39º Encontro Anual da ANPOCS

SPG09 Gosto, hierarquias simbólicas e legitimidades culturais

Jovens universitários e a música clássica: um estudo de caso sobre o gosto musical e as práticas culturais no Canadá

Natassja Oliveira Menezes

mestranda em Sociomusicologia na Universidade de Montreal

natassja.oliveira.menezes@umontreal.ca

Setembro, 2015

Jovens universitários e a música clássica: um estudo de caso sobre o gosto musical e as práticas culturais no Canadá

Resumo

O envelhecimento do público da música clássica é uma tendência generalizada, mobilizadora de pesquisas em práticas culturais no Canadá (Garon, 2009), na França (Donnat, 2011), nos Estados Unidos (Kolb, 2001). Esses estudos demonstram que as principais características do público desse estilo musical são um alto nível de escolaridade associado a uma renda elevada. Entretanto, como explicar que a expansão do acesso ao nível superior não represente uma renovação de plateias? Por que os jovens universitários que têm o perfil "ideal" para a música clássica vão cada vez menos às salas de concerto? E se não assistem orquestras e óperas, isso significa que os clássicos não estão em seus tocadores de áudio digitais? A fim de tratar essas questões, realizamos uma pesquisa com 555 jovens universitários em Montreal, assim como entrevistas com os principais organismos de música clássica da cidade canadense. Obtivemos interessantes pistas sobre a necessidade de um formato de concerto mais descontraído, sobre um consumo "onívoro cultural" (Peterson e Kern, 1996) e sobre o anseio pelo engajamento e pela sociabilidade (Tepper e Ivey, 2008) da parte dos jovens em relação aos concertos clássicos.

Palavras chave: 1) Música clássica, 2) Desenvolvimento de públicos, 3) Público jovem, 4) Público de estudantes universitários, 5) Sociomusicologia.

Se no final dos anos 1960, o público da música clássica se distinguia na França por pertencer a classes mais privilegiadas, hoje, no caso canadense, essas plateias são principalmente reconhecidas pelo nível de escolaridade e pela idade avançada[1]. O envelhecimento do público dos concertos clássicos é um problema preocupante para orquestras e companhias de ópera ao redor do mundo, documentado por inúmeros estudos de práticas culturais realizados por governos e agências culturais na Europa e na América do Norte. Interessaremo-nos em particular pelo Quebec, província francófona do Canadá, apresentando os resultados de um projeto de mestrado em Sociomusicologia realizado na Universidade de Montreal.

No Quebec, há 25 anos a audiência de concertos de música clássica se mantém praticamente constante, sempre em torno de 13% da população. Essa constância revela uma falta de renovação de plateias e um aumento progressivo da idade média dos participantes, sendo de 48,6 anos em 2009 – o que significa que todos os tipos de espetáculos artísticos, os concertos de canto coral, de música clássica e as ópera são as que têm o público de idade mais elevada. Ainda que Montreal tenha experimentados nas últimas décadas uma massificação escolar, uma expansão do acesso à universidade e um aumento da oferta de shows e festivais, esse contexto favorável não gerou o aumento de público necessário para garantir a perenidade dos concertos de música clássica. Isso apesar do apoio de políticas culturais e da mobilização de organismos musicais para o desenvolvimento de públicos[2].

Esse desafio do envelhecimento do público enfrentado na música clássica foi amplamente documentado pela enquete quinquenal do Ministério da Cultura, da Comunicação e da Condição feminina do Quebec (MCCC). Essa enquete nos permite saber que as três variáveis mais características do público de música clássica são, respectivamente: o nível de escolaridade, a idade e a classe social. Dentre os detentores de um diploma primário, apenas 12,5% frequentam concertos clássicos, percentual que sobe para 25,2% entre os detentores de um diploma secundário e para 38,2% no caso dos diplomados de nível superior. A enquete do MCCC permite-nos igualmente constatar a diminuição progressiva da frequência de estudantes nos eventos de música clássica que,

[1] GARON, Rosaire (org.). *Rapport de l'Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*. Montreal: Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2009.
[2] LAPOINTE, Marie-Claude; GARON, Rosaire. Enquête Sur Les Pratiques Culturelles Au Québec Faits Saillants 2009. *Survol,* N. 17, Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec, 2011.

em 1979, eram 24% e, em 2004, apenas 8,5%. Essa redução da participação dos estudantes somada ao problema de envelhecimento do público nos leva à nossa problemática: **por que os estudantes universitários, que tem o perfil "ideal" por seu alto grau de instrução, não têm uma presença mais significativa nos concertos de música clássica?**

Em nossa revisão e literatura, recorremos a uma bibliografia de práticas culturais que inclui principalmente enquetes governamentais e de agências culturais[3]. Esse estudos nos oferecem dados, parâmetros e questões que são o ponto de partida da construção de nossa problemática. Consultamos igualmente estudos específicos da relação dos jovens universitários com a música clássica nos Estados Unidos realizados por Kolb e Brown[4], assim como a pesquisa de Green sobre os adolescentes e a música na França e o estudo de Poirier sobre a participação cultural da juventude em Montreal[5]. Nossa base teórica e metodológica vem igualmente de clássicos da Sociologia do gosto e da arte, com autores como Bourdieu, Becker, Hennion e Heinich[6]. Consultamos também releituras mais recentes desses teóricos, como os trabalhos de Bellavance, Coulangeon, Menger, Pedler

---

[3] DONNAT, Olivier. Pratiques culturelles, 1973-2008. *Études, politiques publiques et régulations*, V. 7. Paris: Ministère de la Culture et de la Communication, 2011; GUY, J. M. *Les jeunes et les sorties de la culturelles*. Paris: Ministère de la Culture, 1995; Garon, *Ibid.,* 2009; HILL STRATEGIES RESEARCH, *Classical Music Attendance in Canada », pour le Orchestras Canada Conference*, 2009. Disponível em <http://hillstrategies.com/sites/default/files/Orchestras_Canada_final.pdf>; LAPOINTE, Marie-Claude; GARON, Rosaire. Enquête Sur Les Pratiques Culturelles Au Québec Faits Saillants 2009. *Survol,* N. 17, Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec, 2011; LEGAULT, Caroline. Les Pratiques Culturelles Selon La Génération Des Baby-Boomers et Des Jeunes de 25 À 34 Ans de 1979 À 2009. *Survol,* N. 23*,* Ministère de la culture, des communications et de la condition féminine du Québec, 2012.

[4] BROWN, Alan S. *Overview of Findings - Engaging Next Generation Audiences: A Study of College Student Preferences towards Music and the Performing Arts*. Washignton: The Hopkins Center for the Arts, Dartmouth College, The Andrew W. Mellon Foundation Hopkins, 2012. Disponível em <http://wolfbrown.com/insights/articles-and-essays/43-articles-a-essays/475-a-study-of-college-student-preferences-towards-music-and-the-performing-arts>;
KOLB, Bonita M. The effect of generational change on classical music concert attendance and orchestras' responses in the UK and US. *Cultural Trends*, N. 41, V. 11, 2001, p. 1-35.

[5] GREEN, Anne-Marie. *Des jeunes et des musiques: rock, rap, techno*. Paris: L'Harmattan, 1997; GREEN. *De la musique en sociologie*. Paris: L'Hmattan, 1993; GREEN. *Les adolescents et la musique*. Issy-les-Moulineaux: EAP, 1986; POIRIER, Christian (org.); DESJARDINS, Marième K. ; MARTET, Sylvain; MELANÇON, Marie-Odile ; POIRIER, Josianne ; BLAIS, Karine St-Germain. *La participation culturelle des jeunes à Montréal – Rapport de recherche présenté à Culture Montréal.* Montréal: Institut national de la recherche scientifique Centre - Urbanisation Culture Société, 2012.

[6] BECKER, Howard S. *Les mondes de l'art*. Paris: Flammarion, 1998.
BOURDIEU, Pierre. *La distinction*. Paris: Les éditions de Minuit, 1979. BOURDIEU, DARBEL, Alain. *L'Amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*. Paris: Les Éditions de minuit, 1969, 2 edição revista e aumentada.; HEINICH, Nathalie. *La sociologie de l'art*. Paris: Éditions La Découverte, 2004 (c2001).; HENNION, Antoine. *La passion musicale: une sociologie de la médiation*. Paris: Métailié, 2007, edição revista e atualizada. ; HENNION. Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur. *Sociétés,* V. 85, N. 3, 2004, p. 9-24.

