro de 1989.

Todo processo de patrimonialização necessita de instrumentos legais, parâmetros técnicos e condutas para que aconteça a valorização de um determinado patrimônio cultural nacional. O processo acontece nas esferas federal, estadual ou municipal. É uma prática institucional antiga que começa no Brasil no início do século XX, com o tombamento dos bens culturais ditos “materiais”, em especial monumentos, obras de arte e arquitetura da cidade, e são considerados significantes da sociedade brasileira. O instrumento legal que organiza a proteção do patrimônio histórico e artístico brasileiro é do ano de 1937. O decreto-lei nº 25, de 30 de novembro de 1937, é do Presidente da República Getúlio Vargas e do Ministro da Educação Gustavo Capanema, e desde então vem sofrendo transformações em suas políticas e práticas patrimoniais. O ano de 1988 marca um evento histórico com a Constituição Federal Brasileira, pois é quando o Estado garante a todos o pleno exercício dos direitos culturais e o acesso às fontes da cultura nacional, incluindo e reconhecendo neste momento o patrimônio cultural imaterial. Segundo Castro e Fonseca (2008, p.17), o Decreto nº 3.551, de 04 de agosto de 2000 – complementado pela Resolução nº 1, de 3 de agosto de 2006 (DOU 23/3/2007) –, é o principal marco legal da atuação relativa ao Patrimônio Cultural Imaterial no Brasil.

Sob o senso comum, muitas questões foram levantadas pela sociedade, desde as mais polêmicas até as gozações e sátiras encontradas em jornais e redes sociais, cuja repercussão foi nacional, como uma prática social controversa que envolve questões ambientais de poluição sonora e sociais ao lado das defasagens e das contradições das leis na sociedade brasileira no que tange à aplicação e à fiscalização das leis.

O processo de democratização da cultura em todo território nacional é intensificado a partir da Constituição Federal de 1988. No processo de patrimonialização municipal, assim como no estadual, não se observou o uso de inventários ou livro de registro como ferramenta para a instrução e a manutenção dos bens culturais.

O pedido é feito através da inscrição de projeto lei, que é elaborado pelos assessores da instituição, levado à assembleia geral como uma proposição normativa e posteriormente poderá ser ou não transformado em lei. A instrução normativa do projeto de lei é feita pelos agentes institucionais com auxílio do próprio detentor do bem na elaboração da redação do projeto de lei.

Os relatórios e os pareceres que são partes constituintes da instrução do projeto de lei baseiam-se na Constituição de 1988, Artigo 286, I, II e III, e na Constituição Estadual de 1990, respectivamente aos artigos 17, III e, cujo conteúdo pretende proteger e constituir o patrimônio cultural paraense. Todavia, não existe nenhum especialista historiador ou antropólogo para instrução dos projetos que são feitos pelos assessores de vereadores e deputados e depois remetidos às comissões institucionais para elaboração de pareceres e relatórios, e finaliza com a criação de leis com aprovação do prefeito ou governador do estado.

Em regra geral, o processo de votação em Plenário das deliberações é tomado pelos políticos durante a votação publicamente, que se dá pela maioria dos vereadores presentes em Assembleia no momento da votação. Não é exigida a manifestação individual de todos os presentes. O autor do projeto solicita aos vereadores ou deputados que ocupem seus respectivos lugares e convida a se manifestar apenas aqueles que forem contrários à proposição em análise. Os demais devem permanecer sentados para a verificação do contraste visual entre os favoráveis e os contrários à matéria. Se necessário ou solicitado por algum parlamentar, pode ser feita a contagem dos votos. Mas não há registro nominal dos votos.

Já o processo de votação nominal ocorre mediante deliberação do Plenário ou nos casos em que se exige quórum de 2/3, de 3/5 ou de maioria dos membros. Nesse caso, ao colocar o projeto e as emendas em votação, o presidente solicita aos vereadores que registrem os seus votos, individualmente, no leitor biométrico. Os votos nominais são registrados e exibidos no painel eletrônico. O presidente da Câmara, ou aquele que estiver presidindo a reunião, em regra, não vota, exceto se houver empate. A sanção é a concordância do prefeito com uma proposição de lei, transformando o projeto de lei em lei (redação definitiva – Lei (institui, reconhece, declara). O veto, por sua vez, é o ato pelo qual o prefeito expressa sua discordância em relação a uma proposição da lei.

Os projetos, em sua maioria, são constituídos por poucas cláusulas jurídicas e sem o devido levantamento das demandas sociais e culturais respectivas para sua manutenção. Foi observado o projeto sobre a Lei Pinduca, mas não existem medidas para sua implementação.

Outra fato é a duplicidade de projetos referentes ao mesmo bem cultural ou confusão ao categorizar um bem como imaterial em ambas instituições, municipal e estadual.

O veto nº 11/2017, ao processo patrimonial do som automotivo, foi assinado pelo prefeito de Belém Zenaldo Coutinho a partir da contestação do ministério público e da promotoria de Justiça do Meio Ambiente e Patrimônio Cultural do Ministério Público do Estado (MPPA), na figura do promotor Benedito Wilson. No documento, dentre as justificativas, a Prefeitura explica que o reconhecimento não se traduz em significativa manifestação cultural e que jamais poderá ser reconhecido como grupo formador da sociedade local, não se constituindo nenhuma referência à identidade ou à memória para a sociedade paraense, sequer propiciando qualquer espécie de legado. Mesmo assim, o referido órgão decretou, no dia 07 de agosto de 2017, essa data como comemorativa do “Dia do Som e Estilização Automotiva em Belém”.

Os instrumentos federais legais usados para o embasamento teórico foram a Constituição Federal de 1988; Resolução 204/2006 do CONTRAN; Lei 9.605/98 – Lei de Crimes Ambientais; e Lei 6.938/81 – Lei da Política Nacional do Meio Ambiente. Com base nos instrumentos estaduais, foram evocadas: Lei 7.180/81 – Lei sobre Conselho de Proteção do Patrimônio Cultural de Belém-PA; Lei 7.709/94 – Lei de Preservação e Proteção do Patrimônio Histórico, Artístico, Ambiental e Cultural do Município de Belém; Lei 8.295/03 – Lei de Criação do Fundo Municipal de Preservação Histórico e Cultural da Cidade de Belém, Fundo Monumenta Belém.

No processo de patrimonialização estadual, assim como no municipal, o registro do projeto de lei do patrimônio cultural imaterial paraense estabelece uma forma de valorização cultural identificando os elementos culturais populares como “símbolo”, “estilo” e “ritmos”, ligados à primeira camada da representação social, associados aos elementos do mercado e justificados a partir da geração de emprego e renda e da veiculação de expressões culturais e artísticas.

O assunto não passou incólume para a imprensa local, tanto que há significativas considerações a tecer a respeito da abordagem que os meios de comunicação desenvolveram. De um modo, as manchetes, as diversas mídias – jornal, TV, internet – afirmaram que a votação foi unânime, a partir de títulos como “Vereadores aprovam som automotivo como patrimônio cultural e imaterial de Belém”.

Dentre os veículos que trataram desse episódio, selecionamos alguns fragmentos do *Diário On-line*:

Os vereadores de Belém reconheceram o som automotivo como patrimônio cultural de natureza imaterial da capital paraense, em votação unânime na Câmara Municipal de Belém (CMB) nesta segunda-feira (04).

Entre os principais argumentos dos parlamentares que aprovaram a lei, está a geração de emprego e renda que o setor produz e a valorização da cultura.

Para o vereador Elenilson Santos (PTdoB) é importante valorizar pessoas que vivem disso e que geram empregos. “A construção desses veículos movimenta a economia de quem fabrica as peças, do dono da loja que vende e do vendedor que está empregado”, afirmou.

Joaquim Campos (PMDB) acrescentou dizendo que “quem incomoda nas ruas não é quem faz eventos, mas sim os que não fazem parte do grupo e que estacionam nos postos de gasolina e fazem baderna”, declarou ele.

Integrantes da Associação Som Automotivo do Pará lotaram a sessão durante todo o tempo. Comemorando com entusiasmo cada voto favorável ao projeto, o grupo festejou bastante a aprovação.

Essa aprovação pelo poder legislativo gerou contentamento entre os adeptos da expressão cultura som automotivo, como se pode observar a partir do depoimento de um deles:

“Não queremos só a liberação do som, queremos a regularização e conscientização tanto dos participantes do som automotivo, quanto da população, para que isso aconteça de uma forma harmoniosa na sociedade. Estamos muito felizes e agradecidos”, comemorou Michele Bastos, presidente da associação.

Nessa matéria, há o registro de que faltam mais detalhes no site da Câmara Municipal a respeito da regulamentação da categoria a fim de evitar abusos causados pelos sons altos em diversas partes da cidade, o que se configura, de acordo com legislação vigente e já tratada anteriormente neste estudo, como um crime ambiental. A matéria afirma ainda que o conceito de patrimônio cultural teria sido criado pela Unesco, em 2003. Entretanto, essa afirmação não se fundamenta, pois esse conceito, na verdade, faz parte da política patrimonial nacional desde o Decreto nº 3.551, de 04 de agosto de 2000.

O que fica comprovado, a partir dessa pequena, mas importante, amostragem da abordagem da mídia a respeito dos debates sobre o processo de patrimonialização sua falta de conhecimento sobre a história das políticas e práticas patrimoniais que desde 1937 vem desenvolvendo um trabalho importante para a memória social do país

De forma sintética, para que melhor se observem as condutas e os instrumentos utilizados no processo de patrimonialização municipal aqui estudado, foi elaborado o seguinte quadro:

PROCESSO DE PATRIMONIALIZAÇÃO DO SOM AUTOMOTIVO			
PROJETO DE LEI	NORMAS DO PROJETO DE LEI	NORMAS DA INSTITUIÇÃO	DECISÃO
Projeto de lei 064/2017 reconhece como patrimônio cultural de	Constituição Federal de 1988; resolução 204/2006, do	as normas do município Lei 7.180/81 – lei sobre conselho de proteção do	veto 11/2017; Lei Orgânica Municipal; Constituição Federal de

natureza imaterial, no município de Belém, a sonorização e a estilização automotiva e dá outras providências.	CONTRAN; Lei 9.605/98 – lei de crimes ambientais; Lei 6.938/81 – lei da política nacional do meio ambiente; Resolução 15/92, regimento interno do poder legislativo; resolução 624/2016, regulamenta a fiscalização de sons produzidos por equipamentos utilizados em veículos, a que se refere o art. 228, do Código de Trânsito Brasileiro – CTB	patrimônio cultural de Belém; Lei orgânica municipal; Lei 7.709/94 – lei de preservação e proteção do patrimônio histórico, artístico, ambiental e cultural do município de Belém, dispõe sobre a preservação e a proteção do patrimônio histórico, artístico, ambiental e cultural do município de Belém, e dá outras providências; Lei 8.295/03 – lei de criação do fundo municipal de preservação histórico e cultural da cidade de belém – Fundo Monumenta Belém.	1988; Lei 9.503/1997, dispõe sobre a preservação e a proteção do patrimônio histórico, artístico, ambiental e cultural do município de Belém, e dá outras providências.
--	---	--	--

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As políticas e as práticas patrimoniais tateiam uma ideia de referência cultural que está na base das políticas culturais nacionais, funcionando com normas ambíguas, contradições e paradigmas de valorização do bem cultural nacional. No campo patrimonial, o ato de eleger, de preservar, faz parte da prática social de valorização política, estética e histórica, institucionalização das identidades culturais no campo patrimonial a partir do confronto entre mercado e política global do patrimônio cultural que tem demandado novos pensares e pesquisas a fim de estabelecer novos parâmetros para a legitimação do universo simbólico dos bens culturais.

O bem cultural não necessariamente pode se tornar um patrimônio, ele se mantém no seio da sociedade por meio de um poder simbólico subjacente e comunicativo. Como afirma Canclini, se o

Signo de privilégios é um instrumento privilegiado para investigar a lógica da diferenciação social, o modo pelo qual os fatos culturais são consumidos em dois níveis: pelo prazer que proporcionam em si mesmos e pela sua capacidade de distinguir-se simbolicamente de outros setores (2009, p.84).

A prática sonora automotiva está em todas as camadas da sociedade, tanto na popular, quanto na elitista ou na média. Sua lógica interna é representativa de um prestígio social, cuja eficácia simbólica é nutrida pela própria lógica do mercado capitalista e por agentes dos variados segmentos comerciais que envolvem a prática, atravessados por temporalidades históricas da vida social dos objetos sonoros que deflagram novas maneiras de consumir na vida social contemporânea a “estrutura ideológica do gosto” (CANCLINI, 2009, p.83).

O termo “arte” é uma palavra que não possui um consenso. Mas, se partirmos da ideia de pensar quando é arte, podemos discutir a complexidade do conceito de patrimônio cultural imaterial, mas, se partirmos do pressuposto de que a arte é uma atividade intrínseca do ser, e a cultura é um processo social, como propõe Nestor Canclini (2009), que parte da dificuldade de falar dela deriva do fato de que se produz, circula e se consome na história social, não é algo que apareça da mesma maneira, pois podemos ter uma noção mais abrangente do que seja referência cultural.

