

A EXPERIÊNCIA MASS MEDIÁTICA NO MOVIMENTO HIP-HOP: MÚSICA E VIOLENCIA NO COTIDIANO DA JUVENTUDE BRASILEIRA

Gustavo Souza
gustavo03@uol.com.br
Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ)

Resumo

Este artigo analisa as influências dos meios de comunicação de massa e da indústria cultural no âmbito das culturas juvenis, concentrando-se no movimento hip-hop. Para isso, observaremos como os meios interferem nas preferências artísticas, de forma que o hip-hop acaba se tornando um agente diferenciador tanto para os jovens da periferia, quanto para os da classe média. Essa difusão da cultura rap para além dos bairros periféricos está ligada ainda à presença constante da temática da violência urbana nos *mass media*, contribuindo para a moldagem dos estilos de vida da juventude dos grandes centros urbanos.

Palavras-chave: movimento hip-hop, indústria cultural, violência urbana.

Abstract: This article analyses the influence of the mass communication media and of the cultural industry focusing on the hip-hop movement in the teenager world. We will observe how these means interfere in the artistic preferences and in which way they diffuse the hip hop culture beyond the periferic neighborhoods. It is also necessary to observe way how mass media bonds urban violence and hip-hop and consequences this aspect.

Key words: *hip-hop movement, cultural industry, urban violence.*

Introdução

Depois que vi o filme Beat Street, me identifiquei com o grafite. Na época, outras pessoas também se identificaram com pelo menos uma parte do movimento hip-hop, tanto como grafite, como MC, como DJ, como b-boy (Guerreiro, grafiteiro, depoimento em 13 de maio de 2003).

Daí eu vi uma apresentação do Thaíde e DJ Hum no Clube da Criança, em 90 ou 91, na TV Manchete. Eu vi Thaíde cantando um tipo de música e a rapaziada dançando com aquela dança que eu fazia. Foi ai que eu passei a conhecer mais o hip-hop (Zé Brown, vocalista da banda Faces do Subúrbio, depoimento em 15 de maio de 2003).

Comecei escutando rádio no início dos anos 80, eu tinha uns 8 anos. Tinha uns programas de rádio com DJs mixando. Eu sempre fui ligado à música, meu pai

sempre compra muitos discos de jazz, funk, soul (Depoimento do DJ KL Jay, em 31 de maio de 2003).

A interferência dos meios de comunicação de massa na visão de mundo e na formação dos processos identitários dos habitantes das mais diferentes partes do globo tem se intensificado nas últimas décadas. Se nos concentrarmos na América Latina veremos que, a partir dos anos 50, o cinema e a telenovela foram vetores decisivos para a constituição das identidades latino-americanas (cf. Martin-Barbero, 2001). Podemos hoje enfatizar o papel da TV e do rádio, entendidos em seu contexto atual, isto é, com uma ampla programação que possibilita experiências capazes de intervir de modo crucial na moldagem de preferências e de referenciais. Os depoimentos acima vão ao encontro dessa prerrogativa ao nos indicar que uma parte dos que hoje integram o meio do hip-hop teve o primeiro contato com essas representações musicais através dos *media*, que os direcionaram para itinerários até então desconhecidos. Essa nuance nos possibilita enxergar a experiência *mass mediática* para além dos seus efeitos benéficos ou maléficos, conforme defenderiam “integrados” ou “apocalípticos”, respectivamente. Entretanto, a temática não nos permite afirmar categoricamente que os meios massivos são os únicos responsáveis pela difusão dos estilos em questão entre os que se tornaram DJs, rappers, grafiteiros e b-boys.

É provável que os meios de comunicação ainda continuem a proporcionar experiências semelhantes a estas em diferentes campos do saber, da arte, da educação, etc. Porém, como atestaram as pesquisas que permeiam a área da comunicação desde os anos 20, a função integradora não se constitui como um princípio universal dos *mass media*. Hoje eles operam mais como representantes de grupos hegemônicos, do que como estimuladores do senso crítico e de processos criativos. Esses mesmos representantes dos centros mundiais de poder, mais do que nunca, têm apostado nos veículos comunicacionais como um espaço para o lançamento e execução de estratégias pessoais que procuram, também, promover o entrecruzamento dos *media* com a indústria cultural e, neste sentido, utilizar-se da arte para a concretude de tais objetivos pode se tornar particularmente interessante, ainda que valores estéticos e do bom senso sejam comprometidos.

