

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
CURSO DE PRODUÇÃO EDITORIAL**

Luciana Oliveira Minuzzi

**#FORTALEÇASUACENALOCAL:  
A COMUNICAÇÃO DE RAPPERS E MCs DE SANTA MARIA  
ATRAVÉS DAS MÍDIAS DIGITAIS**

Santa Maria, RS  
2017

**Luciana Oliveira Minuzzi**

**#FORTALEÇASUACENALOCAL:  
A COMUNICAÇÃO DE RAPPERS E MCs DE SANTA MARIA ATRAVÉS DAS  
MÍDIAS DIGITAIS**

Monografia apresentada ao Curso de Produção Editorial, do Departamento de Ciências da Comunicação, do Centro de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito parcial à obtenção do título de **graduada em Produção Editorial**.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sandra Rúbia  
Co-orientadora: Fátima Monireh Rabuske

Santa Maria, RS  
2017

**Luciana Oliveira Minuzzi**

**#FORTALEÇASUACENALOCAL:  
A COMUNICAÇÃO DE RAPPERS E MCs DE SANTA MARIA ATRAVÉS DAS  
MÍDIAS DIGITAIS**

Monografia apresentada ao Curso de Produção Editorial, do Departamento de Ciências da Comunicação, do Centro de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito parcial à obtenção do título de **graduada em Produção Editorial**.

**Aprovado em \_\_\_\_\_ :**

---

**Sandra Rúbia da Silva, Dra. (UFSM)  
(Orientadora)**

---

**Fernando de Figueiredo Balieiro, Dr. (UFSM)**

---

**Liliane Dutra Brignol, Dra. (UFSM)**

Santa Maria, RS  
2017

## **DEDICATÓRIA**

Para Lila e Mimoso.

## AGRADECIMENTOS

Aos meus informantes Wagner Barbosa, Yuri Marques, Letícia Quevedo e Michelle Westphalen, obrigada por darem sua voz e compartilharem suas histórias neste trabalho. Aos tantos rappers, beatmakers, grafiteiros e hip hoppers que me orientaram, dividiram e me fizeram aprender tanto nessa caminhada.

Aos meus professores do curso de Produção Editorial. Em especial, à minha orientadora Sandra Rubia da Silva por acreditar em mim e sempre trazer desafios instigantes. Agradeço também aos professores do curso de Ciências Sociais da UFSM: Francis Moraes de Almeida e Fernando de Figueiredo Balieiro, pela orientação e incentivo.

Aos colegas do Grupo de Pesquisa Consumo e Culturas Digitais pelas trocas e conversas. Em especial, à Alice Pavanello e Thiago Trindade, pela leitura atenta desta monografia. Também à minha coorientadora Fátima Monireh Rabuske pelo carinho e disponibilidade durante todo o processo.

Aos meus amados amigos felinos: Mamá, Crica, Farofa, Feijão, Enzo, Zica, Guri, Miki, Nino e Nina, por deixarem meus dias mais brilhantes e cheios de amor.

À minha mãe Jurema por todo o suporte e aos meus irmãos João Davi e Fabiano.

## **EPIGRAFE**

“É necessário sempre acreditar que o sonho é possível  
Que o céu é o limite e você, truta, é imbatível  
Que o tempo ruim vai passar, é só uma fase  
E o sofrimento alimenta mais a sua coragem”  
Racionais Mc's – A Vida é Desafio

## RESUMO

### **#FORTALEÇASUACENALOCAL: A COMUNICAÇÃO DE RAPPERS E MCs DE SANTA MARIA ATRAVÉS DAS MÍDIAS DIGITAIS**

**AUTORA: Luciana Oliveira Minuzzi**  
**ORIENTADORA: Sandra Rúbia da Silva**

Este projeto analisa como é construída a comunicação digital dos rappers e MCs de Santa Maria. A cultura hip hop na cidade é celebrada em eventos que se articulam de maneira digital e o seu crescimento e importância se traduz no número de seguidores em páginas de rappers, grupos e MCs locais. Através de uma pesquisa de inspiração etnográfica, foi feita uma investigação do quanto as mídias digitais, especialmente as novas mídias conectadas, influenciam na construção desses artistas, sua produção e divulgação musical. Também para se pensar em como isso influencia na sua própria identidade. Foi feita uma revisão bibliográfica com pesquisas no campo de comunicação e ciências sociais. Além disso, foi feita uma observação de campo que se iniciou em agosto de 2016. Ao final desta pesquisa, podemos perceber que, mesmo inseridos em um mesmo gênero musical, em uma mesma cidade, os caminhos percorridos pelos artistas são distintos e seus objetivos com as mídias digitais variam de acordo com sua habilidade e priorização da carreira de rapper e MC na sua trajetória.

Palavras-chave: Rap, Mídias Digitais, Cultura, Etnografia

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES E QUADROS

- FIGURA 01** – Um exemplo de comentário de uma caravana de pessoas da cidade de Ijuí, no Rio Grande do Sul, que compareceram ao show de Djonga, na edição 9 da festa Ghetto. P. 26
- FIGURA 02** – Postagem que exalta a memória do militante, MC e um dos fundadores do Co-Rap, Igor da Rosa Gomes, o Magrão. P. 28
- FIGURA 03** - Divulgação do álbum “Rap Nacional Santamariense”, na semana de aniversário de morte de Magrão. Ressalto o uso da hashtag: #McMagrãoVivePraSempre. P. 28
- FIGURA 04** – A postagem com a homenagem póstuma teve um total de 151 curtidas e 77 compartilhamentos. P. 29
- FIGURA 05** – Postagem feita por um beatmaker em grupo de temática hip hop em Santa Maria. P. 38
- QUADRO 1** – Instrumento de coleta de dados observacionais 1 p. 52
- QUADRO 2** – Instrumento de coleta de dados observacionais 2 P. 53
- QUADRO 3** – Instrumento de coleta de dados observacionais 3 P. 53
- QUADRO 4** – Categorias de avaliação de postagens. P. 55
- FIGURA 06** - Wagner costuma trocar seus sons com artistas de outros estados, postar sons seus e de parceiros. P.59
- FIGURA 07** - Letícia usa a definição de Mc Leti no seu perfil no Instagram. Ela usa o recurso Stories com frequência diária. Entre os seus conteúdos postados, fotos com amigas, namorado, misturam-se com eventos de hip hop e divulgações próprias. P. 60
- FIGURA 08** – Michelle usa apenas seu perfil pessoal no Facebook e não possui página. Suas postagens são de maioria para os amigos e voltadas para as temáticas e vivências que também aborda nas letras das músicas. P. 61
- FIGURA 09** – Postagem de Wagner reverenciando duas figuras de importância no movimento hip hop local: Nei e Magrão. P. 63
- FIGURA 10** – Postagem compartilhada por Michelle que traz uma retomada histórica de Nei D’Ogum. P. 64
- FIGURA 11** – Postagem de BNegão com marcação de amigos no Facebook. Estou entre os marcados da lista. Quando iniciei um contato com ele sobre a pesquisa e falei que tinha interesse no hip hop local, ele passou a me incluir nos amigos marcados das postagens. P. 65
- FIGURA 12** – Yuri tem um perfil de conteúdo aberto para o público e traz conteúdo dos eventos e do programa de rádio o qual participa. P. 66
- FIGURA 13** – Cartaz produzido para a Batalha dos Bombeiros à pedido da entrevistada Letícia. P. 76

## SUMÁRIO

**DEDICATÓRIA p. 3**

**AGRADECIMENTOS p. 4**

**SUMÁRIO p. 5**

**EPÍGRAFE p. 6**

**RESUMO p. 7**

**LISTA DE QUADROS E ILUSTRAÇÕES p. 8**

**SUMÁRIO p. 9**

**INTRODUÇÃO p. 10**

A inspiração etnográfica p. 13

Pesquisas no mesmo ritmo p. 15

**CAPÍTULO 1 – #hiphop #rapnacional #periferia p. 19**

1.1. Disposições sobre a cultura hip hop p. 21

1.1.1. O nascimento de uma cultura: do Bronx ao mundo

1.2. Contexto nacional e local p. 23

1.2.1. Os de lá e os de cá p. 24

1.2.2. Rap na Boca do Monte p. 26

1.2.3. As batalhas p. 32

**CAPÍTULO 2 - #independente #mídia p. 35**

2.1. Mídias digitais como forma de criação: velhos mestres no streaming da atualidade p. 36

2.1.1. As mídias digitais como resgate cultural e histórico p. 36

2.2. Mídias digitais como forma de distribuição e divulgação p. 38

2.2.1. Do underground ao mainstream p. 41

2.3. Construindo a comunicação do hip hop p. 43

2.3.1. O combate à mídia usando as suas próprias armas p. 45

**CAPÍTULO 3 – #comofaz p. 47**

3.1. Metodologia p. 47

3.1.1. Um passo importante: a observação P. 54

3.2. Perfis p. 55

3.3. Abordagem p. 56

**CAPÍTULO 4 – #aruaenois P. 58**

4.1. A criação e as mídias digitais p. 59

4.1.1. A criação de conteúdos em mídias sociais p. 59

4.1.1.1. Eu sou perifa p. 66

4.1.1.2. A rua é nós p. 68

4.2. As mídias e as identidades p. 69

4.2.1. A identidade artista p. 70

4.2.2. “Rap de saia” p. 70

**CONSIDERAÇÕES FINAIS p. 73**

**REFERÊNCIAS p. 75**

**GLOSSÁRIO p. 79**

## INTRODUÇÃO

Talvez você leve uma hora para chegar em casa depois do trabalho. Parte desse tempo é gasta no transporte público. Em dias em que consegue sentar, você pega o seu smartphone, joga algo, conversa com alguém, posta uma *selfie* no Instagram. E se, ao invés disso, você editasse uma foto, incluísse alguma frase de impacto, publicasse na sua página do Facebook em que oferece seus serviços como fotógrafo? Depois disso, respondesse clientes, enviasse seu portfólio online e editasse um álbum de casamento. Um escritório na sua mão.

A tecnologia móvel facilitou a vida em questão de entretenimento e também para o trabalho. Publicando algumas imagens dos seus bolos, uma dona-de-casa pode conquistar sua autonomia e começar um novo negócio. Ao acompanhar estudos como o de Miller et al (2016) percebemos os diferentes usos da mesma mídia social e suas variações de acordo com o país, gênero, educação e outras características do indivíduo. Cada um faz um caminho único através das mídias sociais e tecnologias digitais.

E no caso da arte? Como a tecnologia modifica essa autonomia e comunicação? É totalmente possível, por exemplo, remixar, distribuir e publicar uma música através de um smartphone. As possibilidades oferecidas pelas mídias digitais e sociais aumentaram o campo de atuação dos produtores culturais. É possível eliminar etapas e intermediários para a publicação de um álbum de músicas, por exemplo. O próprio autor pode lançá-lo e vendê-lo online.

Além disso, existem mais possibilidades na cobertura de shows, divulgação de eventos e formação de parcerias. Também é revolucionário para as trocas de músicas entre os consumidores, facilitadas por aplicativos e pela fácil reprodutibilidade do arquivo musical (SHIRKY, 2011). Dentro do grupo dos consumidores de música, incluimos os próprios músicos que têm uma infinidade de referências, batidas e aplicativos para usar como inspiração nas suas composições.

É o que fazem muitos dos participantes da cultura do hip hop. Essa cultura é urbana, nasceu nas ruas da Jamaica, nos anos 60, e ainda é possível ver suas raízes expandindo por aí (SILVA, 2012). Muito dessa expansão se deve às tecnologias digitais, como veremos ao longo deste trabalho. Aqui em Santa Maria, por exemplo. Um dos pilares do hip hop, o rap, é celebrado em festas, batalhas musicais e, também, nas mídias sociais. Alguns dos rappers da cidade possuem, além dos seus perfis pessoais, páginas em mídias sociais como o Facebook com milhares de seguidores. Lá eles postam seus sons, os sons dos parceiros e promovem seus eventos. Também utilizam outras mídias digitais para compor trabalhos, vender e

aprimorar-se.

Sendo assim, este trabalho tem como eixo central de investigação os modos como esses artistas do rap de Santa Maria estão construindo a comunicação com o seu público, parceiros e patrocinadores nas mídias digitais. Para tanto, parti de alguns questionamentos, tais quais: Como esses produtores culturais divulgam seus trabalhos no mundo digital? Os trabalhos são vendidos online? Se são, acreditam que o meio virtual seja uma boa maneira de fortalecer os trabalhos periféricos?

Partindo disso, os objetivos deste trabalho são a compreensão do modo como é feita a comunicação e divulgação dos rappers pelas mídias digitais. Por consequência, observar como o uso dessas mídias digitais afeta o trabalho dos músicos, também como o uso desses veículos online pode impulsioná-lo ou não e até criar um modo de criar uma narrativa alternativa à das mídias tradicionais. Por conseguinte, também, discutir o lugar das mídias sociais na construção da identidade do artista.

A escolha pela cidade de Santa Maria é pelo vasto campo cultural daqui e pela importância de identificar essas culturas periféricas e urbanas. O hip hop é nascido da periferia e conserva sua identidade contestadora e esse é mais um ponto de importância da pesquisa, visto que o terreno cultural da cidade também é vasto nas regiões periféricas e populares.

Como uma moradora nascida e criada por aqui, percebo que o título de “Cidade Cultura”<sup>1</sup> ainda tem sua pertinência visto que obstinados produtores culturais não desistiram de transformar esse lugar em um terreno fértil para eventos, encontros e trocas de artes. Portanto, a escolha do foco em quem produz a cultura, os artistas de fato, é uma forma de valorizar o seu exercício diário de resistência. Considero ao longo do trabalho que esses rappers são mais do que criadores pois trabalham também em um esquema de autor ativo, vendendo a sua arte.

Entender esses contextos nos auxilia a uma melhor comunicação com esse universo tão plural dos artistas do rap. Também pode servir de embasamento para ações da sua comunicação com outros públicos e analisar como esse circuito tem impacto na identidade cultural deles e da própria cidade. Toda essa diversidade e problemática são motivadores para que eu teorize sobre elas e queira mergulhar nesse campo com os olhos de pesquisadora.

Portanto, o trabalho investiga os modos de ação dos rappers e produtores culturais de

---

<sup>1</sup> Atribuído popularmente à cidade, o título de cidade cultura tem relação com o grande número de instituições de ensino na cidade, o que a torna um polo de educação, atraindo pessoas de todos os lugares para estudar. Devido às muitas instituições de ensino, também se formam muitos grupos culturais de arte, dança, teatro, entre outras artes.

Santa Maria através das mídias digitais e a construção de sua comunicação digital. De forma inicial, a revisão bibliográfica foi peça fundamental, pois identifiquei documentos pertinentes ao tema, para possuir uma base de dados satisfatória sobre o tema dentro das áreas de comunicação e sociologia, visto que utilizo referências teóricas para fundamentar questões de identidade e inspiração etnográfica. Passando, em um segundo passo, a aprofundar os conceitos dentro da comunicação. Em um terceiro estágio, a observação *online* e *offline* fez-se pertinente para entender como esses atores culturais divulgam seus trabalhos e como se relacionam com as pessoas que os consomem.

Para tanto, no primeiro capítulo, trago o contexto do hip hop e seu afluente rap na cidade, o contexto urbano e suas interações comunicacionais. Em um segundo capítulo, discorro sobre as mídias digitais e a produção cultural. Em um capítulo analítico, reflito sobre as entrevistas realizadas com quatro rappers escolhidos para o trabalho. Sendo eles:

- BNegão Voz da Periferia (Wagner Barbosa da Rosa) - membro do Coletivo de Resistência Artística Periférica (Co-Rap), com grande fluxo de postagens na mídia social Facebook<sup>2</sup>, em que se denomina como porta-voz da periferia;
- MC Leti (Letícia Quevedo), também possui página<sup>3</sup> e suas letras têm temática feminista;
- West Mika (Michelle Westphalen) – possui perfil pessoal no Facebook, perfil no Instagram<sup>4</sup>. Ela também traz conteúdos feministas e contra gordofobia e lgbtqfobia. Ao contrário dos outros participantes, ela não possui página própria no Facebook.
- E, por fim, Marq\$ (Yuri Marques) apresentador do programa Bambataa sobre rap na Rádio Universidade e promotor de eventos como a Batalha do Ita e a festa Black Flow, que tem perfil pessoal<sup>5</sup>, página<sup>6</sup> própria e o perfil do programa no Facebook, além de administrar outras páginas relativas ao hip hop e ser um usuário regular do Instagram<sup>7</sup>.

Os perfis detalhados constam no capítulo analítico (capítulo quatro) e a justificativa

---

<sup>2</sup> Pezadelo Sonoro Voz da Periferia <<https://www.facebook.com/bnegaobeatbox.showman?fref=ts>>. Acesso em 9 abr. 2017.

<sup>3</sup> MC Leti. <[https://www.facebook.com/mcleti/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/mcleti/?ref=br_rs)>. Acesso em 9 abr. 2017.

<sup>4</sup> Mikaawest. Disponível em: <<https://www.instagram.com/mikaawest/?hl=pt-br>>. Acesso em 29 out. 2017.

<sup>5</sup> Yuri Marques.

<<https://www.facebook.com/yuri.marques.332?st=1658904785%3A100001952312301%3A1491691503>>. Acesso em 9 abr. 2017.

<sup>6</sup> Marq\$. Disponível em: <<https://www.facebook.com/MarqsYuri/>>. Acesso em 29 out. 2017.

<sup>7</sup> marq2yuri. Disponível em: <<https://www.instagram.com/marq2yuri/?hl=pt-br>>. Acesso em 29 out. 2017.

das escolhas dos informantes estão no capítulo três que trata sobre a metodologia empregada nesta pesquisa.

Por fim, com os dados e o trabalho de campo, parti para a análise do material recolhido, com a base teórica fundamentada anteriormente. Busquei nos relatos e na observação os aspectos identitários dos grupos e tentarei compreender as suas motivações para o trajeto que percorrem. Como parte final, propus algumas definições sobre o resultado desse exercício de inspiração etnográfica.

### **A inspiração etnográfica**

A metodologia para responder esta problemática é de pesquisa qualitativa de inspiração etnográfica, ou seja, um exercício de interpretação das práticas sociais desses indivíduos. Utilizei a metodologia etnográfica baseados em textos como de Mariza Peirano (2014), que questiona a etnografia como método fechado. A autora acredita que cada antropólogo e pesquisador repensa a etnografia ao utilizá-la. “A antropologia é resultado de uma permanente recombinação intelectual” (PEIRANO, 2014, p. 381). Para refletir sobre e ponderar sobre os desafios da pesquisa, utilizei as considerações de Claudia Fonseca (2006) sobre o fazer etnográfico e o termo controverso “classes” para a Antropologia.

Para isso, produzi um pré-roteiro com tópicos comuns a todos os entrevistados. Esse roteiro leva em conta o contexto geral dos rappers da cidade e questiona a sua rotina de produção e de divulgação online. Em um segundo momento, a entrevista focará nas consequências do posicionamento destes entrevistados online e offline, ou seja, como o que eles fazem nas mídias sociais reflete na sua identidade e no seu modo de agir em eventos de rap. Uma terceira etapa se aprofunda nas particularidades de cada perfil, de acordo com suas diferenças e questões que surgiram ao longo das primeiras fases. Essa etapa é importante para a promoção de um comparativo entre as técnicas de comunicação para a elaboração das conclusões finais.

Além das entrevistas, promovo uma análise concomitante *online* dos perfis e páginas e também *offline* dos acontecimentos nos eventos próprios do rap local. Esse é um passo indispensável para avaliar as intersecções e conexões entre eles e até mesmo o que os entrevistados acabam esquecendo de comentar ou que pode não parecer relevante para eles, mas tem importância para a pesquisa, o que acontece, segundo Hine (2015) pela Internet estar incorporada, corporificada e cotidiana. Também estarei atenta à reapropriação de estratégias de divulgação de algumas iniciativas que promovem o rap e perfis de rappers com

abrangência nacional para observar se os métodos utilizados pelos rappers locais se assemelham ao utilizado nesse tipo de mídia.

A necessidade do comparativo, mesmo que como um segundo plano da pesquisa, surgiu do questionamento quanto ao conteúdo dos rappers locais. Eles estão engajados com o panorama nacional? Eles enviam seus materiais para essas páginas divulgarem? Eles compartilham notícias dessas páginas ou mesmo se inspiram nelas para fazer o mesmo? Essas questões fazem parte do roteiro de perguntas feitas para os entrevistados. As páginas escolhidas foram baseadas em um número de curtidores superior a mil, pois isso demonstra alguma relevância e um público consistente, e que houvesse ao menos um dos entrevistados como curtidor.

Portanto, utilizo as páginas Portal Rap Nacional<sup>8</sup>, com quase 100 mil curtidas e que atua desde o ano 2000; Rap Feminino<sup>9</sup>, focado na divulgação de mulheres rappers e com quase 12 mil curtidas; Portal Rap Gaúcho, voltado para o que é produzido aqui no Rio Grande do Sul, com cerca de 1400 curtidas; Rap Box<sup>10</sup>, página da Casa1 Produtora que lança vários artistas e cria conteúdo de entrevistas com rappers nacionais, com mais de 160 mil curtidas. Acredito que a observação dessas páginas e comparação com as páginas e perfis pessoais dos nossos rappers proporcionou um panorama de como o cenário nacional influencia o local.

Esse trabalho de observação iniciou em 2016 com a elaboração de um artigo<sup>11</sup> sobre um coletivo de artistas periféricos da cidade, o Ateliê Casa 9. O ateliê tem afinidade com outros grupos engajados na cultura local da cidade como o Coletivo de Resistência Artística Periférica (Co-Rap). Por isso, na época, passei a manter contato com membros da cena do hip hop da cidade e acompanhar seu trabalho nos meios *online* e *offline*.

Assim, pude selecionar os entrevistados para este trabalho baseada em sua movimentação nos meios digitais e sua participação na construção do hip hop local. Após a seleção dos membros para as entrevistas, acompanhei com mais afinco as suas páginas de trabalho e perfis pessoais no Facebook, bem como os perfis em outras mídias sociais como Instagram a partir de abril de 2017. Nesse momento, passei a catalogar postagens de relevância para o trabalho, seja dos entrevistados ou do universo que os cerca. O convite para a pesquisa aconteceu de forma presencial em ocasiões de eventos e na gravação de um dos programas de rádio do entrevistado Yuri. No entanto, já havia estabelecido contato com os

---

<sup>8</sup> Portal Rap Nacional. Disponível em: <[https://www.facebook.com/rapnacional/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/rapnacional/?ref=br_rs)> . Acesso em 18 abr. 2017.