& Ethis, Peterson & Kern[7]. Para aprofundarmo-nos na noção de público, as obras de Esquenazi e Seys foram igualmente relevantes[8]. Para a compreensão da juventude e de suas características específicas, os estudos de Octobre e de Pronovost[9] nos foram fundamentais. Com o intuito de completar nossa compreensão sobre a experiência de concerto, consultamos os estudos em música popular de Frith[10]. E, finalmente, a obra coletiva de Tepper & Ivey[11] foi-nos indispensável para a reflexão da noção de engajamento na arte.

Para tratar nossa problemática, realizamos um projeto em três etapas. Na primeira etapa, interessamo-nos pela revisão histórica de uma década de iniciativas de desenvolvimento de público para música clássica em Montreal, com uma pesquisa documental e com entrevistas com cinco das principais instituições do repertório: a Orquestra Sinfônica de Montreal, a Orquestra Metropolitana, a Ópera de Montreal, a Sociedade de música contemporânea do Quebec e a Faculdade de música da Universidade de Montreal. Essa diversidade de instituições envolvidas nos permite especificar que quando falamos de música clássica, nós incluímos a ópera e o repertório contemporâneo. Essas entrevistas mostraram-se importantes para a compreensão da realidade cultural montrealense, da variedade de atividades e estratégias dos diferentes grupos musicais, assim como os desafios particulares que cada um deles enfrenta. A primeira etapa dessa pesquisa foi centrada no estudo da oferta de concertos de 2004 a 2014 em Montreal, com foco na ações voltadas para atrair os jovens universitários.

---

[7] BELLAVANCE, Guy; VALEX, Myrtille; RATTÉ, Michel. Le goût des autres : une analyse des répertoires culturels de nouvelles élites omnivores. *Sociologie et sociétés*, N. 36, V. 1, 2004, p27-57; COULANGEON, Philippe. *Sociologie des pratiques culturelle*s. Paris: La Découverte, 2010, 128 pages;MENGER, Pierre-Michel. *Le paradoxe du musicien – Le compositeur, le mélomane et l'état dans la société contemporaine*. Paris: L'Harmattan, 2001, 395 p; PEDLER, Emmanuel, ETHIS, Emmanuel, La légimité culturelles en questions ». In: LAHIRE, Bernard (org.). *Le Travail Sociologique de Pierre Bourdieu.* Paris: La Découverte, 2001, p. 179-203;
PETERSON, Richard A. Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives. *Sociologie et sociétés* "Goûts, pratiques et inégalités sociales : branchés et exclus", N. 1, V. 36, 2004, p. 145-164; PETERSON, R., KERN, R.M. Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, N. 5, V. 61, 1996, p. 900-907.

[8] ESQUENAZI, Jean-Pierre. *Sociologie des publics*. Paris : La Découverte, 2009.SEYS, Pascale (org.). *Access : Quels publics pour la musique classique ?*. Sprimont, Mardaga, 2003.

[9] OCTOBRE, Sylvie, Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission: un choc de cultures ?. *Culture prospective*, N. 1, V. 1, 2009, p. 1-8; PRONOVOST, Gilles, Étude exploratoire de nature qualitative sur les pratiques culturelles des jeunes dans le contexte de l'univers technologique actuel, *Survol*, N. 18, Ministère de la culture, des communications et de la condition féminine du Québec, 2011.

[10]Frith, Simon, *Popular Music: Critical Concepts in Media and Cultural Studies*. England, New York: Routledge, 2004.

[11] TEPPER, Steven J.; IVEY, Bill J (org.), *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life*. Nova Iorque: Routledge, 2008.

A segunda etapa desse projeto foi a aplicação de um questionário com jovens universitários de 18 a 34 anos – recorte etário inspirado na enquete do MCCC. Obtivemos 555 participantes, amostra suficiente para uma representatividade da população de 191 307 estudantes de nível superior inscritos nas quatro universidades de calibre internacional de Montreal em 2014. Trabalhamos com uma margem de erro de 5% e um intervalo de confiança de 95%. No recrutamento de participantes, evitamos falar diretamente de música clássica para não afastar os jovens que não se interessam pelo repertório. Concentramos o convite numa pesquisa sobre gosto musical em geral. Por meio desse questionário, buscávamos entender a relação desses jovens com a música e com os shows de todos os estilos, conhecer melhor suas práticas culturais e, é claro, sua visão sobre o universo da música clássica. Dado nosso interesse pelo público não especializado em música, recrutamos participantes de todos os cursos e níveis superiores, com exceção dos estudantes inscritos nas faculdades de música. Os questionários anônimos com 38 questões quantitativas e qualitativas foram preenchidos *online* entre agosto e outubro de 2014.

É necessário pontuarmos que esse trabalho é integrado ao projeto de pesquisa-ação sobre o Desenvolvimento de públicos para a música no Quebec (DPMQ), do Observatório interdisciplinar de criação e pesquisa sobre música (OICRM) no Canadá. Esse grupo de pesquisa é formado por professores e alunos de Sociomusicologia, Sociologia e Marketing. No DPMQ, combinamos pesquisa científica e conhecimentos de parceiros no setor musical com os objetivos de 1) determinar a morfologia e as motivações do público de música no Quebec e 2) elaborar novos métodos e técnicas de mediação das práticas musicais. O público de concertos é o elemento central nesse projeto. Atualmente, várias pesquisas de campo são conduzidas explorando diferentes nichos musicais, como a *world music*, a música pop ou de variedade, além de um segmento exclusivo com a Orquestra Sinfônica Montreal e seu festival de verão intitulado *Virée classique*. Os dados do público dessa orquestra foram parâmetros de comparação imprescindíveis para a análise dos nossos dados, já que estudamos um público jovem universitário que majoritariamente (63%) não frequenta concertos de música clássica – 37% deles inclusive nunca foi a nenhum concerto clássico na vida. Essa comparação entre os campos de pesquisa se fortalecesse uma vez que o questionário aplicado em ambos os projetos contém majoritariamente questões iguais, com exceção de treze questões. Todos os questionários do DPMQ são inspiradas da enquete quinquenal

do governo do Quebec, permitindo-nos assim diversos níveis comparativos dos resultados.

A última etapa desse projeto constitui-se de uma síntese dos resultados da nossa enquete com os estudantes universitários e das entrevistas com os organismos musicais apoiada por nossa revisão de literatura. No SPG *Gosto, hierarquias simbólicas e legitimidades culturais,* enfatizaremos as duas segundas etapas mencionadas, a fim de centrarmo-nos no debate sobre a construção do gosto musical do jovens, suas práticas culturais e as hierarquias simbólicas dos concertos de música clássica. Propomos uma breve contextualização sobre Montreal e suas dinâmicas e ofertas culturais, seguida de um panorama de alguns dos principais resultados do projeto. Enfatizaremos primeiramente a questão do gosto em relação à escuta musical, marcada pelo onivorismo cultural e por novas modalidades de construção das preferências estéticas. Posteriormente, desenvolveremos a questão das práticas culturais com enfoque nas motivações que levam os jovens universitário a frequentar shows em geral, assim como as sugestões que eles mesmo dão para renovar as plateias da música clássica. Por último, exploraremos o conceito de engajamento na arte que concluímos como o caminho mais eficaz para o desenvolvimento de novas coletividades que abracem o universo da música clássica.