Capital cultural e consumo musical

Ao se debruçar sobre a crítica realizada pela Escola de Frankfurt em relação à indústria cultural, Martin-Barbero observa que a teoria de Horkheimer e Adorno aponta para o

processo de dessublimação da arte, ou seja, um estágio em que ela alcançaria sua autonomia num movimento que a separa da ritualização, tornando-se, portanto, uma mercadoria (cf. Martin-Barbero, 2001). Em outras palavras, a arte ganha valor de troca e se configura como um tipo de pré-confecção feita para atender às necessidades e gostos médios de um público que não tem tempo de questionar o que consome. Cabe ressaltar que a questão não se esgota em afirmar se os produtos da indústria cultural são “bons” ou “maus” (cf. Coelho, Teixeira, 1989). Deve-se notar, todavia, a relação unilateral e onipotente que ela estabelece perante a sociedade, transformando significativamente a dinâmica cultural.

Assim faz-se necessário atentar para o diálogo e para a apropriação dos meios de comunicação, em conjunto com a indústria cultural, dos elementos constituidores do movimento hip-hop. Embora situadas dentro do universo da música eletrônica, as observações da pesquisadora norte-americana Sarah Thornton tornam-se relevantes para entendermos certos aspectos da cultura hip-hop. A autora defende a idéia de que a distinção entre as culturas jovens é, em muitos casos, um fenômeno marcadamente midiático (Thornton, 1996, p. 116). Para chegar a esse dado, toma como referencial os estudos sobre capital cultural (cf. Bourdieu, 1984), adaptando-o ao contexto da cultura club londrina, em que é possível afirmar que “não importa o que você conhece, mas quem você conhece e quem te conhece, também”². (Thornton, 1996, p. 10)

Para Thornton, o circuito “underground” em que surge a música eletrônica denota uma relação de desprezo em relação aos *mass media*. Por ser uma conceituação nebulosa, a autora prefere usar a terminologia para definir a construção de um *ethos* que não se apresenta elitista, mas sim voltado para um determinado grupo de pessoas. Entretanto, a visibilidade de tais grupos se dá a partir da intervenção dos meios de comunicação, pois, segundo a pesquisadora, “eles se apresentam como os principais responsáveis pela profusão desse capital transitório e, mais do que demarcadores simbólicos ou de distinção, os meios operam através de uma série de práticas institucionais necessárias para a criação, a classificação e a distribuição do conhecimento cultural”³. (Thornton, 1996, p. 118).

O *ethos* ao qual Thornton se refere encontra nos meios de comunicação um lugar profícuo para a sua materialização. Nas TVs abertas, a MTV exibe o programa *Yo!* - único da TV brasileira (até a conclusão deste trabalho) - dedicado à exibição de videoclipes de grupos de rap nacionais e estrangeiros. Quando surgiu, era exibido à madrugada. Em seguida, chegou ao horário do sábado, às 19h. Entretanto, a veiculação desse tipo de programa pode suscitar uma espécie de “gueto televisivo”, ou seja, a existência de um programa já voltado

para o rap faz com que nos demais horários poucos se vejam clipes do gênero, com exceção de artistas vinculados às grandes gravadoras como Eminem, Nelly e Snoop Dogg Doggy.