Nesse contexto, pode-se considerar que o interesse envolvido no processo de patrimonialização do som automotivo foi uma tentativa de liberação de espaço público para a prática social.

A prática social pode ser considerada como uma cultura híbrida de massa, que alimenta a indústria cultural e é por ela alimentada, numa cadeia mercadológica que envolve agências e agentes locais, nacionais e internacionais, de maneira que o próprio movimento cultural em si ainda não se deu conta desta relação. Nessa cadeia, o Brasil é a um dos maiores exportadores mundiais perdendo para a China, e o consumidor final chega a pagar pelo objeto sonoro um valor 280% a mais do que o valor inicial do produto.

A partir destas considerações, acreditamos que não podemos falar que indústria cultural do som automotivo esteja cumprindo adequadamente seu papel, na medida em que não propicia o desenvolvimento de uma “individualidade” autônoma. Ao invés, absorve as demandas da cultura popular e fomenta insidiosamente o mercado, além de proclamar quais devem ser as “paixões”, os sentimentos, os gostos dos seus consumidores.

Finalizamos, portanto, que a “paixão” por som automotivo dos adeptos é subjetiva, pois tanto o mercado quanto as políticas fiscalizadoras não estão preocupados com o fazer ou o prazer sonoro de seus consumidores e sim com os valores veiculados pelos produtos no sistema de tributação de equipamentos e acessórios, sendo, dessa forma, um produto da indústria cultural e não um produto que surgiria espontaneamente da população enquanto uma cultura originária das massas.

Apesar de ações de salvaguarda serem realizadas pela instituição federal no Estado do Pará, não foi observado diálogo entre as instituições patrimoniais das três esferas do Estado. Cada uma age independentemente sobre o patrimônio cultural que lhe serve de desígnio de promoção de seus proponentes, e muitos dos projetos de lei aprovados e que, segundo a norma institucional, deveriam se tornar lei a ser implementada não saem do papel. Outra problemática são as duplicidades dos pedidos e projetos de lei aprovados encontrados durante o levantamento, além da falta de precisão quando se vai categorizar o patrimônio imaterial como um processo de tombamento.

Portanto, os documentos levantados, considerados no âmbito de uma pesquisa interdisciplinar numa perspectiva crítica de seus postulados sociais e histórico, evidenciam medidas de preservação do bem cultural imaterial com base na instituição tombamento em Belém. Essa instituição serve de desígnio de promoção dos proponentes a partir do jogo de condutas dos agentes com base nos parâmetros institucionalizados das legislações, dos instrumentos de reconhecimento cultural.

Em nível regional, no Pará, os processos de patrimonialização iniciam antes dos marcos legais federais. A política patrimonial estadual concebe o conceito de patrimônio cultural de forma ampla e abrangente, ao mesmo tempo que ela é unilateral às condutas

patrimoniais federais. Em termos de registro e legitimidade dos processos, encontramos à Lei nº 7180, de 19 de outubro de 1981, que dispõe sobre o conselho de proteção do Patrimônio Cultural de Belém do Pará e de outras providências e a Constituição Estadual de 1989.

Num exercício pela não linearidade histórica das políticas patrimoniais nacionais, analisamos as defasagens e contradições que envolvem o processo, considerando assim a valorização patrimonial um ato de escolha e de estética que envolve uma saber-poder propiciado pela própria política nacional que não dialoga com a política estadual.

Portanto, o processo de patrimonialização é um processo de valorização de bens culturais da construção social de valores reconhecidos historicamente e dá reconhecimento, proteção e legitimação aos bens culturais considerados significados daquela sociedade ou comunidade, partindo, assim, de uma construção coletiva e histórica que envolve suas referências culturais. A patrimonialização das práticas sociais e sua transformação em bem cultural e a determinação de uma referência cultural pelos postulados jurídicos chegam à noção de localização.

Numa visão geral, os dados levantados na presente pesquisa revelam os meandros de um processo específico de política pública em torno dos bens culturais imateriais. Trata-se de uma pesquisa que está aberta ao diálogo e à crítica, e tem como maior mérito o fato de abordar uma tema singular, nunca antes explorado. Logo, ensejamos que esta contribuição, por menor que seja, funcione como ponto de partida e de incentivo para novas investigações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, R. M. R. M. Patrimonialização das diferenças e os novos sujeitos de direito coletivo no Brasil. In: TARDY, C.; DODEBEI, Vera (Orgs.). **Memória e novos patrimônios**. 1. ed. Marseille: OpenEdition Press, v.1, 2015.
- ADORNO; HORKHEIMER, Theodor. **A indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ADORNO; HORKHEIMER, T. W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. [S.l.]: Fragmentos Filosóficos, 1947.
- APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Trad. Agatha B. Acelar. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.
- ARGAN. Giulio. Carlo. **Arte moderna**. Trad. Denise Bottmann e Federico Carotti. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- BAUER, M.; JOVCHELOVITCH, S. Entrevista narrativa. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs) **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. 7.ed. Petrópolis: Vozes, p. 90-113, 2008.
- BENJAMIN. W. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: **Textos Escolhidos**. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- BLACKING J. **How Musical Is Man**. [S.l., s.d.]: 1976.
- BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- BOURDIEU, Pierre. **Sociologia**. Trad. Paula Moreno e Alicia Auzmendi. São Paulo: Ática, 1983.
- _____. **O amor pela arte**: os museus de arte na Europa e seu público. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- _____. **A distinção**: crítica social do julgamento. Trad. Daniela Kern; Guilherme J.F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- _____. **O poder simbólico**. Trad. Fernando Tomaz. 15.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.
- BRASIL. Patrimônio Imaterial: O Registro do Patrimônio Imaterial: **Dossiê final das atividades da Comissão e do Grupo de Trabalho Patrimônio Imaterial**. Brasília: Ministério da Cultura/Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 4. ed, 2006.
- BRUYNE. Paul de; et alli. **Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1991.
- BURKE, Peter. **Hibridismo cultural**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.
- _____. **Cultura popular na Idade Moderna**: Europa 1500-1800. Trad. Denise Bottmann. São Paulo: Companhia de Letras, 2010.
- CANCLINI, N. G. **Las culturas populares en el capitalismo**. Mexico: DF, 1982.
- _____. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Edusp. 1997.
- _____. Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. **Estudios sobre las Culturas Contemporaneas**, Epoca II. Vol. III. Num. 5, Colima, junio 1997b, pp. 109-128.
- _____. **Diferentes, desiguais e desconectados**: mapas da interculturalidade. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- CAUQUELIN, Anne. **Teoria da arte**. Trad. Rejane Janowitz. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- CASTRO, Maria Laura Viveiro de; FONSECA, Maria Cecília Londres. **Patrimônio imaterial no Brasil**. UNESCO, Educarte, 2008.
- CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. 3.ed. São Paulo: Estação Liberdade / UNESP, 2006.

- CHOAY, F. **O patrimônio em questão**: antologia para um combate. Belo Horizonte: Fino Traço, 2011.
- COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política e cultura**: cultura e imaginário. São Paulo: Iluminuras, 2012.
- COLÍRIO para os ouvidos, Subaru WRX. **Revista Car Stereo** n.234, 2019. Autor desconhecido.
- CORREIA, A. F., **Saber Patrimonial e a Arqueologia de Michel Foucault**: princípios metodológicos de uma análise crítica e política dos conceitos. *Revista Pós Ciências Sociais*, São Luís, v.3, n.5, p.09-22, jan-jul. 2006.
- DAMATTA, Roberto. **Relativizando**: uma introdução à antropologia social. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.
- EAGLETON, T. **A ideia de cultura**. Trad. Sandra Castello Branco. São Paulo: EDUNESP, 2005.
- ESCOBAR, A. **Más allá del tercer mundo**: globalización y diferencia. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia, 2005.
- EURO Stance Cromo, Volks Jetta Cromo. **Revista Car Stereo**, n.232, 2019. Autor desconhecido.
- FIGUEIREDO, S. J. L.; et al. Planificación y Gestión de las Visitas al Patrimonio Natural y Cultural y a los Atractivos Turísticos. In: **Estudios y perspectivas en turismo**, v.21, p.355-371, 2012.
- FONSECA, Maria Cecília. **O patrimônio em processo**: trajetória da política federal de preservação no Brasil. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.
- FONSECA, Maria Cecília. **ACRESCENTAR OBRA DE 2009**
- FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. 8.ed. Trad. Luis Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- _____. **História da Sexualidade 1: A vontade do saber**. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.
- _____. **História da Sexualidade 2: o uso dos prazeres**. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.
- GASPARINI, Mirian. Indústria do som automotivo aposta na exportação para alavancar mercado em 2019. **Mirian Gasparini.com.br**, [S.l.], 14 nov 2018. Disponível em <<https://miriangasparini.com.br/2018/11/industria-do-som-automotivo-aposta-na-exportacao-para-alavancar-mercado-em-2019/>>. Acesso em 03 fev. 2019.
- GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- GONÇALVES, José Reginaldo dos Santos. O patrimônio como categoria de pensamento. In: ABREU, Regina; CHAGAS, Mario. **Memória e patrimônio**: ensaios contemporâneos. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.
- GONÇALVES, José Reginaldo dos Santos. Os limites do Patrimônio. In: LIMA FILHO, Manuel Ferreira; ECKERT, Cornelia; BELTRÃO, Jane (Orgs.). **Antropologia e patrimônio cultural**: diálogos e desafios contemporâneos. Blumenau: Nova Letra, p.239-248, 2007.
- GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **A Retórica da Perda**: os discursos do patrimônio cultural no Brasil. Rio de Janeiro: Editora UFRJ; IPHAN, 1996.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 5.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- _____. **A Questão do multiculturalismo**. [S. l: s. n], 2000.
- HOBBSBAWN, Eric. Introdução. In. HOBBSBAWN, Eric; RANGER, Terence (Orgs.). **A invenção das tradições**. 6.ed. Trad. Celina Cardim Cavalcante. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

- INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL – IPHAN. Revista do Patrimônio, Nº 32. **Patrimônio Imaterial e Biodiversidade**. Brasília DF: IPHAN, 2005.
- IPHAN. **Patrimônio cultural**. Patrimônio Imaterial, Bens registrados. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br>>. Acesso em: 2 nov.2017.
- IRAY, C. **Indústria cultural e indústrias culturais**: alguns apontamentos. Piracicaba: Impulso, 2013.
- LEIBOVICH, L. **Do toque ao Clique**: a história da música automática. São Paulo: Sesc – Serviço social do comércio, 2018.
- LIMA, Andrey Faro de. **É a Festa das Aparelhagens!** - Performances Culturais e Discursos Sociais. Dissertação de mestrado, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Universidade Federal do Pará, 2008.
- LIMA FILHO, Manuel Ferreira; BELTRÃO, Jane Felipe (orgs.). **Antropologia e patrimônio cultural**: diálogos e desafios contemporâneos. Blumenau: Nova Letra, 2007.
- LOUREIRO, J. J. P. **Obras reunidas**: poesia I. São Paulo: Escrituras, 2001.
- MATTELLART, A. M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 2008.
- MAURICE, M., **Conversas**. Trad. Fábio Landa e Eva Landa. São Paulo: Martins Fontes 2004.
- MERRIAM, A. P. **Ethnomusicology of the Flathead Indians**. Chicago: Aldine, 1967.
- NORAT, Roseane da Conceição Costa. **Patrimônio Cultural Material e Imaterial**. Material Didático do Curso de Extensão em Aperfeiçoamento em Gestão Cultural, Belém, 21 de janeiro de 2015.
- ORTIZ, Renato. **Estudos culturais**. São Paulo: Tempo Social – USP, 2004.
- PASSAT tsi clássico é clássico ano de 2019. **Revista Car Stereo** n. 231, 2019. Autor desconhecido.
- PELEGRINI, Sandra; FUNARI Pedro Paulo. **O que é patrimônio cultural imaterial?** São Paulo: Brasiliense, 2008.
- POMBO, Olga. A Interdisciplinaridade como problema epistemológico e exigência curricular. In: **Revista Inovação**, v.6, n.2, p.173-180, 1993.
- QUINO, [Joaquín Salvador Lavado Tejón]. **Toda Mafalda**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- RIEGL, A. **El culto moderno a los monumentos**. Viena y Leipzig: A. Machado Libros, 2008.
- SCHOPKE, R. **Dicionário filosófico**: conceitos fundamentais. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- SOM e acessórios. **Revista Auto Motivo** n. 123, 2017. Autor desconhecido.
- STENGERS, Isabelle. **A invenção das Ciências Modernas**. São Paulo: Editora 34, 2002.
- UNESCO. **Carta da Mesa Redonda de Santiago do Chile**. ICOM, Peru, 1972.
- UNESCO. **Patrimônio imaterial no Brasil**: legislação e políticas estaduais. Brasília, DF: EDUCARTE, 2003. Disponível em: <<http://www.unesdoc.unesco.org/images>>. Acesso em: 22 set.2017.
- ULPIANO T. B, A cultura material no estudo das sociedade antigas. **Revista de história**. São Paulo: Editora USP, 1983.
- VARINE, Hugues de. **As Raízes do Futuro**: O Patrimônio a Serviço do Desenvolvimento Local. Trad. Maria de Lourdes Parreiras Horta. Porto Alegre: Medianiz. 2013.
- VERLAINE. F. Indústria cultural: o empobrecimento narcísico da subjetividade. **Kriterion**, nº 112, Belo Horizonte, Dez/2005, p. 332-344.
- WISNIK, José Miguel. **O som e o sentido**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- http://www.anfavea.com.br/docs/07.01.19_Press_Resultados_2018_V2.pdf> Acesso em 2019.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
NÚCLEO DE ALTOS ESTUDOS AMAZÔNICOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO
TRÓPICO ÚMIDO
MESTRADO EM PLANEJAMENTO DO DESENVOLVIMENTO

