



O HIP-HOP E A MÍDIA NO CENÁRIO URBANO¹

Deisimer Gorczewski²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS – RS

Resumo: Observo, entre as culturas emergentes, o *hip-hop* como uma manifestação sócio-histórico-cultural que procura, num exercício permanente de *metalinguagem*, negociar entre as experiências de marginalização, opressão, escassez, estigma social, preconceito étnico, etc. Destaco, nesse trabalho, a relação entre Cultura e Mídia, considerando que ambas operam estrategicamente no cenário contemporâneo. Enquanto a mídia aparece como uma das instituições responsáveis por agenciar o debate público, a juventude *hip-hop* afirma a disposição de conquistar espaço e *status* na cena urbana. Nesse processo, encontrei algumas pistas, ou seja, parece-me que os modos de expressão da juventude *hip-hop* mantêm um diálogo e/ou oferecem subsídios éticos e estéticos que interferem no campo social, político e cultural brasileiro e, por isso, recriam e inventam novas configurações, novos modos de viver em sociedade.

Palavras-chave: Cultura, *hip-hop*, Mídia.

Cenários Emergentes

O cenário urbano vem se traduzindo em múltiplos fragmentos móveis e efêmeros, insinuando uma relação com as imagens produzidas por um *caleidoscópio*. Na aproximação e no distanciamento desses pequenos fragmentos, como num jogo de espelhos, uma sucessão rápida e transformadora de composições, principalmente imagéticas, é exposta a todo o momento e por todos os lados.

Este trabalho foi se configurando através de alguns desses fragmentos móveis, ou seja, os aspectos midiáticos e culturais. Com nuances dos mais diversos aspectos, no decorrer desse percurso, esses aspectos foram se movimentando por fatos e afetos. Ao incidir na paisagem,

¹ Artigo baseado em Deisimer GORCZEWSKI. O *hip-hop* e a (In)visibilidade no cenário midiático: Unisinos. 2002. Dissertação de Mestrado no PPG - Ciências da Comunicação.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Comunicação e Cultura das Minorias**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



perturbavam e modificavam, tanto as antigas como as mais recentes composições. Nesse jogo, nem sempre lúdico, recompunham-se novos e, de certo modo, estranhos arranjos.

Considerando a paisagem em relevo, especialmente os aspectos midiáticos e culturais, estamos diante de complexas e novas configurações que emergem da contemporaneidade. Por um lado, como advertiu Ítalo Calvino³, corremos o risco de uma *epidemia pestilenta*⁴, preocupação presente em suas recomendações para o milênio em vigor. Trata-se de uma espécie de surto imagético, que pode estar atingindo toda a humanidade em sua capacidade mais distinta, ou seja, o uso da linguagem. Por outro lado, esse mesmo autor sugere a criação de ‘anticorpos’ a serem gerados através da convivência com a *literatura*⁵ e a *imaginação*⁶.

Mais preocupado em achar saídas, esse escritor desvendou algumas importantes pistas de investigação sobre as origens dessa *epidemia*, mesmo sem ser esse o seu foco de atenção. Entre os possíveis suspeitos, surgem prováveis trilhas nas fileiras da “... política, na ideologia, na uniformidade burocrática, na homogeneização dos *mass-media* ou na difusão acadêmica de uma cultura média”.⁷

Em relação à atuação da mídia, Calvino diz-se filho da *civilização da imagem*, ou melhor, de uma época intermediária. Partindo de sua própria experiência, sem usar meias palavras, alertou no sentido de que a circunstância em que vivemos está “... *sob a chuva ininterrupta de imagens*”, onde o poder da mídia se eleva, ou melhor:

*... os media todo-poderosos não fazem outra coisa senão transformar o mundo em imagens, multiplicando-o numa fantasmagoria de jogos de espelhos – imagens que em grande parte são destituídas da necessidade interna que deveria caracterizar toda a imagem, como forma e como significado, como força de impor-se à atenção, como riqueza de significados possíveis.*⁸

Provocações à parte, essas suspeitas foram, de certo modo, motivadoras de uma escolha. Investigando aspectos da cultura e da mídia, e seus possíveis acoplamentos na

² Educadora e Pesquisadora. Doutoranda em Ciências da Comunicação - Universidade do Vale do Rio dos Sinos -Unisinos – RS. Mestre em Comunicação pela Unisinos. Especialista em Metodologia do Trabalho Comunitário pelo IPA-IMEC

³ Ítalo CALVINO, *Seis Propostas para o Próximo Milênio*, São Paulo, Companhia das Letras, 1990.

⁴ *Ibid.*, p. 72.

⁵ *Ibid.*, p. 72.

⁶ *Ibid.*, p. 106.

⁷ *Ibid.*, p. 72.

⁸ *Ibid.*, p. 73.

paisagem contemporânea, deparei-me, mais uma vez, com as idéias de Calvino. Interessa-me, em particular, sua compreensão do *imaginário indireto* que, em suas palavras, significa “... o conjunto de imagens que a cultura nos fornece, seja ela cultura de massa ou outra forma qualquer de tradição”.⁹ Elaborando *seis propostas para o próximo milênio*, Calvino, ofereceu-as como valores a serem preservados. Foram recomendações que tratavam aspectos, sem dúvida, instigantes, tais como: leveza, rapidez, exatidão, visibilidade, multiplicidade e consistência, sendo que essa última proposta ficou por ser escrita.