Se a MTV reserva uma parte do seu horário ao rap (mesmo com todas as considerações), outras emissoras se apropriam da força conquistada por esse estilo para lançá-lo ao grande público. Um caso emblemático foi a participação do rapper Xis no reality show *A Casa dos Artistas 2*, exibido pelo SBT. A decisão acendeu a discussão no meio hip-hop e dividiu opiniões. Para alguns, a participação de Xis no programa só se tornou possível devido ao crescimento do hip-hop no país, além do que uma ocasião desta natureza confere mais visibilidade ao movimento. “A presença de Xis em ‘Casa’ ou outro programa não é problema. É diferente ir ao Gugu cantar, mostrar sua mensagem, e ir para participar da banheira”. (Depoimento de Thaíde, em 20 de fevereiro de 2002.). Por outro lado, houve quem considerou a decisão do rapper contraditória; pois, se a cultura hip-hop adota uma postura distante em relação à grande mídia, compactuar com a mesma evidencia uma espécie de “traição”. “Para nós, o verdadeiro rap não está na Casa dos Artistas (...), isso não acrescenta em nada para o rap nacional”. (Mano Brown, do grupo Racionais MC’s, em 31 de maio de 2003).

O debate em torno dessa questão, no entanto, não se resume em julgar a participação do rapper Xis num *reality show* como correta ou indevida. Para além desse âmbito, deve-se perceber que a chegada do hip-hop à grande mídia torna real a possibilidade de mercantilização de seus elementos e é nesta conjuntura que reside a origem das divergências. Integrantes do próprio movimento hip-hop destituem a música do caráter de entidade intocada, para considerá-la um produto, que, para circular nos espaços hegemônicos, não precisa minimizar sua qualidade.

Toda da música tende a ser comercial, porque você não faz música pra tá contemplando. Você faz música pra também veicular na mídia e transformar aquilo ali numa forma de ganhar dinheiro (...). A música é um produto (...) e todo produto é passível de ser consumido, de ser comercializado sim, (...) quem negar isso tá sendo hipócrita (Depoimento de Sérgio Ricardo, membro da ONG Coletivo Éxito d’Rua⁴, em 28 de maio de 2003).

A apropriação transcende o campo televisivo e se expande em direção ao meio musical, confirmando-se em intérpretes que não apresentam ligação alguma com o movimento hip-hop. O álbum lançado por Roberto Carlos, em dezembro de 2002, traz a música *Seres Humanos* cuja base é o rap. A letra tenta se aproximar da temática social ao convocar o

ouvinte a pensar sobre as transformações econômicas e tecnológicas em escala mundial, que interferem na vida de todos os “seres humanos”.

Caso semelhante, mas não de igual paridade ao citado é o de Gabriel, O Pensador. O rapper se situa em uma região dúbia, pois suas composições evidenciam a crítica característica do “rap de raiz”, como também sinalizam para a absorção de pasteurizados elementos da música pop. Além disso, Gabriel sofre críticas por ser branco e de família classe média. Esse último aspecto é visto por muitos como um condicionante que impede a autenticidade na descrição do cotidiano em suas letras, visto que, para os *rappers* ouvidos neste trabalho, é preciso vivenciar (ou pelo menos ter vivenciado) o contexto da periferia para “traduzir” essa realidade de forma fiel.

(...) as pessoas para quem a gente fala tão lá na boca de fumo, na cadeia, nas favelas. Imagina esses caras da classe média falando dessa realidade, isso é tudo coisa que eles ouviram falar da boca de terceiros. Então a música feita por eles é que nem beber tang pensado que é suco de laranja natural (Depoimento de Mano Brown).

Diálogos com a classe média

Embora mantenha uma postura de não compactuar com os meios massivos, diversos grupos e rappers têm conseguindo, ao longo dos anos, projeção nacional. Além dos Racionais MC's – maior destaque do hip-hop nacional -, artistas como Xis, Sabotage, MV Bill, Marcelo D2 conseguiram alcançar os grandes meios e, por extensão, tornarem-se conhecidos perante outras esferas sociais. Isso nos mostra que a escalada do rap da periferia/morro para o centro/asfalto é, também, um fenômeno midiático.

