

## Mídia e movimento hip-hop: uma relação pautada por tensões e conflitos

Camila da Silva Marques<sup>1</sup>, Rosane Rosa<sup>2</sup>

### Resumo

Buscamos refletir sobre tensões que envolvem a relação entre mídia hegemônica e cultura hip-hop, em uma perspectiva de movimento social que denuncia, através da música, opressões e injustiças sociais existentes nos guetos urbanos. Teoricamente, apoiar-nos-emos em Alain Touraine, que também serve de base metodológica para a análise empírica no momento das entrevistas. Concluimos que, apesar de existirem correntes relativamente divergentes dentro do próprio movimento, a relação com a mídia, mesmo que conturbada e não consensual, acaba ocorrendo como forma de potencializar um discurso de dissenso frente à ordem social estabelecida.

*Palavras-chave:* Hip-hop; Música; Movimento Social; Mídia; Periferia.

### Abstract

We reflect on tensions surrounding the relationship between mainstream media and culture hip-hop, in a perspective of social movement that denounces, through music, oppression and social injustices in urban ghettos. Theoretically, we will assist in Alain Touraine, who also serves as a methodological basis for the empirical analysis-rich at the time of the interviews. We conclude that, although there are relatively divergent currents within the movement itself, the relationship with the media, even though troubled and not consensual, occurring just as a way to leverage a discourse of dissent against the established social order.

*Keywords:* Hip-hop; Music; Social Movements; Media; Suburb.

---

<sup>1</sup> Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria, email: camila.markes@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Professora Dr.<sup>a</sup> do Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria, email:rosanerosar@gmail.com

## Considerações iniciais

Tomamos como ponto de partida para as reflexões pretendidas a cultura urbana hip-hop e seus elementos – o *Dj*<sup>3</sup>, o *MC*<sup>4</sup>, o grafite<sup>5</sup> e o *break*<sup>6</sup> – os quais atuam como força social e cultural capaz de resistir a diferentes formas de opressão do sistema hegemônico, concebendo seus participantes como sujeitos de direitos. Assim, abordaremos, através dos conceitos de Alain Touraine, o hip-hop como movimento social, buscando compreender – a partir de uma manifestação musical vinda da periferia – como se dá a construção da identidade dos jovens participantes dessa cultura urbana como atores sociais.

Objetivamos, primeiramente, refletir sobre como esta cultura urbana artística, musical e periférica constrói um pensamento que se opõe ao discurso interpretativo dominante, analisando os sentidos atribuídos a esse movimento pelos adeptos da cultura hip-hop. Além disso, sentimos a necessidade de uma abordagem que contemple não apenas os conflitos estruturais entre o movimento social hip-hop e seus adversários, mas também os conflitos que ocorrem entre, no mínimo, duas correntes internas do próprio movimento: 1) aquela que acredita que deve ocupar todos os espaços disponíveis e que lhe são de direito (inclusive a mídia comercial); 2) aquela que, pensando em proteger a própria cultura, praticamente se fecha em um comunitarismo e evita contato e exposição que não seja com os seus.

Portanto, o objetivo principal desse artigo é compreender as relações de conflito e as tensões desses sujeitos com o próprio movimento e com a mídia comercial. Além disso, abordaremos os sentidos e as relações existentes entre os jovens e a música hip-hop como uma forma de socialização e de transformação desses indivíduos em atores sociais que intervêm, discursivamente, na realidade em que estão inseridos.

## Cultura hip-hop e juventude

Para que seja possível uma abordagem da cultura hip-hop como movimento social, é fundamental uma reflexão prévia sobre as relações entre a cultura juvenil e

<sup>3</sup> *DJ* é um artista musical que produz uma mistura sonora, se utilizando de aparelhagem própria, e re-criando músicas a partir de outras músicas já gravadas. No hip-hop, o DJ tem importância fundamental nos momentos de apresentações de dança, como o break, e nas batalhas de rimas, onde os *rappers* fazem suas canções encima do ritmo realizado pelo *DJ*.

<sup>4</sup> O *MC* é o mestre de cerimônia dos eventos hip-hop, e geralmente serve como animador, falando diretamente com a platéia e fazendo com que o evento mantenha um certo ritmo e animação. Tendo suas raízes no deejay jamaicano, o *MC*, na música hip-hop, é aquele artista ou cantor que normalmente compõe e canta seu material próprio e original.

<sup>5</sup> Grafite é o nome dado às inscrições feitas em paredes e locais que não são próprios para a recepção de uma pintura, desde o Império Romano. Hoje, associa-se o grafite a uma manifestação artística urbana, derivada das artes plásticas, muito utilizada pelo movimento hip-hop como forma de expressão, onde o artista se utiliza de espaços públicos para criar uma linguagem que interfira na estética da cidade.

<sup>6</sup> *Break* é um estilo de dança de rua, originário do movimento hip-hop, dos Estados Unidos, na década de 70, pós-guerra, onde os negros das periferias do país protestavam contra as mortes e mutilações provocadas pela 2ª Guerra Mundial, através de movimentos de dança de rua que faziam alusão à pessoas com deficiência física, como por exemplo o passo de *break* onde o dançarino rasteja no chão.

as manifestações artísticas e culturais. Assim, a partir das ideias de Abramo (2001), é possível entendermos que a relação entre a juventude e a criação cultural tem sido uma forma significativamente motivadora e mobilizadora para a existência singular e social desses jovens.