Destacando o aspecto da *multiplicidade* entre os valores a preservar, utilizo-o para pensar as possíveis conexões dos fios, no emaranhado cultural e midiático. Quer dizer, retomando a metáfora do caleidoscópio, tenho a intenção de compor os fragmentos móveis, diante de um jogo de espelhos. Como afirma Calvino, “hoje em dia não é mais pensável uma totalidade que não seja potencial, conjectural, múltiplice”.¹⁰

Nesse contexto, a multiplicidade mais uma vez ganha a cena, possibilitando um breve exercício de análise das manifestações culturais e midiáticas contemporâneas. Para esse rápido exercício, talvez possam contribuir aspectos que contrastam, num certo sentido. São conceitos construídos durante os processos culturais dos anos 60-70 e as manifestações culturais dos anos 90. Um exemplo parece vir com a contribuição oriunda das pesquisas do professor Micael Herschmann¹¹. Esse autor faz algumas distinções entre esses períodos históricos e culturais, chamando a nossa atenção para o uso de alguns termos como *estilos subculturais*, segundo ele, entendidos pelos teóricos da Escola de Birmingham como uma noção que se colocava na relação de oposição a um código cultural padrão.

Herschmann enfatiza a impossibilidade de lidar, atualmente, com esse modelo de análise, que se referencia na existência de um padrão. Além desse processo não ser assim tão simples, a chamada *crise da modernidade e a mundialização* levaram a população mundial a assistir, nas últimas décadas, ao que esse autor afirmou ser a “... emergência de novos sujeitos sociais (de inúmeras culturas minoritárias) e a crescente presença de pluralidades”.¹²

Considerando os aspectos que ficaram entre parênteses na manifestação desse autor, ou seja, as culturas ditas minoritárias, interessou-me conectar com o que outro importante

⁹ Ibid., p. 107.

¹⁰ Ibid., p. 131.

¹¹ Micael HERSCHMANN, *O Funk e o Hip Hop invadem a cena*, Rio de Janeiro, UFRJ, 2000.

¹² Ibid., p. 62.



pesquisador, Edgar Morin¹³, denominou de *culturas adolescentes juvenis*, mediante um longo estudo sobre a *crise juvenil*. Morin afirmou que a *cultura adolescente juvenil*, ela mesma, é ambivalente:

*Ela participa da cultura de massas que é a do conjunto da sociedade, e ao mesmo tempo procura diferenciar-se. Ela está economicamente integrada na indústria cultural, capitalista, que funciona segundo a lei do mercado.*¹⁴

Alguns estudiosos dessas temáticas culturais e juvenis reconhecem tratar-se de assunto que necessita de aprofundamento, principalmente por vivermos num novo contexto, em constante e acelerada transformação. Entre eles, destaco o pesquisador, já citado, Micael Herschmann, além de outras importantes pesquisadoras, como: Diógenes¹⁵, Oliveira¹⁶ e Abramo¹⁷. Esses autores estão sugerindo aproximações com a noção de *estilos de vida juvenil*, principalmente por observarem que a tendência:

*... dos estilos de vida, no caso dos estilos juvenis dos anos 90 – é caminhar não no sentido da diluição ou tão-somente de um processo homogeneizante global, mas da articulação e emergência de uma política que afirmaria diferenças.*¹⁸

Para a estudiosa Glória Diógenes, o investimento na diferença, aliado ao “... desejo de impactar, de provocar contrastes, marcas definidoras de existência social, é o que parece mobilizar a juventude nos anos 90”.¹⁹ Receptiva a essas referências, observo alguns fenômenos urbanos juvenis, tomando a cena das grandes cidades brasileiras, principalmente a partir dos anos 90. Reconheço, no entanto, que já existiam embriões desses fenômenos no final dos anos 80, especialmente em grandes cidades brasileiras, como São Paulo e Rio de Janeiro.

¹³ Edgar MORIN, *Cultura de Massas no século XX – O Espírito do Tempo II. Necrose*, 3ª ed., Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1999.

¹⁴ *Ibid.*, p. 139.

¹⁵ Glória DIÓGENES, *Cartografias da Cultura da Violência: gangues, galeras e o movimento Hip-Hop*, São Paulo: Fortaleza, Annablume: Secretaria da Cultura e Desporto, 1998.

¹⁶ Carmen Silveira OLIVEIRA, *Sobrevivendo no inferno: A Violência Juvenil na Contemporaneidade*, Porto Alegre, Sulina, 2001.

¹⁷ Helena Wendel ABRAMO, *Cenas Juvenis – punks e darks no espetáculo urbano*, São Paulo, Scritta, 1994.

¹⁸ Micael HERSCHMANN, *op.cit.*, p. 64.

¹⁹ Glória DIÓGENES, *Cartografias da Cultura da Violência: gangues, galeras e o movimento Hip-Hop*, p. 103.



Na perspectiva dessas constatações, passei a analisar, a partir de um estudo de caso²⁰, as processualidades culturais e midiáticas dos jovens que integram a cultura *hip-hop*, em Porto Alegre. Considerada uma cultura emergente, o *hip-hop* vem se expressando através de uma rede quase que subterrânea, dentro da qual se podem traçar múltiplos percursos. Venho procurando, com a contribuição conceitual de Humberto Maturana²¹, entender o processo de construção de significações dos jovens, participantes dessa “cultura de rua”, visualizando as conexões com as possíveis novas formas de comunicar e conhecer na contemporaneidade.

A Mídia, o *hip-hop* e a inserção social

A mídia vem manifestando seu poder de agendar discursos, recebendo-os, disseminando-os, mas ao mesmo tempo, também produz discursos e, conseqüentemente, interfere no processo social e, de certo modo, cultural da sociedade. Nesta perspectiva, lembro as contribuições de Muniz Sodré, quando este afirma que:

*em relação à construção social, a mídia é estruturadora ou reestruturadora de percepções e cognições, funcionando como uma agenda coletiva (...) Agendar é organizar a pauta de assuntos suscetíveis de serem levados em conta individual ou coletivamente.*²²

Nesse sentido é preciso observar que os meios são tensionados pela vida em sociedade e não totalizam esta experiência. Na atualidade, entretanto, é inegável a ação dos dispositivos midiáticos na produção de subjetivação social. Portanto, para este estudo, foram destacados alguns aspectos pertinentes à mídia, no que se refere aos seus diálogos com os aspectos relativos à cultura. Os sujeitos implicados nesse processo, de um modo mais incisivo, nesse estudo de caso, são os jovens integrantes da cultura *hip-hop*.