**PROJETO: O SOM AUTOMOTIVO – Processo Patrimonial, Estilo Cultural e a
influencia política e do mercado**

ESCLARECIMENTO DA PESQUISA

Esta pesquisa está sendo realizada para a elaboração da dissertação de Vanessa Malheiro Morais, bacharel em Museologia, tecnóloga em Geodésia e Cartografia e discente do Mestrado Acadêmico em Planejamento do Desenvolvimento (PLADES), do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido (PPGDSTU), da Universidade Federal do Pará (UFPA). O estudo está sendo orientado pelo professor/pesquisador Dr. Silvio Lima Figueiredo, do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) da UFPA, e tem por objetivo pesquisar as relações sociais do movimento cultural do som automotivo a partir de uma prática social que produz estilos e modos de som e de carro vinculados ao mercado à nível local, nacional e global com forte conflitos na sociedade onde atuam. Ainda assim a pesquisa tem um enfoque nas formas de patrimonialização do bem cultural imaterial, em especial à praticada na cidade de Belém-PA. Para tanto, serão entrevistados os adeptos ao movimento cultural que responderão a perguntas acerca de seus conhecimentos, suas práticas e as relações sociais que desenvolvem entre si ou com outros agentes institucionais e individuais presentes no Campo de Relações do mercado sonoro e automobilístico. Um minigravador de voz poderá ser usado para registrar as falas dos entrevistados e serão acompanhados durante suas produções culturais para a realização de observações e anotações, inclusive durante os eventos que venham a participar, sempre com o pedido prévio de autorização. Durante as observações poderão ser tomadas fotografias das pessoas e dos objetos criados, também com o pedido prévio de autorização. As informações

orais, gravações e fotografias serão analisadas para que o objetivo da pesquisa seja cumprido, não podendo ser utilizadas com o intuito de obtenção de lucro pelos pesquisadores (aluno e orientador), de forma a não expor a nenhum risco os atores sociais envolvidos. Como benefício, essas pessoas terão acesso às informações oriundas da pesquisa, que por meio dela poderá ser mais bem conhecida e valorizada social e culturalmente diante a realidade existente. Dessa forma, convidamos à V. Sa. a contribuir para a realização dessa pesquisa mediante a concessão de entrevistas e de direito de uso de imagens para a realização e divulgação desse estudo. A participação na pesquisa é voluntária, mas é de extrema importância para a qualidade dos resultados, e os seguintes itens lhes serão assegurado: a) O sigilo sobre as informações pessoais do entrevistado que, em sua individualidade, não constituam o interesse deste trabalho ou cujo sigilo tenha sido solicitado pelos respondentes, com o uso das informações e imagens obtidas sendo permitido somente em caráter estritamente acadêmico ou de divulgação dos resultados da pesquisa; b) Os danos que possam vir a ser provocados comprovadamente pela pesquisa serão amparados e/ou reparados; c) Os respondentes são livres para participar e/ou para retirar-se da pesquisa a qualquer momento, sem haver qualquer forma de represália; d) Os pesquisadores se disponibilizam a prestar quaisquer esclarecimentos sobre o desenvolvimento da pesquisa e sobre seus resultados; e) É assegurado aos artesãos de miriti o acesso aos resultados da pesquisa por meio do fornecimento pelos pesquisadores de exemplares dos trabalhos publicados, em meio impresso ou virtual, para as associações participantes do estudo.

VANESSA MALHEIRO MORAIS

(Pesquisadora Responsável)

CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro que li as informações anteriormente apresentadas sobre a pesquisa “O GRAVE” O artefato do Som Automotivo – Disputas, Processos Patrimoniais e Estilos Culturais, e que me sinto perfeitamente esclarecido sobre o conteúdo da mesma, assim como sobre seus riscos e benefícios. Declaro ainda que, por minha livre vontade, aceito participar da pesquisa, cooperando com a coleta de informações e permitindo o uso de imagens obtidas no decorrer de sua duração sem quaisquer ônus para os pesquisadores, desde que utilizadas para fins estritamente acadêmicos ou culturais sem finalidade de obtenção de lucro.

Lugar e data: _____, ____/____/____

Assinatura do interlocutor da pesquisa RG:

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA I

1. Você faz seu próprio som automotivo? Como funciona esse processo?
2. Onde, quando e como começou essa prática do som automotivo?
3. Quantas tribos do som automotivo você conhece e onde elas se reúnem?
4. Quais são as disputas e as rivalidades entre as tribos do som?
5. Quais são as lojas e as empresas do som automotivo?
6. Quanto custa montar um som automotivo?
7. Como é utilizada a tecnologia no som automotivo?
8. Quais são os conhecimentos necessários?
9. Qual a diferença entre os estilos e os modelos de som entre o sul e o norte?
10. Quais as preferências ou exigências de uso e gosto do agudo, do médio e do grave?
11. Existe alguma regra para o uso desses objetos sonoros?
12. Que paixão é essa sobre o som autmotivo?
13. O que é para vocês essa “paixão”, esse vício?
14. Como funciona essa prática social e quais são os conflitos?
15. Como vocês transformam esse *hobby* em trabalho?
16. O que significa ter um som automotivo?
17. Quais são as formas de uso e regras dos objetos sonoros?
18. Com funcionam as frequências sonoras automotivas - grave, médio e agudo, potência?
19. Quais as preferências musicais?
20. Para que se tornar patrimônio cultural?
21. Como foi o registro de patrimônio cultural na Câmara Municipal de Belém?
22. Quais os interesses em se tornar patrimônio cultural paraense?

ROTEIRO DE ENTREVISTA II

1. Como funciona o processo de registro do patrimônio cultural imaterial na referida instituição?
2. Quais são as competências necessárias para ter o registro?
3. Existe um antropólogo na instituição?

ANEXOS

Assembleia Legislativa do Estado do Pará - ALEPA

1. Constituição do Estado do Pará de 1989
2. Projeto de Lei: nº 130/2008 - Assembleia Legislativa do Estado do Pará. Autor: Dep. Bordalo. Ementa: Declara como patrimonio cultural e artístico do estado do Pará as Aparelhagens de Som e Seus Símbolos e de outras providências.

Câmara Municipal de Belém - CMB

1. Projeto de Lei: nº 064/2017 - Câmara Municipal de Belém. Autor: Vereador Marcos Freitas. Ementa: Declara como patrimonio cultural de natureza imaterial "Sonorização e Estilização Automotiva".
2. Veto Municipal Ofício nº 312/2017- GAB.PREF.BELÉM, de 06 de Outubro de 2017.
3. Lei nº 7180 de 19 de outubro de 1981 - Dispõe sobre o conselho de proteção do Patrimônio Cultural de Belem do Pará e da outras providências.
4. Lei nº 8.295 de 30 de dezembro de 2003 - Dispõe sobre a criação do Fundo Municipal de Preservação do Patrimônio Cultural da Cidade de Belém - Fundo Monumenta Belém, e dá outras providências.
5. Lei nº 8.620, de 28 de dezembro de 2007 - Reconhece como Patrimônio Público de Belém as Aparelhagens de Som de Belém, e da outras providências.



**Estado do Pará
Assembleia Legislativa**



DIVISÃO DE EXPEDIENTE

PROJETO DE LEI Nº 130/2008

MATÉRIA EM REGIME NORMAL

Origem: INTERNA

Autor: DEP. CARLOS BORDALO

Entrada: MESA DIRETORA

Data da Entrada: 28/05/2008

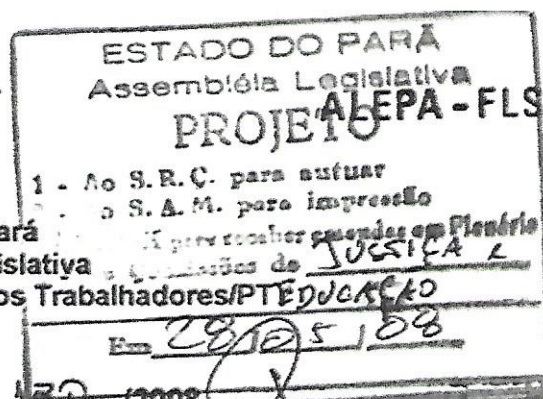
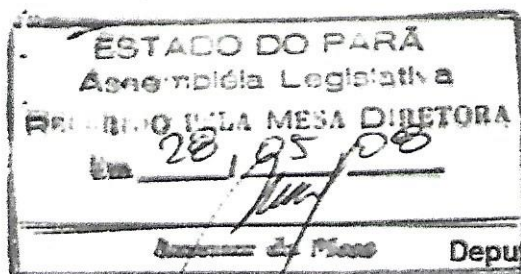
Ementa: Declara como Patrimônio Cultural e Artístico do Estado do Pará as Aparelhagens de Som e seus Símbolos e dá outras providências. (Parecer da CCJ FAVORÁVEL ao VETO TOTAL) (Avulso 94, pág. 20).

Tramitação:

Observação:

Código de Identificação





PROJETO DE LEI Nº 130 /2008

Declara como Patrimônio Cultural e Artístico do Estado do Pará as aparelhagens de som e seus símbolos e dá outras providências.

A ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARÁ estatui e eu sanciono a seguinte Lei.

Art. 1º Fica declarado como Patrimônio Cultural e Artístico do Estado do Pará, para fins previstos nos artigos 17, III e 286, I, II da Constituição do Estado do Pará, as aparelhagens de som e seus símbolos.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Palácio do Governo, em 29 de maio de 2008.

ANA JÚLIA DE VASCONCELOS CAREPA
Governadora do Estado do Pará


DEPUTADO BORDALO
Partido dos Trabalhadores/PT

Gabinete do Deputado Bordalo - PT
Rua do Aveiro, 130 - sala 3P10 - 3º Andar - Cidade Velha - Belém/PA
CEP: 66020-070 - Tel. 3213-4368 / 3212-0125(fax)
Email: depbordalo@alepa.pa.gov.br
Acompanhe o trabalho do parlamentar pelo www.blogdobordalo.com

JUSTIFICATIVA

A manifestação cultural e artística da população é uma manifestação espontânea da forma de viver de uma sociedade no tempo e no espaço. Por meio dele se expressa o imaginário de uma época em termos de exaltação, independentemente das diferenças sociais, econômicas e políticas.

Pesquisa "O Tecnobrega de Belém do Pará e os modelos de negócio abertos"
ronaldo lemos · Rio de Janeiro (RJ) · 17/3/2008 16:22 · 114 votos ·

amostra do texto

O presente relatório é resultado das pesquisas de campo, quantitativa e qualitativa, realizadas na região metropolitana de Belém do Pará no ano de 2006.

Agradecemos a todos os que contribuíram para a elaboração e execução desta pesquisa, em especial aos artistas, produtores, comerciantes e demais agentes da cadeia do tecnobrega em Belém, que deram entrevistas e forneceram informações indispensáveis para o levantamento de dados e à compreensão do funcionamento do mercado estudado.

Este trabalho não teria sido possível sem o apoio e a confiança do International Development Research Centre (IDRC), que acreditou e reconheceu a importância deste projeto. Um agradecimento especial à Alicia Richero, por toda a atenção dedicada ao projeto ao longo de sua realização.

Por fim, um agradecimento a todos os que contribuíram para a conclusão satisfatória desta pesquisa, nas mais diversas formas de apoio, e que, por comporem extensa lista, nos é impossível citar todos nominalmente.

...

Este texto é resultado das pesquisas qualitativa e quantitativa realizadas no mercado tecnobrega paraense para projeto Open Business Models - Latin América, com o objetivo de compreender como funciona a cadeia dos agentes deste cenário cultural.

O mercado tecnobrega do Pará compõe uma indústria cultural que adota um modelo de negócio distinto da maioria de outros mercados musicais: neste cenário, o direito autoral sobre as músicas dos artistas não constitui a fonte de renda nem confere ao artista exclusividade sobre sua criação. Embora o tecnobrega seja um dos principais ritmos musicais do Pará, o modelo de negócio adotado por esse mercado é pouco conhecido e, muitas vezes, incompreendido por setores hegemônicos da indústria musical, que têm na produção de CDs e no recolhimento dos direitos autorais parte da renda gerada para sua sustentação.