<sup>9</sup> Rap Feminino. Disponível em: <<https://www.facebook.com/RapFemininoBR/>>. Acesso em 19 abr. 2017.

<sup>10</sup> Rap Box. Disponível em: <<https://www.facebook.com/rapboxoficial/>> . Acesso em 19 abr. 2017.

<sup>11</sup> MINUZZI, Luciana. Ateliê Casa 9 – Laboratório de Arte-Gestão: Trajetórias, fluxos e circuitos de jovens do centro para a periferia. Santa Maria, dezembro de 2016.

entrevistados em outras ocasiões nas observações de campo e eles sabiam do meu interesse e da pesquisa em desenvolvimento.

### **Pesquisas no mesmo ritmo**

A presença de uma cultura como o rap, majoritariamente e intrinsecamente periférica, como objeto de estudo me levou a algumas questões as quais articulei com autores como Fonseca (2006). A uma primeira vista, imaginei que o hip hop não fosse um tema de grande interesse da academia, mas, em uma busca rápida em portais como Google Acadêmico<sup>12</sup> pelo termo encontrei aproximadamente 210 mil resultados em português. Foi preciso um olhar mais crítico para avaliar em que estas discussões estão centradas.

Retomei o olhar de Fonseca (2006) para essa avaliação. A autora traz, entre outras questões, o alerta de cuidado para a associação que as análises etnográficas em geral, na atualidade, fazem ao estabelecer ligação entre camadas de baixa renda e assuntos problemáticos, e, ao mesmo tempo, preocupação em oferecer um salvamento e transformação para os mesmos. Ou ainda, modificar e romantizar a história do grupo estudado a fim de interagir como transformador de suas realidades.

Fonseca (2006) também aborda um aspecto importante para a discussão que é sobre os estereótipos atribuídos a grupos urbanos de baixa renda e a positivação da periferia. Esses grupos populares são vistos como carentes de moral e cultura pelos antropólogos clássicos. “Ousar falar de ‘cultura’ entre os variados grupos de baixa renda serve como contrapeso a estereótipos que tenderiam a reduzir essa parte da população a um nível pre-cultural de existência” (FONSECA, 2006, p. 4).

Com esses questionamentos em mente, parti para a seleção de algumas teses, artigos e monografias que possam auxiliar a produção do meu trabalho. Encontrei pesquisas similares como a relatada no livro *Cultura é a Nossa Arma – Afroreggae nas Favelas do Rio*, dos ingleses Neate e Platt (2008). A obra reúne observações das pesquisas feitas por eles na periferia carioca, além de entrevistas com moradores e a voz deles transcrita nas páginas.

Entre os pesquisadores brasileiros, temos Rogério de Souza Silva (2012) que traz a ideia de que a cultura da periferia, especialmente o rap, promove valorização e também salvação para os moradores, que o utilizam para o consumo e também como fonte de renda. No trabalho, Silva discute a identidade da cultura, utilizando, entre outros, de dois autores que

---

<sup>12</sup> Google Acadêmico. Disponível em: < <https://scholar.google.com.br>>. Acesso em 19 abr. 2017.

também são base desta monografia: Stuart Hall (2002) e Manuel Castells (1999).

Na sua dissertação, Silva (2012) traz a trajetória de um dos expoentes do rap brasileiro Mano Brown, líder do Racionais MCs, e o categorizou como um “intelectual da periferia”. Mais do que salvar os jovens da criminalidade, Silva vê no mundo do hip hop um rico campo protagonizado pelos atores culturais. Através de uma contextualização histórica, o autor retrata a decadência do intelectual tradicional e os seus meios de propagação do conhecimento, muito restritos à academia, e a ascensão de líderes como Mano Brown, como uma forma positiva de diversificar e dar mais acessibilidade e pluralidade aos conhecimentos do nosso tempo.

O diálogo com outras pesquisas também se faz necessário para a contextualização do hip hop e movimentos periféricos em outros estados, como no caso da pesquisa de Érica Peçanha do Nascimento (2011) que analisou 10 anos de trabalho cultural da Coperifa (Cooperação Cultural da Periferia) em São Paulo, e também o de Marco Antônio Bin (2015), que analisa a formação da cidadania por sujeitos da periferia de São Paulo em mídias sociais.

Destaco também dois trabalhos feitos em capitais federais e com diferentes abordagens: “As representações sociais do rap brasiliense na mídia regional da cidade”, de Gleice Aparecida de Assumpção (2009) e “Curitiba também tem periferia: a comunicação multiterritorial do hip-hop”, de Kelly Prudencio e José Geraldo Junior (2013).

Assumpção utilizou as teorias dos Estudos Culturais e fez um paralelo com o rap produzido em Brasília e como a mídia local apresentava esse rap e participava da construção do “eu” dos rappers. Como uma das referências, ela traz a obra de Hall “Da diáspora: identidade e mediações culturais” (2003) e conecta esse trabalho a uma realidade brasileira ao comparar culturas populares como o rap como movimentos de resistência em que os atores desenvolvem suas próprias mídias para formar seu público. Prudencio e Junior utilizaram o conceito de territorialização para investigar se ao se conectarem às mídias online os rappers produzem um novo território informacional. Eles oferecem um panorama que pode ser comparado ao vivido aqui em Santa Maria:

observa-se hoje uma intensificação da movimentação do hip-hop curitibano em territórios ciberespaciais (sites, blogs, web rádios, web TVs) e, principalmente, em comunidades nas mídias sociais, constantemente atualizados pelos MCs, DJs, beatmakers, escritores de grafite e dançarinos de breaking. (JUNIOR, PRUDENCIO, 2013, p. 85).

Cabe citar outros estudos sobre a relação entre a mídia independente do hip hop e as mídias tradicionais como os trabalhos: “As redes do rap: (des)construindo caminhos para a liberdade de expressão”, de Mariana Santos de Assis, em São Paulo; e “Interações entre

Cultura Hip Hop e Indústrias Culturais: um estudo de caso da trajetória musical do rapper Renegado”, de Ana Carolina Jácome, Camila Alvarenga e Orlando Fernandes, realizado em Minas Gerais. Em ambos os trabalhos, há a similaridade de conclusão em que os atores do hip hop promovem uma versão alternativa da mídia tradicional, apropriando-se de suas técnicas e criando algo com a sua identidade.

Em um ritmo diferente, mas similar em seus objetivos, o trabalho de Lanfranchi e Sergl (2016) sobre os músicos de MPB no Brasil. Eles objetivam compreender como esses músicos usam as redes sociais, o papel dessas redes na veiculação e recepção e a repercussão desses artistas na Internet. A leitura do artigo foi essencial para pensar o meu próprio trabalho, e, também, incluir alguns teóricos que foram utilizados pelos autores como Santaella, Lévy e Martino. Em suas conclusões finais, os autores apontam uma demanda a qual esta monografia procura contribuir:

As redes sociais têm se mostrado ideais para difundir artistas novos e estabelecer ligação entre eles e o consumidor. Para que eles sejam ouvidos e vistos, novas ferramentas precisam ser acionadas como filtros, recomendações e blogs, direcionadas para um público alvo definido. Essas são ações que nos levam a entender que as RSI [redes sociais na internet] também criaram uma subcultura técnica e comunicacional que necessita ser estudada e esmiuçada pelos comunicólogos e estudiosos da linguagem (LANFRANCHI E SERGL, 2016, p. 12-13).

Após a seleção e leitura das pesquisas, aliada à orientação e leituras anteriores, pude formar um aporte teórico para a discussão dos tópicos selecionados para esta monografia. De forma inicial, para pensar o movimento hip hop no Brasil e na comunicação contemporânea, utilizo a obra “Brasil periferia (s): A comunicação insurgente do hip-hop”, de Andréia Moassab (2011). A autora resgata a história do hip hop mundial a partir dos anos 60 até a atualidade no Brasil. Com isso, promove respostas para a questão de como essa cultura cria e alimenta sua comunicação contra hegemônica e o resultado é baseado em três pilares: território, empoderamento e comunicação.

Para complementar o panorama nacional, utilizo a pesquisa realizada por Ricardo Teperman (2015), que resultou em “Se liga no som: As transformações do rap no Brasil”. Na obra, Teperman foca nas transformações sobre a maneira de fazer, falar e consumir rap no Brasil. Após traçar um panorama dessas mudanças, Teperman aponta que a nova geração do rap é focada na profissionalização do seu trabalho, encarando o rap como negócio de fato. O que é muito significativo para pensar sobre o posicionamento dos rappers santa-marienses.

Para pensar a interatividade, no segundo capítulo, utilizo as teorias propostas por Lev Manovich (2001). Ele teoriza sobre essa nova mídia trazida pela Internet que representa uma

metalinguagem cultural de grande impacto para toda humanidade, nas relações e na cultura. No livro, ele discute sobre como essa nova mídia impacta a produção cultural com softwares que trazem modelos prontos, por exemplo, e a questão da aura da obra de arte ao ser divulgada pelas redes sociais, o que é de grande contribuição para as reflexões propostas por esta monografia.

Além dessas obras, utilizo os autores Hall (2002) e Castells (1999) para discutir a identidade dos rappers. Em seu livro “A identidade cultural na pós-modernidade”, Hall defende a fluidez das identidades em um universo globalizado. A gama de referências que recebemos diariamente não permitem mais que se pense uma cultura apenas como local, ignorando as influências de um mundo digital e sem fronteiras. Hall (2002) traz, portanto, a questão da centralidade da cultura para compreender *essas* relações de poder e identificação. Nessa linha de pensamento, Castells (1999) aprofunda as discussões sobre os atores culturais, responsáveis por traduzir mensagens e fortalecer a sua cultura no meio globalizado e desenvolver a sua autocomunicação.

## CAPÍTULO 1 – #hiphop #rapnacional #periferia

Neste capítulo, traçarei um breve histórico do movimento hip-hop no mundo e no Brasil, com base em produtos culturais e pesquisas que teorizam sobre as transformações do movimento e do mercado musical. Para tanto, utilizo os referenciais de Hershmann (2000) e Perpetuo e Silveira et al (2009). Em um segundo momento, trago reflexões sobre a mídia e como ela retrata esses movimentos, em um diálogo com Fonseca (2006) e Neate e Platt (2008).

Porém, inicialmente, é preciso definir alguns termos dessa cultura para uma melhor leitura desta pesquisa. Importante frisar que um mesmo indivíduo pode assumir vários papéis dentro da cultura hip hop. Um participante dessa cultura pode ser rapper e MC, ou grafiteiro e MC, até mesmo rapper e MC. As definições tiveram base em Silva (2012), Souza (2009) e em aprendizados que desenvolvi ao longo do tempo de observação do campo.

**DJ:** Do inglês “disc jockey” ou “disco-jóquei”. Há uma grande gama de tipos de DJs e de tipos de materiais que usam. Podemos definir como um artista que compõe através de mixagem e recomposição de músicas previamente gravadas ou improvisando ao vivo. Os primeiros DJs utilizavam discos de vinil e os manipulavam para criar diferentes efeitos. Hoje, alguns DJs ainda utilizam discos, mas também podem fazer uma combinação com softwares e até vídeos nas suas criações. Podem participar de eventos, competições e/ou grupos. Ao contrário do beatmaker, o DJ não cria a partir do zero as composições.

**MC:** MC é a abreviação de Mestre de Cerimônia. A expressão apareceu pela primeira vez nas festas promovidas no Bronx, nos Estados Unidos, pelo DJ Kool Herc, na década de 70. Kool Herc foi um pioneiro no mundo do hip hop, antes mesmo da expressão hip hop ser cunhada. A origem de Kool Herc é jamaicana e de lá ele aprendeu a tradição das festas nas ruas animadas por DJs e apresentadores que promoviam discursos enquanto as músicas tocavam. A tradição foi levada para os bairros estadunidenses, e, durante as festas, alguns participantes mais animados, usavam frases de efeito para empolgar as pessoas na pista de dança, enquanto o DJ tocava o som. Essas frases eram ritmadas e rimadas. Coke La Rock é considerado o primeiro MC da história do hip hop dos EUA.

**RAPPER:** Surgem na segunda metade da década de 70, com versos mais completos e ritmados do que os MCs. Daí vem a denominação rap, ou seja “rythim and poetry” (ritmo e

poesia, na tradução).

**RAP:** Gênero musical que utiliza a improvisação poética declamada de forma rápida e ritmada sobre um som ou batida. É um gênero popular e urbano. É confundido, geralmente, com o hip hop em si, mas é apenas um dos braços do movimento. Sua origem vem da combinação das palavras “ritmo” e “poesia” em inglês. b

**HIP HOP:** Expressão cunhada pelo DJ Afrika Bambaataa em 1978. O termo une duas expressões que traduzidas seriam algo como “saltar movimentando os quadris”, que lembrava os movimentos feitos pelos dançarinos de break. A ideia é também de impulso, como encarar a vida sempre indo em frente, sendo vibrante. O hip hop é uma subcultura que inclui os pilares: rap (música), break (dança), grafite (expressão visual), DJ e também o conhecimento. Em um segundo plano, a moda também entra como um elemento de expressão dessa subcultura.

**GRAFITE:** Também escrito como graffiti. A origem da palavra já explicita o conteúdo desse pilar. A origem é italiana e remete ao costume romano de escrever frases de protesto nas paredes das casas. O grafite engloba toda manifestação visual feita através de mensagens, tags (identidade visual ou assinatura do grafiteiro) ou desenhos, feitos em locais urbanos.

**BREAK:** estilo de dança que utiliza o hip hop ou música eletrônica para a criação dos passos. Tem matrizes afro-americanas e latinas e se desenvolveu na década de 60 em Nova Iorque, nos EUA. Quem dança break é chamado de b-boy, no caso de homens, e b-girls, para mulheres. Os grupos formados pelos dançarinos são chamados de *crews* (do inglês, grupo). Com o tempo, passou-se a usar o termo *crew* para qualquer grupo de pessoas no hip hop.

**BEATBOX (em inglês, caixa de batida. Tradução nossa):** É a percussão vocal do hip hop. Como era difícil carregar o toca-discos para todos os lugares e até pelo seu valor monetário, surgiu o *beatboxer*, que criava sons e efeitos com a voz, boca e nariz. Ainda é uma figura muito importante para a configuração de vários eventos de hip hop, especialmente os que ocorrem nas ruas.

**BEATMAKER:** Também responsável pela percussão como o *beatboxer*. No entanto, ele cria instrumentais em meios virtuais ou físicos, ou seja, através de programas de computação,

amostras de músicas ou usando instrumentos musicais em si. No Brasil, existe uma diferenciação entre o produtor musical e o *beatmaker*. O primeiro utiliza conhecimentos e instrumentos musicais para criar a melodia, enquanto o segundo utiliza amostras de músicas e as edita e modifica. Com a pesquisa de campo, observei que, majoritariamente, os hip hoppers locais usam o termo *beatmaker* no seu sentido mais abrangente e o simplificam para apenas “beat”, sendo o responsável pela melodia “o cara que faz os *beat*”.

**BATALHAS:** O hip hop floresceu em um meio urbano, permeado por violência, desigualdade social e contestação. Esse cenário favoreceu essa característica combativa dessa cultura. Todos os pilares da sua fundação apresentam disputas, como as cores dentro do grafite. No rap, as batalhas de MCs medem as capacidades de improvisação e envolvem o público que vira torcedor. O início se deu com o MC Busy Bee, nos anos 80, passou a desafiar os outros MCs com rimas mais complexas do que as festivas usadas na segunda metade da década de 70.

## **1.1 Disposições sobre cultura hip hop**

Nos anos 70, em bairros de baixa renda de New York, um movimento iniciou, inspirado pela cultura trazida especialmente da Jamaica. Décadas depois, consolidou-se como gênero musical e estilo de vida para milhões de pessoas pelo mundo, inclusive aqui. Para entender a dinâmica da cultura hip hop aqui na cidade, é preciso remeter a suas origens e entender como foram formados os símbolos e estilos que os rappers daqui seguem, reinventam e consomem. Abaixo, promovo uma volta pela história do hip hop e suas intersecções com a tecnologia.

### **1. 1. 1. O nascimento de uma cultura: do Bronx ao mundo**

Nos anos 70, em áreas de comunidades jamaicanas, latinas e afro-americanas de Nova Iorque, nos Estados Unidos, começou o movimento cultural que conhecemos hoje como hip hop.

Esta é uma música que nasce nos guetos e periferias, se torna uma grande referência para a juventude e se insere em diferentes contextos sociais, culturais e até religiosos. E mesmo não restringindo-se a países ocidentais, é dentro deste universo geográfico-cultural e de concepção de produção musical que o rap inicialmente se estabelece. (SOUZA, 2009, p. 104).

O responsável por dar nome e estabelecer os pilares desse movimento foi o DJ Afrika

Bambaataa. Os pilares do hip hop são: o DJ, o MC ou rapper, o break, e o grafite unidos ao quinto pilar que é o conhecimento (SILVA, 2012). O elemento do conhecimento engloba cultura e informação, o que é de grande relevância para esta pesquisa. Através do conhecimento, o hip hop empodera o público com informações e reflexões sobre a sua realidade e essa mensagem, dispersada e produzida por mídias digitais, forma a sua comunicação. O hip hop não é só um meio de expressão, mas um modo de ação que dá voz à periferia (BEZERRA, 2009).

A cultura de resistência promove sua revolução ao fazer a periferia ser ouvida. Por isso, ainda muitas rádios e programas de televisão não abrem espaço para o rap nacional, já que o conteúdo de suas letras é denunciador das dificuldades enfrentadas pelas classes desfavorecidas socialmente (BEZERRA, 2009, p. 32).

O hip hop teve várias influências para o seu crescimento. Algumas dessas influências são jamaicanas, da década de 60, em que os guetos da Jamaica utilizavam sons nas ruas e figuras similares à função dos MCs faziam discursos com temáticas sobre política, violência, sexo e drogas. Já nos Estados Unidos, os temas iniciais utilizados pelos MCs eram festas e diversão, em um tom incentivador e positivo. Depois, passaram a refletir sobre desigualdades sociais e outras questões políticas.

Portanto, o MC/rapper e o seu estilo musical, o rap, são herdeiros de uma tradição da cultura de luta e resistência que se propagou para o mundo a partir da diáspora africana e imigração latina. Do final do século XVIII ao alvorecer do século XX, a música dos afro descendentes e latinos tem sido utilizada como um importante elemento aglutinador da cultura negro-mestiça nas Américas. Ela difundiu hábitos, preservou tradições e consolidou costumes (SILVA, 2012, p. 42).

Com shows em grandes arenas, milhares de fãs, os rappers atuais ditam o que parte do mundo vai vestir, ouvir, comprar e desejar. Mesmo com dificuldades de se inserir na indústria fonográfica no Brasil, o rap tem grande valor monetário para vários setores mercadológicos em países como os Estados Unidos (SOUZA, 2009).

Dos guetos dos países ocidentais, para diversos lugares do mundo, o rap e a cultura hip hop em geral são de difícil definição pela sua adaptação geográfica, cultural, cada país, cidade ou artista vai construir suas normas em cima dessa cultura. Portanto, busco construir com o suporte teórico um panorama geral dessa cultura para que identifiquemos as intersecções com a construção da identidade global que é apropriada pelos rappers e MCs locais através da construção da sua comunicação digital.

Em uma retomada histórica do hip hop - antes das primeiras festas nos anos 70 e de ser estabelecido como movimento e nomeado - vários músicos negros já faziam experimentações similares às atribuídas como fundamentais para o gênero. Esses músicos do jazz, soul e rock serviram como referência para os pioneiros que fundamentaram o hip hop e

deram cara e nome para os seus segmentos.

O nascimento de toda essa efervescência do hip hop foi no bairro do Bronx, em New York. Na época, espaço de guerra de especulação imobiliária, o Bronx ardia com incêndios propositais, resistência dos moradores e jovens sem perspectiva de encontrar empregos. Do lado oposto, a cultura da música disco ostentava pistas de dança cheias de seda, ouro e um mundo muito distante do que a maioria dos residentes do Bronx poderia bancar.

Em uma linha do tempo rápida, podemos elencar: as festas e o modo diferente de tocar músicas de Kool Herc, no início dos anos 70; ao passo que Grandmaster Flash trazia a tecnologia necessária para especializar o som e DJ Hollywood levava suas rimas para as pistas de dança. O Furious Five unia cinco MCs que eram uma mistura boa de presença de palco com o sonho de todo garoto do Bronx de ser um sucesso. O grupo difundiu esse novo estilo que estava nascendo e atraiu atenção de outras cidades do país e também da mídia tradicional.

O responsável pela fundamentação conceitual do hip hop, como comentei acima, Afrika Bambaataa estruturou tudo que acontecia naquele momento, uniu gangues e deu um sentido de cultura para o hip hop, resgatando a ancestralidade africana. Foi através do movimento Zulu Nation que o termo hip hop foi usado pela primeira vez e com o significado de união, diversão, amor e luta. Mesmo que não faça parte das organizações e movimentos negros, o hip hop traz muitas das ideias desses movimentos e tem as questões étnicas dentro dos seus alicerces (HERSCHMANN, 2000).

Sendo assim, percebe-se que o hip hop é feito por rappers e também pelos DJs (disc-jóqueis), que criam os beats (batidas) e os MCs (mestres de cerimônia) são os responsáveis pelas letras ritmadas com a batida do DJ. Também temos os b-boys, que dançam o break, e os grafiteiros, que criam peças gráficas visuais na fachada urbana. Retomando, o conhecimento, a conscientização e a harmonia são os outros elementos essenciais desse movimento.

## **1.2 Contexto nacional e local**

Esse contexto de fundação é importante de se pensar, pois, apesar de características espontâneas, o hip hop tem uma organização com expoentes, fundadores, pensadores. A atribuição que é feita de forma preconceituosa sobre algumas culturas populares que são desacreditadas por serem consideradas sem estrutura não cabe em uma cultura como o hip hop. Mesmo que com suas diversas peculiaridades variando de região para região, ele possui

uma base e características estruturadas que se influenciaram e influenciam outras culturas (SILVA, 2012).

O início da história do hip hop no Brasil veio por meio do break, no início dos anos 80, através de bailes organizados em São Paulo. Esses bailes eram feitos nas ruas e praças públicas, já estabelecendo o caráter popular do movimento. A polícia e a população em geral não entenderam de início essa movimentação e os b-boys foram perseguidos. A chegada de videoclipes como “Thriller”, de Michael Jackson, ajudaram a popularizar o movimento.