As diferentes formas artísticas, em especial a música, têm papel fundante nas culturas juvenis, principalmente a partir da década de 50. Esse momento pós-guerra, quando movimentos contraculturais como os *punks* e os *hippies* surgiram, inaugurou uma estreita relação entre a cultura juvenil e a música, o que foi um fator decisivo de aglutinação e também de mobilização (ABRAMO, 2001). Na visão da autora, do cruzamento entre o eixo do lazer e o da cultura resulta um “campo de experiências” que se caracteriza como um dos fatos mais importantes para a vida dos jovens. Isso porque é nessa esfera que “são construídos espaços fundamentais de sociabilidade, de elaboração de identidades individuais e coletivas” (p.1). Assim, o protagonismo juvenil passa a ter ligação mais forte com experiências livres, criativas, lúdicas e grupais, e ligação mais frágil com espaços mais formais e convencionais, como explica a autora:

*É usual que seja principalmente através dos gostos e escolhas musicais, artísticas, esportivas, que os jovens vão elegendo um “estilo” para si, um modo de ver o mundo e se posicionar nele, e de expressar esse seu posicionamento. Por isso, ao invés de ser um campo propício à alienação, tem se mostrado mais como de motivação, criação e mobilização. É o que tem propiciado o aparecimento do maior número de ações coletivas entre os jovens, e também de articulação, com a formação de grupos, associações, “tribos”, movimentos, tais como o hip-hop, o punk, os skatistas, os grupos de dança, de grafite, de capoeira etc. (ABRAMO, 2001, p.1).*

Na perspectiva da autora, essas singularidades juvenis de estilos, escolhas, apropriações e interações fazem com que os jovens, muitas vezes vistos como alienados, passivos e desorganizados, tendam a se articular e agir coletivamente em torno de atividades artísticas e culturais, tornando estas instâncias importantes e decisivas no processo de formação e comunicação de identidades. Além disso, cada vez mais, significam “polo de referência” para os jovens que ainda não integram esses grupos.

A partir desse cenário, focaremos nossa reflexão na cultura urbana hip-hop na perspectiva de movimento social, ou seja, com um olhar para além de uma manifestação artística musical. Desde o seu surgimento, na década de 60 nos Estados Unidos, o hip-hop, que se origina da música negra americana, funcionava como símbolo de consciência negra e vinha carregado de uma aura conflitiva social muito forte, com características revolucionárias, como explica Dayrell:

*O rap surgiu, nesse período, como mais uma reação da tradição black. Ele surge junto a outras linguagens artísticas, como a das artes plásticas, a do grafite, da dança – o break – e da discotecagem – o DJ. Juntas tornaram-se os pilares da cultura hip-hop, fazendo da rua o espaço privilegiado da*

*expressão cultural dos jovens pobres. O rap, palavra formada pelas iniciais da expressão rhythm and poetry (ritmo e poesia), tem como fonte de produção a apropriação musical, sendo a música composta pela seleção e combinação de partes de faixas já gravadas, a fim de produzir uma nova música. (DAYRELL, 2002, p. 126).*

O rap, como um gênero musical, caracteriza-se, segundo o autor, por conectar “a tradição ancestral africana com a moderna tecnologia, produzindo um discurso de denúncia da injustiça e da opressão a partir do seu enraizamento nos guetos negros urbanos”. (p.126)

A propagação do hip-hop no Brasil ocorreu na década de 70. O gênero surgiu nos “bailes black”, nas periferias das grandes metrópoles, embalado por músicas da corrente *black music* americana, significando uma nova alternativa de lazer. A partir de expressões culturais e artísticas, jovens de segmentos populares, principalmente no caso do hip-hop, passaram a reunirem-se, divertirem-se e sentirem-se pertencentes a uma identidade coletiva. Assim, foram inserindo-se no mercado artístico promovendo transformações sócio-políticas na dinâmica da cultura urbana contemporânea. Esses jovens de periferia passaram da condição de receptores à condição de produtores culturais, com linguagens e estilos criativos e singulares, confirmando a crença de Martín-Barbero de que é possível “diminuir o espaço das exclusões ao se aumentar o número de emissores-criadores no lugar de meros consumidores” (MARTÍN-BARBERO, 2005, p. 69). Desse modo, reafirma-se com o autor a esperança de empoderamento da sociedade civil através do desenvolvimento da competência comunicacional e cultural de jovens-sujeitos inseridos, principalmente, nos espaços populares urbanos.