O tecnobrega, estilo musical típico de Belém do Pará, foi criado a partir do brega tradicional produzido durante os anos de 1970 e 1980. A partir da década de 1990 ocorreu uma série de reformulações no brega tradicional que provocou a emergência de diferentes estilos desse gênero musical, como tecnobrega, bregacalypso, cybertecnobrega e bregamelody. Embora originários do brega tradicional, tais estilos são resultado de diferentes inovações musicais: o

bregacalypto nasce na década de 90, entre os anos 2001 e 2003 foi criado o tecnobrega e, a partir deste, os estilos cybertecno e melody.

As festas e shows de tecnobrega são majoritariamente restritos aos bairros da periferia de Belém do Pará. Apesar dessa delimitação sócio-espacial é possível afirmar que a música brega consegue atrair às suas festas um público considerável. Estima-se que as aparelhagens e as bandas de música brega realizem cerca de 3.164 festas e 849 shows por mês na região metropolitana de Belém, respectivamente. Isto certamente faz das festas e shows de tecnobrega uma das formas de entretenimento mais populares da região metropolitana de Belém. Os números impressionam ainda mais quando consideramos um modelo de mercado musical particular e distinto, sem a presença de grandes gravadoras ou selos.

Neste contexto, apresentamos aqui uma análise do mercado de tecnobrega paraense, procurando entender a dinâmica e a relevância deste fenômeno cultural no Pará. As festas, os shows de tecnobrega e a rede de relacionamentos desse estilo musical são fenômenos culturais ricos que apresentam uma expressão cultural musical específica, além de um modelo de negócio diferenciado e com uma dinâmica própria, distinta do mercado tradicional da música.

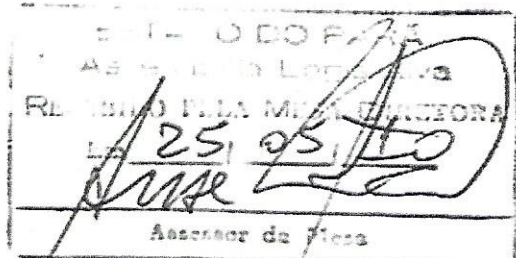
O trabalho está dividido em 8 partes, incluindo esta introdução e a conclusão. O segundo capítulo apresenta a metodologia utilizada para a realização da pesquisa acerca da música tecnobrega do Pará. O terceiro procura familiarizar o leitor com a história do brega, desde os anos 70, mostrando como este estilo musical se consolidou em Belém e se transformou, dando origem a outros estilos musicais, tais como: brega pop, tecnobrega, brega melody, etc. A partir do quarto capítulo este trabalho concentra-se no mercado tecnobrega.

Dessa forma, nesta seção analisamos o modelo de negócio implementado por este mercado, ou seja, seu funcionamento, redes de relação, interação entre os atores, direito autoral, etc.

Já o quinto capítulo concentra-se na caracterização de cada agente do mercado tecnobrega: aparelhagens, festeiros, artistas, DJ's, reprodutores não autorizados, vendedores de rua, etc.

Por apresentar um modelo de negócio muito distinto da indústria fonográfica tradicional, o sexto capítulo dedica-se à análise da distribuição e divulgação dos CDs e DVDs de tecnobrega. Como será observado, o tecnobrega os artistas do tecnobrega divulgam suas músicas de forma muito peculiar, se comparado a outros mercados da música.

Por fim, o sétimo capítulo mostra a importância econômica do fenômeno cultural do tecnobrega em Belém; neste caso, são apresentadas informações relacionadas ao faturamento, aos empregos diretos gerados, a venda de CD's e DVD's desse mercado, entre outras informações.



Estado do Pará
Assembleia Legislativa

DEPUTADO BORDALO – PARTIDO DOS TRABALHADORES/PT

Emenda Modificativa ao Projeto de Lei Nº.130, de 28 de maio de 2008.

Art. 1º Altera o Art. 1º do Projeto de Lei Nº.130, de 28.05.2008, que passa ater a seguinte redação:

“Art. 1. Fica declarado como Patrimônio Cultural e Artístico do Estado do Pará o Ritmo Tecnobrega, as Aparelhagens de Som e seus símbolos, para fins previstos nos artigos 17, III e 286, I, II, III da Constituição do Estado do Pará.”

Salão Plenário “Newton Miranda”. Belém/PA, 17 de maio de 2010.


DEPUTADO BORDALO
Partido dos Trabalhadores/PT

Justificativas: Considerando a importância da valorização da cultura regional, e da necessidade de nos apropriarmos de uma cultura tipicamente popular, que retrata o modo de vida do cotidiano do nosso povo é que apresento a seguinte emenda ao Projeto de Lei de minha autoria.

O Tecnobrega nasceu na periferia de Belém, com artistas que, marginalizados, não se associaram à gravadoras nem se penduraram nos ganhos com direitos autorais.

As bandas no passado ocupavam uma posição de destaque no mercado brega tradicionais, hoje, são dependentes das Aparelhagens de Som, que ocupam um papel central no tecnobrega, realizando festas e agindo como principal divulgador do estilo musical.

O mercado tecnobrega envolve uma rede diversificada de atores sociais. Estilo que vem conquistando espaço cada vez mais importante na capital e no interior do Estado. O Aumento do público nas festas, a melhoria na produção dos CDs e DVDs, a inclusão de clubes sofisticados no círculo bregueiro, a criação de programas locais de rádio e televisão e a realização de shows bregas em feriados importantes no interior do Estado, permitiu à música brega se expandir por outras regiões da cidade e atrair um público cada vez mais diversificado, não se concentrando apenas nas camadas mais pobres da população do Pará.

Desta forma, pretendemos preservar para o usufruto de todos os cidadãos o Ritmo Tecnobrega, as Aparelhagens de Som e seus símbolos, orgulhosamente, paraense. (fonte: O tecnobrega paraense e o modelo de negócio aberto, projeto de pesquisa realizada por Open Business Models – Latin América)

Gabinete do Deputado Carlos Bordalo – PT/Pará
Rua do Aveiro, 130 – sala 3P10 - 3º Andar - Cidade Velha - Belém/PA
CEP: 66020-070 – Tel. 32134368 / 3212-0125(fax)
Email: depbordalo@alepa.pa.gov.br
Acompanhe o trabalho do parlamentar pelo www.blogdobordalo.com



**Estado do Pará
Assembleia Legislativa**

DEPUTADO BORDALO – PARTIDO DOS TRABALHADORES/PT

Transcrição dos artigos citados da Constituição do Estado:

Art. 17 É competência comum do Estado e dos Municípios, com a União:

...

III – proteger os documentos, as obras e outros bens de valor histórico, artístico e cultural, os monumentos, as paisagens naturais notáveis e os sítios arqueológicos;

...

Art. 286 Constitui patrimônio cultural paraense os bens de natureza material ou imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade paraense, nos quais se incluem:

I – as formas de expressão;

II – os modos de criar, fazer e viver;

III – as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V – as cidades, os edifícios, os conjuntos urbanos e sítios de valor arquitetônico, histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico, científicos e inerentes a relevantes narrativas da nossa história cultural;

VI – a cultura indígena, tomada isoladamente e em seu conjunto.

DEPUTADO BORDALO
Partido dos Trabalhadores/PT



GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ

MENSAGEM Nº 010/2011-GG

Belém, 13 de abril de 2011.

Excelentíssimo Senhor
Deputado MANOEL CARLOS ANTUNES
Presidente da Assembleia Legislativa do Estado
Local

Senhor Presidente,
Senhoras Deputadas,
Senhores Deputados,

A DÍLEX P/OS
TRÂMITES
RECIMENTAIS
04 18 04 2011

Afonso M. de Oliveira
DIRETOR DE DEPARTAMENTO
LEGISLATIVO

Venho comunicar a Vossas Excelências que nos termos do artigo 108, parágrafo 1º, da Constituição Estadual, resolvi vetar integralmente o Projeto de Lei nº 130/08, de 16 de março de 2011, que “Declara como patrimônio cultural e artístico do Estado do Pará, o ritmo tecnobrega, as aparelhagens de som e seus símbolos, e dá outras providências”

Com efeito, em que pese sua relevância quanto à proteção do ritmo musical “tecnobrega”, exclusivo do Estado do Pará, onde foi criado e repercute cultural e artisticamente, certamente reverbera um dos bens cuja guarda e preservação também compete ao Estado-Membro, qual seja, as manifestações culturais e artísticas típicas dos locais onde ocorram.

Porém, o mesmo não se pode afirmar quanto às aparelhagens de som e seus símbolos, os quais não passam de meio material da divulgação do ritmo em questão, que não detém significação cultural ou artística, mas meramente técnica (sem qualquer inovação tecnológica) e comercial (os símbolos, marcas de propaganda).

Assim, como o cerne da lei aprovada é um só artigo (o 1º), onde se constitui a proteção artística cultural para o ritmo (até esse ponto constitucional), se a redação dele fosse até aí, não estaria contaminado pela inconstitucionalidade. Mas, ao estendê-la para o meio sonoro e marcas de divulgação do ritmo, foge do conceito destinado à proteção cultural e artística imaterial. Então, acaba por torná-la inconstitucional em seu todo. Isto porque, além desses meios não se enquadrarem na proteção dada pelo artigo 17, inciso III e artigo 286, incisos I, II, e III, da Constituição do Estado, ainda invade matéria de competência privativa da União.

Haja vista que aparelhagens de som e marcas das pessoas jurídicas ou físicas que as produzem e exploram comercialmente na divulgação do ritmo só podem ser



GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ

Fl. 2 da Mensagem nº 010/2011-GG

passíveis de proteção pela legislação civil e comercial, de competência Federal, a qual trata da proteção ao direito de propriedade da tecnologia, invento marcas e expressões de propaganda.

Portanto, embora o Estado do Pará possa editar lei tratando do assunto enfocado, nos termos do Projeto de Lei ora analisado, este é barrado por inconstitucionalidade, pois o parágrafo 2º, do artigo 108, da CE, determina que o veto parcial só possa atingir o artigo integralmente e não somente parte dele, como ocorre no presente caso.

Eis o âmago da questão, sinteticamente abordada, quanto à inconstitucionalidade parcial do artigo, fato que obriga seu veto integral, haja vista o que dispõe a CF em seu artigo 22, incisos I e XXIX.

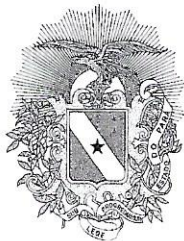
Todavia, ainda que fosse possível o enquadramento constitucional quanto ao ritmo musical em tela, concomitantemente é inviável quanto às demais disposições do artigo 1º, do Projeto de Lei aprovado. Isto porque ele trata de proteger as aparelhagens de som, bem como as marcas que as exploram, conflitando com a Constituição Federal, pois a competência legislativa para sua regulação é da União, através da legislação federal civil, comercial e de propaganda, nos termos do art. 22, incisos I e XXIX, da CF. Essa legislação é o próprio Código Civil (que resguarda os direitos autorais, intelectuais, de forma geral), a Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279, de 1996), a Lei de *Software* (Lei nº 9.609, de 1998) e a Lei nº 11.484, de 2007.

Como bem expresso no portal do INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial) *marcas e patentes fazem parte de uma grande área do direito chamado Propriedade Intelectual.*

Patente é um título de propriedade temporária sobre uma invenção ou modelo de utilidade, outorgados pelo Estado aos inventores ou autores ou outras pessoas físicas ou jurídicas detentoras de direitos sobre a criação. Em contrapartida, o inventor se obriga a revelar detalhadamente todo o conteúdo técnico da matéria protegida pela patente.

Marca, segundo a lei brasileira, é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros análogos, de procedência diversa, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas.

Ora, não se pode proteger uma aparelhagem de som como patrimônio artístico, cultural ou tecnológico, pois sua tecnologia não tem nenhuma inovação técnica, a



GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ

Fl. 3 da Mensagem nº 010/2011-GG

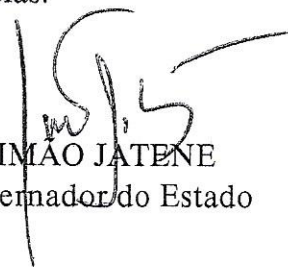
qual não esteja ao alcance da produção industrial comum, sem reserva de qualquer patente industrial, como assim enquadra a Lei Federal. E, quanto às marcas dessas aparelhagens, na verdade são marcas de expressão e propaganda mercantil das pessoas que as exploram comercialmente, sujeitas a proteção, assim como as patentes, nos termos da retrocitada legislação federal.

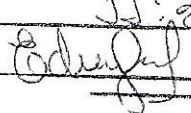
Consequentemente, o artigo 1º do Projeto em comento passa a ser disposição natimorta, pois ao tratar de matéria reservada à União Federal (normas sobre propriedade intelectual, do âmbito do direito civil, comercial e de propaganda, conforme artigo 22, incisos I e XXIX, parágrafo 1º, da CF), já regulamentada pela supramencionada legislação ordinária Federal invade competência da União e acaba fulminando-o pela flagrante inconstitucionalidade.

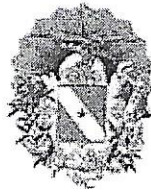
Assim sendo, impõe-se o veto integral ao Projeto de Lei nº 130/08, de 16 de março de 2011, eis que não é possível vetar apenas parte do artigo 1º, em face do parágrafo 2º, do artigo 108 da CE, até porque a outra norma (o artigo 2º) só trata da mera vigência da lei proposta, pelo que vetar tal artigo implica em vetar todo o Projeto.