Destaco, nesse sentido, algumas contribuições do filósofo e psicanalista Félix Guattari, mais especificamente, seus estudos sobre o processo de produção de subjetividade

²⁰ Trata-se de um estudo de caso que focalizou os jovens, integrantes da cultura de rua, o *hip-hop*. Em especial, oito *hip-hoppers* que se envolveram no processo de criação e produção videográfica, no Centro Cultural Redenção – CCR – um lugar de encontro, das festas e das oficinas da cultura *hip-hop*, em Porto Alegre.

²¹ Para esse biólogo, cultura é uma rede de conversações que define “... um modo de viver, um modo de estar orientado no existir, tanto no âmbito humano quanto no não-humano, e envolve um modo de atuar, um modo de emocionar, e um modo de crescer no atuar e no emocionar”. Humberto MATURANA, *Ontologia da Realidade*, Belo Horizonte, UFMG, 1997. p. 177.

capitalística²³ e as possíveis imbricações midiáticas. Para esse autor, a mídia integra um conjunto de instituições, ou seja, os “*equipamentos coletivos*” que vão além das áreas das infra-estruturas relacionadas aos complexos da saúde e da vida cultural.

Eles constituem o Estado em sua função ampliada. Operários de uma máquina de formação da subjetividade capitalística, esses equipamentos têm por função integrar fatores humanos, infra-humanos e extra-humanos, colocando numa articulação real instâncias tão diferentes quanto as que estão em jogo na economia libidinal (as sistêmicas familiares, por exemplo) e nas produções semióticas (como as que são postas em funcionamento pela mídia).²⁴

As contribuições deste autor provocam-nos ao aprofundamento desta atitude investigativa. Acionam uma postura que se sensibiliza com as possíveis imbricações dos equipamentos coletivos, nos quais a mídia, cotidianamente, ativa e é ativada a produzir subjetividades. Então, a mídia subjetiva e é subjetivada, no ato de organizar e desorganizar a pauta e, conseqüentemente, o acontecimento.

As atitudes dos *hip-hoppers* em relação à mídia e vice-versa foram, desde o início dessa investigação, motivo de interesse e curiosidade. Retomando um dos primeiros indícios, observei uma declaração, na mídia impressa, onde um integrante do *hip-hop* afirmava uma resistência recíproca em relação às mídias: “... os rappers ignoram a grande mídia, assim como ela procura mantê-los à distância. Melhor para eles (...) o *rap* não precisa da grande mídia.”²⁵

Analisando essa declaração, associada a outras condutas observadas no decorrer do estudo de caso, constato algumas tendências que se pautam pela irreverência e rebeldia de seus protagonistas. Atenta às atitudes dos *hip-hoppers* na relação com a grande mídia, e desta com os jovens pobres dos espaços proscritos, visualizo aspectos nada homogêneos. Esses

²² Muniz SODRÉ, “Reinventando a Cultura: do Atual ao Virtual”, *Cultura, Comunicação e Movimentos Sociais*, CELACC-ECA/USP, São Paulo, p. 22.

²³ Félix GUATTARI acrescenta o sufixo “ístico” a “capitalista” por lhe parecer necessário criar um termo que possa designar não apenas as sociedades qualificadas como capitalistas, mas também setores do capitalismo “periférico”, assim como as economias ditas socialistas dos países do leste, que vivem numa espécie de dependência e contra-dependência do capitalismo. Tais sociedades segundo Guattari, em nada se diferenciam do ponto de vista do modo de produção da subjetividade. Elas funcionariam segundo uma mesma cartografia do desejo no campo social, uma mesma economia libidinal-política (Nota de rodapé). Félix GUATTARI e Suely ROLNIK, *Micropolítica Cartografias do Desejo*, 4 ed., Vozes, Petrópolis, 1996, p. 15.

²⁴ *Ibid.*, p. 42.

²⁵ Sergio MARTINS, “Invadindo os Espaços”, *Revista Caros Amigos*, n° 3, SP, Casa Amarela, p. 9.



jovens declaram na mídia que esta não os faz de refêns, no entanto, desejam os espaços midiáticos, sejam eles quais forem, para difundir as suas mensagens e obter visibilidade.

Conquistar visibilidade para os jovens das periferias tornou-se a possibilidade de não repetir os caminhos de seus pais, na sua maioria, operários remanescentes do período pós-industrial ou já desempregados, e/ou atividades informais. Se o espaço do trabalho, em nossa sociedade, é ainda considerado o lugar onde se constituem as relações sociais e se produzem valores simbólicos, parece que o fato de estar fora desse campo é o mesmo que estar transgredindo. Então, essa atitude parece ser a mais evidente da rebeldia juvenil urbana²⁶. Quer dizer, se ter um trabalho, um emprego, era motivo de honra para os pais operários, para os filhos dessa categoria em extinção essa situação valoriza o consumo. Na opinião de Yves de La Taille, psicólogo e professor, hoje “... é preciso ser consumidor para ter visibilidade social e para julgar-se como ‘sendo alguém’.”²⁷

Para o segmento juvenil, os modos de experimentar o *consumo* traduzem-se, ou melhor, definem o *status* social. De acordo com Diógenes, é “... o que eles podem consumir e efetivamente consomem que os identifica e os qualifica no jogo das relações sociais.”²⁸ Esta pesquisadora, referenciada em Canclini, constata uma nova forma de entender o que significa ser cidadão, em tempos globalizados, ou seja: “consumir é um modo de existir e de ‘ser notado’ na esfera pública iluminada.”²⁹