A música em Montreal

Montreal tem mais de 1 700 000 habitantes, é a cidade mais populosa da província canadense Quebec, marcada por um modelo histórico e político entre o americano e o europeu, principalmente pela ainda forte influência da França. Trata-se da segunda maior cidade do Canadá e a maior comunidade francófona da América. Essa metrópole tem uma grande vitalidade de criações únicas e uma forte cultura de festivais de verão, que alimentam grande fluxo de turismo. Entre os festivais, podemos citar os célebres Festival internacional de Jazz de Montreal, o Festival de filmes do mundo e o Festival *Montréal en lumière.* O dinamismo da temporada de festivais é reforçado por um grande oferta regular de eventos no *Quartier des spectacles* e em mais de 170 palcos na cidade que oferecem em torno de 8 mil espetáculos por ano ou 3 milhões de entradas[12]. Além de sua importância cultural e econômica, a cidade detém uma notável reputação no

[12] VILLE DE MONTRÉAL. *Montréal en statistiques.* <http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=6897,67633583&_dad=portal&_schema=PORTAL>

quesito educação. É o segundo maior pólo universitário na América do norte por números de habitantes e onde mais de 25% dos diplomas universitários canadenses são emitidos[13]. Esses fatores e características fizeram de Montreal uma cidade ideal para a realização dessa pesquisa com jovens universitários.

Nosso levantamento indica que as iniciativas para renovação de público em Montreal de 2004 a 2014 concentram-se em atividades para crianças nas escolas, como concertos educativos e visitas de instrumentistas em sala de aula. São poucas as ações específicas para jovens de 18 a 34 anos. Nessa faixa etária, o grupo que recebe a maior atenção por parte dos organismos musicais é o de profissionais emergentes ou jovens empresários, vistos como os seus futuros financiadores, patrocinadores ou filantropos. Para essa jovem elite, clubes, coquetéis de *networking* e eventos beneficentes exclusivos são organizados. Já para os jovens universitários em geral, há tarifas reduzidas para alguns concertos, *workshops* para jovens músicos, mobilizações nas redes sociais e um programa criado em 2009 pela Ópera de Montreal de estudantes embaixadores que divulgam as óperas em suas faculdades e blogues com uma linguagem mais atrativa. Há também a série *OSM éclaté* na qual a Orquestra Sinfônica de Montreal propõe concertos que unem o repertório clássico com obras mais contemporâneas, por exemplo, com a participação de compositores atuais como Phillip Glass ou de intérpretes de outros gêneros musicais, como o DJ Champion. Essa série inclui também um set de DJ no hall da sala de concerto, dando espaço para sociabilidade após a apresentação. Vale ressaltar que a *OSM éclaté* não é uma atividade exclusiva para jovens. Nosso interesse central não é descrever exaustivamente a oferta do setor cultural da cidade canadenses, mas sim saber em que medida ela atende as expectativas dos jovens.

A pesquisa de Kolb nos anos 2000 com estudantes universitários nos Estados Unidos foi uma das inspirações iniciais de nosso trabalho, pois ela demonstrava que os jovens gostavam mais de música clássica do que poderíamos supor, o que não significa que frequentassem ou quisessem frequentar concertos de música clássica. Havia então uma diferença entre a apreciação do repertório e do concerto. Kolb argumentava que a estrutura rígida, tradicional e cheia de convenções do concerto de música clássica era o

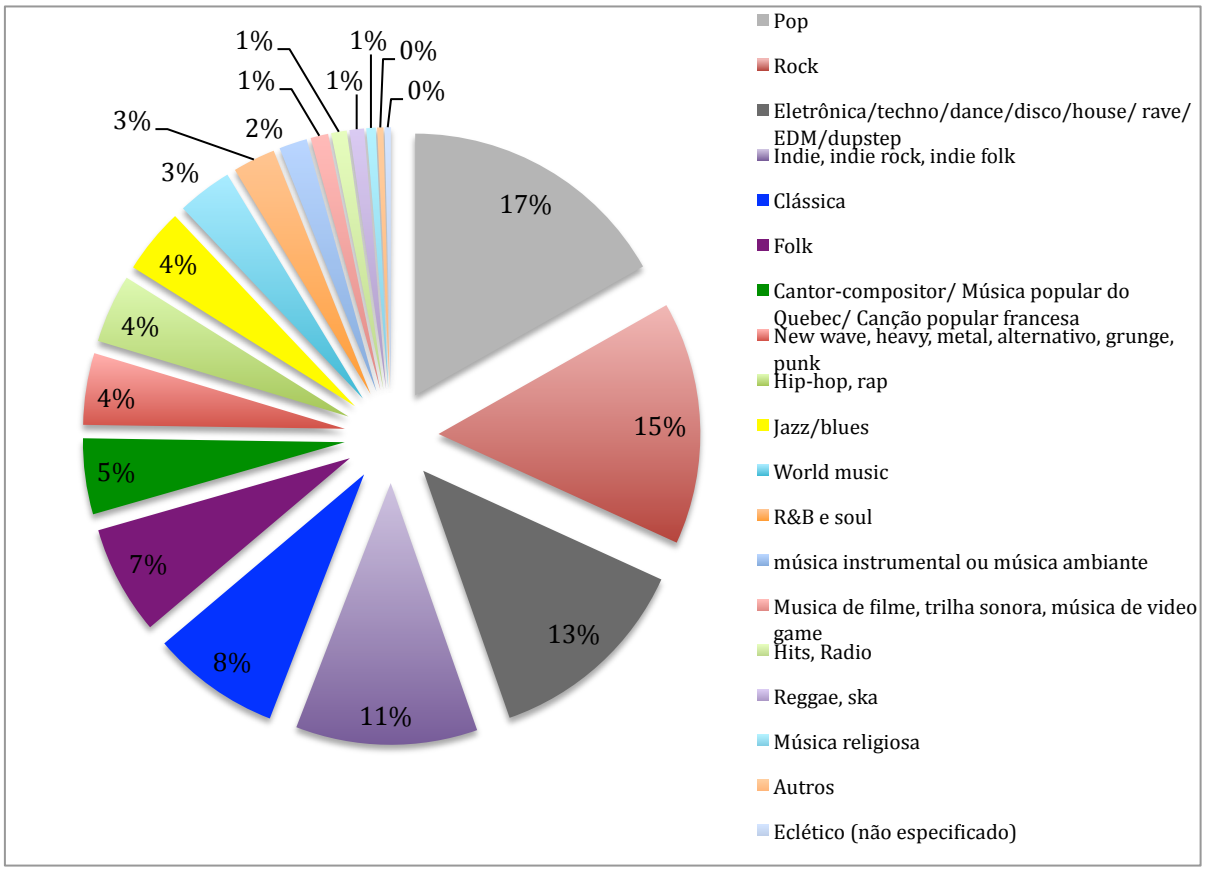
[13] MINISTÈRE DE RELATIONS INTERNATIONALES ET FRANCOPHONIE DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC. *Québec – Lieu de tous les possibles,* <http://www.mrif.gouv.qc.ca/Content/Documents/flipbook/Publications/Quebec-Lieu%20tous%20les%20possibles/HTML/files/assets/basic-html/page6.html>

que afastava o público jovem, que buscava outra estética de concerto. Temos então dois elementos distintos a discutir: o gosto musical e o gosto por concertos. Consideramos pertinente, no caso de nossa pesquisa com estudantes universitários em Montreal, discutirmos primeiramente a questão do gosto musical.