O crescimento do break auxiliou a mudar a visão dessa fase inicial, marcada pela exclusão dessa cultura, vista como sem valor cultural. Dos bailes de break, saíram alguns rappers e MCs que atraíram a atenção da indústria fonográfica como Thayde e Dj Hum. Em seguida, Racionais MCs com os discos “Sobrevivendo no inferno” (1997) e “Nada Como um Dia Após o Outro Dia” (2002) configuraram o melhor momento para o rap brasileiro até então (SILVA, 2012). Planet Hemp e Gabriel, o Pensador levavam o rap para a televisão de massa. Chico Science & Nação Zumbi misturam elementos do rap com o seu estilo mangue beat. Atualmente, nomes como Emicida, Criolo e Flora Mattos são os representantes da nova geração do rap com maior popularidade nacional.

Como várias outras culturas populares, o registro da história do hip hop no Brasil tem muito da sua história perdida e está sendo resgatada em pesquisas de diversas áreas do conhecimento nos últimos anos. Em vista disso, privilegiei a história do hip hop feito em Santa Maria nas linhas que se seguem, em detrimento ao detalhamento do panorama nacional para que o tempo de pesquisa fosse traduzido em detalhes os quais posso e pude acompanhar com proximidade. Não tinha como objetivo abarcar todos os seus aspectos, devido ao tempo, portanto o foco foi no rap e a comunicação feita em torno dele.

### **1.2.1 Contexto nacional: Os de lá e os de cá**

Esse contexto global e inicial do hip hop da atualidade é necessário para entender o comportamento dos rappers locais. Temos o exemplo do brasiliense Froid, que foi um dos shows nacionais de destaque em 2017 em Santa Maria. Com um casaco com as três listras clássicas da Adidas, letras politizadas e polêmicas, ele é considerado como um dos expoentes<sup>13</sup> do rap nacional atual. Em maio desse ano, ele fez um show em uma casa noturna

---

13 Nossos 17 álbuns mais aguardados de 2017. In: Rapresentando, 2017. Disponível em: <<http://rapresentando.com/nossos-17-albuns-mais-aguardados-de-2017/>>. Acesso em 3 jul. 2017.

de Curitiba<sup>14</sup>, cujo observador do show e colunista, Guilherme Custódio afirmou<sup>15</sup> em suas reflexões após a apresentação:

O rap no Brasil está agora no seu **melhor momento**. A existência de um artista como Froid é um dos indícios. A sua originalidade, mesmo que seja um reflexo da asfixiante capital federal, encontra brechas para a ironia e nos proporciona um necessário respiro. (CUSTÓDIO, 2017, s/n). (Grifo do autor).

Essa é uma afirmação de grande impacto e pode ser comprovada quando, pouco mais de um mês depois, Froid figurava em um palco santa-mariense<sup>16</sup> e lotava a casa noturna central que o abrigou. E, logo após isso, seu rosto era estampado em mídias específicas de rap<sup>17</sup> e também em canais tradicionais<sup>18</sup> após uma declaração de que ele acredita na teoria conspiratória da terra plana, sendo que o que o fez se destacar foi a declaração polêmica e não o seu trabalho em si.

Essa polêmica é interessante para se comparar os títulos das matérias em questão, cheios de significados e construídos afim de dar o tom da matéria. Dentro do portal Rap +, Froid foi tratado sempre com o seu título de rapper e sua voz foi dada como uma explicação da sua teoria e destacou que ele comenta sobre outros assuntos na entrevista polêmica que gerou a declaração. Já o Jornal Zero Hora, escolheu marcadores argumentativos como “A separação do "melhor grupo que Brasília já teve", como o próprio artista descreveu (...)” ou “Além de acreditar em teorias pouco defendidas pela ciência, (...)”.

A terra talvez não seja plana como acredita Froid e os apoiadores da teoria, mas é circular porque muito do que vemos ele fazer na sua carreira, na sua música e posicionamentos, também é comum a rappers de outro lado do planeta. Desde o vestuário até as questões mais polêmicas e as suas representações na mídia tradicional. Principalmente, no que se refere à representação da periferia e ao chamado rap consciente, com letras politizadas, estilo que, aliás, é de predominância no Brasil (HERSHMANN, 2000).

O hip hop mundial sempre teve foco no interesse de uma juventude urbana, negra e

---

<sup>14</sup> CUSTÓDIO, Guilherme. Observações sobre um show de rap. In: A Escotilha, 2017. Disponível em: <<http://www.aescotilha.com.br/colunas/a-margem/observacoes-sobre-um-show-de-rap/>>. Acesso em 3 jul. 2017.

<sup>15</sup> Idem.

<sup>16</sup> O rapper fez parte da edição 10 da festa Ghetto. A festa aconteceu na Casablanca Champanheria, no centro da cidade, e teve organização da Ghetto e Plug Produtora. A festa teve 1400 perfis confirmados no evento do Facebook e 1100 interessados. O show teve abertura escolhida pelo público e ficou à cargo da Segunda Divisão, grupo da zona oeste da cidade. Disponível em: < <https://www.facebook.com/events/652934691575132/>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

<sup>17</sup> Rapper Froid diz que a Terra é plana e explica a sua teoria: “A Nasa é uma mentira”. In: Portal Rap+, 2017. Disponível em: < <http://rapmais.com/2017/06/18/rapper-froid-explica-sua-teoria-e-diz-que-terra-e-plana-nasa-e-uma-mentira/>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

<sup>18</sup> Conheça Froid, rapper brasileiro que acredita que a Terra é plana: "A Nasa é uma mentira". In: ZH Música, 2017. Disponível em: < <http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/musica/noticia/2017/06/conheca-froid-rapper-brasileiro-que-acredita-que-a-terra-e-plana-a-nasa-e-uma-mentira-9822573.html>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

periférica (HERSCHMANN, 2000) e esse tipo de público não é exclusivo dos Estados Unidos. Assim como o hip hop nasceu no Bronx, em um contexto político de repressão e pobreza, o movimento chegou ao Brasil no começo da década de 80, alimentado à duras penas por atores como Nelson Triunfo, que enfrentaram a repressão da ditadura para colorir as ruas com música, grafite e dança. Hoje, Nelson continua com seus projetos culturais, inclusive em outros países e foi reconhecido como ícone cultural e recebeu a comenda da Ordem do Mérito Cultural.<sup>19</sup>

Nelson subverte o estereótipo de que as camadas populares não podem produzir cultura, como é reproduzido pela mídia tradicional ou até mesmo em campos de estudo como a Antropologia, como discute Fonseca (2006), que traça uma discussão sobre como alguns trabalhos antropológicos clássicos trazem os grupos populares como carentes de moral e cultura. O antropólogo, como um estranho dentro das comunidades e da cultura hip hop, vê a periferia também como uma “classe perigosa” termo resgatado de Neate e Platt (2008).

Estima-se que menos de 1% da população nas favelas esteja envolvido com o tráfico. Entretanto, a presença de traficantes é usada para justificar a criminalização de comunidades inteiras. Assim, prossegue essa guerra, de raízes históricas, alimentada pelo medo, amplificada pela mídia, artificial e ao mesmo tempo tão real, que se trava contra as classes perigosas. (NEATE; PLATT, 2008, p. 111).

Mesmo que não tenham a intenção ou a consciência de serem politizados, os produtores de hip hop da periferia trazem nos seus estilos de vida o questionamento e isso abre as portas para o mercado.

Em um momento em que a arena política está desgastada, em que poucos se sentem dispostos a militar em nome de qualquer coisa, esses jovens, atuando na esfera da cultura (mas não restritos a ela), com uma sociabilidade, um espetáculo que envolve músicas, danças, roupas e desenhos, conseguiram encantar, chamar a atenção de uma sociedade e, eventualmente, mobilizá-la, fazendo com que ela refletisse especialmente sobre um “mundo” – marcado pela exclusão, pela violência e pela miséria – que incomoda e que é próximo e, ao mesmo tempo, distante. (HERSHMANN, 2000, p. 284).

### **1.2.2. Rap na Boca do Monte**

Santa Maria também é também conhecida pela alcunha carinhosa de Boca do Monte, por possuir um distrito de mesmo nome e ser cercada por morros. Não só por isso a cidade é conhecida, mas, dentro do circuito de hip hop nacional, tem abrigado diversos shows de grupos e rappers nacionais. Em 2017, figuraram pelos palcos daqui Lívia Cruz, Meire D’Origem, Froid (como citado acima), 1 Kilo e Djonga. Esses cantores e grupos tem notoriedade dentro do gênero.

---

<sup>19</sup> YOSHINAGA, Gilberto. A história de Nelson Triunfo, um dos pais do hip-hop no Brasil. In: Buala, 2014. Disponível em: < <http://www.buala.org/pt/cara-a-cara/a-historia-de-nelson-triunfo-um-dos-pais-do-hip-hop-no-brasil>>. Acesso em 3 jul. 2017.

Eu pude participar de alguns dos eventos em que alguns dos artistas acima citados se apresentaram. Um deles, foi o Djonga, que possui quase 27 mil seguidores em sua página<sup>20</sup> no Facebook. O evento que o trouxe foi a festa Ghetto<sup>21</sup>, que já está na nona edição desde 2015 e é organizada pela Plug Produtora. O show de Djonga foi a edição número nove e aconteceu em 18 de maio de 2017. A abertura foi do grupo Viralataz, de Porto Alegre. Na página da Ghetto #9, somavam-se 1,2 mil perfis marcados como “compareci” e 744 interessados. O local do evento foi no Rockers Soul Food, casa de shows em um bairro descentralizado da cidade.

Estava mesmo lotado e o público vibrava a cada frase instigadora de conteúdo político que o rapper proferia entre uma música e outra. Entre o público, percebi alguns rappers e MCs de notoriedade local e algumas pessoas que já havia visto em outros eventos do gênero. No entanto, vendo postagens dos eventos e conversando com os frequentadores conclui que festas como a Ghetto também chamam um público de outras cidades do Rio Grande do Sul.

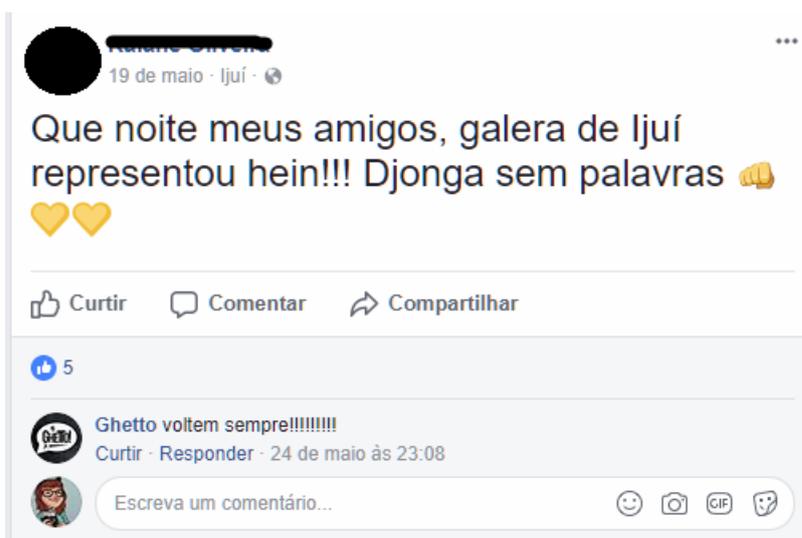


FIGURA 01 – Um exemplo de comentário de uma caravana de pessoas da cidade de Ijuí, no Rio Grande do Sul, que compareceram ao show de Djonga, na edição 9 da festa Ghetto.

A Ghetto #9 foi registrada por uma fotógrafa oficial do evento e também teve a cobertura do Bambaataa, programa sobre hip hop da Rádio Universidade<sup>22</sup>, uma rádio AM que possui uma programação comandada por técnicos e estudantes da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Além da página<sup>23</sup> no Facebook, com quase 1500 seguidores, o

<sup>20</sup> Djonga. In: Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/DjongaDV/>>. Acesso em 24 out. 2017.

<sup>21</sup> Ghetto. In: Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/festaghetto/>>. Acesso em 24 out. 2017. A página da Ghetto do Facebook conta com quase 7 mil seguidores.

<sup>22</sup> Rádio Universidade. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/radio/>>. Acesso em 24 out. 2017.

<sup>23</sup> Bambaataa.

Bambaataa também possui um canal no Youtube<sup>24</sup>, com cerca de 50 inscritos. O canal é composto de conteúdos como entrevistas e gravações com os artistas convidados no estúdio e artistas nacionais como o Djonga. Esses vídeos também são postados ou repostados na página do Facebook. A produção do programa também utiliza o recurso de transmissões ao vivo que o Facebook oferece. O formato do Bambaataa é ao vivo, mas as gravações são disponibilizadas no perfil<sup>25</sup> do programa, na plataforma Mixcloud. No perfil, estão 61 programas, listas de músicas e entrevistas. A média de audiência varia entre 20 e 50 ouvintes.

Um dos apresentadores do programa, Yuri Marques, o Marq\$, também é rapper e MC, e um dos informantes desta pesquisa. Entre os vídeos postados, foi feito um vídeo<sup>26</sup> dele improvisando algumas rimas no estúdio de gravação do programa. O vídeo soma 519 visualizações. Yuri também participa da organização de diversos eventos de hip hop na cidade, entre eles, a Batalha do Ita, promovida pelo próprio Bambaataa.

A Batalha do Ita funciona de modo similar às batalhas de rimas do passado do hip hop. Dois Mcs competem enquanto um beatboxer faz o som de fundo. As pessoas formam uma roda em volta para acompanhar e julgar. O mesmo processo é feito na Batalha dos Bombeiros, que detalharei logo abaixo. Na sexta edição, que aconteceu em 22 de outubro de 2017, o formato e as regras foram divulgados e definidos previamente através do evento no Facebook que contou com cerca de 500 participantes confirmados e 700 interessados.

A Batalha do Ita tem uma página<sup>27</sup> própria no Facebook com quase 400 curtidores. No entanto, a divulgação também é feita através da página no Facebook do programa Bambaataa, porém os perfis são isolados, convergem na divulgação dos conteúdos, sendo que o conteúdo compartilhado é de maioria produção própria, aviso dos próximos programas e divulgação de eventos. Também há algumas postagens com conhecimentos e notícias sobre o hip hop mundial e até sobre a história do rap local, como nas postagens que exaltam a memória de um dos agitadores da cultura hip hop santa-mariense Igor da Rosa Gomes, mais conhecido como Magrão.

Magrão foi uma figura de destaque na história do hip hop da cidade, visto o seu caráter agitador e incentivador da cultura. Sua morte em 2014 comoveu a comunidade do hip hop e

---

<sup>24</sup> BambaataaTV. In: Youtube. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/channel/UCtIY5zu6Diq79LyWqRttDZw>>. Acesso em 24 out. 2017.

<sup>25</sup> Programabambaataa. In: Mixcloud. Disponível em: <

<https://www.mixcloud.com/programabambata/uploads/>>. Acesso em 24 out. 2017.

<sup>26</sup> BAMBATAA SESSIONS #1- Marq\$. In: Youtube. Disponível em: <

<https://www.youtube.com/watch?v=ok7YA20SSss>>. Acesso em 24 out. 2017.

<sup>27</sup> Batalha do Ita. In: Facebook. Disponível em: < <https://www.facebook.com/batalhadoita/>>. Acesso em 25 out. 2017.

foi noticiada<sup>28</sup> nos meios de comunicação locais.



Figura 02 – Postagem que exalta a memória do militante, MC e um dos fundadores do Co-Rap, Igor da Rosa Gomes, o Magrão.



Figura 03 - Divulgação do álbum “Rap Nacional Santamariense”, na semana de aniversário de morte de Magrão. Ressalto o uso da hashtag: #McMagrãoVivePraSempre.

<sup>28</sup> Roda de rima irá homenagear rapper neste sábado em Santa Maria. In: Diário de Santa Maria, 3 mai. 2014. Disponível em: < <http://diariodesantamaria.clicrbs.com.br/rs/geral-policia/noticia/2014/05/roda-de-rima-ira-homenagear-rapper-neste-sabado-em-santa-maria-4490406.html>>. Acesso em: 24 out. 2017.

Sua característica de incentivador da cultura e mídias alternativas foi exaltada em uma publicação da revista O Viés<sup>29</sup>, em um perfil de homenagem após a sua morte.



Figura 04 – A postagem<sup>30</sup> com a homenagem póstuma teve um total de 151 curtidas e 77 compartilhamentos.

Magrão também foi um dos nomes mais citados pelos entrevistados desta pesquisa em relação à influências e referências para os MCs e rappers entrevistados. Ele também atuou com alguns dos pesquisados na fundação e desenvolvimento do Co-Rap – Coletivo de Resistência Periférica, situado, especialmente, na zona oeste. O coletivo é responsável pela promoção de eventos como a Batalha dos Bombeiros e a Guerrilha da Paz. Magrão esteve

<sup>29</sup> A revista O Viés foi um veículo independente criado em Santa Maria em 2009 e que seguiu atividades até 2016. Trabalhava com a ideia de democratização da comunicação e questões marginalizadas. Era publicada de forma online e utilizava diversos meios multimídia nas reportagens. Revista O Viés. Disponível em: <<http://www.revistaovies.com/>>. Acesso em 28 out. 2017.

<sup>30</sup> QUANDO SANTA MARIA PERDEU MAGRÃO. In: Facebook, Revista O Viés. Disponível em: <<https://www.facebook.com/revistaovies/photos/a.191262960922015.42423.163846683663643/827399330641705/?type=1&theater>>. Acesso em 28 out. 2017.

presente desde o início da articulação do grupo junto com Flávia Sortica Giacomini, a Flavinha Manda Rima, e Gabriela Painnes da Silva, a Gabit Box.

Em matéria<sup>31</sup> da Revista o Viés, publicada em outubro de 2010, Magrão comentou sobre o intuito do evento Guerrilha da Paz.

O Guerrilha da Paz utiliza as diversas expressões artísticas do Hip Hop para atingir os jovens das regiões periféricas da cidade, aproveitando-se da linguagem que é compartilhada por ambos. Além de demonstrações e shows, a participação de movimentos sociais parceiros enriquece e diversifica a gama de oficinas ministradas a quem quiser participar. Igor Magrão, que é MC do grupo Consciência Periférica e um dos principais articuladores do Guerrilha da Paz, explica a principal finalidade do evento: “O intuito do Guerrilha da Paz é estar à margem do centro e valorizar o que vem da periferia, tentar trazer a sua identidade e, ao mesmo tempo, elevar a auto-estima dela. É a valorização da música rap, da periferia e da negritude”. (MIOTTO, 2010, s/n)

É importante trazer a história dele pelo incentivo que ele dava também à comunicação, pois foi criador de uma rádio independente<sup>32</sup> na qual falava sobre hip hop e levava vários artistas locais para entrevistas. O nome do programa era Rádio Perifa e foi transmitido pela rádio comunitária Nova Santa Marta FM. Inclusive, Magrão afirmou<sup>33</sup> que houve crescimento do público do rap nas comunidades após o início do programa e isso exigiu uma maior articulação do hip hop na cidade para que o público pudesse se reunir.

Portanto, o uso dessa rádio alternativa promoveu a criação de eventos que extrapolaram a barreira do digital. Especialmente, promovendo eventos dentro da periferia (como a Guerrilha da Paz) e que levassem a cultura periférica ao centro (como a Batalha dos Bombeiros). “No primeiro Guerrilha, aconteceram shows e a reunião de diversos grupos de Santa Maria e de outras cidades. Era o primeiro passo do diálogo que o Hip Hop estabelecia com as comunidades periféricas da cidade (MIOTTO, 2010, s/n)”.

Além do Bambaataa, em Santa Maria, e do Rádio Perifa, outros programas de rádio alternativas retrataram e retratam o hip hop pelo rádio. Ainda em atividade, tem-se o Skatecétera e o Rima no Balcão, ambos da Rádio Armazém. A Armazém é uma webrádio com sede em um dos prédios de apoio da UFSM. Ambos programas têm páginas no Facebook e seus podcasts são publicados no MixCloud, configurando mais um espaço para a cultura do hip hop e para entrevistas com atores culturais locais.

Percebe-se, então, a força de mídias alternativas na comunicação do hip hop local. E

---

<sup>31</sup> MIOTTO, Tiago. A Periferia tem Voz. **Revista O Viés**, Santa Maria, 23 out. 2010. Disponível em: <<http://www.revistaovies.com/reportagens/2010/10/a-periferia-que-tem-voz/>>. Acesso em 28 out. 2017.

<sup>32</sup> Soube dessa rádio por um programa Bambaataa o qual observei no estúdio e em que os rappers participantes, Matheus Sena e Igor Xarão, membros do Obscura Fantasia, comentaram sobre a rádio e passaram mais detalhes para mim nos bastidores. O programa é ao vivo e foi transmitido em 27 de outubro de 2017.

<sup>33</sup> MIOTTO, Tiago. A Periferia tem Voz. **Revista O Viés**, Santa Maria, 23 out. 2010. Disponível em: <<http://www.revistaovies.com/reportagens/2010/10/a-periferia-que-tem-voz/>>. Acesso em 28 out. 2017.

também o quanto essas mídias alternativas e digitais se alimentam no sentido de que produzem conteúdos uma para as outras. O Viés é um exemplo, pois utilizou a cultura hip hop, especialmente o Co-Rap em diversas matérias<sup>34</sup> e até em uma videoreportagem<sup>35</sup> divulgada na revista. Assim, através de fotos, vídeos e texto, ficaram registrados alguns dos eventos produzidos pelo Co-Rap e pelo hip hop da cidade.

### 1.2.3. As batalhas

Em várias das matérias da revista O Viés, vemos retratada a Batalha dos Bombeiros, evento já tradicional no calendário cultural local que completou cinco anos de realização, com edições mensais.

O nome “Batalha dos Bombeiros” vem da localização do evento, na Praça João Pedro Menna Barreto, chamada informalmente de “Bombeiros” por se localizar ao lado do quartel dos Bombeiros da cidade. Em toda segunda sexta-feira do mês, desde 2012, é possível ver um aglomerado de pessoas em volta de dois MCs. A participação é gratuita e o vencedor recebe um prêmio confeccionado por algum artista do hip hop. Ocasionalmente, algumas lojas do universo hip hop oferece brindes para os ganhadores.