A mídia, nesse processo, passa a ser um dos importantes intercessores de um tipo de inserção social. Através da imagem e de seus dispositivos audiovisuais, constitui-se numa estrutura que alimenta e é alimentada pelo cenário público. Essa dimensão midiática, para um jovem proscrito, caracteriza-se por ser um desafio, ou seja, nas palavras de Diógenes:

*Ganhar visibilidade, fazer excessiva essa visibilidade, torna-se um modo não apenas de romper os “muros” e os signos do “estigma territorial”, como também de transposição de dinâmicas localizadas, estancadas nos bairros segregados, para as tramas globais de registro público.*³⁰

²⁶ Glória DIÓGENES, *Cartografias da Cultura da Violência: gangues, galeras e o movimento Hip Hop*. São Paulo: Annablume, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto, 1998. p. 44.

²⁷ TAILLE, Yves de La, “Violência: falta de limites ou valor? Uma análise psicológica”, In: Helena Wendel ABRAMO, Marília Pontes SPOSITO e Maria Virginia FREITAS (orgs.), op.cit., p. 123.

²⁸ Glória DIÓGENES, op. cit., p. 100.

²⁹ Idem, p. 101.

³⁰ Ibid., p. 41.



Esse talvez seja um dos fortes indicativos de algumas mudanças nas posturas dos *rappers*, diante da grande mídia. Alguns grupos passaram a reelaborar estratégias, para se fazer notar junto à opinião pública. Neste sentido, resgato a constatação de algumas jornalistas que pesquisaram a cultura *hip-hop*, principalmente em São Paulo. Na direção oposta à declaração anteriormente citada, onde foi afirmada uma *resistência recíproca à mídia*, essas profissionais da área midiática afirmam que “se, num primeiro momento, o *rap* disse não, hoje mídia e indústria precisam do *rap* e o *rap* precisa delas”.³¹

No Brasil, o *rap*, como o “produto comercial do *hip-hop*”³², tem sido o carro-chefe para a divulgação da cultura de rua, ou seja, os jovens dessa pesquisa apresentam, como ponto de referência para as suas conexões com o *hip-hop*, o surgimento do grupo Racionais MC’s, no cenário nacional. A descoberta do *rap* nacional foi, para a jovem FMT, um daqueles momentos inesquecíveis: “... conheci os Racionais primeiro...”. Inicialmente, ela descobriu o *rap* e mais tarde, a cultura *hip-hop*. Para o grafiteiro JM, o *hip-hop* ganhou destaque no Brasil, a partir da projeção do grupo Racionais MC’s. “Foi importante um monte pra elevar a música *rap* e, automaticamente, elevou a cultura *hip-hop*”. Embora existissem outros grupos com reconhecimento público, o que diferenciou esse grupo, na opinião de JM, foi a produção do CD e a explosão nas vendas.

Os Racionais MC’s são considerados os radicais do *Movimento rap*. Mano Brown, um das principais referências dessa vertente do *hip-hop* paulista, ganhou notoriedade com o seu grupo, que não aparece em programas como Gugu, Xuxa e Faustão e, mesmo assim, vende centenas de milhares de CDs. Questionado sobre a recusa em participar desse tipo de programação televisiva, Brown é enfático: *... ajo como um preto deveria agir. Digo não pras coisas que todo mundo acha que eu devia dizer sim. Nós não precisamos disso aí.*³³

Esse modo de lidar com os grandes monopólios da comunicação, no Brasil³⁴, envolve condutas que perturbam, tanto no nível interno à própria cultura, como externamente, em termos de crítica. Resulta, também, a admiração de uma grande parcela de simpatizantes. Eles

³¹ Janaina ROCHA, Mirella DOMENICH e Patrícia CASSEANO. *Hip-Hop – A Periferia Grita*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001. p. 135.

³² Este foi o modo como o MC Piá se referiu ao *RAP*, no programa “Crônicas do Tempo”, na TVE, quando da veiculação e do ‘bate papo’ sobre a cultura e o processo de produção do vídeo “O Hip-Hop se faz com o Coração”, criado e produzido pelos jovens participantes do estudo de caso. Programa exibido em 10/11/2001.

³³ Revista *Fórum*, nº 1. São Paulo: Publisher Brasil, 2001. p. 7.

³⁴ Mais detalhes a respeito desse assunto podem ser encontrados em: Venício A. de LIMA, *Mídia – Teoria e Política*, São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2001.



alteram, inclusive, o modo como a grande maioria dos *hip-hoppers* age diante da mídia, seja ela grande, regional ou nacional.

Para a jovem DDA, quando os Racionais MC's se recusam a participar dos programas da TV Globo, do tipo Faustão, demonstram uma atitude de quem tem opinião própria. Segundo ela, só por isso, já merecem o seu respeito. Talvez a opinião de DDA seja um bom exemplo do tipo de público que os Racionais não querem decepcionar. Falando para outra Revista, desta vez a *Caros Amigos*³⁵, Mano Brown respondeu à pergunta feita pelo repórter Sergio Kalili: *o que significa aparecer no Faustão, no Gugu, na televisão?*

Significa o começo da derrota dos rebeldes. O começo da derrota. Acho que nós estamos começando a ganhar uma batalha pequena de uma guerra gigante. Quando você começa a sair fora do sistema em que os caras colocaram você, o controle remoto, tudo tá no domínio dos caras, da televisão, eles têm domínio sobre tudo, tudo que está acontecendo no mundo da música, tá ligado? Todos os estilos. Quando escapa um do controle, os caras viram a atenção praquela lado ali. É o que acontece com a gente. Se a gente voltar pros caras, significa que é uma dissidência que perdeu... aí não existe mais. O Racionais não pode trair, tá ligado? Tem muita gente que conta com a nossa rebeldia.