Gosto musical, ecletismo e onivorismo cultural

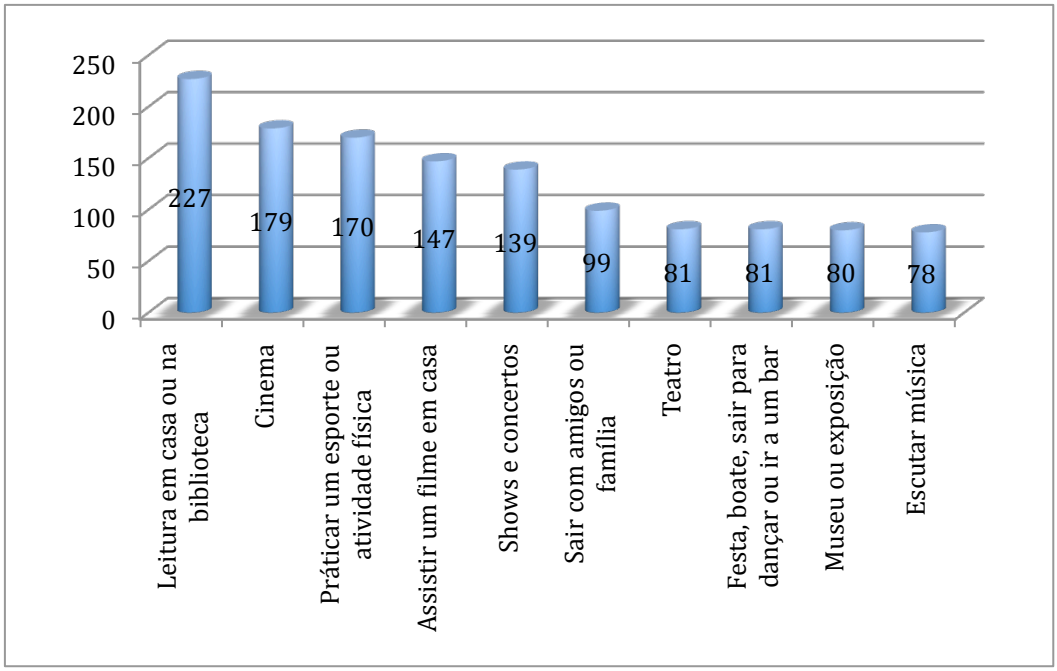
A música clássica é ouvida por 62% dos participantes de nossa pesquisa, sendo o quinto gênero musical mais escutado. Lideram o ranking o pop (17%), o rock (15%), a música eletrônica (13%), a música *indie* ou alternativa (11%) e, finalmente, a música clássica (8%) (gráfico 1). Essa fragmentação de estilos favoritos com pequenos percentuais vem acompanhada de uma dissolução de barreiras entre os gêneros e grupos. Diversos estudantes citaram como compositores eruditos prediletos tanto Mozart quanto o U2, tanto Beethoven quanto as trilhas sonoras de Danny Elfman (de filmes de Tim Burton), tanto Handel quanto o rock progressivo. Vemos então uma intensificação do ecletismo musical, que mostra um espírito aberto a descobertas.

Gráfico 1 – Gêneros musicais favoritos



Essa fragmentação ou pluralidade de interesses é encontrada não somente na descrição dos tipos de música favoritos desses universitários, mas também em suas práticas culturais. Entre os dez tipo de lazeres mais citados pelos jovens, dois são musicais: frequentar shows ou concertos de todos os gêneros musicais (8%) e ouvir música (5%) (gráfico 2). Entretanto, apenas 10% dos jovens diz ir a shows ou concertos mensalmente (todos os estilos), enquanto essa porcentagem é de 77% entre o público cativo da *Virée classique,* festival de verão da Orquestra Sinfônica de Montreal.

Gráfico 2 – Os dez tipos de lazer mais citados



Percebemos então nos jovens universitários um ecletismo de gosto e também de práticas culturais, o que significa que a pequena porcentagem de ida a concertos clássicos pode não necessariamente surgir um desinteresse, mas sim do desejo de experimentar mais atividades, de variar o máximo possível seu leque de eventos. O que nos leva inevitavelmente a falar da teoria proposta pelos americanos Peterson e Kern[14], na qual o onívoro cultural substitui a figura do esnobe descrita por Bourdieu[15] na França. Bourdieu propõe que o gosto revela o pertencimento numa classe social e que o *habitus* impõe barreiras invisíveis de distinção social. Sem entrarmos em detalhes expositivos da bem conhecida teoria bourdiesiana, aderimos à formulação de Peterson e Kern sobre o

[14] PETERSON E KERN, 1996.
[15] BOURDIEU, 1979.

onivorismo ser a nova forma de distinção, como uma estética caracterizada pela capacidade de apreciar um vasta gama de formas culturais, de artes, mas também de expressões populares. O onívoro é por excelência eclético o que gera inclusive uma ostentação do gosto por descobertas (do inglês "*ostentatious openess*")[16].

Esse ecletismo se mostra condizente com o contexto ocidental tão transformado desde que Bourdieu propôs sua teoria há mais 35 anos. O onívoro é inclusivo, adaptado aos paradigmas pós modernos de tolerância, ao contexto de globalização e massificação escolar, à agilidade e acesso à informação graças à internet e às novas tecnologias. É nesse sentido que Coulangeon[17], outro autor que atualiza a obra de Bourdieu, argumenta que o ecletismo de gostos redefine a legitimidade cultural, menos baseada na proximidade com a música clássica que com um certo pluralismo de gosto. Para ele, o fortalecimento da autonomia dos indivíduos provoca uma revalorização das práticas populares, gerando assim um enfraquecimento do peso das hierarquias simbólicas entre os grupos sociais.

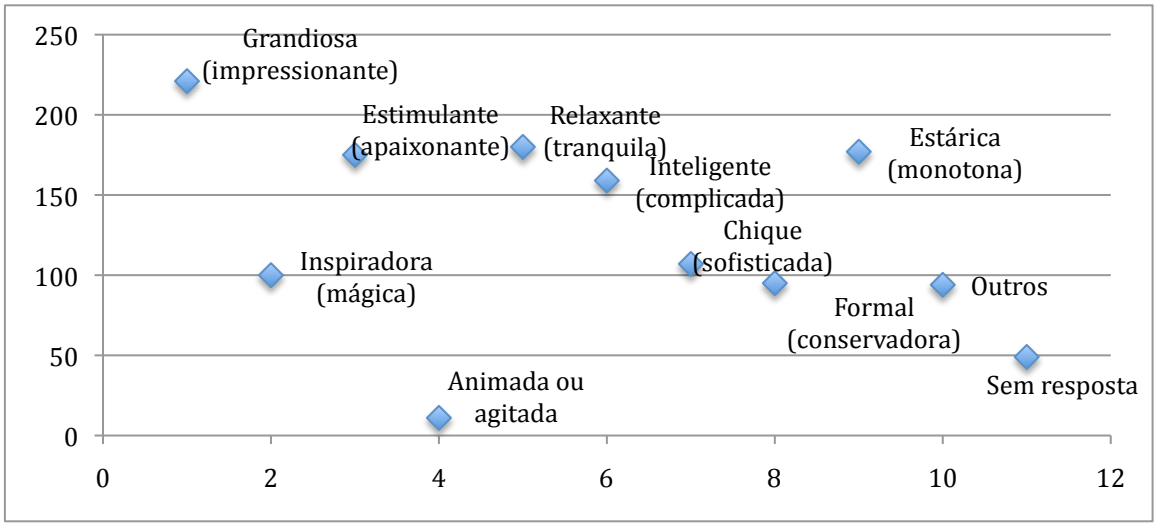
Mas em meio a tanto ecletismo, quais seriam os critérios estéticos que marcam esse grupo de jovens universitários de Montreal? Em uma questão aberta, pedimos que eles descrevessem com três adjetivos quaisquer o tipo de música favorito deles. Em outra questão, pedimos também que usassem três adjetivos para descrever a música clássica. Reagrupamos o total de respostas em categorias classificadas do mais positivo ao mais negativo. A grande maioria das respostas para descrever os clássicos é positiva, adjetivos como grandioso (16%), estimulante (14%), relaxante (13%) aparecem em maior quantidade do que adjetivos negativos como estático (13%) ou formal (7%) (gráfico 3).

Apesar de positivos, os adjetivos que descrevem a música clássica não são coincidentes aos usados para descrever os gêneros musicais favoritos dos jovens, cujo termo mais recorrente foi "animado ou agitado" (33%), descrevendo principalmente a música para dançar, exercitar-se ou motivar-se. Observamos que esse quesito de "animação" é praticamente ausente dos termos utilizados para descrever a música clássica. Para os clássicos, o principal termo utilizado é o grandioso, critério que nem consta entre as prioridade estéticas dos participantes (gráfico 4).