No caso do movimento hip-hop, é a partir das diversas linguagens e manifestações artístico-culturais que os integrantes residentes nas periferias urbanas buscam ampliar e potencializar suas formas de expressão, e é através destas que visam a uma conscientização e a uma elevação da própria autoestima e identidade. Para viabilizar a recriação da cidadania, a reconstituição da comunidade e a inserção na sociedade, essas pessoas atuam coletivamente, utilizando-se das mídias e dos espaços comunitários. É a partir das associações de bairro e da apropriação de dispositivos midiáticos comunitários como jornal e rádio que esses sujeitos do rap “rompem e reimaginam o sentido da convivência desfazendo e refazendo os rostos e as figuras da identidade” (MARTÍN-BARBERO, 2005, p. 89). Assim, entendemos que um dos objetivos do movimento hip-hop é a busca, primeiramente, de uma proposta de mudança no senso comum, que normalmente associa os jovens pobres à violência e à marginalidade, colocando em pauta também o fato de eles se imporem e quererem ser reconhecidos como produtores culturais. Isso reforça a importância de se entender como esses grupos estabelecem trocas, vivências, sonhos, entretenimento, produção

criativa, reivindicando um modo próprio de ser jovem, sujeito e ator social.

Diante desse cenário, julgamos pertinente questionar: Hip-hop é apenas um estilo musical ou caracteriza-se como um movimento social? A partir dessa reflexão inicial a respeito da relação dos jovens com essa experiência artística e com base no conceito de Touraine (1991), será possível compreendermos e respondermos essa questão.

## Hip-hop - um movimento social

O hip-hop, como um estilo musical que engloba outras vertentes artísticas, como as artes plásticas (grafite), a dança (*break*) e a rima (*MC'S* e *rappers*), pode também ser pensado a partir do conceito de tribo urbana ou subcultura. Porém, por nossa aproximação teórica com as noções de sujeito e ator social, de Touraine, optamos nesse estudo pela utilização da alcunha de movimento social ao hip-hop, pois entendemos que dará conta, com maior profundidade, da compreensão desse fenômeno comunicacional por meio do qual os sujeitos se (re)constroem como atores sociais no interior de uma cultura própria, onde a arte, a pintura, a música, a dança e a rima atuam como formas de denúncia e de resistência a um discurso interpretativo dominante que gera opressão e exclusão.

O entendimento dessa relação dominante-dominado contribui para a compreensão das razões que motivam o surgimento de um movimento social. Segundo Touraine (2009), a principal questão está no fato de um sujeito ser visto pela sociedade como alienado e, por isso, ser humilhado, desrespeitado e despido de direitos, ou seja, “privado desta relação direta consigo mesmo sem a qual nenhum direito tem fundamento sólido.” (2009, p. 147). A partir dessa deslegitimação, é fundamental conhecermos os fatores que constituem e tencionam um movimento social. Touraine (1991) explica que há um lado conflitivo e outro positivo:

*[...] um aspecto conflitivo, que consiste no enfrentamento de um ator com outro ator social. Por exemplo, uma classe social com outra classe social. Um enfrentamento que ocorre no interior de uma relação de poder, de dominação social. Esse é o primeiro aspecto. O segundo é uma orientação positiva em direção a valores centrais da sociedade (TOURAINE, 1991, p. 32).*

Seguindo essa perspectiva, fica evidente que esse tipo de manifestação, de viés artístico e cultural, que se opõe ao sistema dominante visando à problematização e à resolução de conflitos de ordem social e cultural, possa ser pensada sob a ótica de Touraine (2009) e sua noção de movimento social. Na visão do autor, o movimento social pressupõe um conflito entre atores adversários internos e externos ao movimento, mas que possuam em comum as orientações culturais, uma vez que têm diferentes interesses, mas estão inseridos em uma mesma sociedade que comunga valores e costumes.

Ao analisarmos as ações, comportamentos e significados das músicas da cultura hip-hop de maneira a escaparmos de uma possível superficialidade de análise, será esse aporte teórico que mostrará a necessidade de observarmos e buscarmos esse entendimento sem que se deixe de lado a base da existência da cultura hip-hop. Essa base constituiu-se justamente das questões conflitivas culturais e sociais que perpassam a realidade e as relações cotidianas desses sujeitos. Touraine (2009), ao abordar o conceito de sujeito – central em sua obra –, afirma que este tem como caminho a construção de um pensamento que se opõe ao discurso interpretativo dominante. Nesse sentido, a resistência ao poder está apoiada na noção de sujeito. O autor pensa os novos movimentos sociais através de uma sociologia da ação, segundo a qual o sujeito se torna ator social, engajado e consciente. Para ele,

*[...] a ideia de sujeito não é um meio para escapar dos problemas sociais e das lutas políticas; ela é, ao contrário, aquilo que lhe dá vida após um longo período de confusão e enfraquecimento das lutas sociais sempre mais subordinadas às estratégias dos partidos políticos. As novas lutas conservam uma referência aos direitos humanos fundamentais em defesa dos quais hoje também se organizam novos movimentos sociais. (TOURAINÉ, 2009, p. 184).*

Essa sociologia da ação elaborada por Touraine (2009) traz como elemento principal esse caminho de se reconhecer como sujeito de direitos e de reconhecer o sujeito de direitos que está no outro, conferindo-lhe caráter de comprometimento pela dignidade do outro. Assim, seria possível a formação de um ator coletivo, parte fundante, segundo o autor, de um movimento social. Para Touraine, o indivíduo, que necessita de um conflito a ser resolvido e que se rebela contra as condições sociais, é um sujeito contestador, ou seja, é um indivíduo que se constrói como um ator social.