Esse tipo de discurso, que envolve a relação do *rap* com a mídia e a indústria cultural, a mim parece ter um viés um tanto militante. A ênfase observada pelo Mano Brown, no domínio de todos os estilos musicais por parte desses monopólios midiáticos nacionais, parece ser um forte argumento que interfere e faz escola junto aos *hip-hoppers*.

Entre os jovens da pesquisa, destaco opiniões com uma certa equivalência ao contexto exposto por Brown. JP analisava que o *rap*, como qualquer outro “... setor musical, tá muito comercial, muito comercial mesmo”. MK constatava que: “... a gente vive num sistema capitalista!”. Na fala de RP, esse processo ganha um tom de realidade. Para esse jovem, “quando tu fala em mídia, tu fala em comércio. Tudo o que é programa, hoje em dia, está feito dentro de algum produto. O *hip-hop* vende seus produtos, o YO! vende os seus produtos e outros programas que tratam de alguma forma o *hip-hop*, eles estão tentando vender algum produto”. RP ressalta que o *hip-hop* está no mercado e a mídia – mais especificamente, os programas onde a cultura aparece – serve como uma espécie de balcão de ofertas.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Comunicação e Cultura das Minorias**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



Se, por um lado, o *hip-hop* é apresentado por alguns dos *hip-hoppers*, literalmente, como um produto, entrando no mercado, com algumas ressalvas, por outro, a mídia investe em produtos que tenham receptividade mercadológica, mas também cria seus produtos para oferecer ao mercado. Para RP, “a mídia é um comércio (...) ela tá vendendo o peixe dela. Se tu tá bem informado e tem uma opinião formada pra poder avaliar e criticar, melhor ainda”.

As posições dos Racionais frente à mídia nem sempre arrancavam aplausos dos jovens que integram a cultura. Internamente à cultura, contudo, as atitudes irreverentes oportunizavam o debate, no sentido de servir como um importante ponto de referência. Nesse caso, cabe retomar aspectos da fala de MK, ou seja, “... do mesmo jeito que na mídia tem coisa boa, tem coisa ruim, não pode generalizar; tem alguém que tem um programa bom, com uma repercussão imensa, com uma história boa, um processo bom. O cara que apresenta a história é bom e você vai negar esse cara porque é da Globo? Sempre tem o lado bom, é saber utilizar os meios.”

Considerando os artificios midiáticos, é possível observar, na manifestação deste jovem, afinidades conceituais com a compreensão de “... que a mesma mídia que demoniza é aquela que também abre espaços nos jornais e programas de televisão.”³⁶

A cultura *hip-hop* vem se espalhando pelo mundo via sua inserção nos meios de comunicação e, ao mesmo tempo, vem produzindo seus múltiplos dispositivos, ou seja, suas produções midiáticas: grafite, dança, música, fanzines, sites, vídeos, etc... Conscientes de sua condição social, eles organizam a denúncia na composição de suas mídias e, principalmente, nas letras do *rap*, temperada por palavras e vozes que escancaram a violência nos presídios, nas favelas e a atuação da polícia e, desse modo, contestam, resistem e negociam com setores do campo social, cultural, político e midiático, em nosso País.

Um episódio com a mídia: o *Making-Of*

Considerando os agenciamentos da cultura *hip-hop*, mais precisamente os jovens do Centro Cultural Redenção - CCR³⁷, e a mídia local, proponho descrever um episódio que

³⁵ Esse número da Revista *Caros Amigos* teve a sua edição esgotada. Mano BROWN, “Uma conversa com Mano Brown”, entrevistado por Sérgio KALILI, Revista *Caros Amigos*, op. cit., p. 18.

³⁶ Micael HERSCHMANN, op. cit., p. 88.

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Comunicação e Cultura das Minorias**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.



considero uma experiência ímpar e, ao mesmo tempo, recorrente na relação que os *hip-hoppers* sustentam nos agenciamentos com a mídia, seja ela pública ou privada.

Num final de tarde, no início do mês de abril, uma emissora de televisão agendou uma reportagem no CCR. Conversando com a coordenadora FMT e com três dos jovens que tinham começado a operar a câmera de vídeo, na semana anterior, combinamos gravar tudo que estivesse acontecendo durante a reportagem. Essa decisão, além de entusiasmar os jovens, também produziria, de certo modo, um *making-of* desse acontecimento.

Eu tinha iniciado as observações nesse espaço cultural havia menos de duas semanas. Já estava percebendo a mídia gaúcha acenando com a possibilidade de ampliar a visibilidade desse grupo, que se organizava no CCR. Uma das motivações talvez fosse o que também me instigava, ou seja, a escolha do bairro próximo ao centro, ou melhor, o Bom Fim, com toda a sua peculiaridade, como lugar de encontro.

Esses jovens, até então segregados nas vilas periféricas da cidade, ultrapassaram as fronteiras em direção ao Centro. Essa atitude antes acontecia de modo eventual, ou seja, através das manifestações dos quatro elementos, principalmente o grafite. No centro da cidade, tomava outra forma, inclusive, orgânica, sendo um ponto de encontro tanto para festas como para as articulações da cultura, na cidade.

Quando chegaram os profissionais da equipe de reportagem dessa televisão gaúcha, os jovens, demonstrando estar bem à vontade, continuaram gravando. Esse procedimento, no entanto, parecia estar incomodando o repórter, bem como técnicos que lhe acompanhavam. De maneira agitada, essa equipe passou a fazer um reconhecimento da área, subindo para os outros andares. A coordenadora do CCR chegou a sinalizar que o último andar estava interditado, mas enquanto falava os técnicos já haviam subido. Retornando ao primeiro andar, a equipe solicitou tomadas para que os equipamentos de iluminação pudessem ser ligados. Em seguida, o repórter procurou a coordenadora para apresentar a pauta. Ele não sabia que ela também havia organizado uma pauta.