---

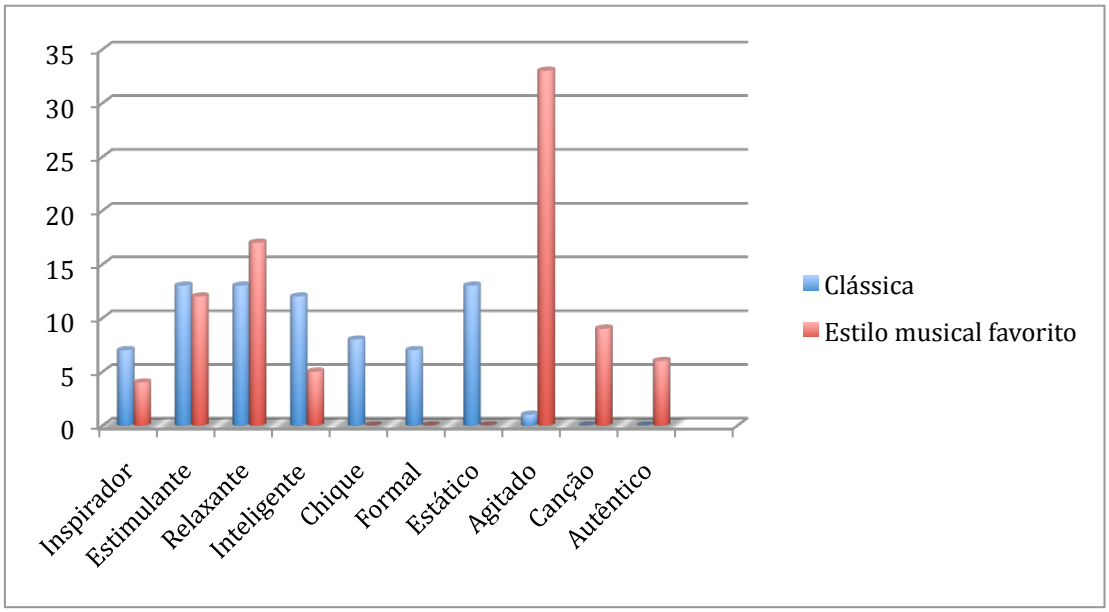
[16] PETERSON, Richard A; ROSSMAN, Gabriel. Changing Art Audiences. In: TEPPER & IVEY, *Ibid,* 2008.
[17] Coulangeon, 2004.

Gráfico 3 - Adjetivos para descrever a música clássica



Legenda: Eixo vertical, quantidade de menções sobre 506 respostas. Eixo horizontal, do adjetivo mais negativo à direita ao mais positivo à esquerda.

Gráfico 4 - Comparação entre os adjetivos para descrever a música clássica e o estilo musical favorito



Com isso, como renovar o público da música clássica se os jovens parecem ter um visão positiva do repertório, mas seus gostos musicais priorizam outros critérios estéticos? Vemos que a principal aposta das orquestras e instituições de música clássica para reverter esse quadro é o investimento na educação, procurando cativar a nova geração ainda no colégio – iniciativas que partem da hipótese que o gosto musical se

forma na infância e na adolescência. A educação musical tem um impacto inegável no desenvolvimento de públicos, mas por si só não parece ser suficiente para tal empreitada. Vejamos então de que maneira se constitui o repertório eclético que vai parar no *ipod*, no *spotify* ou celular desses jovens.

A construção do gosto e das práticas culturais

Partindo do pressuposto que a distinção se faz de forma diferente hoje, precisamos avaliar as novas modalidades de construção do gosto e de transmissão do capital cultural. A escola e a influência da família aparecem menos impactantes na geração atual de jovens universitários de Montreal do que a observada na França no final do século passado. Dentre os participantes de nossa pesquisa que escutam música clássica, apenas 42% têm pais que também escutam esse ritmo. Se essa influência familiar parece menos importante na escuta musical, ela persiste fundamental na frequência de concertos visto que 90% dos jovens que foram a pelo menos um concerto de música clássico no ano precedente têm pais que escutam música clássica.

Em relação ao impacto da escolaridade na relação com a música clássica, vimos no início que o público do repertório é marcado por um alto nível de instrução. Porém, isso não especifica o tipo de formação que receberam e, principalmente, se artes e música fizeram parte de seus currículos. No caso de nossa enquete, 81% dos jovens universitários estudou música na escola e 72% tocam ou já tocaram um instrumento musical. Nesse aspecto de instrução, observamos um fenômeno curioso: mais jovens que não estudaram música escutam música clássica (77%) do que os que estudaram (61%). Por outro lado, os que estudaram música frequentam mais concertos clássicos (31%) do que os que não estudaram (21%).

Com isso, podemos supor que a escuta musical está mais dissociada da educação musical do que imaginamos, enquanto a prática cultural de frequentar concertos se mostra mais interligada à essa formação. Imaginamos que essa liberdade de escuta ou de descoberta musical seja associada à multiplicação de acesso a informação com a internet e as novas tecnologias. Como de se esperar, os suportes que esses jovens mais utilizam para ouvir música são o computador ou aparelhos móveis – como mp3 e celular (41%), o rádio (21%) e a música online (19%). Poderíamos falar então de desmonopolização do acesso à música, com um impacto na construção do gosto musical. Há entretanto uma nuance a ser feita no interior do gosto musical que é sobre os tipos de uso que esses

jovens fazem da música em suas vidas. Vimos que 62% escutam música clássica, mas em que contexto, para qual finalidade? Nosso questionário não chegou a trazer uma resposta nesse sentido, mas colocamos aqui a provocação de Prakilas[18] que argumenta que a música clássica usada como fundo musical para os estudantes se prepararem para uma prova, é desnaturalizada, deixando de ser música clássica e torna-se um *easy-listening* ou uma música popular. Esse debate sobre gosto e recepção é particularmente instigante nessa geração multitarefa e hiperconectada, que pouco provavelmente pararia exclusivamente para escutar música, de qualquer tipo, sem fazer nenhuma outra atividade ao mesmo tempo, como checar suas redes sociais no celular.

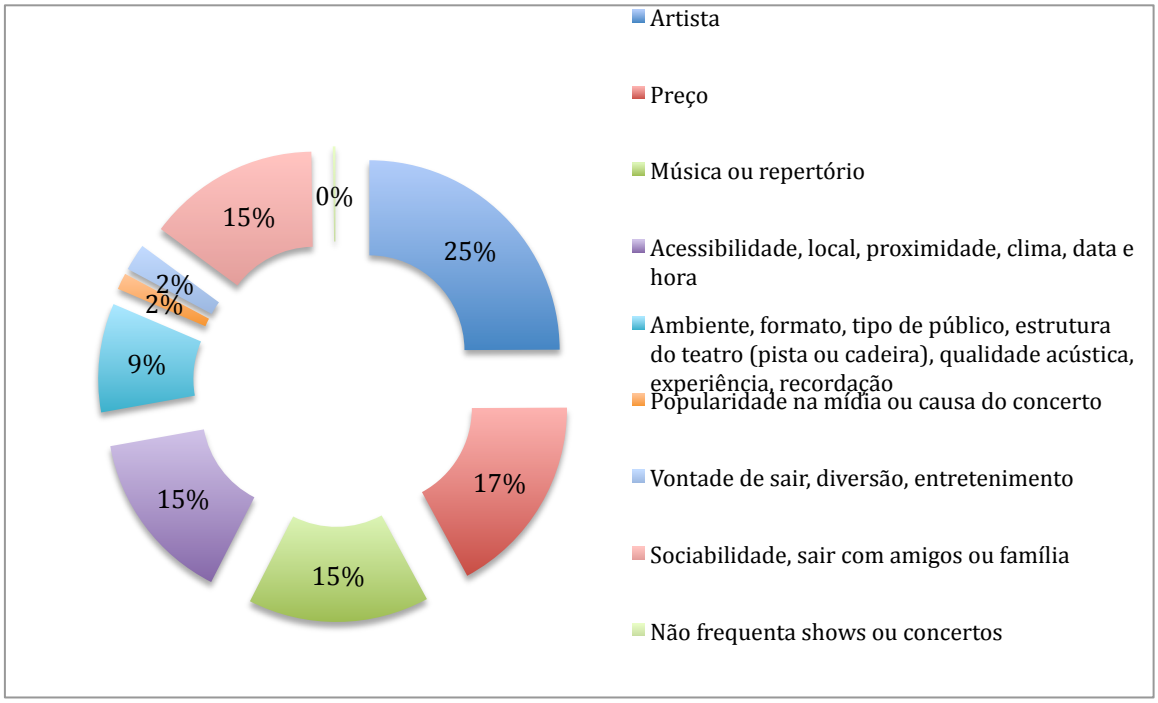
O debate sobre o uso que se faz da música clássica pode ser um indicativo importante para entendermos porque muito mais jovens universitários de Montreal escutam música clássica (62%) do que frequentam concertos do repertório (29%). Porém, essa desproporção pode igualmente advir da questão do formato tradicional de concerto clássico, como na hipótese formulada por Kolb. Faz-se então pertinente investigar as motivações ou variáveis que mais influenciam os jovens nas escolhas de suas práticas culturais.