Os troféus levam elementos do hip hop e de culturas urbanas na sua confecção. Nos anos iniciais da Batalha dos Bombeiros, os prêmios eram feitos, na sua maioria, pelo artista visual Rodrigo Marques, o Cardial. Ele reutilizava materiais de sobras de serralheria para recriar cenários do hip hop e elementos como cones de trânsito, latas de tinta (usadas para grafite), entre outros signos do cotidiano do hip hop.

Os temas dos troféus remetem também à críticas sociais que estão em pauta na época de sua confecção como a repressão policial contra pichadores, questões de moradia indígena e aumento do valor das passagens do transporte público.

(...) os troféus da Batalha dos Bombeiros representam e materializam o fluxo da cultura: como as rimas dos MC's que comparecem à praça, os troféus dirigem-se mensalmente ao centro, para de lá multiplicarem os focos e berços de improviso nos vários cantos da cidade (MIOTTO, 2013, s/n)

O funcionamento da Batalha dos Bombeiros acontece da seguinte maneira: Os MCs rimam sobre temas variados enquanto um apresentador organiza as sequências de

---

34 MIOTTO, Tiago. Batalha dos bombeiros: um ano de rimas e troféus na praça. Revista O Viés, Santa Maria, 16 out. 2013. Disponível em: < <http://www.revistaovies.com/reto/2013/10/batalha-dos-bombeiros-um-ano-de-rimas-e-trofeus-na-praca/>>. Acesso em 28 out. 2017.

35 MARTINUZZI, Marina. Rima de Resistência. **Revista O Viés**, Santa Maria, 12 ago. 2013. Disponível em: < <http://www.revistaovies.com/reportagens/videoreportagens/2013/08/rima-de-resistencia/>>. Acesso em 28 out. 2017.

apresentações e motiva o público, outro membro do Co-Rap conta o tempo (normalmente 20 segundos para cada oponente) e um *beatboxer* faz o som de fundo. As rimas são improvisadas, estilo chamado de *freestyle*, se os rimadores usam frases decoradas, a plateia atenta brada: “decorado”. A plateia também vota para decidir qual se saiu melhor no embate.

Diferente de batalhas de rima do estilo “sangue”<sup>36</sup>, a Batalha dos Bombeiros incentiva que se rime com conhecimento. O conteúdo das rimas é de reflexões sobre ser rimador e periférico, posituação do bairro em que reside e críticas sociais. Pude observar batalhas de sangue em Porto Alegre e percebi as diferenças no conteúdo, postura dos MCs e público. Em uma das batalhas que observei, edição 69<sup>37</sup>, no dia 26 de agosto de 2017, notei a linguagem utilizada pelos apresentadores no caso portoalegrense é mais combativa e o público incentiva gritando “Sangue!” a cada troca de “combate” (uma expressão utilizada por lá). São liberados palavrões, xingamentos e ataques de vários tipos, desde ameaças físicas até sexismo. No caso do sexismo, ouvi alguns protestos da plateia, apesar da maioria dos presentes ser do sexo masculino.

Á título de ilustração e promovendo uma referência para um comparativo com as batalhas de rimas locais, a Batalha do Mercado acontece desde 2011, em todo último sábado do mês, próxima ao Mercado Público, região central da capital. As regras são similares às das batalhas de Santa Maria: é feito um sorteio para definir os participantes, cada um tem 40 segundos e duas rodadas para cada. O evento também é divulgado através de mídias sociais como o Facebook e possui uma página<sup>38</sup> própria com 8600 curtidas.

As batalhas portoalegrenses que observei não utilizam microfone, eram feitas a capella, nas ruas. Aqui em Santa Maria, salvo algumas ocasiões especiais, as batalhas também não utilizam microfones ou outros equipamentos para construir a sua base rítmica e organizacional.

Outro ponto de interesse para esta pesquisa que observei nas batalhas é a pouca utilização de celulares ou outros dispositivos para gravar a batalha. Em Porto Alegre, um MC explicou para mim que eles não têm interesse na gravação, a ideia é que seja um evento espontâneo, que faça sentido para quem está acompanhando de perto. Por isso, não se usam microfones. Se o mic (expressão adotada pelos hip hoppers e pronunciada como máique), fizesse parte da roda de rimas, as pessoas poderiam se afastar da rosa que ainda assim iriam

---

<sup>36</sup> O estilo sangue é feito incentivando a competição entre os rimadores. São permitidos xingamentos e ameaças diretas e pessoais.

<sup>37</sup> FACEBOOK. **69º Edição da Batalha do Mercado | Seletiva RS**. [S.l], 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/events/598139693909369/>>. Acesso em 29 out. 2017.

<sup>38</sup> FACEBOOK. **Batalha do Mercado**. [S.L], 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/batalhadomercado/>>. Acesso em 29 out. 2017.

ouvir as rimas. Se fosse gravado, perderia a espontaneidade da improvisação.

Não há uma preocupação por parte do público em registrar, portanto. Diferente de outros eventos musicais fora do circuito hip hop em que presencio um fenômeno de assistir ao show através da tela do celular enquanto o grava, as batalhas têm um público participante e com os celulares nos bolsos.

Em ocasiões especiais, membros da organização das batalhas, pedem através dos eventos do Facebook ou de seus perfis pessoais para que fotógrafos façam o registro. Algumas batalhas, como a Batalha do Ita, utiliza o perfil do evento no Facebook para dar direcionamentos ao público no momento em que ocorre o mesmo. Esses direcionamentos dizem respeito à, por exemplo, confirmação do evento em caso de chuva e localização exata do evento, em casos de ocupação de praças muito longas como é o caso da Itaimbé. Fora esses pontos, não percebi mais movimentação de aparelhos, mídias sociais e outras funções de registro em momentos de eventos de rua. Em alguns eventos de locais fechados, como no Rockers Soul Food (casa noturna localizada no bairro Nossa Senhora Medianeira), alguns rappers e MCs da observação nessa pesquisa utilizaram a função Stories do Instagram e do Facebook Messenger para gravar pequenos vídeos dos shows que aconteceram. Essas funções possibilitam a gravação de vídeos de poucos segundos, fotografias, filtros e figuras que são disponibilizados por 24h para os seguidores do usuário.

As características comuns das batalhas na capital ou em Santa Maria são a inclusão do público e da cultura de periferia na cidade e o artista na rua e da rua. Essa movimentação de um público periférico no centro urbano não é bem vista por algumas pessoas, como no caso da Batalha do Mercado, em que os participantes foram abordados pela polícia e revistados.

Nem sempre as batalhas de rimas em espaços públicos acontecem sem problemas com a ordem – apesar de pacífica, a reunião e a presença de pessoas muitas vezes estigmatizadas parece incomodar, tal qual aconteceu recentemente em Porto Alegre, na Batalha do Mercado. A atividade, que ocorre na frente do Mercado Público, na rua, e também tem edições mensais, acabou sendo alvo de uma abordagem policial, e acabaram todos os que rimavam, ouviam e se divertiam com as mãos na parede, indignados sob o olhar impassível dos homens da lei (MIOTTO, 2012, s/n).

Em Santa Maria, segundo Letícia Quevedo, a MC Leti, integrante do Co-Rap, a polícia e prefeitura estão cientes do evento, não fazem intervenções contra, mas também não oferecem nenhum suporte ou incentivo. A MC ainda afirmou que não houveram grandes incidentes durante as batalhas como crimes ou violência policial.

## CAPÍTULO II – #INDEPENDENTE #MÍDIA

Em um paralelo com a comunicação, a música cresceu e se desenvolveu de acordo com as tecnologias, e, também, apesar delas. No caso da comunicação, ainda temos jornais em papel, mas muitos são apenas online. Na música, temos shows com projeções e também temos artistas fazendo música na rua, sem nenhum instrumento musical e digital, como vemos nas batalhas de rimas nas praças de Santa Maria.

Mesmo que se possa criar sem usar nenhum aparato digital, as mídias digitais podem ser de grande auxílio para os músicos. As possibilidades que as mídias digitais possibilitam para os músicos são infinitas, desde que tenham acesso a elas e dominem seu funcionamento. As mídias digitais, em especial as novas mídias, facilitam o seu uso ao agregar as convenções culturais antigas - suas linguagens como texto e vídeo - e as misturar, modificar e traduzir em dados digitais (MANOVICH, 2001).

Com a possibilidade de fazer música dentro da própria casa, vemos emergir um usuário que também é produtor, portanto não podemos ver as mídias digitais apenas pela lógica do consumo, mesmo que essa produção não tenha a mesma qualidade que um profissional pode oferecer (SHIRKY, 2011).

Esse cenário é provocador para se pesquisar pela sua característica díspar e dinâmica. Neste capítulo, busco traduzir um pouco do que é esse emaranhado ao traçar um panorama das mídias na atualidade e a posição da música dentro delas. Com foco nas plataformas digitais, utilizo Shirky (2011) para promover um debate sobre os usos desses meios e a criação musical.

Para fins de conceituação, uso o termo mídias digitais voltada para o que Manovich (2001) define como “novas mídias”, sendo que elas são mídias eletrônicas que utilizam tecnologia computacional digital para produção ou distribuição de objetos culturais. Neste trabalho, foco no uso de Internet, com destaque para mídias sociais, aplicativos e softwares de criação.

A emergência dessas novas mídias resultou na transformação da música em arquivos digitais cada vez mais fáceis de compartilhamento e armazenamento. Por outro lado, perde-se na materialidade da produção dos artistas. Nem sempre terão um CD com as suas canções, com a sua foto na capa. Isso levou à alguns questionamentos nesta pesquisa: de que maneira isso afeta a produção desse artista? O palco agora é o espaço virtual em que o artista pode interagir de fato, mostrar quem é? Essas e outras questões são tema das linhas que se seguem.

## **2.1. Mídias digitais como forma de criação: velhos mestres no *streaming*<sup>39</sup> da atualidade**

Todas as possibilidades oferecidas pelos meios digitais estão disponíveis para o usuário comum que consiga pagar para acessá-las, que pode criar uma nova economia e comunicação independente de grandes infraestruturas e canais massivos. O poder de criação não pertence mais apenas à profissionais produtores de conteúdos (SHIRKY, 2011). O que o mercado oferece são as plataformas, como as de publicação de vídeos (Youtube, Vimeo) e de músicas (SoundCloud, MixCloud).

“Essa ampliação de nossa capacidade de criar coisas juntos, de doar nosso tempo livre e nossos talentos particulares a algo útil, é uma das novas grandes oportunidades atuais, e que muda o comportamento daqueles que dela tiram proveito” (SHIRKY, 2011, p. 109). Isso modifica o modo de uso dessas mídias digitais de quem sempre trabalhou fazendo uso delas como os rappers e MCs que, dentro do hip hop, utilizam a mixagem para fazer músicas.

### **2.1.1. As mídias digitais como resgate cultural e histórico**

Quando remetemos ao passado do hip hop, como fizemos no capítulo 1, percebemos que grande parte dessas funções e do modo de fazer rap e hip hop ainda são conservados na atualidade. As rodas de rima do passado, feitas na rua, sem microfones, ainda acontecem. E, ainda que a divulgação também possa ser feita com boca-a-boca e cartazes, grande parte desses eventos se articula por mídias sociais.

Essa característica de união entre tradição e tecnologias é um ponto a se observar no hip hop. É costumeiro que os rappers e MCs relembrem figuras históricas de importância no movimento e se inspirem nelas para suas criações e modo de atuação como artistas. Percebi isso entre os meus entrevistados e detalho mais no capítulo quatro desta pesquisa. Por ser um gênero relativamente novo, com muitos dos fundadores ainda vivos e trabalhando, o hip hop têm sua história resgatada nos últimos tempos através de mídias digitais. Muito das mídias alternativas especializadas na cultura hip hop utilizam sites, blogs, canais de Youtube e outras possibilidades para registrar entrevistas e materiais de importância histórica.

---

39 “A tecnologia streaming é uma forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através de redes. Por meio do serviço, é possível assistir a filmes ou escutar música sem a necessidade de fazer download, o que torna mais rápido o acesso aos conteúdos online.” COUTINHO, Mariana. Saiba mais sobre streaming, a tecnologia que se popularizou na web 2.0. In: Downloads. Techtudo, 2013. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html>>. Acesso em: 2 jul. 2017.

Um exemplo é o site Vai Ser Rimando que traz artigos com reflexões sobre história, cultura negra, e conhecimento em geral sobre o hip hop. Iniciado em 2010, o site reformulou o seu conteúdo afim de ser mais combativo e questionador, em oposição à mídias tradicionais que costumam cobrir os artistas mais em voga. Apesar de pouca atualização nos últimos meses, a página do site no Facebook conta com mais de 70 mil curtidores, uma amostra do interesse do público em se aprofundar no hip hop além do que a mídia tradicional mostra.

O Vai Ser Rimando também apostou em diferentes formatos de registro: vídeo, texto, áudio para atrair os leitores. Os primeiros fãs dos rappers do Bronx talvez não imaginassem como seria fácil o acesso à conteúdos sobre os seus ídolos alguns anos mais tarde. Hoje, para ver tudo isso só é preciso um smartphone que tenha disponível o aplicativo da Netflix. E o alcance é global. A plataforma de *streaming* de filmes e séries tem 50 milhões de assinantes apenas nos Estados Unidos, superando as outras redes de TV por assinatura que somadas tem 48 milhões<sup>40</sup>. Em uma busca rápida na versão brasileira da plataforma, é possível encontrar diversos documentários, séries e filmes com conteúdo da cultura hip hop, como “Biggie e Tupac” (2002), “Reincarnated” (2012) e “Morris Aus Amerika “(2016).

Entre esses documentários, está “Hip Hop Evolution”<sup>41</sup>, lançada em 2016, conduzida pelo entusiasta da cultura e MC Shad (Shadrach Kabango). Através de quatro episódios, o MC relata os primeiros vinte anos da cultura hip hop e entrevista personalidades de importância histórica para o movimento como Grandmaster Flash, Kurtis Blow, Russell Simmons, Big Daddy Kane e Ice Cube. Desde as primeiras festas no Bronx, em Nova York, até o lançamento do disco do rapper e produtor Dr Dre, “The Chronic”, lançado em 1992 e de predominância do gênero *gangsta rap*.

Outras observações podem ser feitas pelo site<sup>42</sup> de “Hip-Hop Evolution” que possui vários materiais multimidiáticos que ilustram mais essa história. Sendo eles, em vídeo, podcast, texto e fotos, uma aposta dos criadores no conteúdo online e uma mostra de como a tecnologia digital auxilia na documentação dessa cultura.

## 2.2. Mídias digitais como forma de distribuição e divulgação

---

<sup>40</sup> PALOPOLI, Ygor. Netflix já tem mais assinantes que TV por assinatura nos Estados Unidos. In: Bol – Séries e TV. 2017. Disponível em: <<https://observatoriodocinema.bol.uol.com.br/series-e-tv/2017/06/netflix-ja-tem-mais-assinantes-que-tv-por-assinatura-nos-estados-unidos>>. Acesso em: 2 jul. 2017.

<sup>41</sup> A série documental Hip-Hop Evolution foi escrita por **Rodrigo Bascuñán**, e realizada por **Darby Wheeler, Scot McFayden e Sam Dunn**. O lançamento mundial foi em 29 de abril de 2016. Site oficial: <<http://hiphopevolution.com/>>. Acesso em 2 jul. 2017.

<sup>42</sup> Hip-Hop Evolution. Disponível em: <[www.hiphopevolution.com](http://www.hiphopevolution.com)>. Acesso em 4 jul. 2017.

Há algo de revolucionário nessa maneira de consumir música na Internet. Algo que não demorou muitos anos para acontecer e hoje alcança números impressionantes. A plataforma de vídeos Youtube já tomou o espaço da programação da TV. Os usuários, inclusive, assistem os conteúdos do Youtube no aparelho de televisão, revertendo a ideia do monopólio dos canais televisivos e criando uma programação completamente customizada pelo usuário. São 100 milhões de horas assistidas diariamente através de aparelhos de TV<sup>43</sup>.

A tecnologia desenvolvida no século XIX e XX permitiu que conhecêssemos estilos musicais regionais desconhecidos devido a possibilidade de gravação e reprodução dos mesmos. O avanço tecnológico também aprimorou a construção do rap, pois, mesmo sem instrumentos musicais físicos – por vezes, de alto custo financeiro - é possível manipular sons e criar batidas, inaugurando um novo jeito de fazer música (SILVA, 2009).

Diferente de outros gêneros musicais, não é necessário saber utilizar um instrumento para se fazer rap. No entanto, podemos dizer que, aliado a poética das letras, a tecnologia é o segundo item de uma música de rap feita com uma batida digital. Sendo assim, a letra vem do rapper com o som produzido pelo DJ. O que tem uma diferente configuração do que é feito nas ruas, em eventos como as batalhas musicais. Nessas ocasiões, temos o MC e a batida vem através de alguém que faz o *beatbox*, lembrando alguns conceitos comentados no primeiro capítulo deste trabalho.

Essas batidas que formam base para as rimas podem ser compradas, baixadas ou criadas online através de mídias sociais, aplicativos e softwares. Exploro mais sobre o download e criação no capítulo quatro desta monografia. Já sobre o processo de venda, adianto que foi identificado aqui em Santa Maria também. Alguns *beatmakers* anunciam pelos seus perfis pessoais no Facebook a criação de novos sons e a disponibilidade de venda deles. Normalmente, os preços variam entre vinte e cinquenta reais. Na imagem abaixo, vemos a postagem de um rapper e *beatmaker* anunciando batidas prontas para venda. Essa postagem foi retirada de um grupo no Facebook, o “RAP E AFINS”.

---

43 KAFKA, Peter. YouTube is taking on TV on its home turf, and it's starting to win. In: Recode, 26 out. 2017. Disponível em: < <https://www.recode.net/2017/10/26/16527272/youtube-tv-viewing-100-million-google-alphabet-earnings-q3-october-google>>. Acesso em 30 out. 2017.



Figura 05 – Postagem feita por um beatmaker em grupo de temática hip hop em Santa Maria.

O link leva para o perfil do beatmaker na plataforma online de publicação de músicas SoundCloud.<sup>44</sup> Lá ele disponibilizou algumas faixas e inclui o valor de cada uma delas, sendo que em algumas já havia o sinal de “vendido”. A plataforma SoundCloud foi fundada em 2007 e tem sede em Berlim. Em 2017, o site passou por problemas administrativos e teve demissões de funcionários e até ameaçou fechar todo o serviço e ter o seu conteúdo inteiro apagado.<sup>45</sup> O que faz pensar sobre a fragilidade do conteúdo online. Após essa crise, o serviço do SoundCloud passou por uma reestruturação e os empresários responsáveis conseguiram o investimento necessário para prosseguir. A plataforma soma 175 milhões de usuários e mais de 160 milhões de faixas.<sup>46</sup>

As plataformas de *streaming* são um dos locais em que os artistas podem hospedar a sua vitrine. E essas plataformas influenciam não só os consumidores e produtores, mas a

<sup>44</sup> SoundCloud. Disponível em: <[www.soundcloud.com](http://www.soundcloud.com)>. Acesso em 23 out. 2017.

<sup>45</sup> G1. Soundcloud pede investimento de US\$ 169,5 milhões para não acabar. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/soundcloud-pede-investimento-de-us-1695-milhoes-para-nao-acabar.ghtml>>. Acesso em 23 out. 2017.

<sup>46</sup> SoundCloud recebe US\$ 170 milhões em investimento para não fechar. In: Nova Economia, Gazeta do Povo, 11 ago. 2017. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/nova-economia/soundcloud-recebe-us-170-milhoes-em-investimento-para-nao-fechar-2vn1m5wv2p58l6kqcmcdf446r>>. Acesso em: 23 out. 2017.

comunicação também, visto que a Billboard passou a incluir músicas dos serviços de *streaming* nas suas listas de sucessos musicais.

A Billboard é uma revista semanal, musical e norte-americana, responsável por projetar bandas e artistas ao mundo através de suas listas. Em um anúncio recente<sup>47</sup>, a revista explicou que dará ênfase à reprodução de músicas e álbuns em serviços de *streaming* pagos para contabilizar quem entra ou não em suas listagens. Sendo assim, a lista das músicas e álbuns mais consumidos irá levar em conta o engajamento e acesso do consumidor à esses produtos.

A ligação e adaptação do hip hop à novas tecnologias como o *streaming* e outros formatos digitais ajuda a sua propagação. Em um relatório recente da Revista Forbes<sup>48</sup>, sob consulta da Nielsen Musica, o hip hop se tornou o ritmo mais ouvido dos Estados Unidos, superando o rock. Músicas de rap têm dominado o top das paradas de streaming por lá e o estudo apontou que o hip hop dominou 25,1% do consumo musical do ano de 2017. É preciso apontar que, em mídia física, o rock ainda é o gênero de maior consumo, com 40% do mercado. Por isso, o *streaming* é tão importante para o hip hop, sendo a maior fonte do consumo dos ouvintes do gênero.

Uma das problemáticas dessa configuração é que nem todos os artistas tem poder aquisitivo para incluir suas músicas em plataformas como o Spotify e isso é excludente para artistas independentes e periféricos. Portanto, plataformas de grande alcance, ficam de fora das possibilidades de grande parte dos rappers, o que não impossibilita que os mesmos fortaleçam suas redes e criem suas próprias formas de distribuição.

Essas plataformas de streaming são uma alternativa à venda direta da música. Elas recebem através de publicidade e assinaturas. No entanto, a prática de consumo de música através de assinaturas pagas em serviços de *streaming* pode funcionar com a classe média, mas não atinge as classes populares, que são a maioria da população (YÚDICE, 2011, p. 22) o que é um fator preocupante para a produção do hip hop, de origem popular e periférica. Pois, apesar de ser possível utilizar alguns recursos de forma gratuita, para publicar, ter um bom acesso (com internet rápida e com muitos dados) é preciso investir dinheiro.

Para conseguir o fomento monetário necessário para o lançamento de suas obras, é possível se fazer valer de uma nova forma de economia no meio digital que são os sites de

---

47 KLOPPER, Priscila. Billboard dará mais ênfase a serviços de streaming pagos como o Apple Music a partir de 2018. In: Mac Magazine, 23 out. 2017. Disponível em: < <https://macmagazine.com.br/2017/10/23/billboard-dara-mais-enfase-a-servicos-de-streaming-pagos-como-o-apple-music-a-partir-de-2018/> >. Acesso em: 23 out. 2017.