O interesse da classe média por essa vertente musical perpassa por uma série de intersídios, que, direta ou indiretamente, estabelece uma ligação com os *mass media*. São vários os fatores que contribuem para os processos de identificação, entre eles, podemos citar o conjunto de caracteres locais, que estabelecem conexões com outras partes do globo e estabelecem a moldura para as identidades culturais e processos de referenciamento. Neste sentido, por ser o hip-hop uma autêntica representação da cultura urbana, é natural que os jovens moradores de grandes cidades - marcadas pela minimização dos espaços públicos - se identifiquem com o movimento. Em outras palavras, a cultura urbana, cada vez mais vista como um bem simbólico, transita por diversos estratos sociais permitindo aos jovens da classe média absorverem as singularidades do rap e do movimento hip-hop.

Por outro lado, do mesmo modo que esse movimento se constitui como um agente diferenciador para as classes pobres, ele pode também operar neste sentido em direção aos setores mais abastados. O consumo de arquétipos da cultura hip-hop proporciona o distanciamento de padrões estéticos e de comportamento aos quais esses grupos vivenciam. A cultura periférica, ao trazer novos elementos que não integram o universo da classe média e alta, se apresenta como um ponto de partida para trilhar esse caminho em busca da diferenciação. Como não vivenciam o cotidiano da periferia, absorver os valores da atitude hip-hop se torna uma forma de compactuar com essa cultura marginal, que, por essa via, acaba se apresentando como um atrativo, um demarcador diferencial sancionado com a ajuda dos meios.

A propagação da violência urbana nos meios massivos, especialmente através da televisão, já se configura como uma prática habitual na TV brasileira. O atual contexto de segurança, depois de noticiado pelos meios de comunicação, reverbera perante a sociedade com dimensões elastecidas e interfere no cotidiano e nos estilos de vida dos habitantes dos grandes centros. Nessa acepção, tomar o hip-hop como referente mostra-se como uma maneira de associar-se ao “perigo” e, dessa forma, ficar isento à violência, pelo menos no campo imaginário. Ou seja, o hip-hop passa a funcionar como um dispositivo capaz de estabelecer uma igualdade ou paridade com os grupos marginais, que, em tese, tornariam imune às práticas decorrentes da violência urbana aqueles que fazem parte dessa representação. Na prática, sabe-se que o funcionamento se dá de outra forma, revertendo-se até para rappers e b-boys. Basta citar o caso do rapper Sabotage, assassinado em janeiro de 2003, no bairro onde morava, na periferia de São Paulo.

Apesar do espaço já conquistado, o rap ainda é visto por muitos como um estilo musical que difunde a violência, sendo, às vezes, alvo de censura⁵. Não obstante, a maneira “crua” como muitos grupos retratam em suas letras o cotidiano das áreas menos assistidas está passível ao subjetivo campo da interpretação, o que pode levar um juiz de direito ou um próprio fã do rap a considerá-lo “música de ladrão”⁶. O forte tom das letras se justifica pelo fato de que se o rap pretende ser o porta-voz dos setores da margem, essa retratação deve evitar ao máximo modalizações discursivas, como faz o grupo Racionais MC’s. Por outro lado, há os defensores, como o rapper Xis, por exemplo, da elaboração de uma música comprometida com o aspecto social, mas dissociada da tematização da violência e da criminalidade.

Independentemente dos temas, as mensagens presentes nas letras das músicas reforçam a construção de uma cena própria, com discurso próprio, destinado a um público específico. Essa estratégia, porém, não acontece ao acaso. Ela materializa o desejo de ser ouvido, de ser visto. Construir um discurso com tais características sanciona a concretude de uma "narrativização" em que a malha dos excluídos ganha direito de voz, de narrar a sua história e de assim marcar a sua presença perante a sociedade, mesmo que o alcance não seja por completo. Diante da falência múltipla dos poderes governamentais na promoção da cidadania, é justamente o desejo de serem ouvidos que os fazem engendrar esse posicionamento discursivo. Se os organismos estatais não os ouvem, eles criam mecanismos para tal. Dessa forma, a exclusão juvenil invade o palco da cidade e produz enredos diversificados, nos quais a pluralidade e a diversidade da "visitação urbana" se articulam dentro de um mesmo mote: o direito de ser reconhecido como cidadão e consumidor da cidade.