Consequentemente, ao tratar de matéria reservada à União Federal (direito civil, comercial e propaganda, conforme artigo 24, incisos I e XXIX, da CF), intervém sobre normas de proteção à propriedade intelectual já regulamentada pela legislação Federal. Logo, está fulminado pela flagrante inconstitucionalidade. Diante do exposto se obriga opor o veto integral ao citado Projeto.

Estas, Senhor Presidente, Senhoras Deputadas e Senhores Deputados, são as razões que me levaram a vetar, integralmente, o Projeto em causa, as quais ora submeto à elevada apreciação de Vossas Excelências.


SIMÃO JATENE
Governador do Estado

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARÁ	
RECEPÇÃO DA PRESIDÊNCIA	
Recebido em:	14, 04, 2011.
HORA:	11:30
por:	



Assembleia Legislativa
Estado do Pará
GABINETE DA PRESIDÊNCIA

OF. Nº 365 / SSL-2012

Belém (PA), 08 de março de 2012.

Senhor Governador,

Honrado em cumprimentá-lo, comunico a Vossa Excelência que esta Assembleia Legislativa em Sessão Plenária realizada no dia 07 de março de 2012, deliberou pela manutenção ao Veto Integral concernente ao **Projeto de Lei nº 130/08**, de autoria do DEPUTADO **CARLOS BORDALO** que "**Declara como patrimônio cultural e artístico do Estado do Pará, o ritmo tecnobrega, as aparelhagens de som e seus símbolos e dá outras providências**", com fundamento legal no art. 108, § 1º, da Constituição do Estado do Pará.

Na oportunidade, reiteramos a Vossa Excelência votos de elevado apreço e distinguida consideração.

Respeitosamente,

DEPUTADO **MANOEL PIONEIRO**
Presidente da Assembleia Legislativa do Estado do Pará

A Sua Excelência o Senhor

SIMÃO JATENE

Governador do Estado do Pará

N e s t a



ALEPA - FLS. 24

2

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARÁ
COMISSÃO E CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA

PROJETO DE LEI : Nº. 130/2008

ORIGEM: INTERNA

AUTOR: DEP. BORDALO

EMENTA: DECLARA COMO PATRIMONIO CULTURAL E ARTÍSTICO DO ESTADO DO PARÁ AS APARELHAGENS DE SOM E SEUS SIMBOLOS E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

REFERÊNCIA: MENSAGEM Nº 010/2011-GG CONTENDO VETO INTEGRAL DO REFERIDO PROJETO DE LEI

PARECER

- RELATÓRIO

Retornou a esta casa legislativa o Projeto de Lei nº. 130/08 de 16 de Março de 2011, encaminhado para sanção, e devolvido pelo Exmo. Sr. Governador do Estado contendo Veto integral ao mesmo.

Nas justificativas do veto Sua Excelência aduz a inconstitucionalidade do projeto no que se refere à extensão da proteção artística ao meio de divulgação do ritmo tecnobrega, as aparelhagens, o que foge ao conceito destinado à proteção cultural e artística imaterial.

Considera, que "as aparelhagens de som e as marcas das pessoas jurídicas ou físicas que as produzem e exploram comercialmente na divulgação do ritmo só podem ser passíveis de proteção pela legislação civil e comercial, de competência Federal, a qual trata de proteção ao direito de propriedade da tecnologia, invento, marcas e expressões de propaganda".

- PARECER E VOTO:

A criteriosa análise da constitucionalidade do projeto expõe que "ainda que fosse possível o enquadramento constitucional quanto ao ritmo em tela" torna-se inviável proteger as aparelhagens de som bem como as marcas que as exploram como patrimônio artístico, cultural ou tecnológico, pois sua tecnologia não tem nenhuma inovação técnica que não esteja ao alcance da produção industrial comum.

Do exposto voto pelo acolhimento e manutenção do Veto integral do projeto, por estar fulminado por flagrante inconstitucionalidade.

É o parecer.

Sala das Reuniões da Comissão de Constituição e Justiça,
em de de 2011.

Belém, 22 de novembro de 2011.

DEPUTADO PARSIFAL PONTES - RELATOR

Aprovado por maioria pela
manutenção do veto com
os votos contrários dos Dep^{tes}
Benadite Ten Caten e Edison.
Nova.

Do Dcdex.

Em 29.11.2011

[Handwritten signatures and initials]
44.85

ENCAMINHAMENTO

ao Dcdex para as providências.

Em 30/11/2011

[Handwritten signature]
Secretaria de CGJ
LEPA



ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARÁ
MANOEL PIONEIRO
GABINETE

PROJETO DE LEI: Nº. 130 /2008

ORIGEM: INTERNA

AUTOR: DEPUTADO BORDALO

ASSUNTO: DECLARA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL E ARTISTICO DO ESTADO DO PARÁ AS APARELHAGENS DE SOM E SEUS SÍMBOLOS E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

PARECER

I – RELATÓRIO:

Parecer referente ao Projeto de Lei nº. 130/2008, de autoria do ilustre Deputado BORDALO, que tem o escopo de Declarar como Patrimônio Cultural e Artístico do Estado do Pará as Aparelhagens de Som e os seus Símbolos e dá outras Providências.

Faz-se pertinente observarmos que a proposição cita a CONSTITUIÇÃO ESTADUAL: artigo 17, III e Artigo 286, I e III, in verbis:

Artigo 17: É competência comum do estado e dos municípios, com a União:

III – Proteger os documentos, as obras e outros bens de valor históricos, artístico e cultural, os monumentos, as paisagens naturais notáveis e os sítios arqueológicos;

Artigo 286 : Constitui patrimônio cultural paraense os bens de natureza material ou imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referências à identidade, à ação, à maneira dos diferentes grupos formadores da sociedade paraense, nos quais se incluem:

I – As formas de expressão;

III – As criações científicas artísticas e tecnológicas:

Faz-se necessário também relatarmos parte do texto da justificativa do nobre deputado: **“Estima-se que as festas de aparelhagens e as bandas de musica brega realizem cerca de 3.164 festas e 849 shows por mês só na região metropolitana de Belém”**. Acrescentamos que as aparelhagens hoje têm espaços

em todos os setores da sociedade paraense, não se importando mais com a condição socioeconômica ou educacional é realmente um fenômeno popular, genuinamente paraense.

É o relatório.

II - PARECER e VOTO:

Diante do exposto, está caracterizada a constitucionalidade e a devida legalidade do projeto em epígrafe, em razão deste motivo somos **favoráveis à aprovação do mesmo**.

É o parecer. S.M.J.

Sala de Reuniões da Comissão de Constituição e Justiça,
em ____ de ____ de ____.

Belém, ____ de ____ de ____.

DEPUTADO MANOEL PIONEIRO

*Aprovado o parecer favorável
a unanimidade
A Bancada Educadora
em: 16-03-2019.*

[Handwritten signatures and marks]



COMISSÃO DE EDUCAÇÃO, CULTURA E SAÚDE

PROJETO DE LEI Nº 130/2008

ORIGEM: INTERNA

AUTOR: DEP. CARLOS BORDALO

RELATORA: DEP. JOSEFINA CARMO

RELATÓRIO

De autoria do Exmo. Sr. Deputado Carlos Bordalo, chega a esta Comissão, o Projeto de Lei que recebeu a numeração nº 130/2008 para emissão de parecer, cuja ementa é "**DECLARA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL E ARTÍSTICO DO ESTADO DO PARÁ AS APARELHAGENS DE SOM E SEUS SÍMBOLOS E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS**".

Em sua justificativa o nobre parlamentar diz que o presente projeto de lei tem significativa importância, haja vista estar proporcionando a preservação da cultura do Estado do Pará. Mostrando e enaltecendo, dessa forma, as características positivas dessa manifestação popular.

Aduz ainda que as festas e shows de tecnobrega são majoritariamente restritos aos bairros da periferia de Belém do Pará. Estima-se que as aparelhagens e as bandas de musica brega realizam cerca de 3.164 festas e 849 shows por mês na região metropolitana de Belém. Isto, certamente, faz das festas de tecnobrega uma das formas de entretenimento mais populares da nossa região. Frisa-se também que as festas, os shows de tecnobrega e a rede de relacionamentos desse estilo musical são fenômenos culturais ricos que apresentam uma expressão cultural musical específica, além de um modelo de negócio diferenciado e com uma



Estado do Pará
Assembléia Legislativa

Deputada Estadual
JOSEFINA
CARMO
Canta da gente

Acesse e leia www.josefinacarmo.blogspot.com

dinâmica própria (sem a presença das grandes gravadoras ou selos), distinta do mercado tradicional da música.

No que tange ao aspecto constitucional, verificamos que o mencionado projeto recebeu parecer favorável da Comissão de Constituição e Justiça deste Poder Legislativo.

Analisando a proposição no que concerne à competência desta Comissão prevista no art. 31, parágrafo 3º do Regimento Interno desta Assembléia Legislativa, afirmamos que o projeto de autoria do Dep. Carlos Bordalo está de acordo com os dispositivos constitucionais e regimentais, não sendo encontrada nenhuma ilegalidade na proposição, posto que seus termos não colidem com qualquer impedimento para que nos opuséssemos a apresentação do autor.

VOTO

Ante o exposto, considerando em análise que o presente projeto é legal, e sua tramitação está balizada no Regimento Interno, opinamos sua APROVAÇÃO nos termos apresentados pelo autor.

É o nosso PARECER

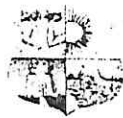
Belém-PA, 23 de março de 2010.

Josefina Carmo
JOSEFINA ALELUIA DE AQUINO CARMO
Deputada Estadual (PMDB)

João

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARÁ
COMISSÃO DE EDUCAÇÃO, CULTURA E SAÚDE
APROVADO O PARECER DO(A) RELATOR(A)
ENCAMINHADO A MESA DIRETOR.
EM 13, 04, 2010
<i>[Assinatura]</i> Presidente

Rac



CMB 1289 9605 30.08.16

ESTADO DO PARÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE VEREADOR MAURO FREITAS

Presidente

PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2016

Reconhece como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial no Município de Belém, a Sonorização e Estilização Automotiva, e dá outras providências.

A Câmara Municipal de Belém Institui:

Art. 1º Fica reconhecido como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial a **Sonorização e estilização Automotiva**, no Município de Belém.

Parágrafo único. O reconhecimento ora efetivado marca a data de **07 de agosto** como comemoração do dia do **Som e Estilização Automotiva em Belém**, passando assim a integrar o calendário oficial de datas e eventos deste Município.

Art. 2º Sonorização Automotiva é o processo de instalação e ajustes de equipamentos de som em automóveis, seja no interior do veículo, no porta malas, ou ainda por atrelamento de carretinhas. Podendo ser tanto um serviço comercial quanto um hobby de amadores.

Parágrafo primeiro. Os veículos automotores com sonorização automotiva classificam-se em:

- I - Veículos prestadores de serviço com emissão sonora de publicidade, divulgação, entretenimento e comunicação.
- II - Veículos de competição e os de entretenimento público.

Parágrafo segundo. Os Veículos classificados acima podem exercer a prática do som automotivo, sem imposição de limites de decibéis, somente e exclusivamente nos locais de competição, de apresentação e nos destinados a este fim pelas autoridades competentes.

Parágrafo terceiro. Para fins desta Lei o Poder Público Municipal deve delimitar e regular espaços adequados, destinados especificamente a prática do Som Automotivo.

=====

Gabinete do Vereador MAURO FREITAS - PSDC

Câmara Municipal de Belém – Travessa Curuzú 1755- CEP: 66023-570 - Fone: 4008-2246

E-mail: gab_vereadormaurofreitas@hotmail.com - Bairro Marco – Belém - Pará



ESTADO DO PARÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE VEREADOR MAURO FREITAS

2

Art. 3º Estilização Automotiva é o processo de personalização automobilística, alterando a suspensão do veículo (veículos rebaixados) e acrescentando-lhe acessórios (veículos tunados).

Parágrafo Único. Os veículos Estilizados podem circular livremente, desde que devidamente legalizados/licenciados perante os Órgãos competentes.

Art. 4º Os veículos com Sonorização e Estilização Automotiva devem manter cadastro junto as suas respectivas Associações e ao Órgão Municipal responsável e fiscalizador do meio ambiente, para necessárias identificações por ora das emissões de autorização e fiscalizações.

Art. 5º Torna-se expressamente proibido expor Som Automotivo, de qualquer categoria, acima dos limites de emissão sonora estabelecidos em Lei, em logradouros públicos como ruas, avenidas, praças, jardins, etc., destinados ao uso comum dos cidadãos e à circulação de veículos.

Parágrafo único. O limite permitido para vias terrestres abertas a circulação é de 80 decibéis – dB(A), medido a 7 m (sete metros) de distância do veículo.