O gosto por shows e concertos

Como mencionada, uma das particularidades da cultura de Montreal são os festivais de verão, sempre com dezenas acontecendo simultaneamente. E os estudantes universitários marcam forte presença nesse eventos, 82% dizem ter ido a um festival de música (qualquer estilo) nos últimos doze meses – média superior a da população em geral no Quebec, que é de 60%. E quando indagados sobre quais eram suas principais motivações para ir a um show ou concerto, as principais mencionadas foram: o artista (25%), o preço (17%), a música (15%), a sociabilidade (15%) e a acessibilidade – local, clima, data, hora (15%) (gráfico 5).

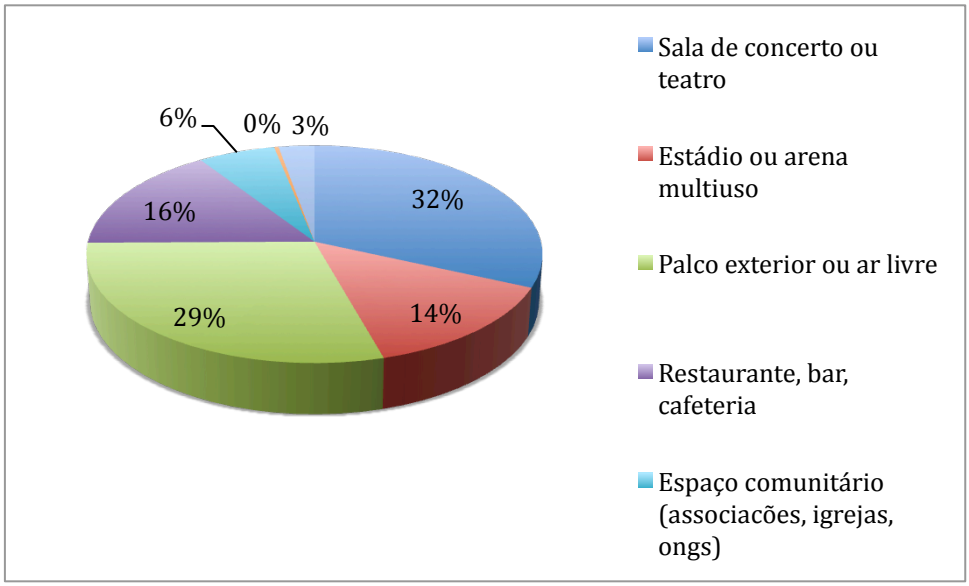
[18] PRAKILAS. Classical music as popular music. In: Frith, *Ibid,* 2004.

Gráfico 5 - Motivação para frequentar shows e concertos



A motivação pelo artista (25%), reforça a cultura de fã e de estrelato da indústria cultural. A motivação pelo preço (17%) acaba por dar vantagem aos festivais de música de verão que são em maioria gratuitos e ao ar livre. Vale destacar que todos os grupos de música clássica entrevistados para esse projeto oferecem tarifas promocionais para estudantes, mesmo que a meia-entrada não seja obrigatória no Quebec. Contudo, 83% dos estudantes afirmaram não saber desse valor reduzido. Poderíamos ter reagrupado essa categoria do preço com a de acessibilidade (15%), que tange as questões de ordem prática sobre o local, o acesso, a data, a hora e o clima – já que falamos de Canadá, onde o inverno longo e rigoroso tem um impacto nas práticas culturais de todos ao longo do ano. Ora, apenas esses dados já colocariam o concerto de música clássica em desvantagem, uma vez que são eventos pagos e em salas de concerto. O que se torna ainda mais complexo ao constatar que os jovens universitários vão praticamente tanto quanto em shows em espaços fechados (32%) quando em palcos ao ar livre (29%) (gráfico 6). Enquanto o público cativo da Orquestra Sinfônica de Montreal assiste quase que exclusivamente eventos em sala de concerto (85%), revelando a profunda diferença de perfil entre esses dois nichos.

Gráfico 6 - Locais de shows ou concertos mais frequentados



Quando comparamos esses resultados com o público da Orquestra Sinfônica de Montreal estudado pelo DPMQ, vemos que as motivações extramusicais são menos forte no público da música clássica (40%) do que no jovens universitários (60%). Logo, os jovens não escolhem o show ao ar livre somente pelo preço, há também a preferência pelo ambiente de descontração, a possibilidade de comer e beber e, principalmente, a de desfrutar um bom momento entre amigos ou família. Falamos então da motivação de ir ao concerto pela sociabilidade. No Quebec, 58,8% da população[19] participa de festivais de todos os gêneros artísticos, mas somente 4% vai sozinho. Ir a um festival é então quase um sinônimo de atividade de sociabilidade. Não é a toa que uma das poucas atividades organizadas em Montreal especificamente para atrair o público jovem de 18 a 34 anos para os concertos de música clássica aposta na sociabilidade criando clubes de jovens filantropos mencionados. Sem dúvida é um programa que poderia nos trazer de volta para um debate sobre a música erudita na luta de classes, porém não entrarei nesse mérito no momento. Fato é que o envelhecimento do público dos concertos clássicos representa um problema para a orquestra encher as salas, mas principalmente na renovação de seus mantenedores financeiros. Disso surge essa mobilização, que existe na Orquestra Sinfônica de Montreal e na Ópera de Montreal, de clubes com o objetivo de reunir e estimular a nova geração de filantropos que irão sustentar a indústria da música clássica. Essa iniciativas têm tido grande sucesso, mas consistem claramente em

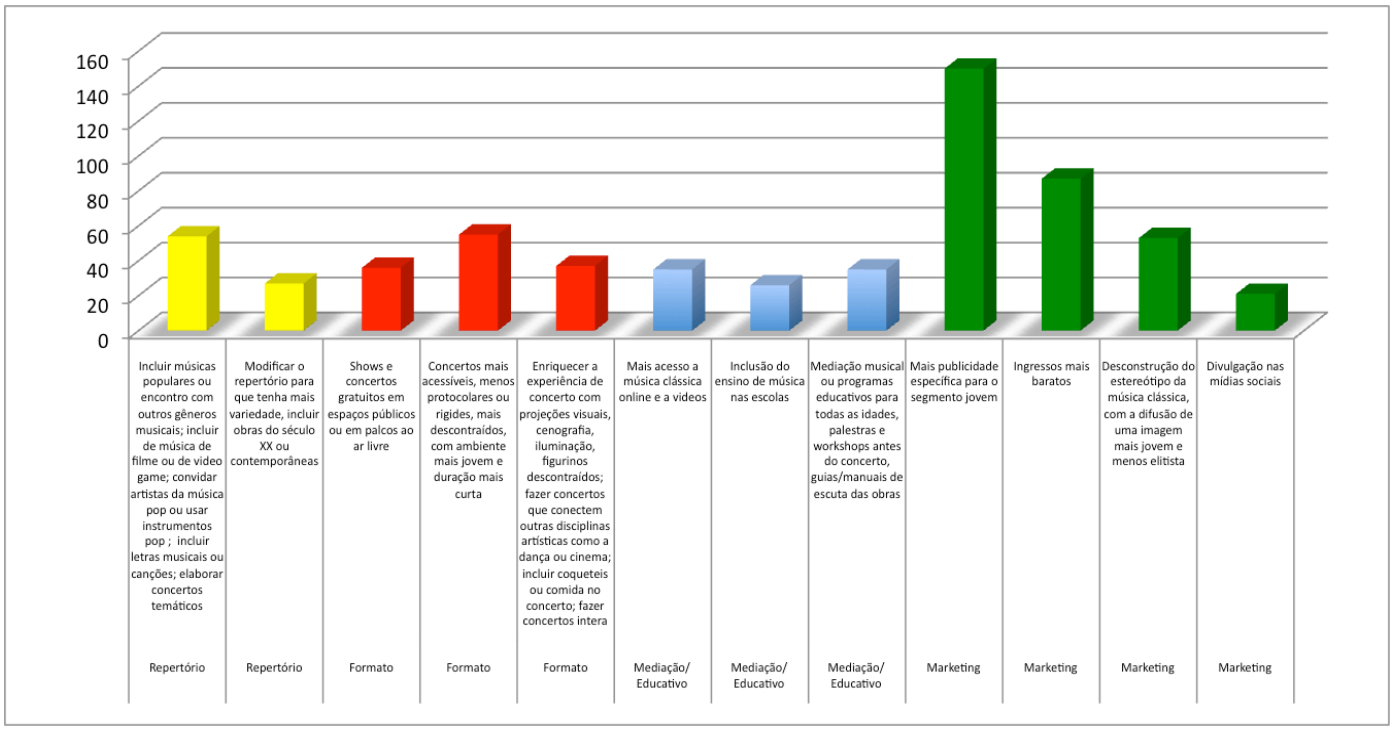
[19] GARON, *Ibid,* 2009.