Assim, entendemos que esses jovens do movimento hip-hop, aglutinados em torno de uma cultura artística carregada de significações conflitivas, enquadram-se na noção de atores sociais, pois eles primeiramente se reconhecem como sujeitos de direitos (artísticos, de consumo, de produção, de identidade), reconhecem o sujeito de direitos existente no outro, formam um ator coletivo e buscam a resolução de seus conflitos sociais e culturais, resistindo e/ou negociando com o sistema dominante e formando assim um movimento social capaz de se utilizar da música, das letras, dos ritmos e das danças para a mudança social efetiva. Essa base teórica é que nos permitirá um entendimento das relações dos sujeitos com o movimento, dos sujeitos entre si, dos sujeitos com os produtos midiáticos e dos sujeitos com os bens simbólicos, tratadas de forma empírica no próximo item. Vale destacar que os sujeitos entrevistados para a parte empírica da pesquisa são gaúchos, residentes em Santa Maria e em Porto Alegre – ambas cidades que possuem as maiores cenas do hip-hop do Rio Grande do Sul – estado onde as pesquisadoras residem e onde a pesquisa de campo para o presente artigo foi realizada. Salientamos também que os sujeitos entrevistados foram

escolhidos pelo protagonismo que possuem na cultura hip-hop de ambas as cidades.

## Hip-hop e mídia: conflitos, resistências e negociações

Parece que o hip-hop está na moda. Pelo menos é o que os grandes meios de comunicação de massa dão a entender. Como exemplos, temos as últimas novelas da Rede Globo de Televisão, das 19h e 21h, que traziam personagens e enredos bem próximos a essa cultura urbana, como o grafiteiro Rodinei, de “Cheias de Charme”<sup>7</sup>, e a jovem viciada em *rap* Ágata, de “Avenida Brasil”<sup>8</sup>. Os canais musicais brasileiros, como MTV e Multishow, também têm trazido diversos artistas do *rap* nacional em sua programação. A final do TOP CUFA Brasil, concurso de moda exclusivamente para meninas de comunidades carentes, promovido pela Central Única de Favelas<sup>9</sup>, aconteceu no Programa Global Caldeirão do Huck<sup>10</sup>, e a revista de moda Elle Brasil de outubro de 2012 traz um editorial repleto de looks baseados no hip-hop, intitulado “Hype hip-hop”. Percebemos uma transição feita pela mídia hegemônica em direção a essa que é uma cultura urbana indiscutivelmente contestatória como o hip-hop, obrigando os sujeitos do movimento a lidarem com essa visibilidade antes inexistente.

Tomemos como exemplo o Prêmio de música Brasileira Vídeo Music Brasil, promovido pela MTV Brasil, que ocorre uma vez por ano, desde 1995, e tem o intuito de premiar os melhores videoclipes produzidos no país. A grande surpresa do ano de 2013 foi que todo o VMB voltou-se para o *rap* nacional e toda a programação do evento foi voltada para os artistas brasileiros do hip-hop, como Emicida, Projota, Cone Crew Diretoria e até o Racionais MC’s. Repleto de *dj’s*, *b’boys* e *MC’S* entre as apresentações, a estrutura física do evento também fazia alusão a essa cultura urbana, com rampa para bicicleta e skate e paredes grafitadas no cenário. Até no intervalo comercial, era a imagem de Thaíde<sup>11</sup> que surgia como garoto propaganda do PagSeguro. Elementos

<sup>7</sup> Rodinei era um dos personagens principais da novela, vivido por Jayme Matarazzo. Era grafiteiro e adepto da cultura hip-hop, e participava de um coletivo, chamado Borrvalho Crew. De Izabel Oliveira e Filipe Miguez, a novela foi ao ar de 16 de abril a 28 de setembro de 2012, com grandes índices de audiência.

<sup>8</sup> Ágata era filha dos atores principais da novela (vividos por Murilo Benício e Adriana Esteves), vivida por Ana Karolína. Sofria bastante com a rejeição da mãe e se consolava através de um grupo de dança. De João Emanuel Carneiro, a novela foi ao ar de 26 de março de 2012 a 19 de outubro de 2012.

<sup>9</sup> A Central Única de Favelas (CUFA) é uma organização nacional não governamental que surgiu através do encontro de jovens, em sua maioria de raça negra, militantes do movimento hip-hop de diversas favelas do Brasil, tendo início na cidade do Rio de Janeiro. Como objetivo principal está a busca por um espaço que possibilite a expressão dos traços culturais, reflexões e vontades desses jovens. Fundada por MV Bill em 1998, a CUFA vem funcionando como um polo de produção cultural, buscando formar e informar jovens de comunidades e favelas brasileiras, trabalhando na perspectiva de sua inclusão social, visando assim a uma transformação da concepção hegemônica das favelas, geralmente associada à pobreza, violência e marginalidade. Inaugurou no ano de 2012 o projeto TOP CUFA Brasil - um concurso destinado exclusivamente a mulheres maiores de 18 e com até 22 anos, residentes em favelas e comunidades de todo o território brasileiro -, que, além de ser de um evento de moda, busca na verdade elevar a autoestima das moradoras das comunidades.