Ambos os coordenadores, um do CCR e o outro do programa televisivo, sentaram-se na sala da lojinha e, quando a FMT puxou um caderninho com a sua lista de assuntos, o repórter foi logo tomando a palavra e tentando comandar a ordem das coisas. O diálogo já se

³⁷ Local de encontro da Cultura *hip-hop*, em Porto Alegre, onde este estudo de caso se desenvolveu durante os meses de março a julho de 2001.



mostrava tenso. A postura de ambos, entretanto, dava sinais de disposição para a realização da gravação. A conversa foi avançando e, quando o repórter perguntou sobre o que estava acontecendo no CCR, FMT apresentou sua lista, sendo que, entre as atividades, ela comentou o trabalho de pesquisa, através da produção de um vídeo. Na mesma hora, o repórter pediu para pautar a pessoa que estava na coordenação dessa pesquisa. FMT disse que iria avaliar depois com essa pesquisadora, e eles continuaram na organização, de certo modo coletiva, da pauta.

Ao encerrar esse primeiro agenciamento, FMT me procurou e expôs a idéia de apresentarmos o trabalho com o vídeo. De maneira receptiva, propus que os próprios jovens, que estavam gravando, fossem os interlocutores dessa fala para o programa de TV. Coloquei-me à disposição para conversar com eles e sondá-los. Os jovens ficaram radiantes com a possibilidade e, após a concordância de todos, a coordenadora do CCR se dirigiu ao repórter para informá-lo de como seria realizada a entrevista. Com uma postura intempestiva, esse repórter não aceitou esse encaminhamento. Alterando o tom de voz, disse: “Como assim ela não quer falar? Isso é uma bobagem... Só vou colocar na pauta se a pesquisadora falar sobre o trabalho”.

Observando de perto a postura desse repórter, aproximei-me e tentei conversar, apresentando os motivos pelos quais avaliava que deveriam ser os jovens os interlocutores. Um dos principais argumentos que utilizei foi relacionado à própria proposta da pesquisa, ou seja, que os jovens pudessem eles mesmos narrar suas experiências com as tecnologias de produção de imagem.

O repórter, contudo, não parecia sensível à proposta da pesquisa. Continuou questionando a minha recusa em dar uma entrevista. Comentei, então, que estava havia menos de duas semanas iniciando essa pesquisa e que, se o programa era sobre o CCR, nada mais justo que os jovens fossem os divulgadores de suas atividades e de sua Cultura.

As posturas foram ficando cada vez mais intransigentes. Isto ocorria não somente por parte do repórter, mas também da coordenadora, que afirmava a posição que havíamos tomado em conjunto com jovens. A tensão no ambiente aumentou. Nenhum dos lados cedeu e, nesse impasse, parecia que nada e nenhum argumento seria aceito, por ambos os lados. O repórter, mantendo sua posição inicial, falou num tom de voz alterado que, se a pesquisadora não fosse a entrevistada, o trabalho com vídeo não sairia.

A coordenadora, sentindo o tom da ameaça, olhou bem no rosto do repórter e disse: “então, vamos passar para o próximo ponto de pauta”. O repórter pareceu não acreditar no que estava ouvindo. Resmungou: “você vai deixar de divulgar esse trabalho...”. FMT revidou, dizendo que a postura que ele estava tendo é que impedia a execução desse ponto de pauta.

Passando para preparação do próximo assunto, com o ambiente ainda muito tenso, o repórter resolveu dar um tempo e foi conversar com a sua equipe. Nesse momento, a coordenadora aproximou-se de mim e comentou baixinho: “é assim que eles agem, sempre com esse autoritarismo”. Escutei em silêncio e optei por me aproximar dos jovens, para avisá-los das mudanças na pauta, ou melhor, que a entrevista com eles não aconteceria mais e que depois a gente voltaria a conversar.

Na seqüência, o repórter aproximou-se de mim e foi pedindo desculpas por sua postura, um tanto alterada. Justificou, dizendo: “o meu programa sou eu que coordeno e não é ela que vai dizer como ele vai acontecer...”. Esse repórter reclamou da postura da coordenadora, afirmando, que desde os primeiros contatos, ela foi tentando impor os assuntos, a ordem e as pessoas. Ele achava um absurdo ela não deixar ser divulgada uma pesquisa de mestrado, que estava iniciando naquele ambiente, por ser um motivo a mais para valorizar a cultura *hip-hop*.

Procurei, mais uma vez, esclarecer-lhe que aquela decisão foi fruto de um acordo feito entre todos os envolvidos, ou seja, os jovens, a coordenação do CCR e a pesquisadora. Expliquei que, em outro momento, até poderíamos conversar sobre a minha pesquisa, mas que, ali, a prioridade seriam os jovens integrantes da cultura hip-hop e suas atividades no CCR.

Esse episódio rendeu algumas boas conversas com os jovens e a coordenadora, principalmente em relação às intervenções da mídia e às atitudes que os *hip-hoppers* vivenciam e agenciam a cada novo contato com os profissionais da mídia. Também me chamaram a atenção as posturas descontraídas dos jovens, em uma situação que podemos chamar de dupla exposição, no sentido de que, ao mesmo tempo em que gravavam, participavam da reportagem televisiva.