atividades mais baseadas em fins comercias do que no atrativo da música por em si mesma. Seja como for, tornar da orquestra um espaço de *networking* e trocas sociais é sem dúvida uma estratégia que poderia funcionar para os mais diversos segmentos de público.

Persiste a questão de qual seria a estratégia mais eficaz para atrair os jovens para os concertos clássicos e, por isso, pedimos a eles diretamente sugestões numa perguntar aberta do questionário. 46% das repostas foram em relação ao marketing e estratégias de difusão, quanto à necessidade de mais publicidade específica para jovens, desconstruindo o estereótipo antiquado e elitista dos clássicos, além de oferecer ingressos mais baratos.

A segunda categoria mais citada tange questões de formato de concerto (19%), com sugestões para concertos mais curtos, mais descontraídos, em espaços público ou tematizadas, seja com projeções visuais ou intervenções de outras modalidades artísticas como a dança e o teatro, multidisciplinares, interativos ou associados a eventos ou causas específicas. Em seguida, 13% sugerem o investimento na educação e na música nas escolas, assim como atividades de mediação musical para todas as idades. Finalmente, outros 13% sugerem concertos híbridos com repertórios populares.

Gráfico 7 – Principais sugestões



Engajando novos públicos da música clássica

Em relação a esse indicativo dos caminhos para renovação do público da música clássica, consideramos que há ainda um elemento a ser discutido que ultrapassa a noção de sociabilidade e formato de concerto mais jovem e descontraído. Trata-se da noção de engajamento ou de implicação dos participantes. Autores como Hennion[20] descrevem e estudam na sociologia da música a divergência entre a postura de passividade do público numa ópera ou concerto clássico com a postura interativa a participativa do público num show de rock, por exemplo. Vale lembrar que o comportamento do público nos concertos de música clássica no século XIX era também bastante informal, durante e antes do eventos era possível comer, beber, conversar, flertar. Sabemos que essa ditadura do silêncio e da passividade na sala de concerto é uma construção historicamente mais recente. Só que além de pensarmos o engajamento corporal no concerto em si, podemos falar também de engajamento do público com os as instituições artísticas, conceito muito bem desenvolvimento na obra coletiva de Tepper & Ivey[21].

Em *Engaging Art*, os autores desenvolvem diversas vertentes para engajar o público na instituição, seja pelo voluntariado, pelas práticas artísticas amadoras, pelos espaços de diálogo e debate, pela interação por meio de novas tecnologias, entre outras modalidades. O que poderia nos levar a importante reflexão sobre o paradigma no qual se baseiam tanto as políticas culturais no Quebec quanto as iniciativas de desenvolvimento de público dos organismos musicais, ainda muito fincadas na democratização da cultura ao estilo Malraux – de levar o erudito ao povo, num processo de conversão das massas para apreciar a arte clássica. Mas a noção de engajamento associada ao contexto de ecletismo e onivorismo cultural propõe outra base paradigmática, mais próxima do conceito de democracia cultural, que valoriza a diversidade e a horizontalidade tanto entre os tipos de arte quanto nas relações do público com a obra, com o artista e com as instituições culturais.

Tal reflexão nos faz consultar o interacionismo simbólico de Becker[22], que demonstra o quanto a existência do mundo da arte depende de uma cadeia cooperativa extremamente complexa do artista, dos produtores, dos pequenos auxiliares, dos jornalistas, do público e de uma lista imensa de participantes mais facilmente visualizada

[20] HENNION, *Ibid,* 2007.
[21] TEPPER & IVEY, *Ibid,* 2009.
[22] BECKER, *Ibid,* 1998

quando se trata dos longos créditos de um filme. Ora, alguns atores do circuito de música clássica parecem ainda atar-se demais ao conservadorismo, tradicionalismo e hierarquização para atender sua antiga clientela. São diversas instituições que insistem em atividades educativas como única forma de converter o público para os concertos, sem dar espaço para uma revisão de sua estrutura. A revalorização do aspecto cooperativo no universo da música clássica nos parece indispensável para que essa cultura se mantenha viva e pertinente para a sociedade. Num deslocamento a noção de cliente para uma abordagem comunitária.

Contudo, não podemos taxar todos organismos de música clássica como conservadores. Tal generalização seria certamente injusta, já que diversas orquestras se mobilizam ao redor do mundo para recriar suas estruturas. Por exemplo, fóruns internacionais como o *Classical:Next* reúnem instituições mobilizadas nesse tipo de inovação para apresentar os clássicos[23]. Na Inglaterra, o Sage Gateshead promove atividades de desenvolvimento social pela música, com programas específicos para crianças com necessidade especiais, para crianças em processo adotivo e para jovens saindo da criminalidade, entre outros. No Brasil, o projeto Orquestra na rua promove concertos ao livre com participação voluntária de qualquer músico amador ou profissional que deseje atender ao convite difundido nas redes sociais dias antes da apresentação gratuita. O Ensemble U da Estônia inclui em seu repertório obras nas quais o público pode tocar junto com o grupo de câmara graças a um aplicativo de *smartphone* especialmente desenvolvido para a atividade. Há também ao redor do mundo iniciativas de instituições de música clássica como corais amadores, concertos interativos, fóruns online, *workshops* para o público, oficinas de instrumentos, entre tantas outras ações. Essas são apenas algumas pinceladas de variantes de projetos que primam pelo engajamento.

Acreditamos que com esse projeto pudemos documentar nuances sobre o gosto do público jovem universitário em Montreal e esperamos que esses dados possam contribuir para a reflexão sobre caminhos na renovação de plateias para música clássica no Canadá, no Brasil e no mundo. Percebemos que a o gosto pela música clássica não sumiu entre os jovens. Cabe às orquestras e companhia de ópera buscarem construir

[23] Para mais informações sobre iniciativas de formato inovador na música clássica, consultar o site e a página facebook da *VivaMúsica!,* referência na literatura do assunto em português <http://vivamusica.com.br/>

relações mais profundas, significativas e relevantes com suas comunidades e com as novas gerações.

Bibliografia

ANCEL, Pascale; PESSIN, Alain. *Les non-publics. Les arts en réception*. Paris : L'Harmattan, 2004, tome 1.

BECKER, Howard S. *Les mondes de l'art*. Paris: Flammarion, 1998.

BELLAVANCE, Guy; VALEX, Myrtille; RATTÉ, Michel. Le goût des autres : une analyse des répertoires culturels de nouvelles élites omnivores. *Sociologie et sociétés*, N. 36, V. 1, 2004, p27-57.

BOURDIEU, Pierre. *Questions de sociologie*. Paris: Les éditions de minuit, 2002 (c1984).
_____. *La distinction*. Paris: Les éditions de Minuit, 1979.
_____; DARBEL, Alain. *L'Amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*. Paris: Les Éditions de minuit, 1969, 2 edição revista e aumentada.