48 Revista sobre economia e negócios, sediada nos EUA e de relevância histórica atuando desde 1917.

financiamento coletivo. No site brasileiro Catarse<sup>49</sup>, estão em aberto, 18 projetos para arrecadação de verba envolvendo atividades culturais do hip hop. Só em 2016, a plataforma arrecadou mais de 16 milhões distribuídos em mais de 5 mil projetos, sendo a categoria música a que mais arrecadou.<sup>50</sup>

Para que uma campanha no Catarse tenha sucesso, é necessária a proatividade dos seus organizadores, promovendo um artista que é também vendedor do seu produto cultural.

Os ambientes colaborativos se consolidam no início do séc. XXI como um meio alternativo de produção compartilhada de conhecimento, conteúdo e informação, principalmente na área de softwares, do conhecimento científico, do jornalismo, da cultura e da arte. Nesse ambiente, observa-se também uma potencial quebra da relação produtor-consumidor, já que os participantes passam a desempenhar simultaneamente os dois papéis. (LEÃO E NAKANO, 2009, p. 24).

O rap se adapta em vários formatos, como podemos ver. No entanto, o seu formato físico como um produto musical parece se diluir em bytes e pixels, se a necessidade de um CD ou vinil para que possamos ouvir o som.

Essa desmaterialização da forma de circulação da música transforma diretamente o modo como a percebemos e a produzimos. No novo contexto da cultura digital, a música pode se desterritorializar e multiculturalizar. (...) Sim, a música produzida no mundo de hoje pode, por fim, ajudar a diminuir a distância e o estranhamento entre culturas diferentes. (Stangl & Pamponet Filho, 2009, p. 121).

Essa mudança no formato da música também facilitou a produção para gravadoras independentes e caseiras. O acesso à equipamentos e programas de edição foi facilitado e várias barreiras impostas pelo mercado musical tradicional foram ultrapassadas com a divulgação e comercialização na Internet, mesmo que o uso do online como principal meio de vendas ainda seja iniciante aqui no Brasil (NAKANO e LEÃO, 2009).

### **2.2.1. Do *underground* ao *mainstream***

Como vimos, a tecnologia é uma aliada para a disseminação dos conteúdos de hip hop e a multimídia uma ferramenta para contar essa história, que parece interessar cada vez mais os consumidores e os investidores na cultura. Porém, nem sempre foi assim e nem sempre é assim. Quando ainda se concentrava no Bronx, para ser um MC, era preciso de muitos equipamentos como microfones, mixers, caixas de som, o que tinha alto custo para uma população de baixo poder aquisitivo. No entanto, como uma cultura de grande improviso e criatividade, os rappers sempre souberam ultrapassar essas dificuldades.

---

<sup>49</sup> Catarse. Disponível em: <www.catarse.me>. Acesso em 4 jul. 2017.

<sup>50</sup> Catarse 2016. Disponível em: <https://ano.catarse.me/2016>. Acesso em 4 jul. 2017.

Os aparelhos digitais auxiliavam na formação de mais grupos de hip hop, pois era possível as pessoas se articularem em pequenos grupos de amigos em torno de um *boombox* ou outro aparelho de som. Com mais grupos, mais a atenção do público era disputada e isso estimulou a criação de batalhas. Não eram no formato que é praticado hoje, mas, sim, com grandes multidões, palco e prêmios em dinheiro. Uma delas, foi realizada no Harlem World, entre Grandwizard Theodore & The Frantastic Five e The Cold Crush Brothers. Essas batalhas eram gravadas em fitas k7 e vendidas, o que expandiu o alcance dos grupos de rappers e também uma maior autonomia para os consumidores que demonstravam uma insatisfação com o formato fechado e imposto do vinil, o que elevou as fitas K7 e os *singles*<sup>51</sup> a um formato simpático ao público que podia consumir apenas as faixas que gostava, em um efeito similar ao MP3 da atualidade (CARVALHO E RIOS, 2009). Fora o valor mais baixo das K7, além da customização caseira e portabilidade dos boombox.

A portabilidade de aparelhos de som contribuiu bastante para o consumo cada vez mais particularizado da música. A invenção do Walkman da Sony, em 1979, foi um marco nesse sentido, devido à grande novidade que ele representou para a época. Com o Walkman, as pessoas podiam ir a qualquer lugar ou fazer qualquer coisa sendo acompanhadas por música. (CARVALHO, RIOS, 2009, p. 83).

A questão da gravação das fitas foi marcante para rappers que escreviam suas músicas pensando no público ao vivo, nos shows. Como não tinham intenção de gravação, as músicas que marcaram essas primeiras festas, nem sempre eram gravadas ou registradas. Muito foi perdido.

A empresária Sylvia Robinson, através do selo Sugar Hill Records, percebeu as potencialidades do hip hop. Juntou Wonder Mike (Michael Wright), Big Bank Hank (Henry Jackson) e Master G (Guy O'Brien) em seu estúdio em New Jersey para a gravação de um compacto com pouco mais de 15 minutos. Em 1979, foi lançado *Rapper's Delight*, da Sugar Hill Gang, uma canção controversa e acusada de plágio por diversos rappers e compositores, porém que foi um divisor de águas para os formatos de distribuição e comercialização do hip hop. O *single* só atingiu o sucesso pelas estratégias de comunicação da gravadora que visou o mercado europeu e utilizou videoclipes bem produzidos como motor propulsor da divulgação<sup>52</sup>.

A saturação comercial levou os originais do hip hop como Afrika Bambaataa a procurarem novas formas de divulgação. Entra aí a importância dos punk rockers de

---

<sup>51</sup> Álbum que possui entre uma e duas músicas.

<sup>52</sup> RAMONE, Raul. Uma rápida história sobre o single "Rapper's Delight" (The Sugarhill Gang). In: Move That Jukebox. 2015. Disponível em: <<http://movethatjukebox.com/rappersdelight/>>. Acesso em: 2 jul. 2017.

Manhattam, que abriram espaço para os rappers do Bronx nas suas festas. Aqui, faço um paralelo com a cena local de Santa Maria, em que vemos comumente, jovens com identificação visual punk em eventos de hip hop e vice-versa.

Através dos punks e new waves, o hip hop tomou conta do centro da cidade e passou a agradar a maioria branca de moradores de lá. Entre eles, a cantora da banda Blondie: Debby Harry, que escreveu Rapture, música em homenagem a Grandmaster Flash. O clipe da música foi lançado em 1981 e considerado o primeiro vídeo de rap a ser exibido pela MTV. O clipe tem participações de figuras importantes do hip hop da época: Fab Five Freddy e os grafiteiros Lee Quinones e Jean-Michel Basquiat.

Nem tudo era aceitação, no entanto. Mesmo que Debbie tenha cantado “Flash é legal”<sup>53</sup>, Grandmaster Flash afirmou<sup>54</sup> que, nos primeiros shows, eles eram muito vaiados pelo público acostumado a bandas punk como The Clash. A aliança com outros grupos de audiência já estabelecida como Kraftwerk, foi uma estratégia de Bambaataa para popularizar o hip hop e também estabelecer a ideia de usar samples (partes de música ou parte do instrumento) de músicas já conhecidas e inesperadas para se rimar em cima.

Enquanto Bambaataa e outros rappers afinavam os beats, Grandmaster Flash and The Furious Five lançavam, em 1979, The Message, pela Sugarhill Records, mesma gravadora que lançou Rapper’s Delight. The Message foi marcante para a história do hip hop por trazer um conteúdo socialmente relevante, não apenas uma música sobre festas como eram as rimas em voga.

A música recebeu atenção das mídias tradicionais do mercado como a revista Rolling Stone e provou que o hip hop estava pronto para a próxima década em que conflitos políticos e a guerra das drogas seriam a pauta da vez. Mesmo que a intenção do rap politizado seja a de aconselhamento, a temática das suas mensagens levou a associação do gênero a uma estigmatização (HERSHMANN, 2000) que persiste até hoje. Percebo que essa estigmatização e valorização de conteúdos politizados é presente em conteúdos de letras e postagens em mídias sociais dos entrevistados desta pesquisa, principalmente, os ligados ao Coletivo de Resistência Periférica (Co-Rap). Eles costumam reforçar a imagem do hip hop como combativo e questionador.

### **2.3. Construindo a comunicação do hip hop**

---

<sup>53</sup> “Flash is cool.” Tradução nossa.

<sup>54</sup> FLASH, Grandmaster. Grandmaster Flash, o maestro do hip-hop. [Entrevista disponibilizada em 24 de abril 2015, a Internet]. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/blog/musica-shows/grandmaster-flash-o-maestro-do-hip-hop/>>. Entrevista concedida a Luan Freires. Acesso em 2 jul. 2017.

O que torna uma arte ou uma cultura popular é mais do que o objeto em si, ou a forma como a mídia tradicional a representa, mas as pessoas que o produzem e consomem. E essa cultura só será conhecida se houver uma rede que a espalhe, uma rede de comunicação, formada por pessoas. Especialmente aquelas pessoas que levam esse objeto para que outras culturas o conheçam, que elevam esse objeto a um patamar de ícone, dentro da sua época e localidade. Esse agente é o mesmo que promove a rede de comunicação dessa cultura popular.

Em contato com outras iniciativas de valorização da cultura periférica, o Co-Rap demonstrou preocupação em uma formação mais completa para o agente cultural ao compartilhar<sup>55</sup> na sua linha do tempo a postagem da página Noticiário Periférico<sup>56</sup> avisando sobre o curso de formação de agentes culturais da periferia do Criando Criadores<sup>57</sup>. Segundo a própria descrição na sua página, o Criando Criadores é um projeto situado em São Paulo e que visa oferecer formação técnica para agentes, empreendedores e coletivos culturais. Também deixam claro que querem apenas afinar o que o empreendedor local já tem de conhecimento, sem descartar o seu saber, e expandi-lo através de palestras motivadoras e atividades práticas.

Essa pessoa possui prestígio na sua comunidade e tem boas relações com a mídia e outros agentes culturais de grupos como o dele, levando essas referências de fora para o seu espaço, sem perder o vínculo com o mesmo. O agente cultural é uma espécie de tradutor que vive no fluxo entre esses espaços. O agente pode ser um intelectual da periferia, como apresentado por Silva (2012), ou apenas um entusiasta local que quer mostrar o que faz, mas também valorizar o que os colegas fazem.

### **2.3.1 O combate à mídia usando as suas próprias armas**

Muitos membros de culturas contestatórias têm desprezo pela mídia tradicional pela forma como ela retrata as subculturas. No caso do hip hop, não é diferente. Muitos veículos representam essa cultura de maneira pejorativa. Do outro lado, os hip hoppers não abrem espaço para as mídias tradicionais por servirem como apoio ao sistema que eles criticam e combatem nas suas músicas (SILVA, 2012).

---

<sup>55</sup> Criando Criadores abre 40 vagas para programa de formação cultural gratuito na zona leste de São Paulo. Postado em 28 de março de 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/corapsm/posts/987409634722786>>. Acesso em: 2 jul. 2017.

<sup>56</sup> Noticiário Periférico. Disponível em: <<https://www.facebook.com/NoticiarioPeriferico/>>. Acesso em 2 jul. 2017.

<sup>57</sup> Criando Criadores. Disponível em: <<https://www.facebook.com/criandocriadores/>>. Acesso em 2 jul. 2017.

Na realidade, os grupos têm uma relação bastante ambígua com os veículos de comunicação e a indústria fonográfica, pois sabem que necessitam deles tanto para divulgar os seus trabalhos quanto para conhecer os trabalhos dos outros “manos”. Alguns, como os Racionais MC’s radicalizam e se recusam, até agora, a se apresentar nas duas maiores redes de televisão brasileiras, a Globo e o SBT (SILVA, 2012, p. 135 – 136).

Como vimos ao longo deste capítulo, o hip hop fez e faz uso das várias possibilidades que a indústria cultural oferece para facilitar a sua expansão, inclusive através de mídias tradicionais e de massa. Ao mesmo tempo, vemos, inclusive em Santa Maria, o florescimento de gravadoras independentes como a Sanatório Records e a All Green Records. A relação do hip hop com a mídia tradicional não é apenas combativa ou passiva, ele a adapta de acordo com os seus objetivos.

As mídias e as letras, visual e mensagens do hip hop proporcionam aos moradores do centro, um contato com experiências e realidades diferentes das suas. Com as possibilidades tecnológicas atuais, a imersão é ainda maior. Uma espécie de espetacularização da periferia.

(...) o rap, oferece mais que tragédias sociais, ele pinta quadros intensos e poéticos de uma realidade muito distante e diferente, proporciona a “intensidade de experiências” que as mídias prometem. (ASSIS, 2010, p. 203.)

O conteúdo oferecido pelo rap é contra-hegemônico e contestador, salvo exceções de subgêneros dentro do movimento. Então, surge o impasse: Como a mídia pode se apropriar disso sem ferir os próprios interesses? E como o rap sobrevive como um gênero tão difundido sem o apoio e disseminação da mídia? (ASSIS, 2010). Em uma tendência de marketing de atingir todos os públicos, vemos muitas minorias representadas em produtos culturais. Voltando a plataforma Netflix, temos como exemplo, além de Hip-Hop Evolution, a série Dear White People<sup>58</sup> que mostra, em sua maioria, atores negros em uma trama permeada por tensões raciais em uma universidade. A série foi aclamada pela crítica, mas não é um modelo seguido pela maioria da mídia e publicidade que utilizam das pautas das minorias para venda dos seus produtos.

Portanto, para que a mídia e seu caráter hegemônico não construam sentidos distorcidos para os espectadores, a figura do rapper é essencial. Como vimos ao longo do capítulo, o caráter contestador é algo enraizado no hip hop e

Por esse motivo para o público do rap não basta simplesmente fabricar um produto de mídia, sem raízes profundas no ambiente sobre o qual tenciona falar, é preciso oferecer um produto genuíno, o público do rap, os militantes do movimento cultural

---

<sup>58</sup> Cara Gente Branca é o título no Brasil. A série foi encomendada pela Netflix, lançada em 2017, e foi baseada em um filme de mesmo nome, de 2014, escrito por Justin Simien. A série foi renovada para a segunda temporada. VIANNA, Katiúscia. Dear White People é renovada para a segunda temporada. In: Adoro Cinema, 2017. Disponível em: < <http://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-131918/>>. Acesso em 2 jul. 2017.

hip hop, ou mesmo a classe média que deseja consumir e vivenciar a realidade cruel da favela, não abriria mão do quinto elemento, sem engajamento político de fato, esse artista não passará de mero rimador. (ASSIS, 2010, p. 205).

Tendo esse contexto em vista, podemos preparar o terreno para entender os rappers muito além do que dizem as suas letras, e encarar o hip hop, movimento em que estão inseridos, como um estilo de vida, muito além do que fazer uma música. Ao assumir a vida como rapper, o indivíduo carrega consigo toda essa ancestralidade e descendência de pessoas criadoras que abriram os caminhos para o gênero. Os rappers atuais dispõem das mídias digitais como armas de divulgação. Os processos e táticas usadas por eles serão os temas dos próximos capítulos desta monografia.

De modo a resumir o que foi observado aqui, percebemos um cenário favorável ao desenvolvimento do hip hop mesmo no interior do país. Sendo o hip hop um movimento reconhecido internacionalmente e de valor questionador e valorizador para a periferia.

A partir dessa contextualização, é possível traçar um paralelo com o que é realizado em Santa Maria e como os rappers locais se apropriam dessas referências nacionais e internacionais, conforme o capítulo a seguir.

## CAPÍTULO 3 – #comofaz

Neste capítulo, apresento com mais detalhes o processo metodológico do trabalho. Permeio a coleta de dados, primeiras abordagens com o campo e entrevistados, até o processo de entrevistas em si. Para tanto, utilizo do referencial teórico das pesquisadoras Travancas (2012), Peirano (2014), Fonseca (1999) e Hine (2016).

### 3.1 Metodologia

O ponto de partida do trabalho é a cidade de Santa Maria. Não foi um local escolhido apenas pela facilidade de acesso que tive por nascer e crescer aqui, mas pela efervescente manifestação da cena hip hop local composta por algumas dezenas de rappers, estúdios de gravação e milhares de consumidores. Não há uma pesquisa de dados quantitativos que afirme isso, apenas a observação. Como exemplo, temos a Ghetto, festa especializada no rap e suas vertentes. A página<sup>59</sup> no Facebook da festa tem 3.661 curtidas no momento em que a acessei em maio de 2017. A tendência é que o número aumente a cada edição realizada. O evento<sup>60</sup> relativo à Ghetto edição 9, com show do rapper mineiro Djonga, teve 738 confirmados e 687 interessados.

Ao longo deste capítulo, trago com mais detalhes os perfis dos rappers escolhidos que possuem milhares de seguidores nos seus perfis em mídias sociais. Esse foi um dos fatores levado em conta no momento da seleção. Outro fator foi o fluxo de postagens. Considerei perfis que tivessem ao menos sete postagens no perfil pessoal do Facebook em uma semana em uma média. Sem considerar as inconstâncias do uso dessas redes, visto que, nem todos postam diariamente. Não observei a mesma frequência nas páginas relacionadas a eles, porém algumas páginas são de grande importância para a cena local como a do Co-Rap, coletivo que organiza vários eventos de hip hop local. Então, o fator frequência foi aliado ao fator relevância. Alguns informantes postam menos do que os outros, mas fazem postagens com conteúdo de interesse para esta pesquisa.

Esse fator de relevância foi definido após observações prévias das dinâmicas do hip hop local. Essa observação foi iniciada no ano de 2016, como específico ao longo deste capítulo. Durante o tempo de observação, percebi quais figuras eram mais ativas, envolvidas

---

<sup>59</sup> Ghetto. Disponível em: < <https://www.facebook.com/festaghetto/?fref=ts>>. Acesso em 10 de maio de 2017.

<sup>60</sup> Djonga em SM | Ghetto! #9. Disponível em: < <https://www.facebook.com/events/1900061790264547/>>. Acesso em 10 de maio de 2017.

com questões políticas do movimento, responsáveis pela comunicação própria ou de algum grupo, enfim, que tivessem papel comunicacional ativo e reflexivo publicamente.

Também considerei a questão de gênero na seleção dos informantes, pois isso traz mais diversidade para a monografia e tem grande influência na postura do rapper e do conteúdo das suas letras. Pois,

O rap surge associado a práticas masculinas. A grande parte dos rappers são homens, e, numa perspectiva masculina, constroem imagens e narrativas sobre o Movimento. Ao mesmo tempo, a produção de narrativas musicais das mulheres é bastante relevante e com peculiaridades próprias à construção do gênero feminino. (SOUZA, 2009, p. 262).

A questão da classe foi um requisito que não levei como pré-seleção, mesmo que grande parte dos entrevistados seja da periferia da cidade. O assunto da periferia aparece nas conversas e foi algo que busquei questionar nas entrevistas, então foi interessante que entrevistados de diferentes bairros oferecessem os seus pontos de vista e calhou que os escolhidos são de locais diferentes da cidade.

Com os rappers já definidos, para um melhor entendimento da problemática e vivências no campo, escolhi a inspiração etnográfica através de uma pesquisa qualitativa como metodologia, ou seja, um exercício de interpretação das práticas sociais desses indivíduos selecionados. Utilizo essa expressão em detrimento de método etnográfico, seguindo os preceitos defendidos por Peirano (2014), em seu artigo “Etnografia não é método”. A autora ressalta o caráter teórico da etnografia realizada em bons estudos monográficos.

Aos alunos sempre alerta para que desconfiem da afirmação de que um trabalho usou (ou usará) o “método etnográfico”, porque essa afirmação só é válida para os não iniciados. Se é boa etnografia, será também contribuição teórica; mas se for uma descrição jornalística, ou uma curiosidade a mais no mundo de hoje, não trará nenhum aporte teórico. (PEIRANO, 2014, p. 383).

Quem também afirma a importância de uma boa base teórica e pesquisa é Isabel Travancas (2012). Sendo que o pesquisador precisa de um bom levantamento bibliográfico de estudos contemporâneos sobre o tema que irá abordar. Essa etapa é fundamental para o etnógrafo preparar-se para o que irá encontrar em campo. Com esse preparo prévio, o pesquisador estará apto a enfrentar situações em que medirá o quanto a sua subjetividade está influenciando naquela observação, como no caso de campos em que colocam em prova os juízos de valor do etnógrafo.

O antropólogo não determina verdades, não aponta equívocos, não pergunta por que as coisas não são diferentes. Ele ouve e procura entender quais são as verdades para aqueles “nativos”, quando e por que se enganam e muitas vezes se surpreende se perguntando por que as coisas na sua sociedade não são diferentes. (TRAVANCAS, 2012, p. 102).

Peirano (2014) traz ainda o pensamento de que todo pesquisador que utiliza uma inspiração etnográfica é inovador, pois as técnicas empregadas variam de acordo com o campo e com o próprio pesquisador. “A antropologia é resultado de uma permanente recombinação intelectual” (PEIRANO, 2014, p. 381). Essa é uma ideia que permeou a elaboração da metodologia desta monografia, pois foi preciso adaptar os preceitos etnográficos de acordo com o meu campo e pesquisados. Sendo assim, fui modificando e criando alguns preceitos para me auxiliar nessa exploração de acordo com a minha demanda.

Precisei levar em conta que o meu meio de maior enfoque é o virtual, mesmo que as barreiras entre offline e online sejam difíceis de serem medidas com a atualidade das tecnologias móveis. Christine Hine (2016) discute o quanto essas mudanças trazidas pelas mídias sociais e Internet são ricas para a exploração etnográfica, mas sublinha que são necessárias adaptações na condução de estudos nesses meios.

Pelo seu caráter cotidiano, incorporado e corporificado, a Internet apresenta diversos desafios metodológicos para o etnógrafo. Entre eles, percebemos que é difícil que o entrevistado reflita sobre suas ações online de forma a dar um testemunho que não soe artificial quando questionado. Portanto,

Ser ativo no ambiente permite que o etnógrafo aprenda com a imersão e o questionamento criterioso que encoraja as pessoas a refletirem, em voz alta, sobre suas experiências. Isso sem esperar que eles estejam aptos a construir respostas completas sobre a importância dessas infraestruturas nas suas vidas. (HINE, 2016, p. 17).

Mesmo que cada pessoa trace um caminho único na Internet, também sou uma usuária e disponho de ferramentas similares às usadas pelos meus entrevistados. Portanto, fiz valer da minha experiência pessoal nessas redes, utilizando o viés de pesquisador inserido no meio e valorizando o caráter autoetnográfico, ressaltado de forma positiva por Hine (2016).

Com isso, objetivei construir uma metodologia que proporcionasse reflexões sobre o tema e construísse um diálogo metodológico interessante. Tudo isso orientada por Peirano (2014) que acredita em três condições para uma boa etnografia: levar em conta o contexto, uma escrita que descreva de forma vivaz o que foi vivido no campo e uma análise eficiente das ações sociais.