<sup>10</sup> A final do Top CUFA Brasil foi realizada no programa Caldeirão do Huck, e foi ao ar no dia 10 de novembro de 2012.

<sup>11</sup> É um dos principais nomes nacionais do movimento hip-hop. Formou a primeira dupla de *Mc’s* do Brasil a ter seu trabalho divulgado em grande escala nas rádios do país, ao lado do *Dj Hum*. Já possui 9 discos lançados e participa da primeira coletânea do *rap* nacional, “Cultura de Rua”, lançado em 1988. Referência forte da cultura hip-hop, também já foi apresentador do Yo! MTV *Raps*, que foi o primeiro e único programa dedicado exclusivamente ao *rap* na TV brasileira.

não faltaram para que pudéssemos realizar uma análise da relação dos telespectadores adeptos do movimento hip-hop que assistiam ao programa, com a mensagem passada pelo canal de televisão MTV Brasil.

Durante o evento, observamos uma discussão interessante na postagem feita por um amigo virtual na rede social Facebook. Ele escreveu o seguinte comentário: “O rap ta na moda hein?” (Toledo, 2013, referindo-se ao VMB). O que se seguiu foi uma discussão interessante que demonstra claramente a divergência de opiniões, já citada anteriormente, entre sujeitos do movimento hip-hop e sua relação com a grande mídia. Alguns afirmavam categoricamente que “o rap sempre teve na moda” (Silva, rapper, 2013), reforçando a identidade e a longa história do hip-hop. Outros defendiam com unhas e dentes a diferença entre o rap que veicula na grande mídia e o rap feito nas ruas, como é o caso de Lopes, grafiteiro Santamariense que também respondeu ao comentário e participou da discussão na rede social Facebook:

*Hardcore moda e rap moda é igual a underground pop. Pra mim não existe isso. Agora, se tu quer falar sobre musica pré-produzida pela mídia, aí é bom rever os termos. O que a mídia me mostra que é rap (Emicida, Projota, Pollo) pra mim não é não cara. E digo mais, dizer que esses lixos aí são esse tipo de música é uma falta de respeito por toda história do estilo e com todas as bandas/grupos de rap que tão por aí. (LOPES, grafiteiro, 2013).*

O que podemos perceber, através dessa discussão, em uma rede social, que reflete a realidade da relação entre hip-hop e mídia, é que hoje há uma divisão bem forte entre os sujeitos do movimento hip-hop que se dizem “true” e entre aqueles que são chamados pejorativamente de *hip-hoppers*, ou seja, aqueles que são produzidos pela indústria cultural com o único intuito de lucrar à custa de uma cultura genuinamente urbana. Essa é uma discussão que não reside longe das discussões dos *punks*, por exemplo, que quando se deparam com algum integrante do movimento entrando no eixo da grande mídia (como o vocalista do Ratos de Porão e apresentador na Rede Record, João Gordo), acusam-no de “traidor do movimento”. Também não reside longe da concepção daquelas bandas *indies* que têm fãs lhes torcendo o nariz assim que suas músicas começam a tocar nas rádios. Porém, com o movimento hip-hop essa questão é um pouco mais delicada, justamente pelo forte discurso contestador que é carregado pela grande maioria desses artistas. Instigadas com a discussão, e já iniciando um mergulho na cultura hip-hop por conta de nossa dissertação, realizamos uma entrevista semiestruturada com o grafiteiro Lopes, no intuito de entendermos um pouco melhor seu ponto de vista a respeito do rap difundido pela grande mídia e do rap que ele considera de raiz.

Lopes explica que essa ideia de que o hip-hop está na moda acaba atrapalhando o real sentido do movimento, que é justamente ser contra-hegemônico. Segundo ele, “Rap hypado não é rap. É igual ao grafite. Grafite que é autorizado não é grafite”. Porém,

afirma que não é totalmente contrário à ideia de o *rap* chegar à grande mídia: “Eu não acho errado a mensagem chegar pra todos. Mas o *rap* é música de ideia, protesto”.

Vemos que o principal ponto que incomoda na relação *rap*-mídia é o fato de que, segundo Lopes, a maioria dos artistas ditos hip-hop que estão na mídia hoje, como Emicida e Projota, são simplesmente “fabricados” pela mídia, confundindo protesto com publicidade.

*Os Racionais MC'S apareceram na MTV hoje, mas eles não fizeram rap moda pra isso. Eles não tocaram a mesma merda que Pollo, Projota e Emicida fazem. Substituir uma música de protesto por música com conteúdo amoroso, só pra vender mais, pra mim é coisa de publicidade. Procura um público alvo, estuda ele e daí tu lança algo só pra ele ser atingido. (LOPES, grafiteiro, 2013).*

Já o *rapper* Santamariense Jaques tem uma visão um pouco diferente dessa relação conturbada com a mídia, defendendo uma postura de liberdade, mas com consciência e responsabilidade pelo lugar de referência que os *rappers* ocupam na formação identitária dos jovens:

*Eu acho que cada um tem o que merece de acordo com seus esforços, faz quem quer, escuta quem quer, nunca sem esquecer que a partir que se tem espaço na mídia e que se está lidando com um público mais jovem é preciso ter a consciência de que se está servindo de referência (JAQUES, rapper, 2013).*

Em entrevista concedida à Revista Santamariense O Viés, os *rappers* Pé, Biscoito e Galo Cinzento, (os dois últimos do grupo Portoalegrense Sintomas Clã), ampliam a discussão entre hip-hop e mídia e esclarecem alguns pontos cruciais dessa relação conturbada, como a possibilidade de um empobrecimento simbólico e cultural. Nas falas de Pé, percebemos certo distanciamento proposital com relação à mídia, como forma de preservação cultural.