Mais ou menos um mês e meio depois desse episódio, o mesmo repórter agendou uma nova reportagem, a ser gravada no CCR. A diferença, nesse caso, foi a amplitude do



programa³⁸, pois seria voltado para a cultura *hip-hop* no Rio Grande do Sul. Fui avisada do dia da gravação do programa pela coordenadora, mas não poderia estar presente. Dias depois, FMT, por telefone, informou o dia da exibição e comentou a experiência com a gravação, dizendo-se muito curiosa em relação ao processo de edição. Nas suas palavras, durante a entrevista, ela disse tudo o que pensava e o clima com o repórter se manteve respeitoso. Mais interessante foi a surpresa que tive ao assistir esse programa. No momento da entrevista com a própria FMT, a câmera permaneceu por um tempo focando-a em plano médio³⁹, possibilitando, assim, a leitura de uma frase na camiseta dessa jovem: “aqui a mídia não faz ninguém de refém”. Uma frase no mínimo perturbadora, mas, para quem tinha vivenciado o episódio, era, sem dúvida, uma postura provocativa. Conversando, posteriormente com FMT, ela comentou que vestiu, propositadamente, essa camiseta e, que inclusive, precisou usá-la ao contrário, pois a frase ficava nas costas. Tinha sido um presente de um grupo de *rap* de São Paulo.

Esse modo de agenciar as relações com a mídia constitui uma das facetas perturbadoras do *hip-hop*, que, de certo modo, modifica a ordem das coisas em nossa sociedade.

Considerações Finais

Nesse trabalho, tentei observar como os *hip-hoppers* se relacionam com a mídia e vivem o conflito e o temor de serem diluídos pelo mercado. Esse tipo de incômodo que, em alguns momentos, se manifesta por contradições e incoerências, parece ser uma das marcas dos *hip-hoppers*, ou seja, o estilo perturbador. Alterando uma linha de conduta, eles desequilibram as forças e modificam a continuidade esperada e/ou as expectativas criadas, ao longo de um período. Tricia Rose, ao se reportar ao conceito de estilo, supõe o *estilo que ninguém segura*, como sendo aquele que “... não pode ser facilmente compreendido ou

³⁸ O programa referido foi o *TVE Repórter*, exibido no dia 29/08/2001.

³⁹ Termo técnico que quer dizer plano de introdução para as entrevistas, que corta logo abaixo dos cotovelos. Harris WATTS, *On Câmera*, 4 ed., São Paulo, Summus, 1990, p. 272.



apagado e por intermédio de cuja reflexão se criam narrativas contradominantes e contra um inimigo móvel e transformador...”⁴⁰

Observa-se, nessa tentativa de decifrar esse *estilo cultural*, um exercício permanente de metalinguagem, ou seja, o *hip-hop* é uma cultura que se processa nas discussões permanentes entre seus integrantes, alimentada por informações recolhidas de todos os lugares, bem como por atitudes marcadas pela irreverência e, muitas vezes, pelas controvérsias que dela resultam. Recriando alternativas, num estilo perturbador, consomem principalmente informações. Decantando-as e recriando-as com as suas histórias de vida, produzem e, muitas vezes, reproduzem, atitudes e artefatos.

Para os produtores culturais do *hip-hop*, os programas nas rádios comunitárias e emissoras de televisão, os sites, selos de gravadoras independentes, revistas e fanzines representam uma estratégia que esperam que garanta não só a visibilidade pública, no sentido de afirmar uma imagem diversa da estigmatizada pelos meios, mas também um relativo controle do seu trabalho, ou seja, do sentido e significado da produção que realizam.

Outros aspectos, oriundos do estudo de caso, em especial da observação do processo videográfico⁴¹ e de suas conexões com os artefatos da cultura de rua – o grafite, o *break*, o *rap* e a construção musical – sugerem um reconhecimento e apropriação, por parte dos *hip-hoppers*, do que se denomina de uma *linguagem de vídeo*⁴². Machado especifica o universo do vídeo “... *por uma essencial heterogeneidade*”⁴³. Um dispositivo digital com uma linguagem que se assemelha em diversos aspectos de sua composição, com o próprio universo das culturas emergentes, em especial, no estudo de caso, com o *hip-hop*.

Essas possíveis similitudes esboçam algumas pistas de conexões entre aspectos de uma estética midiática contemporânea e a cultura de rua, o *hip-hop*. Parece que as expressões da juventude *hip-hop* mantêm um diálogo e/ou oferecem subsídios éticos e estéticos às novas formas de habitar os novos tempos. Outro exemplo aparece no uso do *sampler* nas produções

⁴⁰ Tricia ROSE, “Um estilo que ninguém segura: política, estilo e a cidade pós-industrial no Hip-hop”. In: HERSCHMANN, Micael (org.). Abalando os anos 90: Funk e Hip-hop – Globalização, Violência e Estilo Cultural. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. p. 212.

⁴¹ Mais detalhes nos capítulos: “Os *Hip-Hoppers* e a Criação e Produção Videográfica” (p. 70 - 105) e “Algumas Pistas no Processo de Produção Videográfica” (p.160- 167). Dissertação. Deisimer GORCZEWSKI. Op. cit.

⁴² Arlindo MACHADO. “O vídeo e sua linguagem”. In: Revista USP. Nº 16 - Dossiê Palavra/Imagem. São Paulo: Ed. da USP, 1992/1993.