Art. 6º O descumprimento desta Lei sujeita o infrator às seguintes penalidades:

- I – advertência;
- II – notificação para comparecimento ao órgão fiscalizador competente para prestação de compromisso;
- III – multa de 02 salários mínimos, pelo descumprimento do termo de compromisso, situação que configura a reincidência;
- IV – apreensão dos equipamentos sonoros, com as sanções penais e administrativas cabíveis.

=====

Gabinete do Vereador MAURO FREITAS - PSDC
Câmara Municipal de Belém – Travessa Curuzú 1755- CEP: 66023-570 - Fone: 4008-2246
E-mail: gab_vereadormaurofreitas@hotmail.com - Bairro Marco – Belém - Pará



ESTADO DO PARÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE VEREADOR MAURO FREITAS

31

Art. 7º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Câmara Municipal de Belém, Salão Plenário Vereador Lameira Bittencourt,
em

Vereador Mauro Freitas

JUSTIFICATIVA

Apresento aos meus nobres pares projeto de lei que visa regulamentar a prática de Sonorização e Estilização Automotiva em Belém, com a delimitação de espaços adequados para este fim, em consonância aos termos da Resolução 204/2006 do COTRAN; reconhecendo ainda esta prática como expressão da cultura popular de nosso Município.

Os adeptos ao som e estilização automotiva somam número expressivo em nosso Município. Contudo, frente a Legislação Ambiental que regula as emissões sonoras, esta categoria sente-se à margem da sociedade e diante das dificuldades e limitações enfrentadas para praticarem algo que gostam, organizaram-se através da **Associação Som Automotivo do Pará – SAP** com intuito de aglutinar forças e representar suas aspirações junto ao Poder Público e à sociedade em geral, objetivando assim **reconhecer e valorizar a prática de sonorização e estilização automotiva como expressão cultural, sendo necessário além da aceitação social a delimitação de espaços públicos** para que os

=====

Gabinete do Vereador MAURO FREITAS - PSDC
Câmara Municipal de Belém – Travessa Curuzú 1755- CEP: 66023-570 - Fone: 4008-2246
E-mail: gab_vereadormaurofreitas@hotmail.com - Bairro Marco – Belém - Pará



ESTADO DO PARÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE VEREADOR MAURO FREITAS

adeptos possam exercer seus direitos e liberdades em espaços adequados e específicos, não infringindo assim a Legislação Ambiental quanto a possível poluição sonora e nem incomodando a paz e o silêncio daqueles que assim o desejam, tudo no intuito de garantir a efetivação da Democracia; a Tolerância Social; o Respeito a Diversidade Cultural e a Liberdade.

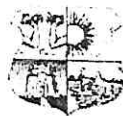
A Associação Som Automotivo do Pará – SAP exerce a representação e coordenação geral dos proprietários de veículos com som automotivo e estilizados (rebaixados e personalizados), assim como de profissionais da área automotiva (projetistas e montadores de som), Djs, promotores de eventos, comerciantes e admiradores de sonorização e estilização automotiva do Pará, incluindo-se as motocicletas e bicicletas estilizadas e sonorizadas, almejando-se o reconhecimento do Som Automotivo como expressão cultural e nessa perspectiva, a regulamentação de espaços que permitam o exercício digno dessa prática aos respectivos adeptos e simpatizantes.

Importante destacar que a pretensão dessa categoria não é algo estranho a legislação pertinente, tanto que já existe legalmente uma determinada flexibilização da Lei Ambiental, no que tange o tipo Poluição Sonora, através da Resolução 204 do CONTRAN, editada em 20/10/2006.

Dessa forma, com este Projeto de Lei não se pretende desfazer a Legislação Ambiental quanto os limites de emissão sonoras e

=====

Gabinete do Vereador MAURO FREITAS - PSDC
Câmara Municipal de Belém – Travessa Curuzú 1755- CEP: 66023-570 - Fone: 4008-2246
E-mail: gab_vereadormaurofreitas@hotmail.com - Bairro Marco – Belém - Pará



ESTADO DO PARÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE VEREADOR MAURO FREITAS

sim, necessariamente, integrar a **Resolução 204 do CONTRAN** à Legislação Municipal, concomitantemente, com o reconhecimento dos direitos dos adeptos à prática da sonorização automotiva.

A Resolução 204/06 do CONTRAN assim expressa:

Art. 1º. A utilização, em veículos de qualquer espécie, de equipamento que produza som só será permitida, nas vias terrestres abertas à circulação, em nível de pressão sonora não superior a 80 decibéis – dB(A), medido a 7 m (sete metros) de distância do veículo.

Parágrafo único. Para medições a distâncias diferentes da mencionada no caput, deverão ser considerados os valores de nível de pressão sonora indicados na tabela do Anexo desta Resolução.

Art. 2º. Excetuam-se do disposto no artigo 1º desta Resolução, os ruídos produzidos por:

I. buzinas, alarmes, sinalizadores de marcha-à-ré, sirenes, pelo motor e demais componentes obrigatórios do próprio veículo;

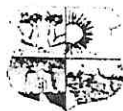
II. Veículos prestadores de serviço com emissão sonora de publicidade, divulgação, entretenimento e comunicação, desde que estejam portando autorização emitida pelo órgão ou entidade local competente.

III. Veículos de competição e os de entretenimento público, somente nos locais de competição ou de apresentação devidamente estabelecidos e permitidos pelas autoridades competentes.

Percebe-se pela citada Resolução que a prática do Som Automotivo já é legalmente reconhecida como **entretenimento, competição, apresentação**, nos incisos II e III do Art. 2º, bastando estarem portando autorização e que se apresentem em locais devidamente estabelecidos e permitidos pelas autoridades competentes.

=====

Gabinete do Vereador MAURO FREITAS - PSDC
Câmara Municipal de Belém – Travessa Curuzú 1755- CEP: 66023-570 - Fone: 4008-2246
E-mail: gab_vereadormaurofreitas@hotmail.com - Bairro Marco – Belém - Pará



ESTADO DO PARÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE VEREADOR MAURO FREITAS

No Art. 1º a Resolução em referência limita as emissões sonoras em qualquer tipo de veículo à 80 decibéis – dB(A), contudo não resta nenhuma dúvida que esta limitação refere-se à veículos com som automotivo circulando nas vias terrestres abertas à circulação e não aos veículos sonorizados que se exponham ou se apresentem em espaços devidamente estabelecidos e permitidos, tendo em vista que para essa categoria o art. 2º da Resolução em comento não impôs qualquer limitação de decibéis.

Justamente, esse é o escopo do presente projeto de lei que visa com o **Reconhecimento da Sonorização e Estilização Automotiva como Expressão Cultural** à regulamentação dessa prática, para que os veículos sonorizados, pertencentes a categoria de **prestadores de serviço com emissão sonora de publicidade, divulgação, entretenimento e comunicação e os Veículos de competição e os de entretenimento público** possam exercer o direito que já está garantido na Resolução 204/06 do COTRAN com a devida dignidade e participação do Poder Público Municipal, este no âmbito de destinar, regular e delimitar áreas específicas à prática do Som Automotivo, com liberdade de emissão sonora, como assim permite a norma.

Interpretando-se a Resolução 204/06 do COTRAN, conclui-se que há **dois parâmetros quanto as emissões sonoras em veículos: primeiro**, som automotivo direcionado apenas aos ocupantes do veículo (circulação vias terrestres e logradouros públicos) e neste caso a única

=====

Gabinete do Vereador MAURO FREITAS - PSDC
Câmara Municipal de Belém – Travessa Curuzú 1755- CEP: 66023-570 - Fone: 4008-2246
E-mail: gab_vereadormaurofreitas@hotmail.com - Bairro Marco – Belém - Pará



ESTADO DO PARÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE VEREADOR MAURO FREITAS

exigência é que se mantenha abaixo do limite (80 db); **segundo**, direcionado a um público diverso (consumidores e expectadores p.e.) com finalidade de propaganda, competição ou entretenimento público, somente poderá ser utilizado o equipamento após o recebimento de autorização da autoridade competente ou um lugar específico para a apresentação ou competição, ressalte-se que sem limitação de decibéis.

Nesse raciocínio, abstrai-se que é completamente vedada pela Resolução 204/06 a utilização de som automotivo nas vias e logradouros públicos em condições que possam configurar **apresentação pública**, pois para tal é necessária autorização e ainda exposição em local destinado. Assim, é proibido a propagação de som mantendo aberto o porta-malas durante a circulação do veículo (o que já é proibido de per si pelo CTB) ou ainda a parada, em via pública, e a produção de som com portas abertas, visto que nesses casos configura-se **apresentação pública**. Ora, se para produzir som, bares e restaurantes necessitam de autorização específica, tanto mais deve ser exigido dos veículos automotores.

Além e em decorrência desses aspectos legais normativos, tem-se necessário regulamentar a prática do Som Automotivo, para que os praticantes não sintam-se e não fiquem à margem da sociedade.

Vivemos hodiernamente em um cenário político-sócio-cultural de aceitação das diferenças, de tolerância, de respeito aquilo que é diferente, tendo em vista que além de sermos uma sociedade

=====

Gabinete do Vereador MAURO FREITAS - PSDC
Câmara Municipal de Belém – Travessa Curuzú 1755- CEP: 66023-570 - Fone: 4008-2246
E-mail: gab_vereadormaurofreitas@hotmail.com - Bairro Marco – Belém - Pará



ESTADO DO PARÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE VEREADOR MAURO FREITAS

democrática e livre, não existe e nem pode existir uma fórmula, uma regra, uma maneira de se determinar o modo certo de viver, do que gostar, de como ser.

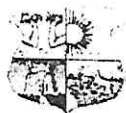
Somos livres para sermos e gostarmos do que quisermos, temos o livre arbítrio, a consciência, o direito de sermos felizes e qual a receita de felicidade? Para uns pode ser uma vida pacata, silenciosa, de descanso, mas para outros pode ser uma vida agitada, barulhenta, elétrica, sem parar, ou ainda, alguns podem escolher as duas maneiras, dias de mansidão e dias de agitação.

Os praticantes de Som Automotivo geralmente são rotulados pela sociedade como baderneiros, loucos, insanos e isso se reflete na postura do Poder Público, por ora das abordagens aos sons automotivos e veículos estilizados, assim como na invisibilidade de seus direitos.

Especificamente quanto a esta rotulagem e a invisibilidade dos direitos a **Associação Som Automotivo do Pará – SAP**, já vem atuando na conscientização dos praticantes de som e estilização automotiva, no sentido de **respeitarem ao máximo a paz e sossego público e particular** e em contrapartida, **exigirem seu reconhecimento e direitos**, pois são cidadãos, pais de família, trabalhadores e profissionais da área que possuem uma paixão: o Som Automotivo.

=====

Gabinete do Vereador MAURO FREITAS - PSDC
Câmara Municipal de Belém – Travessa Curuzú 1755- CEP: 66023-570 - Fone: 4008-2246
E-mail: gab_vereadormaurofreitas@hotmail.com - Bairro Marco – Belém - Pará



ESTADO DO PARÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE VEREADOR MAURO FREITAS

A preferência cultural é algo individual, cada ser humano gosta daquilo que lhe convém e partindo-se dessa premissa, o Poder Público não pode permitir que essa categoria social sinta-se e permaneça alheia à sociedade e aos seus intrínsecos direitos, daí a relevância do presente Projeto, que através do **reconhecimento do Som e Estilização Automotiva como vertente cultural**, vem determinar que se **efetive a delimitação de espaços públicos** para prática harmoniosa desse estilo cultural.

Como dito ao norte vivemos em uma era de aceitação e tolerância, ou seja, de harmonia social para o bem estar de todos, assim é imprescindível que tanto a **sociedade em geral**, com seu direito salutar à Paz, ao sossego, ao descanso e ao silêncio, como os **praticantes de Som Automotivo**, com seu direito de expor suas aparelhagens automotivas, sem limitação de decibéis em espaços apropriados e delimitados, sejam respeitados.

A Constituição Federal veda qualquer forma de preconceito e discriminação, premissa que obriga o reconhecimento de direitos àqueles que necessitam de visibilidade sócio-político-cultural, como é o caso dos adeptos a Sonorização e Estilização Automotiva.

Se houver a delimitação de espaços para a prática do Som Automotivo, como já consta previsto na Resolução 204/06 do COTRAN, não haverá necessidade dos praticantes importunarem a coletividade com

=====

Gabinete do Vereador MAURO FREITAS - PSDC
Câmara Municipal de Belém – Travessa Curuzú 1755- CEP: 66023-570 - Fone: 4008-2246
E-mail: gab_vereadormaurofreitas@hotmail.com - Bairro Marco – Belém - Pará



ESTADO DO PARÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE VEREADOR MAURO FREITAS

emissão sonora elevada em locais inapropriados, pois terão locais adequados, próprios para tal prática, sendo necessário que o Plano Diretor cumpra com sua função maior compreendida em fazer a vida urbana mais confortável, aproveitável, segura, além de fornecer um terreno propício ao crescimento econômico da cidade e principalmente garantindo a satisfação e harmonia social.

Diante destas argumentações, solicitamos aos nobres pares a aprovação desta matéria.