BROWN, Alan S. *Overview of Findings - Engaging Next Generation Audiences: A Study of College Student Preferences towards Music and the Performing Arts*. Washignton: The Hopkins Center for the Arts, Dartmouth College, The Andrew W. Mellon Foundation Hopkins, 2012. Disponível em <http://wolfbrown.com/insights/articles-and-essays/43-articles-a-essays/475-a-study-of-college-student-preferences-towards-music-and-the-performing-arts>

COULANGEON, Philippe. *Sociologie des pratiques culturelle*s. Paris: La Découverte, 2010, 128 pages.
_____, Classes sociales, pratiques culturelles et styles de vie : le modèle de la distinction est-il (vraiment) obsolète?. *Sociologie et sociétés,* V. 36, N. 1, 2004, p. 59-85.

DONNAT, Olivier. Pratiques culturelles, 1973-2008. *Études, politiques publiques et régulations*, V. 7. Paris: Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.
_____. *Les pratiques culturelles de Français à l'ère numérique - Enquête 2008*. Paris: La Découverte, 2009.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. *Sociologie des publics*. Paris : La Découverte, 2009.

FLEURY, Laurent. *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*. Paris: Armand Colin, 2008.

FRITH, Simon. *Popular Music: Critical Concepts in Media and Cultural Studies*. Londres e Nova Iorque: Routledge, 2004.

GARON, Rosaire (org.). *Rapport de l'Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*. Montreal: Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2009.
_____. Évolution des publics des arts et de la culture au Québec et aux Etats-Unis: Mise en perspective. *Loisir et Société,* N. 32, V. 1, 2009, p73-97.

GREEN, Anne-Marie. *Des jeunes et des musiques: rock, rap, techno*. Paris: L'Harmattan, 1997.
_____. *De la musique en sociologie*. Paris: L'Harmattan, 1993.
_____. *Les adolescents et la musique*. Issy-les-Moulineaux: EAP, 1986.

GUY, J. M. *Les jeunes et les sorties de la culturelles*. Paris: Ministère de la Culture, 1995.

HEINICH, Nathalie. *La sociologie de l'art*. Paris: Éditions La Découverte, 2004 (c2001).

HENNION, Antoine. *La passion musicale: une sociologie de la médiation*. Paris: Métailié, 2007, edição revista e atualizada.
_____. Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur. *Sociétés,* V. 85, N. 3, 2004, p. 9-24.

HILL STRATEGIES RESEARCH, *Classical Music Attendance in Canada », pour le Orchestras Canada Conference*, 2009. Disponível em <http://hillstrategies.com/sites/default/files/Orchestras_Canada_final.pdf>

JAUSS, Hans Rober. *Pour une esthétique de la réception*, traduzido do alemão para o francês por Claude Maillard. Paris: Gallimard, 1978.

KOLB, Bonita M. The effect of generational change on classical music concert attendance and orchestras' responses in the UK and US. *Cultural Trends*, N. 41, V. 11, 2001, p. 1-35.
_____, You Call This Fun? Reactions of Young First-Time Attendees to a Classical Concert. *Journal of the Music and Entertainment Industry Educators Association*, 2000. Disponível em : <http://www.meiea.org/Journal/html_ver/Vol01_No01/Vol_1_No_1_A1.html>

LAPOINTE, Marie-Claude; GARON, Rosaire. Enquête Sur Les Pratiques Culturelles Au Québec Faits Saillants 2009. *Survol,* N. 17, Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec, 2011.

LEGAULT, Caroline. Les Pratiques Culturelles Selon La Génération Des Baby-Boomers et Des Jeunes de 25 À 34 Ans de 1979 À 2009. *Survol,* N. 23*,* Ministère de la culture, des communications et de la condition féminine du Québec, 2012.

LEYSSIEUX, Florence; ROY, Xavier. *Rapport final de la Virée classique 2014,* Montreal: Développement des publics de la musique au Québec (DPMQ), 2015.

MENGER, Pierre-Michel. *Le paradoxe du musicien – Le compositeur, le mélomane et l'état dans la société contemporaine*. Paris: L'Harmattan, 2001, 395 p.

MICHAUD, Yves. *Critères esthétiques et jugement de goût*. Nîmes: Jacqueline Chambon, 1999.

OCTOBRE, Sylvie, Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission: un choc de cultures ?. *Culture prospective*, N. 1, V. 1, 2009, p. 1-8.

PEDLER, Emmanuel, Entendement musical et malentendu culturel : Le concert comme lieu de confrontation symbolique, *Sociologie et Sociétés*, vol. 26, n. 1, 2004, p. 127-144
_____; ETHIS, Emmanuel, La légimité culturelles en questions ». In: LAHIRE, Bernard (org.). *Le Travail Sociologique de Pierre Bourdieu.* Paris: La Découverte, 2001, p. 179-203.

PETERSON, Richard A; ROSSMAN, Gabriel. Changing Art Audiences. In: TEPPER, Steven J.; IVEY, Bill J (org.), *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life*. Nova Iorque: Routledge, 2008.
_____; Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives. *Sociologie et sociétés* "Goûts, pratiques et inégalités sociales : branchés et exclus", N. 1, V. 36, 2004, p. 145-164.
_____; KERN, R.M. Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, N. 5, V. 61, 1996, p. 900-907.

POIRIER, Christian (org.); DESJARDINS, Marième K. ; MARTET, Sylvain; MELANÇON, Marie-Odile ; POIRIER, Josianne ; BLAIS, Karine St-Germain. *La participation culturelle des jeunes à Montréal – Rapport de recherche présenté à Culture Montréal.* Montréal: Institut national de la recherche scientifique Centre - Urbanisation Culture Société, 2012.

PRONOVOST, Gilles, Étude exploratoire de nature qualitative sur les pratiques culturelles des jeunes dans le contexte de l'univers technologique actuel, *Survol*, N. 18, Ministère de la culture, des communications et de la condition féminine du Québec, 2011.

RAGSDALE, Diane E. *The excellence barrier : To attract and retain new audiences art organization may need to stop selling excellence and start brokering relationshis between people and art (ists)*. Washington: Annual conference of the Washington State Arts Alliance, 2010.

SEYS, Pascale (org.). *Access : Quels publics pour la musique classique ?*. Sprimont, Mardaga, 2003.

SICURO, Louise, Pour se défaire de quelques préjugés à propos de la démocratisation culturelle au Québec. Montreal: Actes de colloques, *Colloque sur les 50 ans de politique culturelle au Québec*, 2011, 8 p.

SUPICIC, Ivo. *Musique et société: perspectives pour une sociologie de la musique*. Zagreb : Institut de musicologie, Académie de musique, 1971.

TEPPER, Steven J.; IVEY, Bill J (org.), *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life*. Nova Iorque: Routledge, 2008.

Sites e publicações eletrônicas

CLASSICAL:NEXT. *About,* <http://www.classicalnext.com/>

DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS DE LA MUSIQUE AU QUÉBEC (DPMQ). *Description du projet*, <http://dpmq.oicrm.org>

MINISTÈRE DE RELATIONS INTERNATIONALES ET FRANCOPHONIE DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC. *Québec – Lieu de tous les possibles,* <http://www.mrif.gouv.qc.ca/Content/Documents/flipbook/Publications/Quebec-Lieu%20tous%20les%20possibles/HTML/files/assets/basic-html/page6.html>

STATISTIQUES CANADÁ, adaptador pelo Institut de la statistique du Québec. *Enquête sur la population active, compilation spéciale*. <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/population-demographie/bulletins/coupdoeil-no30.pdf>

_____. *Profil de l'enquête nationale auprès des ménages - Enquête nationale auprès des ménages de 2011*. Ottawa: Statistique Canada, 2013. <http://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/dp-pd/prof/index.cfm?Lang=F>

VILLE DE MONTRÉAL. *Montréal en statistiques.* <http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=6897,67633583&_dad=portal&_schema=PORTAL>

VIVAMÚSICA!, *Página principal,* <http://vivamusica.com.br/>