Em relação à escrita, optei por uma linguagem mais simples. Com o contato com o campo do hip hop, fui contagiada com a ideia de acessibilidade do conhecimento. A cultura hip hop tem esse pilar da informação e conhecimento muito bem alicerçado e eu estaria conta o meu campo ao utilizar termos muito rebuscados, de difícil compreensão. Baseei minha escrita em autores como o Howard S. Becker – expoente da geração atual da Escola de

Chicago - que divide a sua experiência de trinta anos como professor e sociólogo no livro “Truques de Escrita – Para Começar e Terminar Teses, Livros e Artigos” (2015). No livro, ele comenta que os textos acadêmicos tendem a ser prolixos, especialmente na área da Sociologia.

Portanto, mantive em mente a ideia de estar aberta ao campo e manter o foco em descrevê-lo da melhor forma para contribuir com uma maior compreensão desse universo tão rico dos atores culturais locais. Como bem sublinha Travancas (2012), o papel do antropólogo é sair da descrição superficial e buscar a interpretação dos gestos dos grupos observados, e isso pode variar muito dos significados utilizados no grupo de que descende o pesquisador.

No meu caso, tive que mergulhar em um universo de novos significados, gírias, conversas que não eram comuns no meu cotidiano. Os participantes desta pesquisa não eram tão exóticos como as tribos isoladas que os antropólogos clássicos pesquisavam (TRAVANCAS, 2012, p. 99). No entanto, mesmo morando em bairros próximos ao meu, as realidades, gostos e rotinas eram diferentes da minha.

Estar aberta ao campo é um desafio grande, no qual tive aporte de pesquisas como a de Fonseca (2006 e 1999). Em um caminho similar ao de Peirano (2014), ela constrói uma crítica em relação ao método etnográfico, especialmente, no texto “Quando cada caso NÃO é um caso”, na generalização e categorização social que algumas pesquisas utilizam. É preciso partir do particular para formular um relato geral, sem deixar de trazer a representatividade dos indivíduos, ou seja, seu contexto histórico e social.

Quando estudantes de educação (ou comunicação ou medicina etc.) soltam as amarras de suas tradições disciplinares e se atiram na direção da antropologia sem preparação adequada, podem, em vez de realizar uma costura interdisciplinar, cair no vazio — um território nem lá, nem cá, onde o que mais floresce é o senso comum da cultura do pesquisador. (FONSECA, 1999, p. 62).

Para fortalecer a metodologia escolhida, fiz uso de entrevistas. Elas foram abertas e seguiram um roteiro com uma semi-estrutura. A ideia é que fosse uma conversa mais livre e flexível, porém sem deixar de abordar pontos em comum e de interesse para o trabalho. Sempre em mente, mantive a postura de não ser inquisidora, sem julgar escolhas, atitudes e discursos, como recomendado por Travancas (2012). Até mesmo não responder algo já diz muito sobre o entrevistado e eu como pesquisadora devo respeitar a sua decisão.

Como o eixo do trabalho é centrado na comunicação dos rappers nas mídias digitais em relação ao seu público, parceiros e patrocinadores, essas três partes foram convertidas em categorias para pensar na construção do roteiro de questões em comum para esses atores culturais. Esse roteiro inicial leva em conta o contexto geral dos rappers da cidade e questiona

a sua rotina de produção e de divulgação online.

Em um segundo momento, a entrevista focará nas consequências do posicionamento destes entrevistados online e offline, ou seja, como o que eles fazem nas mídias sociais reflete na sua personalidade e no seu modo de agir.

Como intencionava ir mais a fundo, criei um terceiro roteiro para uma etapa de maior abertura dos entrevistados, voltada para a investigação da identidade dos mesmos e da sua produção musical alinhada às possibilidades do mundo digital. Essa etapa se aprofunda nas particularidades de cada perfil, de acordo com suas diferenças e questões que surgiram ao longo das primeiras fases e é importante para a promoção de um comparativo entre eles para a elaboração das conclusões finais.

As questões visavam a investigar como esses atores se divulgam, se os fluxos percebidos na observação offline também eram presentes na online, como a produção musical se influencia com os consumidores e com a vida digital. Também procurei explorar como se dá a questão da venda de trabalhos online, se há monetização de suas redes, se procuram trabalhos por elas. Em outra parte, fui mais à fundo na questão da autoimagem e em pontos mais subjetivos dos processos de formação de personalidade, diferenciação e aproximação dos indivíduos com outros rappers, com o público e consigo mesmos.

#### **INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS OBSERVACIONAIS 1**

Nome	Gênero
Idade	Endereço
Escolaridade	Local em que acessa a Internet
Ocupação	Detalhes sobre o smartphone (se tem ou não, aplicativos usados, plano usado, etc)
Estado civil	Perfis nas mídias sociais

- Patrocinador
  - Você busca patrocinador pelas mídias sociais?
  - Você envia mensagem contendo algum trabalho ou portfólio?
- Vendas
  - Quantos trabalhos você já tem lançados?
  - Desses trabalhos, qual foi a forma de lançamento? Física ou digital?
  - Você produziu esse trabalho em um estúdio?
  - Como você anuncia um trabalho à venda?
    - Você mesmo produz o cartaz ou material do anúncio?
    - Você investe em anúncios pelo Facebook ou Instagram?
  - Você acredita que o meio virtual seja um bom espaço para vender o seu trabalho?
  - Você monetiza as suas mídias sociais de alguma forma?
- Público
  - Você costuma aceitar todas solicitações de amizade?
  - Você costuma receber mensagens de pessoas comentando o seu trabalho?
    - Você costuma responder essas mensagens?
  - Você observa o perfil do seu público pelas estatísticas apresentadas pelas mídias sociais?
  - Você costuma fazer postagens e marcar amigos seus?
    - Qual o critério para selecionar esses amigos?
    - Você acredita receber mais comentários e curtidas dessa forma?
- Parceiros
  - Quais suas principais inspirações?
  - Ouve mais rappers nacionais ou internacionais?
  - Você costuma encontrar com outros rappers fora das mídias sociais?
    - Em eventos? E fora deles?
  - Você costuma enviar seus materiais para os parceiros divulgarem?
    - Você envia seus materiais para a mídia local?

Quadro 1 – Instrumento de coleta de dados observacionais 1

## INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS OBSERVACIONAIS 2

- Público

○ Como o público (opiniões, desejos, comentários) influenciam na sua produção musical? Você leva em conta o que os consumidores do seu trabalho pedem?
● Parceiros
○ Você compartilha notícias dos parceiros?
○ Você se inspira nos seus parceiros para construir a sua imagem e postar o seu conteúdo?

Quadro 2 – Instrumento de coleta de dados observacionais 2

INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS OBSERVACIONAIS 3
● Identidade
○ Você acredita que o bairro em que mora influencia na sua produção musical?
● Parceiros
○ Você compartilha notícias dos parceiros?
○ Você se inspira nos seus parceiros para construir a sua imagem e postar o seu conteúdo?

Quadro 3 – Instrumento de coleta de dados observacionais 3

Como a ideia também era analisar uma postura nas mídias sociais, utilizei os bate-papo dessas ferramentas para conversar com os entrevistados. Muitas pessoas sentem-se mais abertas para expressar-se de forma escrita pelos chats do que em uma conversa cara-a-cara. Sendo assim, também utilizei os chats para alguns questionamentos e fortalecimento da ligação com os entrevistados.

Fechado o ciclo de entrevistas, passei para a análise dos dados obtidos e cruzamento com as análises em meios *offline* e *online*. Após cada entrevista realizada com cada indivíduo nas diferentes fases, fazia a transcrição da mesma e selecionava trechos de interesse e possíveis pontos para abordagem e aprofundamento em outro momento.

Também utilizei capturas de telas de postagens em redes sociais dos informantes. Sendo essas dos perfis pessoais, interações com outros perfis, grupos e páginas. Além das fontes da pesquisa, utilizei postagens de pessoas de interesse ligadas ao hip hop. Considero que essas pessoas são públicas, visto o trabalho que fazem, portanto, seus nomes foram preservados. Tive o cuidado, no entanto, de selecionar postagens que foram feitas com privacidade selecionada como pública. Algumas pessoas protegem suas contas postando seus conteúdos apenas para amigos. Então, preservei o direito desses indivíduos de manter o seu

conteúdo mais privado. Essa foi a forma de honrar com a abertura que recebi por grande parte dos integrantes do hip hop local.

### **3.1.1. Um passo importante: a observação**

Apesar das entrevistas serem uma parte de grande importância do trabalho, utilizei essa técnica aliada à observação em eventos e em locais de convivência dos entrevistados, como festas em que eles se apresentam e frequentam, aliando o online com o offline. Além de uma observação de relevância para a monografia que é a análise dos caminhos que eles produzem no online, seguindo observações de Hine (2016), que pontua o quão importante é desenvolver outras formas de observação além da online.

Esse é um passo indispensável para avaliar as intersecções e conexões entre eles e até mesmo o que os entrevistados acabam esquecendo de comentar ou que pode não parecer relevante para eles, mas tem importância para a pesquisa. Apenas as respostas das entrevistas não ofereceriam um contexto tão rico se analisadas de forma desconexa dos contextos em que os entrevistados estão inseridos.

Fonseca (1999) ressalta a importância de ir além das questões contidas nos roteiros de perguntas da pesquisa:

Perguntando “o que você faz” ou “o que você acha”, recebemos respostas interessantes, que refletem uma dimensão idealizada da sociedade. Mas não temos como comparar este com outros tipos de fala: com a fofoca da avó sobre uma neta grávida, com as desculpas do adolescente que chega tarde da escola, com as piadas grosseiras que os adultos contam depois da janta... Estes discursos também revelam algo sobre os valores do grupo assim como os múltiplos atos do cotidiano: o estilo da decoração, o padrão de compras, a escolha de uma estação de rádio, o arranjo de camas... A abordagem etnográfica exige uma atenção especial a essas outras linguagens que técnicas de entrevista têm mais dificuldade em alcançar. (FONSECA, 1999, p. 63-64).

Também me mantive atenta a algumas iniciativas que promovem o rap e perfis de rappers com abrangência nacional para observar se os métodos utilizados pelos rappers locais se assemelham ao utilizado nesse tipo de mídia. A necessidade do comparativo, mesmo que como um segundo plano da pesquisa, surgiu do questionamento quanto ao conteúdo dos rappers locais. As páginas escolhidas foram baseadas em um número de curtidores superior a mil e que houvesse ao menos um dos entrevistados como curtidor.

Portanto, utilizo as páginas Portal Rap Nacional<sup>61</sup>, com quase 100 mil curtidas e que

---

<sup>61</sup> Portal Rap Nacional. Disponível em: <[https://www.facebook.com/rapnacional/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/rapnacional/?ref=br_rs)> . Acesso em 18 abr. 2017.

atua desde o ano 2000; Rap Feminino<sup>62</sup>, focado na divulgação de mulheres rappers e com quase 12 mil curtidas; Portal Rap Gaúcho, voltado para o que é produzido aqui no Rio Grande do Sul, com cerca de 1400 curtidas; Rap Box<sup>63</sup>, página da Casa1 Produtora que lança vários artistas e cria conteúdo de entrevistas com rappers nacionais, com mais de 160 mil curtidas. Acredito que a observação dessas páginas e comparação com as páginas e perfis pessoais dos nossos rappers proporcionou um panorama de como o cenário nacional influencia o local.

Para a análise e avaliação das postagens feitas pelos rappers locais, promovi uma observação durante os meses de janeiro a março de 2017. Nesse tempo, selecionei pontos em comum que pudessem ser comparados entre eles e que tivessem relevância para os objetivos da pesquisa. Sendo eles:

categorias de avaliação de postagens
• Lançamentos
○ Locais
○ Nacionais
○ Próprios
• Divulgação
○ Músicos e eventos locais
○ Músicos e eventos nacionais
○ Própria
• Rap como movimento social
○ Crítica geral
○ Crítica local
• Particularidades e identidade
○ Mulheres no Rap
○ Deficiência física
○ Violência
○ Exaltação do bairro ou comunidade

Quadro 4 – Categorias de avaliação de postagens.

### 3.2 Perfis

<sup>62</sup> Rap Feminino. Disponível em: <<https://www.facebook.com/RapFemininoBR/>>. Acesso em 19 abr. 2017.

<sup>63</sup> Rap Box. Disponível em: <<https://www.facebook.com/rapboxoficial/>> . Acesso em 19 abr. 2017.

- BNegão – Pezadelo Sonoro, membro do Co-Rap, com grande fluxo de postagens na mídia social Facebook<sup>64</sup>, em que se denomina como porta-voz da periferia;
- MC Leti (Letícia Quevedo), também possui página<sup>65</sup> e suas letras têm temática feminista;
- West Mika (Michelle Westphalen) – possui perfil pessoal no Facebook, perfil no Instagram<sup>66</sup>. Ela também traz conteúdos feministas, mas também contra gordofobia e lgbtqfobia. Ao contrário dos outros participantes, ela não possui página própria no Facebook.
- E, por fim, Marq\$ (Yuri Marques) apresentador do programa Bambataa sobre Rap na Rádio Universidade e promotor de eventos como a Batalha do Ita e a festa Black Flow, que tem perfil pessoal<sup>67</sup>, página<sup>68</sup> própria e o perfil do programa no Facebook, além de administrar outras páginas relativas ao hip hop e ser um usuário regular do Instagram<sup>69</sup>.

### 3.3 Abordagem

Esse trabalho de observação iniciou em 2016 com a elaboração de um artigo<sup>70</sup> sobre um coletivo de artistas periféricos da cidade, o Ateliê Casa 9. O ateliê tem afinidade com outros grupos engajados na cultura local da cidade como o Coletivo de Resistência Artística Periférica (Co-Rap). Por isso, na época, passei a manter contato com membros da cena do Hip-Hop da cidade e acompanhar seu trabalho nos meios online e offline.

O contato com os rappers foi facilitado por meio dos eventos. Aparecer nos eventos e ser vista conversando com membros reconhecidos do hip hop local auxiliou a aproximação com a intenção da pesquisa. Estando nos eventos, os atores me reconhecem como alguém que apoia a cena e isso é primordial para que eles valorizem e dediquem um tempo a uma pessoa que não é próxima a eles. Sendo uma apoiadora, eles sentiram “firmeza” – usando uma gíria comum deste grupo - em conversar comigo. No entanto, fiquei atenta ao que a minha presença

<sup>64</sup> Pezadelo Sonoro Voz da Periferia <<https://www.facebook.com/bnegaobeatbox.showman?fref=ts>>. Acesso em 9 abr. 2017.

<sup>65</sup> MC Leti. <[https://www.facebook.com/mcleti/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/mcleti/?ref=br_rs)>. Acesso em 9 abr. 2017.

<sup>66</sup> Mikaawest. Disponível em: <<https://www.instagram.com/mikaawest/?hl=pt-br>>. Acesso em 29 out. 2017.

<sup>67</sup> Yuri Marques.

<<https://www.facebook.com/yuri.marques.332?lst=1658904785%3A100001952312301%3A1491691503>>.

Acesso em 9 abr. 2017.

<sup>68</sup> Marq\$. Disponível em: <<https://www.facebook.com/MarqsYuri/>>. Acesso em 29 out. 2017.

<sup>69</sup> marq2yuri. Disponível em: <<https://www.instagram.com/marq2yuri/?hl=pt-br>>. Acesso em 29 out. 2017.

<sup>70</sup> MINUZZI, Luciana. Ateliê Casa 9 – Laboratório de Arte-Gestão: Trajetórias, fluxos e circuitos de jovens do centro para a periferia. Santa Maria, dezembro de 2016.

como uma estranha a eles causava no grupo (TRAVANCAS, 2012).

Sendo assim, nas mídias sociais também mantive uma postura de apoiadora e sempre comentava e divulgava a cena hip hop local. Já era um costume meu antes mesmo da realização da pesquisa, por ser uma entusiasta da cultura santa-mariense, mas, conhecendo mais atores culturais do rap, esse recurso foi utilizado com mais afinco.

Comentando e curtindo postagens e aparecendo nos eventos, já me senti mais preparada para uma conversa. Em alguns casos, utilizei um membro em comum já conhecido para uma apresentação formal para algum entrevistado. Em outros, apresentei-me e conversei tanto presencialmente quanto virtualmente.

Mesmo que eu seja entusiasta da cultura local e que já tenha iniciado a minha introdução ao mundo do hip hop em 2016 como observadora, ainda me sentia uma estrangeira nos eventos do tema. Também sentia o mesmo ao estar nos bairros periféricos em que os entrevistados moravam. Morando em um bairro mais próximo ao central e de maioria classe média, não estava acostumada a um cenário de periferia. Esse estranhamento foi enriquecedor para a pesquisa, visto que

o pesquisador, um intruso mais ou menos tolerado no grupo, não nutre mais a ilusão de estar “em controle da situação”. É justamente aqui, quando seu mal-estar, sua incompetência nas linguagens locais o obriga a reconhecer dinâmicas sociais que não domina bem, que o antropólogo sente que está chegando a algum lugar. (FONSECA, 1999, p. 64).

Após a seleção dos membros para as entrevistas, acompanhei com mais afinco as suas páginas de trabalho e perfis pessoais no Facebook, bem como os perfis em outras mídias sociais como Instagram a partir de abril de 2017. Nesse momento, passei a catalogar postagens de relevância para o trabalho, sejam dos entrevistados em si, sejam do universo que os cerca.

## CAPÍTULO 4 – #aruaenois

Em agosto de 2016, comecei a explorar o campo da cultura de rua de Santa Maria. Conheci o fértil universo do hip hop local. Com uma identidade própria, mutante, com história e conteúdo, essa cultura tem essas características porque as pessoas que fazem parte dela também têm. Conheci sujeitos com trajetórias longas dentro do movimento, que cresceram consumindo e produzindo o que é feito nas praças, esquinas, tudo que colore o espaço urbano.

Entre essas pessoas, estão os entrevistados que colaboraram para a realização desta pesquisa. Os perfis já constaram no capítulo 3, e, em uma retomada breve: BNegão – Pezadelo Sonoro, membro do Co-Rap, com grande fluxo de postagens na mídia social Facebook<sup>71</sup>, em que se denomina como porta-voz da periferia; MC Leti (Letícia Quevedo), também possui página<sup>72</sup> e suas letras têm temática feminista. É membro do Co-Rap e promove oficinas de rimas em escolas. West Mika (Michelle Westphalen) – possui perfil pessoal no Facebook, perfil no Instagram<sup>73</sup>. Ela também traz conteúdos feministas, mas também contra gordofobia e lgbtqfobia. Ao contrário dos outros participantes, ela não possui página própria no Facebook. E, por fim, Marq\$ (Yuri Marques) apresentador do programa Bambataa sobre Rap na Rádio Universidade e promotor de eventos como a Batalha do Ita e a festa Black Flow, que tem perfil pessoal<sup>74</sup>, página<sup>75</sup> própria e o perfil do programa no Facebook, além de administrar outras páginas relativas ao hip hop e ser um usuário regular do Instagram<sup>76</sup>.

### 4.1. A criação e as mídias digitais

Como vimos ao longo do capítulo 2, as mídias digitais auxiliaram a propagar o hip hop e facilitar a sua produção e divulgação. Isso é percebido pelos entrevistados.

O rap, à anos atrás, não tinha essa diversidade que tem hoje. Antigamente, pra gravar, por exemplo, tu tinha que ter 500 pila pra ir num estúdio e gravar duas, três músicas. Hoje, já existe uma ferramenta bem importante que é a internet, né? Aí, por

---

<sup>71</sup> Pezadelo Sonoro Voz da Periferia <<https://www.facebook.com/bnegaobeatbox.showman?fref=ts>>. Acesso em 9 abr. 2017.

<sup>72</sup> MC Leti. <[https://www.facebook.com/mcleti/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/mcleti/?ref=br_rs)>. Acesso em 9 abr. 2017.

<sup>73</sup> Mikaawest. Disponível em: <<https://www.instagram.com/mikaawest/?hl=pt-br>>. Acesso em 29 out. 2017.

<sup>74</sup> Yuri Marques.

<<https://www.facebook.com/yuri.marques.332?lst=1658904785%3A100001952312301%3A1491691503>>.

Acesso em 9 abr. 2017.

<sup>75</sup> Marq\$. Disponível em: <<https://www.facebook.com/MarqsYuri/>>. Acesso em 29 out. 2017.

<sup>76</sup> marq2yuri. Disponível em: <<https://www.instagram.com/marq2yuri/?hl=pt-br>>. Acesso em 29 out. 2017.

exemplo, tu tendo o equipamento certo, tu faz ali a produção, edita e tal, masteriza. Por exemplo, dentro de um computador, de um note, tu baixa um programa e tu já tem um estúdio dentro de casa e já pode gravar como se tivesse em um estúdio. Essa ferramenta é importante para quem quer gravar e divulgar os seus sons. (...) Hoje, o mundo inteiro ouve o teu som. Antes, sem internet, as pessoas só podiam ouvir o teu som se tivessem o teu CD. (Wagner)

Também percebi que eles têm ainda o objetivo da materialidade da sua obra através de CDs. Os quatro afirmaram ter vontade de gravar algo físico, mesmo que já tenham suas músicas disponibilizadas online. Também comentaram que compram e trocam CDs de rappers e MCs locais quando eles lançam. Também foi apontada a vontade de gravação de materiais audiovisuais.

Eu gosto de postar os meus sons porque eu acho que é a minha ideia. Eu gosto de postar ali, colocar na minha página, quem quiser curtir... No começo, eu não curti ouvir a minha voz, mas aí teve uma época que eu pensei “não, eu tenho que ouvir a minha voz, eu tenho que ouvir a minha ideia gravada, meu, porque eu tenho que mostrar ela pras pessoas em outros lugares, em outros espaços, saca? Foi aí que comecei a ouvir as ideias, tanto é que agora eu quero fazer um corre e regravar o meu EP Força Feminina. (Letícia)

O smartphone também é um aliado, segundo os entrevistados, tanto para divulgação, quanto para criação. Michelle utiliza o smartphone para anotar ideias de tema, versos, sobre o que vê no seu cotidiano. Ela também comentou sobre o uso de *beats* disponíveis na Internet e como é fácil encontrar as batidas de músicas famosas, inclusive, prontas para uso e criação de rimas em cima delas. Ela procura pelo *Youtube* bases de uso livre, digitando a expressão na plataforma, utiliza nas suas músicas e informa o criador que disponibilizou.