Fundamentação Jurídica

Constituição Federal de 1988

Resolução 204/2006 do COTRAN

Lei 9605/98 - Lei de Crimes Ambientais

Lei 6.938/81 - Lei da Política Nacional do Meio Ambiente

Câmara Municipal de Belém, Salão Plenário Vereador "Lameira Bittencourt", em 23 de agosto de 2016.


Vereador MAURO FREITAS
Líder do PSDC

=====

Gabinete do Vereador MAURO FREITAS - PSDC
Câmara Municipal de Belém - Travessa Curuzú 1755- CEP: 66023-570 - Fone: 4008-2246
E-mail: gab_vereadormaurofreitas@hotmail.com - Bairro Marco - Belém - Pará

COMISSÃO DE JUSTIÇA E LEGISLAÇÃO

PROCESSO Nº. 1289/16

AUTOR (A): Ver. Mauro Freitas

ASSUNTO: Reconhece como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Município de Belém, a Sonorização e Estilização Automotiva, e dá outras providências.

PARECER FAVORÁVEL

Considerando o que dispõe a Resolução nº15/92- Regimento Interno deste Poder Legislativo em sua alínea "a", inciso I do art. 42, devendo esta Comissão opinar sobre o aspecto constitucional, legal e regimental das proposições que tramitam nesta Casa de Leis.

Observa-se a grande importância da matéria apreciada, reconhecendo a prática como forte expressão cultural da população. Mesmo assim ainda não possui devida regulamentação municipal, o que acarreta certa discriminação por munícipes contrários a esta atividade.

Visando adequar a integração deste exercício em concordância com o dispositivo da Resolução nº 204 de 20.10.2006, do Conselho Nacional de Trânsito, que já reconhece e assegura os direitos de Sonorização e Estilização Automotiva, cabe ao Município regulamentar os espaços públicos para viabilizar a prática destas de maneira adequada e digna.

Reconhecendo a de Belém, objetivo deste Projeto, os adeptos deste costume serão tratados de maneira íntegra, e não à margem da sociedade, podendo exercer seu direito de liberdade de expressão em locais apropriados, sem causar transtornos à sociedade em geral.

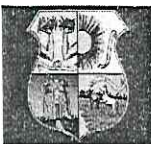
Em virtude desses aspectos, manifesto parecer favorável à tramitação da matéria.

Sala das Comissões Técnicas da Câmara Municipal de Belém, em 12 de setembro de 2016.

[Assinatura]
Vereador (a)
Relator (a)

[Assinatura]

[Assinatura]



PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE DO PREFEITO

Recebido em: 06/10/17
Clodovane Lago
Chefe de Gabinete da Presidência
CMB

OFÍCIO nº 312 /2017-GAB.PREF.

Belém, 06 de outubro de 2017

Excelentíssimo Senhor Presidente,

[Signature]
Presidente

Comunico a V.Exa. que, obedecendo aos artigos 78, §1º e 94, inciso VI, da Lei Orgânica do Município de Belém, decidi vetar na integra o Projeto de Lei nº 064 de 04 de setembro de 2017, que “Reconhece como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Município de Belém, a Sonorização e Estilização Automotiva, e dá outras providências” de autoria do Vereador Mauro Freitas, Veto nº. 11/2017, o qual encaminho a esse Poder para apreciações legais.

Respeitosamente,

[Signature]
Zenaldo Rodrigues Coutinho Júnior
Prefeito Municipal de Belém

A Sua Excelência o Senhor
VEREADOR MAURO FREITAS
Presidente da Câmara Municipal de Belém
Travessa Curuzú nº. 1750, Marco



PREFEITURA DE
BELÉM

www.belem.pa.gov.br

PALÁCIO ANTONIO LEMOS - Praça D. Pedro II, s/n
66.020-240 - Cidade Velha - Belém - Pará - Brasil
Tel: (91) 3114-1016 - Fax: (91) 3114-1015



PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE DO PREFEITO

Exmo. Sr.

Vereador MAURO FREITAS

DD. Presidente da Câmara Municipal de Belém
e demais Ilustres Vereadores

Senhor Presidente,
Senhores Vereadores,

Tenho a honra de me dirigir aos ilustres membros desse Egrégio Poder Legislativo, para comunicar que decidi vetar, na íntegra, com fundamento nas disposições dos arts. 78, § 1º, e 94, inc. VI, da Lei Orgânica do Município de Belém, o Projeto de Lei nº 064, de 4 de setembro de 2017, de autoria de V. Exa., Presidente Mauro Freitas, que **Reconhece como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Município de Belém, a Sonorização e Estilização Automotiva, e dá outras providências.**

A proposição versa sobre a intenção de declarar a sonorização e a estilização automotivas como patrimônio cultural imaterial do Município de Belém.

Sonorização automotiva consiste no processo de instalação de equipamentos de som em veículos, seja no interior do mesmo, no porta-malas ou ainda por atrelamento de carretinhas, prestando-se tanto para serviços comerciais quanto para *hobby* de amadores.

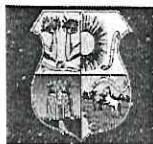
Estilização automotiva é o processo de personalização, para alteração da suspensão dos veículos (veículos rebaixados), com o acréscimo de acessórios (veículos tunados).



PREFEITURA DE
BELÉM

www.belem.pa.gov.br

PALÁCIO ANTONIO LEMOS - Praça D. Pedro II, s/n
66.020-240 - Cidade Velha - Belém - Pará - Brasil
Tel: (91) 3114-1016 - Fax: (91) 3114-1015



PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE DO PREFEITO

Em razão da matéria, foram solicitados pareceres técnicos da Fundação Cultural do Município de Belém - FUMBEL e da Secretaria Municipal de Meio Ambiente - SEMMA.

Nesse sentido, revela-se oportuno traçar um paralelo entre tombamento e patrimônio material e imaterial, com o intuito de enquadrar de maneira adequada a situação concreta, objeto da pretensão.

A Lei Orgânica, ao conceituar o patrimônio cultural de Belém, diz:

“Art. 228. Constituem patrimônio cultural do Município os bens de natureza material e imaterial tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referências à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade paraense e belenense e nos quais se incluem:

I - as formas de expressão;

II - os modos de criar, fazer e viver;

III - as criações científicas, artísticas, tecnológicas, artesanais, culinárias, carnavalescas e folclóricas;

IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V - os edifícios, os conjuntos urbanos e sítios de valor arquitetônico, histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, científico, ecológico, etnográfico, monumental e cultural, inerentes a reminiscências da formação de nossa história popular;

VI - o Círio de Nossa Senhora de Nazaré.”

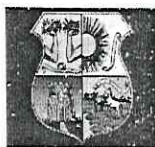
Mais especificamente, o instituto do tombamento é regulado pela Lei nº 7.709, de 18 de maio de 1994, que “Dispõe sobre a preservação e proteção do



PREFEITURA DE
BELÉM

www.belem.pa.gov.br

PALÁCIO ANTONIO LEMOS - Praça D. Pedro II, s/n
66.020-240 - Cidade Velha - Belém - Pará - Brasil
Tel: (91) 3114-1016 - Fax: (91) 3114-1015



PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE DO PREFEITO

Patrimônio Histórico, Artístico, Ambiental e Cultural do Município de Belém e dá outras providências”, nos seguintes termos:

“Art. 1º Constituem o Patrimônio Histórico, Artístico, Ambiental e Cultural do Município de Belém os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, relacionados à identidade, à memória, à ação dos grupos formadores da sociedade belenense, dentre os quais se incluem:

I - as formas de expressão;

II - os modos de criar, fazer e viver;

III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, arquitetônico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico, inerentes às reminiscências da formação de nossa história cultural, dotados pela natureza ou agenciados pela indústria humana.”

Prosseguindo, esclareço que o patrimônio cultural imaterial, em si, consubstancia-se no registro em um dos três livros próprios específicos: I - Livro de Registro dos Saberes e Fazeres: para inscrição de conhecimentos e modos de fazer cristalizados no cotidiano das comunidades; II - Livro de Registro de Celebrações: em que se inscrevem rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade e do entretenimento; e III - Livro de Registro das Formas e Expressões: onde são inscritas as manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas, além de outras práticas da vida social.



PREFEITURA DE
BELÉM

www.belem.pa.gov.br

PALÁCIO ANTONIO LEMOS - Praça D. Pedro II, s/n
66.020-240 - Cidade Velha - Belém - Pará - Brasil
Tel: (91) 3114-1016 - Fax: (91) 3114-1015



PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE DO PREFEITO

✓ Verdade é que não se vislumbra parâmetros para que venha a prosperar a pretensão, qual seja, declarar a sonorização e a estilização automotiva como patrimônio cultural imaterial. O reconhecimento almejado não se traduz em significativa manifestação cultural, jamais podendo ser reconhecida como grupo formador da sociedade local, não se constituindo nenhuma referência à identidade ou memória para a sociedade paraense, sequer propiciando qualquer espécie de legado.

No mesmo diapasão, o art. 225, *caput*, da Constituição Federal, prevê:

“Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.”

Já o art. 160, inc. VII, da LOMB, assim se apresenta:

“Art. 160. Compete ao Município, em colaboração com o Estado e a União e no exercício de suas atribuições, a defesa, conservação, preservação e controle do meio ambiente, cabendo-lhe:

(...)

VII - proteger o meio ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas;”

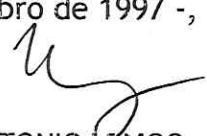
/ Sob a guarida do Código de Trânsito Brasileiro, a Resolução nº 624, de 19 de outubro de 2016, do Conselho Nacional de Trânsito - CONTRAN, regulamenta a fiscalização de sons produzidos por equipamentos utilizados em veículos.

O CTB - Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997 -, no art. 228, é taxativo:



PREFEITURA DE
BELÉM

www.belem.pa.gov.br


PALÁCIO ANTONIO LEMOS - Praça D. Pedro II, s/n
66.020-240 - Cidade Velha - Belém - Pará - Brasil
Tel: (91) 3114-1016 - Fax: (91) 3114-1015



**PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE DO PREFEITO**

“Art. 228. Usar no veículo equipamento com som em volume ou frequência que não sejam autorizados pelo CONTRAN:

Infração - grave;

Penalidade - multa;

Medida administrativa - retenção do veículo para regularização.”

|| Ainda a respeito do PL nº 064/2017, é crucial fazer alusão expressa aos termos da Lei nº 7.990, de 10 de janeiro de 2000, que “Dispõe sobre o controle e o combate à poluição sonora no âmbito do Município de Belém”, que estabelece:

“Art. 2º É proibido perturbar o sossego e o bem estar público com sons excessivos, vibrações ou ruídos incômodos de qualquer natureza, produzidos por qualquer forma, que ultrapassem os limites estabelecidos nesta lei.”

Os níveis de intensidade de ruídos levados em conta para fins de aplicação das determinações desta lei são aqueles fixados pelas normas da NBR 10.151 da ABNT, segundo o art. 7º, que ora se transcreve:

“Art. 7º A emissão de sons ou ruídos em decorrência de qualquer atividade no município de Belém, e seus níveis de intensidade, são fixados de acordo com as recomendações da NBR 10.151 da ABNT, ou a que lhe suceder.”

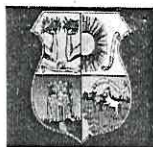
No campo da doutrina, o Professor Paulo Affonso Leme Machado, na obra Direito Ambiental Brasileiro, 7ª ed., 1998, Malheiros, p. 202, ensina:



**PREFEITURA DE
BELÉM**

www.belem.pa.gov.br

PALÁCIO ANTONIO LEMOS - Praça D. Pedro II, s/n
66.020-240 - Cidade Velha - Belém - Pará - Brasil
Tel: (91) 3114-1016 - Fax: (91) 3114-1015



PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM
GABINETE DO PREFEITO

“Em matéria ambiental, a intervenção do poder público tem o sentido principal de prevenção do dano. Aliás, pela Constituição Federal (art. 225, caput) a defesa do meio ambiente pelo poder público não é uma faculdade, mas um dever constitucional.”

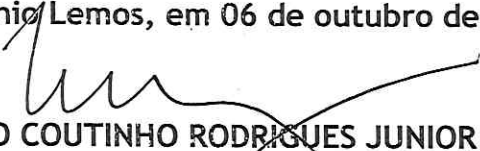
A título de arremate, há necessidade de reiterar o papel que o poder público exerce no cumprimento de suas competências, realçando o dever de resguardar e preservar o meio ambiente ecologicamente equilibrado.

Reconhecendo, então, o não cabimento do PL nº 064/2017, ante os fatos expostos e a fragilidade do objeto, decido pela aposição de veto integral ao mesmo, por flagrante ilegalidade frente a preceitos da Constituição da República e da LOMB, além da evidente contrariedade ao interesse público. /

Assim é que lanço mão da prerrogativa do art. 78, § 1º, da Lei Orgânica Municipal e da competência outorgada a minha pessoa pelo art. 94, inc. VI, do mesmo diploma legal, para vetar *in totum* o Projeto de Lei nº 064, de 4 de setembro de 2017.

Na certeza de poder contar com o apoio de Vv. Exas. quanto à manutenção do veto ora por mim apostado, aproveito a oportunidade para renovar protestos de elevada consideração e distinguido apreço.