⁴³ Arlindo MACHADO. Máquina e Imaginário: O Desafio das Poéticas Tecnológicas. 2 ed. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo. 1996. p. 46

musicais. Para Marshall Bermann, o *rap* pode vir a se tornar uma referência musical do futuro, ou seja, existem algumas bases que fazem esse pesquisador acreditar na prosperidade desse caminho. Um deles é a utilização do “*sample*”, que em suas palavras:

... tornou possível colocar quase qualquer tipo de música que tenha sido produzida como pano de fundo (...) Se você sintonizar em uma estação de rap, é possível ouvir de tudo; você pode ouvir canto gregoriano e até Beethoven como contexto para um rap. Eu acho que isso parece bastante promissor (...) os franceses já estão começando a fazê-lo, e há vários grupos de rap franceses agora. Estão explorando o “sample” para criar colagens fascinantes.⁴⁴

Além desses aspectos estéticos, o *hip-hop* vem sugerindo importantes contribuições no campo da ética. Indicando condutas competitivas, a cultura de rua traz em si também as contradições que a geraram, ou seja, as condutas de não-aceitação do outro como um legítimo outro. Os *hip-hoppers*, ao explicitarem seus modos de conceber o ‘outro’, sinalizam as dificuldades em lidar com as diferenças, reproduzindo as práticas dicotômicas, resistentes e paralizantes do nosso viver em sociedade. No entanto, parece que justamente esse modo de conviver com os extremos, ou seja, as relações entre brancos e pretos, homens e mulheres, ricos e pobres, da periferia ou do centro, mocinhos e bandidos, fornece subsídios e evoca debates e reflexões que, de certo modo, indicam uma disposição ao caminho do intermediário.

Ao demarcar essas polaridades e, ao mesmo tempo, denunciar os estigmas sociais, os preconceitos e os padrões estéticos midiáticos, oferecem elementos que sugerem ‘frestas’ para um possível contato-contágio, ou melhor, o diálogo com as diferenças, na afirmação de si como legítimo diante do outro.

Na temática do “social”, ou seja, a preocupação dos *hip-hoppers*, não só gaúchos, mas de todo o Brasil, com as condições de pobreza, discriminação e violência que sofrem os moradores da periferia, resgato o conceito de “atitude” na cultura *hip-hop*. A ênfase do *hip-hop* constrói-se na *atitude* dos seus integrantes. A preocupação com o *social*, inclusive, aponta esse como um possível candidato ao lugar do *quinto elemento*. Nas palavras de Sueli Chan⁴⁵:

⁴⁴ CAVALCANTE, Berenice; STARLING, Heloisa e EISENBERG, José. “Rap: o canto a beira do precipício”. Entrevista a BERMANN, Marshall. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 14/10/2001. Caderno Mais, p. 9.

⁴⁵ Iniciou seus trabalhos no *hip-hop* através do MNE - Movimento Negro Unificado - e foi assessora da Juventude na Prefeitura de Santo André/SP, administração pública que apóia a cultura *Hip-Hop*.



“A fusão dos quatro elementos gera um quinto, que é a consciência voltada para o resgate de valores e reintegração à sociedade”.⁴⁶

Trata-se de uma cultura de rua que vem se desenvolvendo como um dispositivo de uma rede híbrida de comunicação que se movimenta, fazendo circular a informação, abrindo novas linhas de possibilidades, investindo na autonomia das comunidades e, ao mesmo tempo, vem estabelecendo importantes alianças com setores da cultura e da política regional e nacional nesse frágil, desigual e violento tecido social.

Bibliografia

ABRAMO, Helena Wendel. Cenas Juvenis – Punks e Darks no Espetáculo Urbano. São Paulo: Scritta, 1994.

DIÓGENES, Glória. Cartografias da Cultura da Violência: gangues, galeras e o movimento Hip Hop. São Paulo: Annablume, Fortaleza: Secretaria da Cultura e Desporto, 1998.

_____. “Rebeldia Urbana: Tramas de Exclusão e Violência Juvenil”. In: HERSCHMANN, Micael. O Funk e o hip-hop invadem a cena. RJ: Ed. da UFRJ, 2000.

_____. (org.). Abalando os anos 90: Funk e hip-hop – Globalização, Violência e Estilo Cultural. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

GORCZEWSKI, Deisimer, O hip-hop e a (In)visibilidade no cenário midiático. Dissertação de Mestrado: Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. UNISINOS. 2002. p. 202. Acompanha a Dissertação o “ Caderno das Conversações”. p. 105.

GUATTARI, Félix . ROLNIK, Suely. Micropolítica Cartografias do Desejo, 4 ed., Vozes, Petrópolis, 1996.

LIMA, Venício A. de. Mídia – Teoria e Política, São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2001.

MACHADO, Arlindo. “O vídeo e sua linguagem”. In: Revista USP. Nº 16 - Dossiê Palavras/Imagem. São Paulo: Ed. da USP, 1992/1993.

_____. Máquina e Imaginário: O Desafio das Poéticas Tecnológicas. 2 ed. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo. 1996.

MATURANA, Humberto. A Ontologia da Realidade. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 1999.

⁴⁶ Rodrigo MENDES. Revista RAP Brasil, Ano I, nº 5, p. s/n.



- OLIVEIRA, Carmen Silveira. Sobrevivendo no inferno: A Violência Juvenil na Contemporaneidade. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- ROCHA, Janaina; DOMENICH, Mirella e CASSEANO, Patrícia. hip-hop – A Periferia Grita. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.
- ROSE, Trícia. “Um estilo que ninguém segura: política, estilo e a cidade pós-industrial no hip-hop”. In: HERSCHMANN, Micael (org.). Abalando os anos 90: Funk e hip-hop – Globalização, Violência e Estilo Cultural. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- SODRÉ, Muniz “Reinventando a Cultura: do Atual ao Virtual”, Cultura, Comunicação e Movimentos Sociais, CELACC-ECA/USP, São Paulo.
- TAILLE, Yves de La, “Violência: falta de limites ou valor? Uma análise psicológica”, In: Helena Wendel ABRAMO, Marília Pontes SPOSITO e Maria Virginia FREITAS (orgs.), Juventude em Debate. São Paulo: Cortez, 2000.
- WATTS, Harris On Câmera, 4 ed., São Paulo, Summus, 1990.