*Eu acredito que o meu tipo de trabalho jamais vai ter abertura na mídia comercial, porque a própria tendência da mídia brasileira é o empobrecimento da cultura, da simbologia cultural, a indústria do entretenimento está voltada para um consumo de entretenimento que te faça cada dia menos refletir (PÉ, rapper, 2013).*

Apesar de o *rapper* assinalar essa incompatibilidade com a mídia, é importante destacar que ele flexibiliza e reconhece a relevância para outros artistas, afirmando:

*[...] pra quem consegue eu acho que é válido, e é importante quem conseguir refletir para que isso possa trazer benefícios para o meio, para as comunidades, e não só para ascensão pessoal na cena musical. Não vou falar mal de quem aparece na TV, cada um faz a sua correria. (PÉ, rapper, 2013)*

Ele volta a manifestar consciência sobre o alto preço de sua escolha ao dizer:

*[...] acho que com meu tipo de discurso, jamais vou ser chamado, porque eu acho que, normalmente, quem tem credibilidade para ser formador de opinião é quem se alia ao conceito de posse, porque a mídia está nas mãos de gente de posse, de megacorporações, igrejas, Globo, SBT, etc. É difícil eles darem espaço para ti derrubar ou tirar eles do trono, né? (PÉ, rapper, 2013).*

Ficam evidentes o conhecimento e a consciência que o artista tem das relações de poder que envolvem a economia política dos meios de comunicação no Brasil. Diante desse cenário, ele até admite ter interesse em aparecer na mídia massiva (com a ressalva de que isso só aconteceria se fosse em canais educativos como a rede gaúcha TVE) e, mesmo assim, impõe condições que respeitem seu direito de exercer sua cidadania comunicativa, “com liberdade de falar o que quiser, sem edição, com a preocupação de dar o significado do que falo de forma correta”. (PÉ, rapper, 2013).

O rapper Biscoito, outro entrevistado, manifesta uma postura semelhante no que se refere à visibilidade do hip-hop nos meios de comunicação de massa. Ele defende que tudo depende do intuito do artista, considerando ser possível utilizar o potencial midiático para ampliar o alcance desse discurso libertário a um número cada vez maior de pessoas.

*Então, acho que o som libertário do Pé, o nosso som protestante do Sintomas Clã, ele tem um espaço sim, na mídia, desde que tenha uma massa de adeptos que empurre ele para lá. É o que acontece com o Emicida. Olha o Criolo, ele tem milhares de mensagens implícitas no som dele que dão no meio de tudo que está acontecendo, e ele tá lá. Então vem da forma que tu vai falar. (BISCOITO, rapper, 2013).*

O entrevistado admite que o rap passa por um momento importante de transformação por conta da conquista de um espaço na mídia de massa e afirma: “fico feliz do rap estar na mídia, porque, querendo ou não, é uma vitória do rap”. Apesar disso, deixa transparecer uma relação tensional entre os que estão e os que não estão na mídia, fazendo questão de esclarecer que não foi essa vitória que o levou a cantar.

*Por isso que meu rap não tá na mídia: porque eu me influenciei por outra coisa. Coisa que a nova geração não tá nem aí: a nova geração quer saber do tênis colorido, da vodka, da maconha. Então, é isso: hoje em dia o grupo que tá na mídia é o grupo que massageia o ego, são poucos os que não tão. Mas é possível um som protestante encarar a mídia, protestar, fazer um bolo. (BISCOITO, rapper, 2013).*

Talvez o mais importante dessa tensão ou desse espírito de precaução identificado na fala do artista seja o discernimento de que a revolução social por eles defendida – através de sons contagiantes que denunciam o racismo, o preconceito, e outros problemas sociais – está acima do suposto sucesso de um ou de outro artista.