“Se um dia eu ganhar dinheiro com o rap, eu quero pagar os beats que eu usei por mais que o uso deles seja livre porque isso é o trampo da pessoa (Michelle).” Michelle também apontou que utiliza a política de trocas com *beatmakers* da região, divulgando o trabalho deles. Também afirmou não tomar algum cuidado com suas músicas em questão de direitos autorais ao disponibilizá-las online. Wagner costuma pegar *beats* na Internet também, especialmente, para experimentação e exercício.

Quando ao alinhamento com as mídias comunicacionais tradicionais, Michelle tem uma orientação anarquista e recusa entrevistas para grandes veículos. Sua divulgação é feita através da sua rede de contatos, especialmente, a feminina. Letícia, Yuri e Wagner não demonstraram interesse em enviar seus materiais para jornais locais e outros veículos tradicionais, mas comentaram que utilizam sua rede de contatos para espalhar seus lançamentos e eventos.

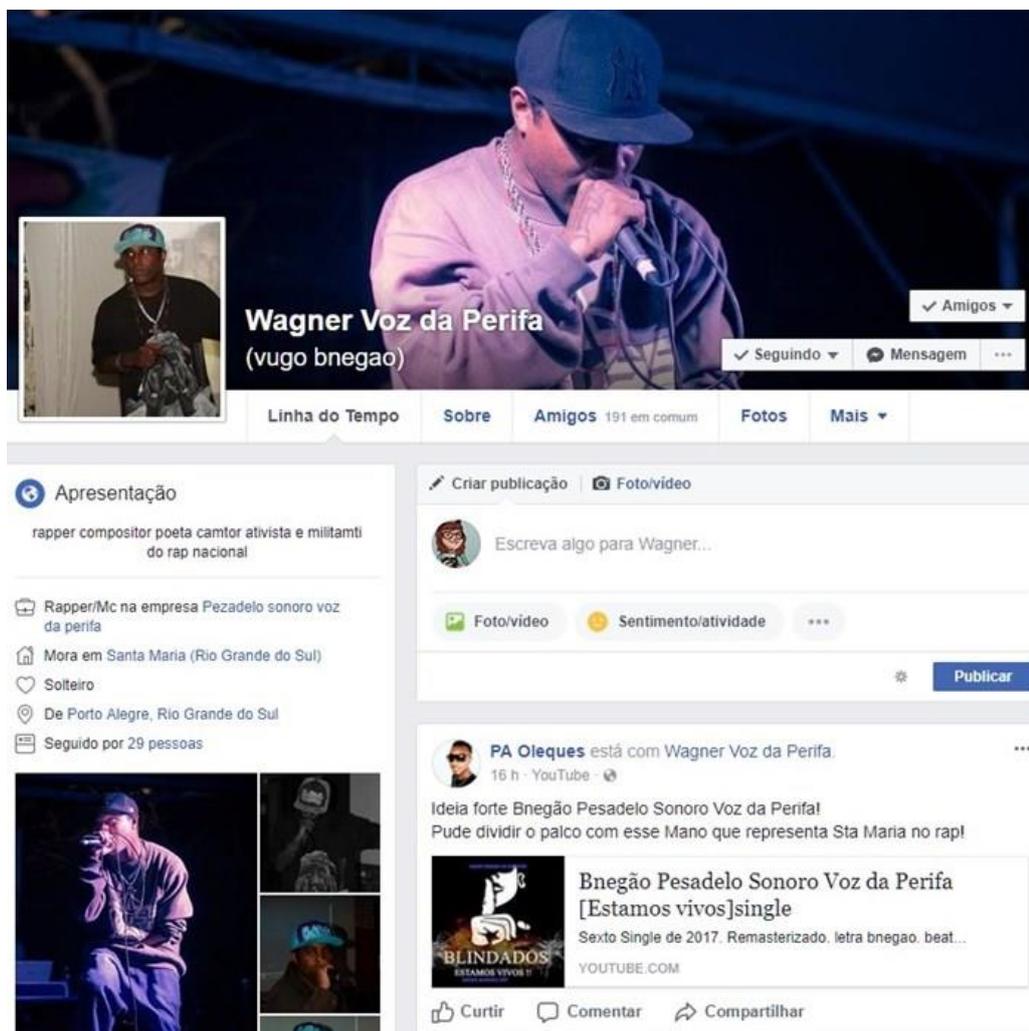


FIGURA 06 - Wagner costuma trocar seus sons com artistas de outros estados, postar sons seus e de parceiros.

#### 4.1.1. A criação de conteúdos em mídias sociais

A mídia de criação e postagem de conteúdo usada de forma principal pelos entrevistados é o Facebook, sendo que:

O Facebook, vale lembrar, é um website gratuito – cuja receita é proveniente de publicidade – que tem como finalidades principais permitir que pessoas se comuniquem virtualmente por meio de mensagens semipúblicas ou privadas e que publiquem imagens, textos e vídeos de seu interesse, sendo fundamental um aspecto do site: a criação de perfis, geralmente individuais, por meio dos quais os usuários se identificam e se apresentam para a sua rede de contatos, composta por aqueles com os quais poderão se comunicar diretamente e cuja “afiliação” ao usuário fica visível para outros que são cadastrados no site. (POLIVANOV, 2014, p. 356 – 357).

Sendo assim, nesta rede, amigos, familiares, contatos profissionais estão todos misturados. O perfil passa a ser a vitrine para sua faceta profissional e também uma fonte de contato com sua rede de afetos e o ator social precisa lidar com esses diferentes públicos. Portanto, além da necessidade de pensar em como se apresentam como artistas, os rappers e MCs precisam manejar as suas relações familiares e de amizade nessa vitrine social

que é o Facebook. E o modo como vão lidar com essa plataforma que reúne a suas diversas facetas reflete na sua identidade de artista. Essa rede construída nas mídias sociais é um

importante marcador identitário e performático. Isto é, para além de construir uma audiência imaginada (intencionada) para quem se expressar e com quem deseja interagir, o próprio fato de ter aquelas pessoas na rede de contatos de um ator já marca, de certa forma, quem ele(a) é ou deseja ser, a partir das pessoas com as quais deseja se afiliar (POLIVANOV, 2014, p. 363).

Em relação aos entrevistados, três deles Wagner, Michelle e Letícia fazem postagens fechadas apenas para amigos que aceitam no seu Facebook, sendo que o Instagram das duas mulheres são de privacidade aberta. Yuri costuma compartilhar conteúdos dos eventos que promove e do programa de rádio em que participa e faz isso através de postagens públicas, sem restrição de público.

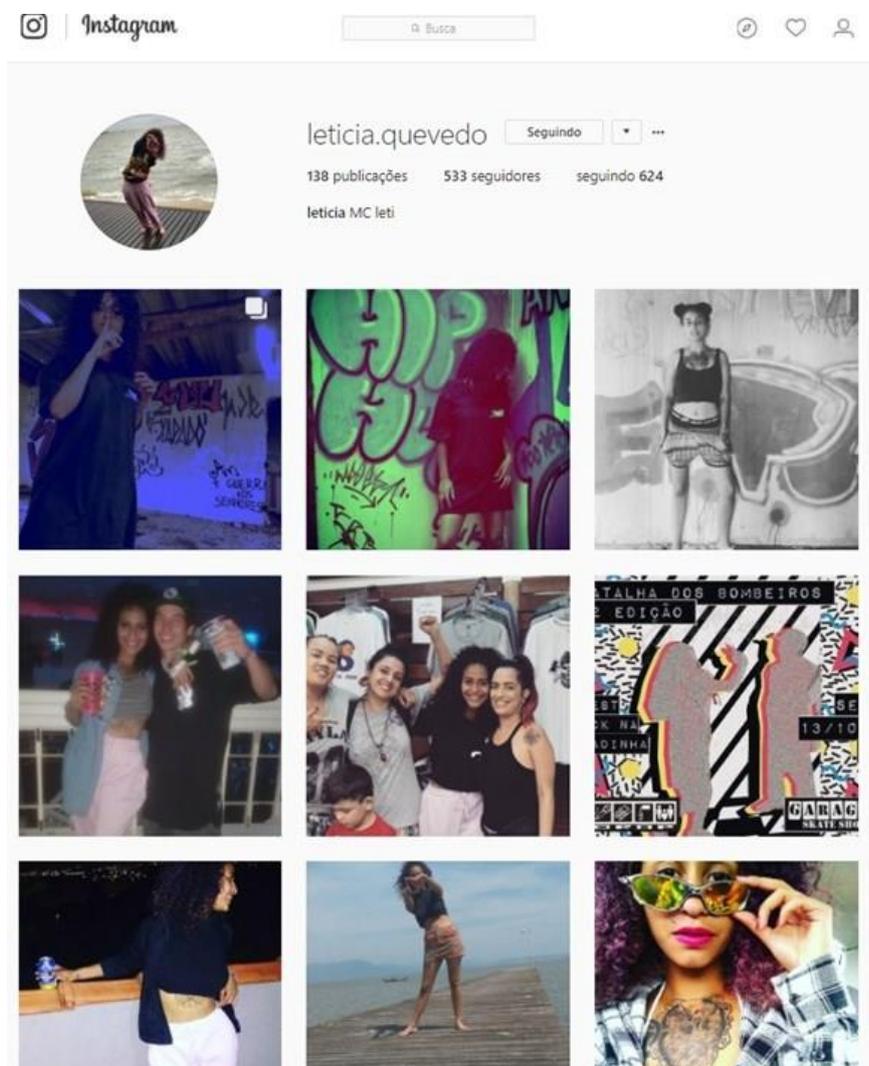


FIGURA 07 - Letícia usa a definição de Mc Leti no seu perfil no Instagram. Ela usa o recurso Stories com frequência diária. Entre os seus conteúdos postados, fotos com amigas, namorado, misturam-se com eventos de hip hop e divulgações próprias.

Quando pensamos nessa autopreservação e na construção da rede de pessoas nas redes

sociais dos artistas, também pensamos se estão conscientes dos públicos que os seguem e se pensam nesse público específico na hora de criar, sendo as redes uma ferramenta para identificar e se comunicar com esse público.

Pude observar que eles conseguem formar uma imagem do seu público, mesmo que seja mais subjetiva. Yuri afirmou que já pensou sobre seu público e acredita que são pessoas envolvidas no movimento hip hop e que já tenham uma maturidade. Michelle vê que seu público é feminino, e, inclusive, avisa no início dos seus shows que talvez os homens presentes não vão entender. “Meu som é de mina, para mina, pelas mina (*Michelle*).”

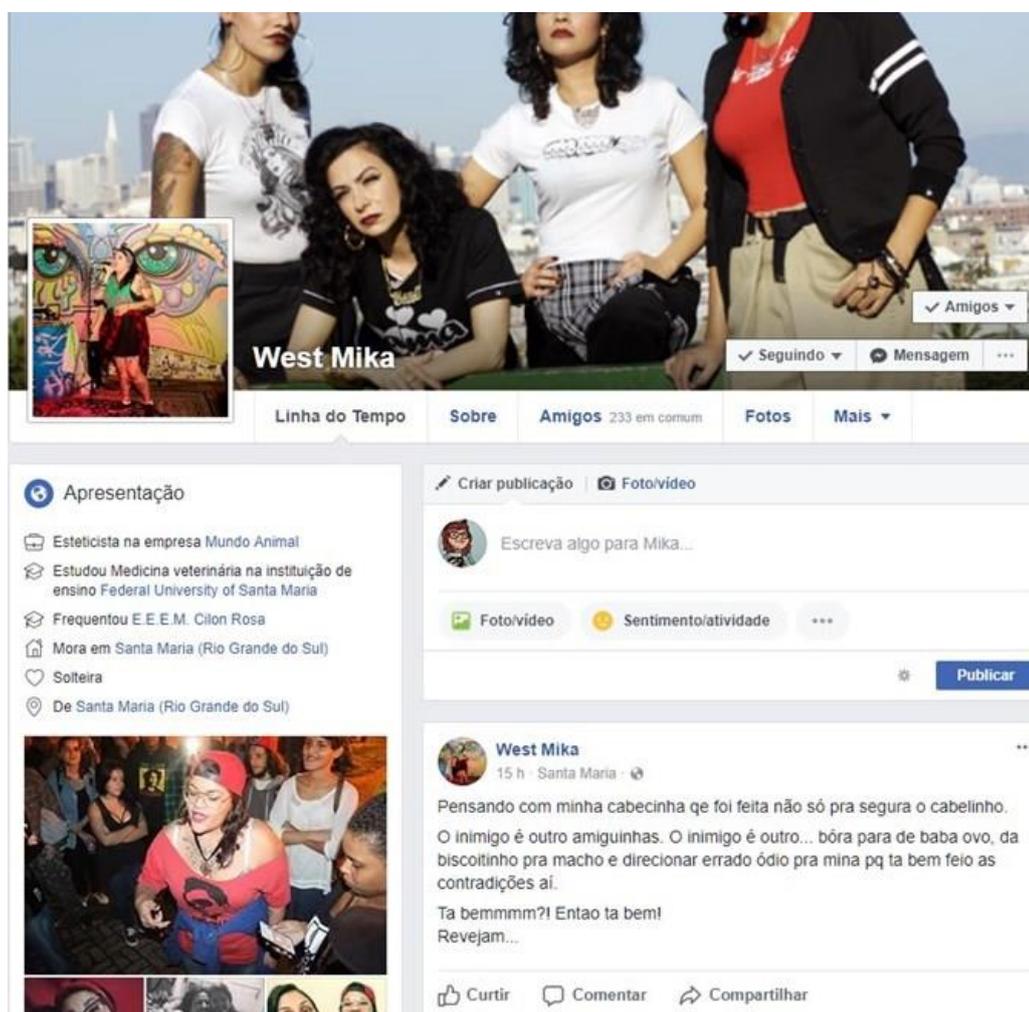


FIGURA 08 – Michelle usa apenas seu perfil pessoal no Facebook e não possui página. Suas postagens são de maioria para os amigos e voltadas para as temáticas e vivências que também aborda nas letras das músicas.

Michelle também refletiu sobre a sua identidade e sobre a relação com quem a ouve, não só nas letras de rap, mas nas mídias sociais, como pessoa pública. Ela costuma abordar assuntos sobre feminismo e presença feminina no hip hop, assim como Letícia, mas também

trata sobre gordofobia. “Eu jamais vou falar de negritude porque não cabe a mim falar de negritude. Eu vou dar meu salve pras mana preta, máximo respeito. Tem mulheres na cena que podem falar de negritude. Sou a única MC na cena de Santa Maria que sou gorda, acredito eu (*Michelle*).”

Quanto ao conteúdo relativo ao hip hop, Wagner é o entrevistado que mais traz um resgate histórico nas suas postagens. Talvez pelo seu maior tempo de carreira e contato com o hip hop. Ele costuma fazer postagens como a do exemplo<sup>77</sup> abaixo, em que ressalta a importância de duas figuras do movimento negro e periférico local: Nei D’Ogum e Magrão (para mais sobre a história de Magrão, consultar o capítulo 1 desta monografia).

Falecido em 21 de agosto de 2017, Nei D’Ogum deixou um legado de luta pela periferia e pela cultura negra. Ele é de grande importância para o movimento do hip hop local. Inclusive, a Batalha dos Bombeiros em comemoração aos cinco anos, em setembro de 2017, foi em sua homenagem. Foi usada a frase nos cartazes: “A voz da periferia ecoa nas batalhas” e também a hashtag #NEIDOGUMVIVE. Ele também costumava participar dos eventos do Co-Rap, como o Guerrilha da Paz, de acordo com relatos dos entrevistados desta pesquisa e de pesquisas em redes sociais do próprio Nei. Segundo informações de sua página, ele era um “defensor da cultura popular, dos espaços públicos e das artes de rua urbana”<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> In: Facebook. Wagner BNegao. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1247022278775218&set=a.108843029259821.15320.100004023737500&type=3&theater>>. Acesso em 16 nov. 2017.

<sup>78</sup> Nei D’Ogum. In: Facebook. Página. Disponível em: <<https://www.facebook.com/NEIDOGUM/photos/a.282630515433549.1073741828.282618495434751/487761658253766/?type=3&theater>>. Acesso em 18 nov. 2017.



FIGURA 09 – Postagem de Wagner reverenciando duas figuras de importância no movimento hip hop local: Nei e Magrão.

É importante pensar a relação dos entrevistados com o passado da cultura local e com essas figuras de destaque para avaliar o seu grau de envolvimento com essa cultura local, negra e periférica que é de característica da identidade do hip hop daqui. Quanto mais envolvidos, mais atuantes na construção e fortalecimento dessa cultura. Quanto mais compartilham sobre, mais desejam atrelar suas identidades à esses pilares.

Afinal, como proposto por Miller (2011), o Facebook, especialmente, seria como um livro da verdade, em que as pessoas mostram o seu eu real, um eu construído por elas mesmas, de forma até não intencional, de acordo com o que associam ao seu perfil. No caso da postagem abaixo, Michelle reforça sua identidade aproximando-se da figura de Nei e sugerindo continuidade do seu trabalho através de pessoas que buscam o mesmo que ele, talvez incluindo ela mesma como uma dessas pessoas.



Figura 10 – Postagem compartilhada<sup>79</sup> por Michelle que traz uma retomada histórica de Nei D'Ogum.

<sup>79</sup> Mika West. In: Facebook. Perfil pessoal. Disponível em: <<https://www.facebook.com/michelle.westphalen/posts/1471981552882547>>. Acesso em 18 nov. 2017.



Figura 11 – Postagem<sup>80</sup> de BNegão com marcação de amigos no Facebook. Estou entre os marcados da lista. Quando iniciei um contato com ele sobre a pesquisa e falei que tinha interesse no hip hop local, ele passou a me incluir nos amigos marcados das postagens.

O contato com os parceiros para avisar de eventos e lançamentos é feito de duas formas majoritárias: por mensagens privadas ou por marcações em postagens. Um informante que utiliza muito a marcação dos amigos em postagens no Facebook é o Wagner, como no exemplo abaixo. Ele não costuma fazer artes específicas para os eventos por não ser usuário de softwares de edição de imagens, então apenas compartilha as imagens postadas pela fonte original do evento e incluindo um comentário próprio. Esse tipo de postagem no perfil do rapper têm boa aceitação, costumando ter dezenas de curtidas e comentários e o rapper responde aos comentários de forma simpática e positiva.

Wagner também usa o recurso de conversar com organizadores de eventos através do Facebook para pedir espaço. Letícia e Michelle também relataram utilizar essa estratégia.

<sup>80</sup> In: Facebook. Wagner Voz da Perifa. Disponível em: <<https://www.facebook.com/bnegaobeatbox.showman/posts/1235536046590508>>. Acesso em 29 out. 2017.

Assim eu toquei em vários lugar, pedindo espaço na humilde, né? (...) Tem que ter mais isso no rap hoje. Não achar que não vai rolar porque tem preconceito com o rap. O rap tem que se fazer presente. Tem que chegar e pedir espaço. (...) (Wagner).

Em relação à divulgação, Yuri é o entrevistado que tem mais interação com softwares de edição de imagens e músicas. Ele cria artes gráficas para sua página pessoal e do programa da rádio que participa, além dos eventos que produz. Ele também citou que, mesmo com condições de formar parcerias com estúdios de gravação, ele ainda tem apego por manipular suas criações, usando, inclusive, o microfone do próprio celular.

Eu não tinha produtor nem nada uma época, daí, agora, eu consegui. Mas, hoje em dia, mesmo tendo onde gravar, eu tô pra lançar um EP, eu ainda tenho o amor por eu mesmo gravar e produzir. Eu aprendi a fazer beat instrumental usando o FL Studio, aprendi a captar a voz e como equalizar ela, fazer a mixagem. Por eu mesmo estar fazendo, eu sei que vai ficar a minha cara. Todo artista busca seu próprio estúdio, não adianta. A qualidade não é algo que me preocupa tanto, mas a criatividade. (Yuri)



FIGURA 12 – Yuri tem um perfil de conteúdo aberto para o público e traz conteúdo dos eventos e do programa de rádio o qual participa.

Ele também afirmou que não se sente pronto para vender *beats* no momento, e que não valeria a pena, pois, se ficam bons, ele usa nas criações dele e também porque os beats são vendidos por muito pouco dinheiro. Quanto à ganhar dinheiro com a música, Yuri acredita

não se possível aqui na cidade, mas é possível explorar o mercado musical através da produção de eventos. Ele também acredita que esses eventos criam oportunidades para os artistas locais e da região para ganhar algum retorno financeiro para investir nas suas criações, movimentando a economia musical da cidade.

#### **4.1.1.1. Eu sou perifa**

O trabalho realizado pelo Co-Rap – com eventos em escolas e outras programações voltadas para a conscientização – promovem uma noção de positividade da periferia, talvez com o intuito de reverter a imagem de classe perigosa ou mesmo reforçar sua identidade. A afirmação de “eu sou da periferia” pelo Co-Rap vem através das letras de músicas e tem um tom de força e transgressão, como Pereira (2010) percebeu nas suas pesquisas sobre os pixadores de São Paulo.

A periferia configurava para eles uma espécie de *éthos* que remetia a valores e modos de portar-se. Esse *éthos* reverteria a percepção de certos caracteres, antes vistos como estigmas, como a própria ideia de pobreza, atribuindo significados positivos à noção de periferia, ligados a marcas mais gerais de pertencimento que transcenderiam o contexto local de um bairro específico. (PEREIRA, 2010, p. 9-10).

Nas batalhas de rimas e em shows, é comum que os rappers e MCs usem frases de impacto para reforçar sua identidade periférica e enaltecer seu bairro de origem. Em meio às rimas das batalhas, um MC fala: “eu vim lá da leste...” e é logo ovacionado com gritos afirmativos. Questionei aos entrevistados se eles também sentem esse apego ao seu bairro. Letícia logo completou a minha pergunta: “à minha quebrada?”, utilizando uma expressão comum do hip hop. Apesar de ela ter morado em vários bairros, atualmente vive na zona leste e afirmou ter apego ao seu local de moradia.

Já fiz música falando na quebra. Tenho uma música falando da quebrada. Eu acho foda quando os MCs levam a periferia deles na batalha, sabe? Quando, tipo, eles mostram que vieram... Eles vêm do Sem-Teto pro centro, tá ligado? Eles trazem o lugar que eles vem pra batalha. A galera da periferia dá valor pros bagulho. Acho que essa é a palavra certa. (Letícia)

Essa questão dos fluxos da periferia para o centro mostra que o resultado da cultura produzida na periferia, portanto, não se limita geograficamente ao que é visto por lá, mas, sim, as trocas são fator importante para a consolidação do artista e de como ele se apresenta virtualmente ou presencialmente.