Conclusão

O trânsito de referências artísticas e comportamentais entre os diversos setores da sociedade nos permite enxergar o contexto sociocultural para além da divisão de classes. Desse ponto de vista, é de extrema importância ressaltar o papel que a cultura exerce, deixando de ser uma entidade meramente contemplável, para se tornar uma arena onde operam lutas, diferenças e trocas simbólicas. Ainda vivemos sob a égide do campo econômico, obviamente, mas ele, sozinho, não dá mais conta de explicar certos fenômenos da contemporaneidade. Assim, é possível reafirmar que a divisão de classes apresentada pelo marxismo ortodoxo como um dispositivo para entendermos os procedimentos sociais precisa ser atualizado e, dessa forma, rever posições hegemônicas e o papel do subalterno, como fez Gramsci, torna-se uma tarefa indispensável.

Devemos atentar que essa interação artístico-cultural presente no hip-hop demonstra a capacidade de interferência dos setores da margem na elaboração de modelos e bens culturais. Ao passo que absorvem influências externas, elaboram novos processos de significação, referênciação e identificação, redimensionando não somente padrões estéticos e socioculturais; mas, acima de tudo, o papel e a posição ocupada pelo subalterno na cultura contemporânea.

Referências Bibliográficas

- BOURDIEU, Pierre. *Distinction. A social critique of judgement of taste*. Londres: Routledge & Keagan Paul, 1984.
- COELHO, Teixeira. *O que é industria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- HERSCHMANN, Micael. (org.). *Abalando os anos 90 - funk e hip-hop. Globalização, violência e estilo cultural*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- THORNTON, Sarah. *Club cultures. Music, media and subcultural capital*. Londres: Wesleyan & New England, 1996.

Artigos em periódicos

- "Em 'Casa', Xis recebe críticas de rappers". *Folha de S. Paulo*. São Paulo, 20 de fevereiro de 2002. Ilustrada
- "Us Mano e Xis". *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 4 de junho de 2002. Caderno B.
- "Tá tudo dominado". *Showbizz*, São Paulo, n.3, ano 16, março 2001, p.34.
- ROCHA, Janaína. 2002. "Z'África inova com hip-hop atípico". *Folha de S. Paulo*. São Paulo, 21 de junho. Ilustrada.

² No original: “(...) which stems not so much *what* you know as *who* you know (and who knows you).

³ No original: “they are the main disseminators of these fleeting capitals. They are not simply another symbolic good or indicator of distinction, but the series of a institutional networks essential to the creation, classification and distribution of cultural knowledge”.

⁴ O Éxito d’Rua é uma posse onde DJs, MCs, b-boys e grafiteros desenvolvem trabalhos comunitários ligados à cultura hip-hop. Existe desde 2000 e está localizada no bairro da Bomba do Hemicôrrego, atendendo crianças e adolescentes dessa comunidade e de outros bairros vizinhos.

⁵ Em setembro de 2000, o juiz Maurício Lemos Porto Alves proibiu a veiculação do clipe *Isso aqui é uma guerra*, do grupo paulistano Facção Central, e a comercialização do cd que traz a faixa de mesmo nome por julgá-lo uma apologia ao crime. O clipe *Soldado do Morro*, do rapper carioca MV Bill, também teve sua exibição vetada pelo mesmo motivo, em março de 2001. Também já foi alvo de censura a rapper Nega Gizza. Após a indicação do videoclipe *Prostituta* à premiação Vídeo Music Award, da MTV, a justiça do Rio de Janeiro proibiu a veiculação do clipe por considerá-lo um estimulante à prostituição. Depois desse episódio, passou a ser exibido durante a madrugada. Na letra da música, Nega Gizza canta: "sou puta sim, vou vivendo do meu jeito, prostituta, atacante, vou driblando o preconceito".

⁶ Durante os shows dos Racionais MC's, 30 de maio de 2003, no Recife, ao meu lado, um grupo de rapazes cantava todas as músicas, do começo ao fim, e um deles constantemente gritava: "Aê, ladrão! Isso é música de ladrão!".