Em outras palavras, os pertencimentos a esse movimento social e a defesa das causas comuns estão acima da visibilidade midiática e do sucesso pessoal. A identidade coletiva é mais forte que a individual, ao contrário do que ocorre em outros gêneros musicais cujo foco é o sucesso de um cantor, de uma dupla ou de um conjunto, deixando para trás a concorrência que integra o mesmo gênero. Para comprovar a supremacia da revolução das ideias sobre o sucesso pessoal, ele cita o exemplo do MV Bill:

*O próprio MV Bill é uma prova disso, ele faz um som que retrata um sentimento, ele vai lá e canta, fala de amor, mas ele fala vários bagulhos, quando ele cantou Falcão, eu achei do caralho. [...]ele conquistou o espaço dele na mídia, e assim que ele conquistou o espaço dele, ele conseguiu implantar as ideias dele pra fazer a revolução. Ele faz um professor na Malbação que, se for olhar as tomadas que ele faz, trazem uma crítica social, o racismo, o preconceito, ou que o negro pode dar aula num colégio de playboy.” (BISCOITO, rapper, 2013).*

Na fala do artista, fica clara a vontade desses sujeitos de terem seu trabalho veiculado em uma grande mídia, mas eles entendem que, pelo fato de seus discursos serem contestadores, esse espaço dificilmente lhes será concedido. Galo Cinzento considera que a mídia apenas dará visibilidade para os estilos que a ela convier, e o caso das letras contestadoras de seu grupo e da maioria dos grupos de hip-hop não se enquadra nesse perfil de interesse, pois “a mídia nunca vai apoiar o protesto. O governo nunca vai apoiar quem fala mal dele. [...] Eu já vejo a parada como dizia aquela frase: a Revolução não será televisionada.” (GALO CINZENTO, rapper, 2013). Porém, quando indagado sobre a ascensão que o estilo hip-hop tem tido na mídia nacional nos últimos anos, Galo Cinzento faz uma distinção entre o que ele identifica como hip-hop de protesto e o hip-hop comercial. Apesar de julgar importante a visibilidade que a cultura hip-hop vem ganhando, esclarece que o estilo que está em voga não é o mesmo que o seu grupo faz. É nas palavras do rapper Biscoito que essa divisão entre estilos dentro de um único movimento como o hip-hop fica mais clara:

*[...] por muito tempo não teve isso, essa inserção. Por muito tempo, o maior grupo de rap do Brasil era o Racionais. Racionais não apareciam em lugar nenhum, eram anti-mídia. Nunca iam tocar, não iam tocar, então, o que acontece: uma geração foi influenciada por eles. (BISCOITO, rapper, 2013).*

Biscoito, inclusive, coloca o hip-hop que está na mídia hoje como um estilo que traz mais benefício para a mídia do que para o público. Segundo ele, “hoje, a geração é influenciada pelo rap que tá na mídia. E o que acontece: todo mundo que está na mídia, de alguma forma, massageia o ego das pessoas, vende e dá lucro para a mídia.” E é justamente baseado no fator lucro que, ao contrário de Galo Cinzento, Biscoito vê a relação entre mídia e hip-hop não como utópica, e sim como negociável. De acordo com ele:

*[...] se tu faz um protesto, “a fu”, tem uma boa mídia e o teu som estoura, a mídia vai querer te explorar. Então, eu acho isso: quando tu faz sucesso - e sucesso, eu digo, por exemplo, 3 milhões de acessos no youtube -, não importa o que tu estás falando, a mídia vai te levar para lá.” (BISCOITO, rapper, 2013).*

Vemos, em comum, no discurso dos sujeitos que integram a presente pesquisa, a noção da existência de uma relação entre dominante e opositor/negociador no que se refere à mídia e ao movimento hip-hop. Um exemplo disto pôde ser identificado no mesmo VMB de 2012. Em uma brincadeira irônica, um dos apresentadores do programa faz o seguinte comentário: “Gente, segurem seus bonés porque o pessoal do Cone Crew Diretoria tá na área”. O mal estar causado ficou evidente quando, logo após essa declaração, os vencedores do prêmio de melhor videoclipe do ano, os integrantes da banda Racionais MC’S, subiram ao palco para receber o troféu e não proferiram uma palavra sequer de agradecimento.

Já os *rappers* Emicida e Criolo, ao subirem ao palco da premiação, que era transmitida ao vivo, aproveitaram o espaço em um grande veículo de comunicação e, ao invés de agradecerem o troféu recebido, pediram, em tom de protesto, para que as autoridades brasileiras deixassem a apatia de lado e fizessem algo para solucionar o problema dos incêndios criminosos que ocorreram no final de 2012 em favelas de São Paulo<sup>12</sup>.

Percebemos, no episódio acima, por um lado o discurso do apresentador, reforçando a representação social que predomina na grande mídia de que os sujeitos da periferia não são confiáveis, mas, por outro lado, a reação de sujeitos integrantes do movimento que, de forma opositiva, protestaram com o silêncio em lugar de agradecimento pelo prêmio. Já os segundos premiados optaram por protestar exigindo solução para um problema social ignorado pelo governo e pela mídia.

Essa ocorrência nos leva a pensar que a tensão entre movimento hip-hop e mídia é muito mais complexa e paradoxal do que o senso comum possa imaginar. Daí a importância de se problematizar essa relação, que está longe de ser afinada, mas, ainda assim, gera ritmos e canções que passeiam entre a inclusão/visibilidade e a negociação/ (re)apropriação por parte desses atores sociais.

---

<sup>12</sup> Somente em 2012, quase 40 incêndios atingiram favelas em São Paulo, onde os governos do PSDB e do PT, nas esferas municipal e federal, acabaram não dando a ênfase investigativa que os sujeitos moradores dessas favelas esperavam. Isso gerou certo burburinho, principalmente nas mídias alternativas, como na internet, meio pelo qual alguns sujeitos adeptos de movimentos sociais faziam entender que o que estava ocorrendo era uma omissão por parte dos governantes e da mídia de massa, que estariam fechando os olhos para os mais pobres ao ignorar o sofrimento dessas famílias.