Palácio Antonio Lemos, em 06 de outubro de 2017


ZENALDO COUTINHO RODRIGUES JUNIOR
Prefeito Municipal de Belém



PREFEITURA DE
BELÉM

www.belem.pa.gov.br

PALÁCIO ANTONIO LEMOS - Praça D. Pedro II, s/n
66.020-240 - Cidade Velha - Belém - Pará - Brasil
Tel: (91) 3114-1016 - Fax: (91) 3114-1015

CMB - Serv. de Doc. e Divulgação
- ARQUIVO -1. Anotar
2. Arquivar
Belém, 22. 10. 31

LEI N.º 7130 de 19 de outubro de 1931

Dispõe sobre o Conselho de Proteção do Patrimônio Cultural de Belém do Pará e dá outras providências.

A CAMARA MUNICIPAL DE BELÉM, estatui e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - Fica instituído, na estrutura da Secretaria Municipal de Educação e Cultura, o Conselho Municipal de Proteção do Patrimônio Cultural de Belém do Pará, órgão consultivo e de assessoramento do Poder Executivo Municipal no que diz respeito aos bens móveis ou imóveis de significativo valor cultural.

Parágrafo Único- Equiparam-se aos bens referidos no caput deste artigo os documentos, as obras, as coleções, os monumentos, as paisagens, os sítios naturais ou agenciados pelo engenho humano e outras manifestações culturais de valor arqueológico, histórico, etnográfico e artístico.

Art. 2º - Compete ao Conselho Municipal de Proteção do Patrimônio Cultural de Belém do Pará, propor ao Prefeito medidas executivas que visem à proteção das áreas ou conjuntos urbanos que devem ser objeto de preservação parcial ou total dos indivíduos arquitetônicos que os integram, bem como ao seu tombamento.

Art. 3º - Mediante a aprovação do Conselho o Presidente poderá firmar convênios e acordos com entidades de direito público ou privado, para melhor coordenação e desenvolvimento das atividades relacionadas com a proteção do Patrimônio Cultural da cidade ou do município.

Art. 4º - O Conselho Municipal de Proteção do Patrimônio Cultural de Belém, será constituído de cinco (5) membros, incluindo o presidente e cinco (5) suplentes, todos indicados e de signados pelo Prefeito, dentre pessoas de reconhecido saber, escolhidos preferencialmente entre arquitetos, historiadores e professores.

LEI N.º 7180 de 19 de outubro de 1981

(2)

49

A CAMARA MUNICIPAL DE BELÉM, estatui e eu sanciono a seguinte Lei:

§ 1º - A investidura dos membros do Conselho é de competência do Prefeito, que após tomar posse terá 30 (trinta) dias para indicar, nomear e investir.

§ 2º - O mandato dos membros do Conselho será de dois anos, permitida a recondução.

§ 3º - Os cargos de presidente e membros serão sem vencimentos, cabendo a todos os membros do Conselho, após o término dos mandatos, receber diploma de bons serviços prestados ao Município.

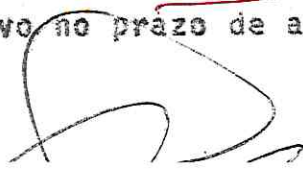
§ 4º - Um dos membros será representante da Secretaria Municipal de Educação e Cultura.

Art. 5º - Presente a maioria simples dos conselheiros, o Conselho reunir-se-á ordinariamente duas vezes por mês e, extraordinariamente, sempre que convocado pelo Prefeito, por intermédio do presidente.

Parágrafo Único - As decisões do Conselho serão tomadas por maioria simples de votos, cabendo ao Presidente, além do voto próprio, o de desempate.

Art. 6º - O Conselho disporá de uma Secretaria executiva, composta de um titular e um assistente, que serão fornecidos com apoio da Secretaria Municipal de Educação e Cultura.

Art. 7º - O Conselho elaborará seu regimento interno, a ser baixado por decreto do poder executivo no prazo de até 30 (trinta) dias após a publicação desta lei.





PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM
ESTADO DO PARÁ

CMB - Serv. de Doc. e Divulgação
-ARQUIVO-

LEI 7180 de 19 de outubro de 1981

(3)

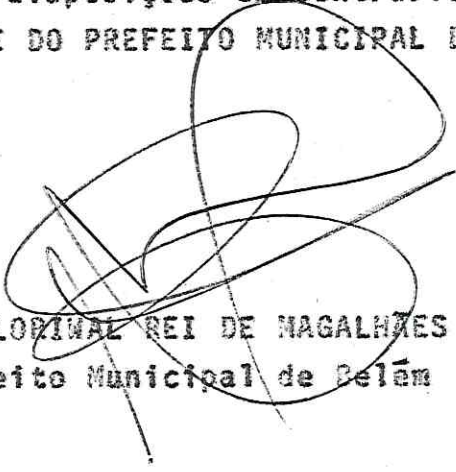
50

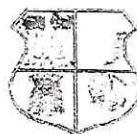
A CAMARA MUNICIPAL DE BELÉM, estatui e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 89 - Dentro do prazo de até 30 (trinta) dias o Poder Executivo enviará ao Poder Legislativo o processo de Tombamento.

Art. 90 - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

GABINETE DO PREFEITO MUNICIPAL DE BELÉM, em 19 de outubro de 1981.


= ENGº LORIVAL REI DE MAGALHÃES =
Prefeito Municipal de Belém



PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM

LEI Nº 8.295, DE 30 DEZEMBRO DE 2003

Dispõe sobre a criação do Fundo Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico e Cultural da Cidade de Belém - Fundo Monumenta Belém, e dá outras providências.

O PREFEITO MUNICIPAL DE BELÉM.

A CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM, estatui e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Fica criado o Fundo Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico e Cultural da Cidade de Belém – Fundo Monumenta Belém, de natureza contábil-financeira, sem personalidade jurídica própria, vinculado à Fundação Cultural de Belém – FUMBEL e gerido pelo Gabinete do Prefeito, com o objetivo de financiar as ações de preservação e conservação de áreas submetidas à intervenção do Projeto Ver-Belém, desenvolvido e implantado no âmbito do Programa Monumenta.

Parágrafo único. Para os fins desta Lei, define-se por projeto o conjunto das áreas públicas, edificações e monumentos agregados pelo contexto de ações de recuperação dos seus valores históricos e culturais no âmbito do Programa Monumenta.

Art. 2º O Fundo Monumenta Belém contará com um Conselho Curador, com a seguinte composição:

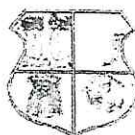
- I – Chefe de Gabinete do Prefeito;
- II – representante do Ministério da Cultura;
- III – representante do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN;
- IV – representante do órgão municipal de patrimônio;
- V – dois representantes do empresariado, indicados na forma dos estatutos das entidades de classe respectiva, sendo um do comércio, situado na área de investimento ou influência do projeto, e outro da indústria local de turismo receptivo;
- VI – dois representantes da comunidade da área de investimento ou de influência do projeto, um dos quais, morador do local, e outro, artesão ou ativista cultural;
- VII – um representante das organizações não-governamentais ligadas à preservação do patrimônio histórico e à promoção à cultura.

Parágrafo único. A presidência do Conselho Curador será exercida por um de seus membros, eleito para um mandato de dois anos, vedada a reeleição e devendo a escolha recair, alternadamente, entre os representantes do setor público e os representantes do setor privado.

Art. 3º O Fundo Monumenta Belém será gerido pelo Gabinete do Prefeito, que se sujeitará à supervisão e às normas gerais editadas pelo Conselho Curador.

§ 1º A aplicação das receitas orçamentárias vinculadas ao Fundo Monumenta Belém far-se-á por meio de dotação consignada na lei orçamentária municipal.

§ 2º. O orçamento do Fundo Monumenta Belém integrará o orçamento do Município.



PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM

Art. 4º Constituirão receitas do Fundo Monumenta Belém:

- I – transferências anuais de recursos orçamentários do Município;
- II – recursos de convênios, acordos e outros ajustes;
- III – contrapartidas de convênios aportadas ao Município;
- IV – receitas decorrentes da aplicação dos recursos financeiros disponíveis;
- V – aluguéis, arrendamentos e outras receitas provenientes de imóveis;
- VI – produtos de alienação de imóveis adquiridos com recursos do Fundo;
- VII – receitas provenientes de serviços e eventos diversos;
- VIII – doações e outras receitas.

Parágrafo único. Os recursos provenientes das receitas relacionadas no *caput* deste artigo serão depositados e movimentados, obrigatoriamente, em conta específica a ser aberta e mantida em instituição financeira oficial.

Art. 5º Os recursos vinculados ao Fundo Monumenta Belém serão aplicados, mediante decisão do Conselho Curador, na preservação e conservação das áreas públicas, edificações e monumentos submetidos à intervenção do Projeto Ver-Belém.

§ 1º Na hipótese de os recursos existentes excederem o montante destinado ao atendimento dos objetivos descritos no *caput*, os saldos disponíveis serão aplicados na recuperação, preservação e conservação de outros bens, na seguinte ordem de prioridade:

- a) monumentos tombados por decisão de autoridade federal e localizados na área do projeto;
- b) imóveis de interesse histórico situados na área do projeto;
- c) imóveis e monumentos situados na área de influência do projeto, nas mesmas condições neste estabelecidas.

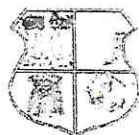
§ 2º Os novos investimentos relacionados com os bens descritos no parágrafo anterior buscarão assegurar retorno financeiro, com vistas a propiciar fontes de receita para o Fundo.

§ 3º Os recursos do Fundo Monumenta Belém poderão ser utilizados para compor fundo de aval destinado à recuperação e reforma de imóveis privados tombados ou inventariados pelo patrimônio histórico, sendo prioritários aqueles situados na área do projeto e sua área de influência e, em havendo disponibilidade, para os demais imóveis tombados ou inventariados existentes no Município.

Art. 6º Correrão por conta dos recursos alocados ao Fundo Monumenta Belém os encargos sociais e demais ônus decorrentes da arrecadação desses recursos.

Art. 7º Ao Conselho Curador do Fundo Monumenta Belém compete:

- I – estabelecer as diretrizes e os programas de alocação de todos os recursos do Fundo Monumenta Belém, segundo critérios definidos nesta Lei e em consonância com a política nacional de preservação do patrimônio histórico e cultural;
- II – acompanhar e avaliar a gestão econômica, financeira e social dos recursos e o desempenho dos programas realizados;
- III – apreciar e aprovar os programas anuais e plurianuais do Fundo Monumenta Belém;



PREFEITURA MUNICIPAL DE BELÉM

IV – pronunciar-se sobre as cotas relativas à gestão do Fundo Monumenta Belém antes do seu encaminhamento aos órgãos de controle interno e externo para fins legais;

V – adotar as providências cabíveis para correção de fatos e atos do gestor que prejudiquem o desempenho e cumprimento das finalidades no que concerne aos recursos do Fundo Monumenta Belém;

VI – aprovar seu regimento interno.

Art. 8º Ao gestor do Fundo Monumenta Belém compete:

I – praticar todos os atos necessários à gestão do Fundo, de acordo com as diretrizes e programas estabelecidos pelo Conselho Curador;

II – expedir atos normativos relacionados à gestão e à alocação dos recursos do Fundo, após aprovação do seu Conselho Curador;

III – elaborar programas anuais e plurianuais de aplicação dos recursos, submetendo-os, até 30 de outubro do ano anterior, ao Conselho Curador;

IV – submeter à apreciação do Conselho Curador as contas relativas à gestão do Fundo.

§ 1º Os programas anuais e plurianuais de aplicação dos recursos deverão discriminar as aplicações previstas na área do projeto.

§ 2º O gestor deverá dar pleno cumprimento aos programas anuais em andamento, aprovados pelo Conselho Curador, sendo que eventuais alterações somente poderão ser processadas mediante prévia anuência desse colegiado.

Art. 9º O controle orçamentário, financeiro, patrimonial e de resultados será efetuado pelo Conselho Curador, na forma que dispuser o regimento, e pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 10. Fica o Poder Executivo autorizado a estabelecer as medidas necessárias para ajustar os instrumentos do Fundo à lei orçamentária anual, mediante ato administrativo.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

GABINETE DO PREFEITO MUNICIPAL DE BELÉM, em 30 de dezembro de 2003.

EDMILSON BRITO RODRIGUES
Prefeito Municipal de Belém



Estado do Pará
CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM

O PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM, no uso de suas ATRIBUIÇÕES legais e, por força do disposto no art. 78, § 7º da Lei Orgânica do Município de Belém, promulga a seguinte Lei.

LEI Nº 8.620, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2007.

Reconhece como Patrimônio Cultural do Município de Belém as Aparelhagens de Som de Belém, e dá outras providências.

A CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM promulga a seguinte Lei:

Art. 1º. Reconhece como Patrimônio Cultural do Município de Belém as Aparelhagens de Som de Belém.

Art. 2º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

CÂMARA MUNICIPAL DE BELÉM, 28 de dezembro de 2007.

Vereador JOSÉ WILSON COSTA ARAÚJO (Zeca Pirão)
Presidente da Câmara Municipal de Belém