## Considerações finais

Nas reflexões desenvolvidas visando a entender melhor a relação entre um movimento social, como o hip-hop, e a mídia de massa, foi fundamental a aproximação com o método da Intervenção Sociológica de Touraine, elaborado pelo autor em sua obra *Producción de la société*, de 1973. Para ele, quando temos o intuito de analisar as significações de um movimento social, devemos levar em conta três aspectos fundamentais: 1) a identidade (definição do ator por ele mesmo); 2) a oposição (adversário identificado pelo ator) e 3) a totalidade (participação do ator na ação histórica). Esses princípios nortearam a reflexão teórica e a análise e interpretação dos dados obtidos na pesquisa empírica através das falas dos sujeitos. Nessa discussão, contemplamos a questão da música e da arte de forma a perpassar todo o contexto que está por trás dessas práticas simbólicas, como a inclusão, o conflito e as negociações que envolvem o movimento hip-hop.

Assim, os três elementos derivados dos princípios de Touraine – 1) o ator e a sua maneira de inserir-se e apresentar-se no mundo; 2) o adversário e tudo o que está em jogo no conflito; e 3) suas interações, negociações e identidades – possibilitaram problematizar o processo de consumo/produção/divulgação simbólica de música, avaliando-o como uma forma de pertencimento, afirmação, resistência, protagonismo e reconhecimento de uma cultura urbana periférica. As manifestações artísticas musicais possibilitaram deflagrar um processo gradativo de transformação individual e coletiva. Trata-se de uma atuação singular de sujeitos políticos em uma realidade de oposição e negociação.

Portanto, na relação entre mídia e movimento hip-hop, fica evidente o poder dominante dos grandes meios, mas também a possibilidade de negociação para o seu uso, a fim de potencializar a divulgação das ideias defendidas pelo movimento. Mesmo existindo duas vertentes divergentes dentro do próprio movimento, a relação com a mídia acaba ocorrendo, ainda que de forma conturbada. Contudo, essa relação nunca é passiva, e sim estabelecida por negociações e (re)apropriações feitas pelos sujeitos engajados no movimento e com sua competência comunicacional.

## Referências

ABRAMO, Helena Wendel. *Cenas Juvenis: punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo: ANPOCS/Scritta, 1994.

ABRAMO, Helena Wendel. *Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil*. Revista Brasileira de Educação, n. 5-6, p. 25-36, 1997. Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/pdf/rbedu/n05-06/n05-06a04.pdf>. Acesso em: 14 set. 2012.

ABRAMO, Helena Wendel. *Juventude e cultura*. Revista Dito e Feito. São Paulo, n. 4, 2001. Disponível em <<http://www.slideshare.net/BeneditoGomesRodrigues/juventude-e-cultura-helena-abramo>>. Acesso em: 14 set. 2012.

BISCOITO. *Hip-hop, celebração e resistência: entrevista com Front Liberdade e Rima e Sintomas Clã*. O Viés, 21 de julho de 2013. Entrevista concedida à Revista O Viés.

DAYRELL, Juarez. *O rap e o funk na socialização da juventude*. Revista Educação e Pesquisa. São Paulo, v.28, n.1, p. 117-136, jan./jun., 2002, Universidade Federal de Minas Gerais.

GALO CINZENTO. *Hip-hop, celebração e resistência: entrevista com Front Liberdade e Rima e Sintomas Clã*. O Viés, 21 de julho de 2013. Entrevista concedida à Revista O Viés.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades de mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

JAQUES, Cauê. *Entrevista concedida pelo rapper Jaques*. [31 jan. 2013]. Santa Maria, 2013. Entrevista semiestruturada realizada em tempo real via internet. Entrevista concedida ao projeto Mídia e Movimento Hip-hop: uma relação pautada por tensões e conflitos.

LOPES, Daniel. *Entrevista concedida pelo grafiteiro Lopes*. [20 jan. 2013]. Santa Maria, 2013. Entrevista semiestruturada realizada em tempo real via internet. Entrevista concedida ao projeto Mídia e Movimento Hip-hop: uma relação pautada por tensões e conflitos.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Globalização comunicacional e transformação cultural*. In: MORAES, Denis de. Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. São Paulo: Record, 2005.

MENESES, Maria Paula; SANTOS, Boaventura de Sousa (Org.) *Epistemologias do sul*. São Paulo: Cortez, 2010.

PÉ. *Hip-hop, celebração e resistência: entrevista com Front Liberdade e Rima e Sintomas Clã*. O Viés, 21 de julho de 2013. Entrevista concedida à Revista O Viés.

TOURAINÉ, Alain. *Iguais e diferentes: poderemos viver juntos?* Petrópolis: Vozes, 2009.

\_\_\_\_\_. *Os movimentos sociais*. In: FORACCHI, M. M.; MARTINS, J. de S. *Sociologia e sociedade*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 1973.

\_\_\_\_\_. *Pensar outramente: o discurso interpretativo dominante*. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.