A riqueza está presente não só nas produções artísticas, nos conhecimentos gerados, mas nos fluxos que esses jovens da periferia provocam. Eles levam quem mora

confortavelmente no centro da cidade “onde tudo acontece” para o que fica à margem e mostram que tem cultura feita por lá, sim, positivando a imagem criada do passivo e apático pobre da periferia, como algumas teorias conservadoras apresentam (FONSECA, 2006).

Alguns teóricos acreditam que a cultura produzida na periferia, mais do que um fator de valorização, é também salvadora, como escreve Rogério de Souza Silva (2012, p. 115):

A solução para o abandono do pai, pobreza, baixa escolaridade e violência praticada nas periferias das grandes cidades brasileiras estaria no rap. Este teria o potencial de transformar o simples ato de escutar a rima de um MC/ rapper num gesto de discordância social, isto é, por meio das letras, o rap seria capaz de produzir uma leitura crítica da sociedade e, posteriormente, uma atividade remunerada diferente daquelas funções normalmente desenvolvidas por pessoas de origem simples e escolaridade parca.

Nota-se a importância da cultura para o reforço da identidade. Também foi algo percebido por Neate e Platt nas favelas cariocas.

Algumas organizações, como o Observatório, a Cufa, e, claro, o AfroReggae, têm constatado o valioso papel que pode ter a expressão cultural para promover a integração social, mudando a imagem das favelas e levantando o moral de seus habitantes. (NEATE E PLATT, 2008, p. 111)

Como as identidades são fragmentadas (HALL, 2000), hoje, Leticia já não possui o mesmo estilo de vida periférico da sua infância e ela reflete sobre isso e sobre o quanto o discurso periférico ainda cabe dentro das falas dela.

Muita coisa eu não gosto de lançar pra galera. (...) Eu procuro falar do que eu vivo. Hoje em dia, desde que minha mãe me adotou eu tenho uma condição melhor de vida. Eu tenho uma casa melhor, um estudo melhor, uma roupa melhor. Já não é mais a minha vivência a periferia. O cara não é rico, não é classe média, mas não é periférico. Então, eu tento não colocar isso no meu som. (*Leticia*)

A inclusão desses jovens na música modifica e interfere nas suas identidades individuais e coletivas (SILVA, 2012). E o processo de transformação consumidores para produtores é significativo para analisar o conteúdo dessas produções na construção dessas identidades. Muitos acabam atribuindo a si o papel de porta-vozes da comunidade e sentem-se na obrigação de retratar suas realidades, denúncias, e, assim, conscientizar quem os ouve. Essa concepção de rap engajado é um conceito que os quatro entrevistados ressaltaram em suas falas, como a de Yuri:

O hip hop traz esperança, ele fomenta, não busca crescimento individual. É um coletivo se ajudando. (...) Tu pode tá no rap e vai lá e ganha muita grana com o rap, mas tu não ajudou ninguém de onde tu mora, tu não inseriu nada na cabeça das pessoas que vão fazer eles se unirem e mudarem alguma coisa. (*Yuri*)

#### **4.1.1.2. A rua é nós**

Em uma cultura em que o palco é a cidade, precisamos considerar esse cenário na construção identitária desses jovens e os usos que fazem das mídias digitais. Michel Agier (2011) desenvolve estudos urbanos desde a década de 80, em países diversos, inclusive no Brasil, trazendo uma conversação com a produção brasileira na área da antropologia urbana. No livro *Antropologia da Cidade: Lugares, Situações, Movimentos*, ele propõe diversas discussões, entre elas, o conceito de que a cultura da cidade está ligada diretamente aos cidadãos, visto que a cultura na cidade é formada por dois

grandes domínios de criação. Um diz respeito às relações entre cidadãos, ou seja, às representações da identidade e da alteridade; a outra é simbólica com que os habitantes dão um sentido ao espaço material da cidade onde vivem. (AGIER, 2011, p. 143).

A globalização cultural também tem impacto direto na cultura local. Visto aqui, nas observações preliminares para este trabalho, os rappers e MCs participantes da Batalha dos Bombeiros costumam utilizar símbolos em suas vestimentas que remetem a cantores de fama internacional. Afinal, como essa cultura da cidade é elaborada? Agier (2011) afirma que esses contextos em que se inspiram os indivíduos para formar suas identidades se expandiram para além dos muros da cidade em que estão inseridos e têm grande relação com o mundo virtual.

Esses circuitos culturais abrigam artistas diversos que tem seus processos criativos e identitários filtrados, referenciados e mixados com todos esses diferentes atores, além de influências de circuitos de fora, através de trocas online. Sendo assim,

A cidade constitui-se então como um cadinho, que só produz cultura no final desses encontros, colagens e fusões das quais ela é o teatro. Assim redefinida por cidadãos com percursos múltiplos, a cidade torna-se por sua vez um dispositivo cultural. (AGIER, 2011, p. 170).

Em uma das batalhas, Letícia disse que era uma pressão apresentar o evento. Foi um dos dias em que mais vi os espectadores conversando e fazendo barulho durante as rimas. A Letícia precisou chamar a atenção deles, maioria jovens do sexo masculino, os quais ela conhecia pelos nomes. Essa edição em especial (62ª, realizada em 20 de outubro de 2017), foi até um pouco além do horário normal pelo número de rimadores inscritos e pelos turnos a mais que foram feitos pelo empate em algumas disputas.

Na mesma ocasião, um jovem que nunca havia participado das batalhas teve a sua primeira vez e o público reagiu de forma negativa à apresentação do rapaz. Quando lembrei Letícia dessa questão, ela reafirmou sua identidade de apresentadora do evento, que se sobrepôs à sua identidade de participante opinadora na roda.

Bah! Eu tava ali como organizadora. Então, eu não vou chegar e falar “não eras”. “Ah, vamo respeitar, vamo deixar o cara falar, com licença, galera, silêncio”.

(Letícia)

Os relatos da inserção dos entrevistados nesta cultura que é de rua retrata dificuldades apresentadas por eles, como a volta para casa de ônibus e os perigos do meio urbano, fora preocupações mais subjetivas como as críticas familiares. Relatos similares podem ser vistos na pesquisa de Levy (2014) sobre as pixadoras santa-marienses da *crew* LAF.

As minas da LAF parecem lidar com os percalços como pertencentes do que é o “espírito” da arte urbana. Entretanto questionam instituições culturais da sociedade e também de hierarquia como a as educacionais, como a universidade pública e revelam a preocupação com os laços familiares. (LEVY, 2014, p. 67).

## 4.2. As mídias e as identidades

Em um mundo globalizado e virtual, as fronteiras de uma cultura não podem ser medidas apenas pela sua origem territorial. Essas identidades culturais são forjadas por características que as diferem em detrimento à uma unidade. Portanto, raça, gênero, faixa etária e outras questões são relevantes para pensar identidades artísticas. Essas questões foram levadas em conta no momento de observação e entrevistas com os informantes e para a análise dos mesmos visto que quanto mais as vidas são medidas em uma escala global interligada, mais flutuantes são as suas identidades (HALL, 2002).

Por esse motivo, é interessante observar como os informantes reconhecem sua identidade de rapper e/ou MC e integrante de um movimento cultural global como o hip hop. Através das redes sociais, eles fazem afirmações sobre seu status de artista do hip hop e sobre como isso influencia em quem são, como na postagem<sup>81</sup> feita por Wagner:

o rap mi fez emxerga a pureza e a cimceridade  
em cada linha entao so queria agradecer pelo  
rap ezisti na minha vida o rap mudou minha forma  
de pemça minha forma de analiza e obicerva as coisas  
libertaçao em versos obrigado rap nacional.

Entre todas as personalidades possíveis de se assumir em um mundo globalizado, os entrevistados assumem a de rappers, MCs, produtores culturais. No entanto, essa não é a única identidade que podem assumir. “No entanto, essa pluralidade é fonte de tensão e contradição tanto na auto-representação quanto na ação social” (CASTELLS, 1999, p.22). No caso dos rappers e MCs, eles ocupam essa função cultural, mas também são estudantes, jovens, mulheres, negros, periféricos e esses papéis podem se sobrepor em alguns momentos,

---

<sup>81</sup> In: Facebook, Wagner Voz da Perifa, 26 out. 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/bnegaobeatbox.showman/posts/1234522870025159>>. Acesso em 29 out. 2017.

inclusive, dentro do movimento hip hop.

#### **4.2.1. A identidade artista**

Todos os entrevistados utilizam nomes artísticos, então, questioneei sobre a origem do nome deles, como eles chegaram nesse nome. Esse passo já oferece uma ideia da construção da identidade do entrevistado. Temos o caso de Wagner, que, ao início das observações utilizava o nome de “BNegão – Pezadelo Sonoro” e foi modificando até usar hoje “Wagner Voz da Periferia”.BNegão era uma referência ao rapper Bernardo Santos que utiliza a alcunha. Os nomes que Wagner utilizou dizem muito sobre o processo que ele passou no último ano, em que buscou aproximação com a religião e o autoconhecimento. Esse jogo de diferenças e demarcação de fronteiras simbólicas é próprio desses processos identitários (HALL, 2000).

A identidade dos sujeitos dentro de uma mesma cultura é construída pelas similaridades e também pelas diferenças. Ao se colocar como um morador da zona oeste, como faz Michelle no seu nome artístico Mika West, ela reforça que, mesmo dentro de uma mesma cultura hip hop, ela também faz parte de uma zona da cidade com características próprias e diferentes de outras zonas em que moram outros rappers.

Na linguagem do senso comum a identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são compartilhadas com os outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal. É em cima dessa função que ocorre o natural fechamento que forma da solidariedade e da fidelidade do grupo em questão (HALL, 2000, p.106).

#### **4.2.2. “Rap de saia”**

Uma questão que despontou entre as tantas que surgiram nesse tempo no campo foi a presença das mulheres e a interação delas com esse meio. Desde o início da observação, ainda em 2016, ao tomar contato com o trabalho feito pelo Co-Rap, percebi que as questões administrativas do grupo eram organizadas por mulheres. Sendo que, ainda não havia visto nenhuma delas em alguma batalha de rimas. Esse lugar da mulher como organizadora e não como protagonista na roda fez com que eu voltasse os olhos para a questão, visto que, como mulher e feminista sempre busquei questionar esse lugar.

O papel na organização do evento lembra uma dicotomia que observei em algumas letras de grupo de rap composto por homens: a mulher cuidadora e a mulher vulgar (cunhada pela gíria “*bitch*” em inglês, traduzida como “vadia”). Li algo similar em trabalhos como o de Ângela Maria de Souza (2009) e Herschmann (2000).

O Movimento hip hop possui uma proposta contestadora de determinados valores sociais que acompanham nossa sociedade, entre eles o racismo, as desigualdades sociais, as violências que atingem uma significativa parcela da população, principalmente pobre e negra que está nas periferias. Mas, quando a questão de gênero é colocada parece se estabelecer uma lacuna. Não há esta preocupação por parte da maioria dos rappers e não é por desconhecimento da vivência história de discriminação e desigualdade que atinge muitas mulheres. Sabem muito bem disso, suas mães, suas irmãs, suas amigas sofrem, na pele, cotidianamente as consequências destas relações e muitos relatam as dificuldades por elas vividas, principalmente a partir de suas mães (SOUZA, 2009, p. 262).

Além de enfrentarem um machismo velado que se expressa, no uso freqüente da expressão “vadia” nas músicas e nos discursos, elas enfrentam o pouco espaço que existe para que artistas do sexo feminino – cantoras, dançarinas ou grafiteiras – possam se manifestar (HERSCHMANN, 2000, p.205-206).

Ao iniciar a revisão bibliográfica para o trabalho, especialmente a mais específica sobre o hip hop, percebi sexismo e apagamento de figuras essenciais para a construção desse movimento. Inclusive, o rap feito por mulheres era tido com um aparte, quase que uma subdivisão do rap, chamado de “rap de saia” em algumas batalhas de rimas que presenciei. Isso também foi percebido por outras pesquisadoras como Levy (2014).

Outro sinal de sexismo e uma aparente falta de compreensão dos estudos de gênero foi o que durante a leitura de referências bibliográficas pude notar que a academia ainda usa termos sexistas no sentido de delegar certas características a homens e mulheres, como por exemplo, na expressão encontrada em estudos sobre rap feito por mulheres “rap de saia”. Outro questionamento que pretendo evitar é sobre a reflexão que alguns estudos fazem sobre a mulher se „masculinizar” para garantir respeito, pois teria que entrar no mérito de separar comportamentos ditos „masculinos” e comportamentos ditos „femininos”. Portanto, nos estudos sobre hip hop, graffiti, pixação e punkrock e demais culturas juvenis, as mulheres são invisibilizadas. Magro (2003, p.65) observa que existe uma constante ausência ou limitadas menções sobre participações e protagonismos femininos e que “além de serem colocadas como secundárias nas análises elaboradas, [...], revelam-se subordinadas às produções masculinas”, uma vez que são colocados como principais nomes dessas culturas juvenis personalidades masculinas. (LEVY, 2014, p. 22).

Em outra pesquisa, que resultou em um ebook chamado “Mulheres de Palavra: um Retrato das Mulheres no Rap de São Paulo”, temos alguns depoimentos dessas mulheres que participam do hip hop na capital de São Paulo. Em um dos depoimentos, a rapper Bia Doxum, afirma uma visão percebida também aqui na cidade:

Existe machismo. Vou contar um caso: eu coleei na Roosevelt numa batalha de rimas. O mano foi mandar uma letra, a letra difamando a mulher. Eu frente a frente a ele. Falando que mulher é puta mesmo, tá lá dançando com os peitinhos balançando. Eu não me sinto bem, sabe? Eu não consegui ficar no local. Tive que virar e ir embora. Infelizmente há uma grande falta de respeito. (ALLUCCI et al., 2016, p. 14).

Na maioria dos eventos que observei, o público, artistas e produtores eram majoritariamente masculinos. Exceto pelo show de Lívia Cruz e Meire D’Origem, duas rappers de São Paulo e Espírito Santo, respectivamente. O evento aconteceu no Rockers Soul Food, casa noturna descentralizada em Santa Maria. Desde o início, na página do evento

foram feitas muitas manifestações do público em favor do show, especialmente de mulheres. Na lista de apresentações, rappers e MCs da cidade, como Mika West e a MC Monteiro, uma das entrevistadas da pesquisa. Também estava prevista uma apresentação do rapper K.M.Z (Jeferson Carvalho), mas este não subiu ao palco, deixando o espaço livre para que apenas mulheres fossem as protagonistas. Quando essa decisão foi comunicada no palco pela Laís Prates, membro do Co-Rap, foi aplaudida.

Similiar ao apontado por Levy (2014) com as grafiteiras da cidade, as mulheres MCs e rappers promovem uma atividade de dupla transgressão ao engajar em um movimento que é combativo à ordem social e ao inserir sua presença e conteúdo de crítica em um espaço de maioria masculina. Outra pesquisa com grafiteiras, feita em Porto Alegre, por Silva (2008) apontou essa assimetria quanto às diferenças de gêneros no movimento.

Pode-se dizer que as relações sociais na instituição do movimento hip hop e especialmente do grafite ainda se fundamentam, primeiramente, na relação hierárquica entre os sexos, estabelecendo assim relações de poder neste ambiente. Evidentemente os cargos de autoridade permanecem nas mãos dos grafiteiros (SILVA, 2008, p. 46).

As duas mulheres entrevistadas nesta pesquisa também apontaram situações similares. E a questão feminina e da presença de mulheres no hip hop é presente nas suas letras e também nos conteúdos postados em mídias sociais. Elas também foram incentivadas por outras mulheres para começar a rimar.

Quando eu comecei a fazer rap, eu queria que o que eu escrevesse no papel fosse sentido por outras minas também. A minha referência sempre foram a minha mãe e as minhas irmãs pelo fato de a gente ter tido uma vida destruída por causa de um cara, de eu ver vários atos de agressão contra a minha mãe, de eu ter visto atos de machismo dentro das oficinas de rima quando eu nem sonhava que eu ia seguir no rap, eu já sentia uma opressão. Quando eu pensei na ideia do meu EP Força Feminina, eu queria que todas as faixas fossem feministas, que todas as minas, principalmente, ouvissem (*Leticia*).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ideia de observar como se dão as práticas dos rappers e MCs de Santa Maria nos meios digitais foi o objetivo maior deste trabalho e acredito que tenha sido respondido. Pude observar durante o trabalho de campo o quão diferente pode ser o modo de agir de um artista em comparação com outro do mesmo gênero do que ele, inserido na mesma cidade.

Também vejo que, pelo conhecimento e informação, bem como a divulgação e disseminação dele ser um dos pilares de fundação desse movimento, os seguidores já têm essa característica de ansiar se comunicar e ser proativo. Sendo assim, as mídias digitais, especialmente as novas mídias, vieram a potencializar essa voz do hip hop para que chegue a mais pessoas e seja uma forma de facilitar a criação, distribuição e divulgação do trabalho dos artistas.

Visto que o movimento é de origem periférica, as mídias digitais auxiliam no comércio e independência desses atores culturais e também facilitam sua articulação para criação de eventos, contato com parceiros, entre outras demandas da profissão. Os entrevistados apontaram a sua rede social fortalecida pelas mídias digitais, especialmente as mídias sociais, como uma das principais fontes da sua divulgação e fortalecimento como artista, mais até do que os meios de comunicação tradicionais, marcando a sua independência e criação de uma comunicação digital alternativa.

Quanto à objetivos secundários da pesquisa, foi possível deixar o registro de passagens do momento do hip hop local e mundial, e isso é importante para que outros pesquisadores do movimento encontrem esses dados e incorporem nas suas pesquisas.

Também pude discutir a questão da formação da identidade do artista através da sua comunicação digital e como isso reflete na sua produção. Tenho interesse em desenvolver mais esse ponto em trabalhos futuros.

Por utilizarem como meio principal de divulgação as mídias sociais, eles precisam lidar com os públicos distintos que abarcam essas redes. Bem como, tratam com diferentes vertentes no próprio gênero musical em que estão inseridos. Manejar esses conflitos divide os entrevistados em dois posicionamentos: conciliador e contestador, sendo que eles podem variar entre essas posturas. Em geral, os que passeiam em mais estilos dentro do hip hop e possuem trabalhos relacionados (vendas de ingressos, promoções de festas) buscam a neutralidade. No entanto, as mulheres entrevistadas não deixam de lado a questão de inserção feminina e costumam fazer postagens questionando a participação de mulheres em evento, o posicionamento de MCs homens, entre outras questões que trouxeram em seus depoimentos.

Há muito ainda a debater sobre o que é feito no hip hop local e haverá ainda mais no futuro. Pois, dentro de coletivos como o Co-Rap há uma preocupação em levar hip hop para as escolas e estimular as crianças a criarem, e que duas das entrevistadas, Michelle e Letícia foram incentivadas a participar do movimento por outras mulheres, percebo que esse modo de fazer dos artistas entrevistados neste trabalho será refinado e repassado para os próximos MCs que vierem ao longo do tempo.

O tempo de contato com o campo escolhido pareceu pouco devido à todas características e peculiaridades que fui descobrindo com o tempo. Fiquei muito satisfeita em entrar em contato com esses atores e perceber os quão empenhados são em mostrar o seu trabalho, em produzir, mesmo com pouco tempo e dinheiro. Os entrevistados foram muito inspiradores e abertos nos seus relatos, tanto que pude contemplar todas as questões programadas na metodologia no primeiro encontro com cada um.

Ao iniciar o trabalho no campo, fui confrontada com o panorama do desgaste que alguns membros do hip hop local sentiam em relação à pesquisadores e também à mídia tradicional por distorcer os seus relatos ou não trazer resultados e contribuições após eles cederem seu tempo para entrevistas. Tive uma grande preocupação com isso.

Tanto que, busquei contribuir com o movimento ao longo da observação. Eu tenho facilidade com peças gráficas e fui convidada por uma das entrevistadas, a Letícia, para produzir um cartaz para a Batalha dos Bombeiros, e assim o fiz. Também divulguei eventos em meus perfis nas mídias sociais. Esse envolvimento não foi com intenção de apropriação, mas de contribuição, e ele me abriu mais portas porque os hip hoppers me viram como uma apoiadora.



FIGURA 13 – Cartaz produzido para a Batalha dos Bombeiros à pedido da entrevistada Letícia.

A ideia é seguir com a pesquisa, aprofundando questões de identidade de artista. Também quero desenvolver artigos com questões que surgiram ao longo da observação e não couberam nesta monografia. Também quero produzir um material de comunicação alternativa com parte dos relatos que os entrevistados e outros rappers e MCs me deram durante a pesquisa, de forma a retribuir a eles o tanto que compartilharam comigo e auxiliar na propagação dessa história e mensagem.

## REFERÊNCIAS

ALLUCCI, Fernanda; ALLUCCI, Renata R.; VALENCIO, Ketty. **Mulheres de Palavra: um Retrato das Mulheres no Rap de São Paulo**. São Paulo: Allucci & Associados, 2016. Disponível em: <[www.mulheresdepalavra.com.br](http://www.mulheresdepalavra.com.br)>. Acesso em: 29 out. 2017.

AGIER, Michel. **Antropologia da Cidade: Lugares, Situações, Movimentos**. Tradução de Graça Índias Cordeiro. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2011.

ASSIS, Mariana Santos de. In: LÍNGUA, LITERATURA E ENSINO, Outubro/2010 - Vol. V. Disponível em: <<http://revistas.iel.unicamp.br/index.php/le/article/view/1163>>. Acesso em: 3 jul. 2017.

ASSIS, Mariana dos Santos. **As redes do rap: (des)construindo caminhos para a liberdade de expressão**. Língua, literatura e ensino, Outubro/2010 - Vol. V. Disponível em: <<http://revistas.iel.unicamp.br/index.php/le/article/view/1163/940>>. Acesso em 20 abr. 2017.

ASSUMPÇÃO, Gleice Aparecida de. **As representações sociais do rap brasileiro na mídia regional da cidade**. 2009. 295 f., il. Dissertação (Mestrado em Comunicação)- Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

BEZERRA, Luciana Rocha. **Ativismo X entretenimento: tensões vivenciadas no discurso e nas práticas do Hip-Hop**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009. (Dissertação de mestrado).

BIN, Marco Antonio. **A Periferia Digital: mobilização e cidadania nas margens sociais em São Paulo**. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires: 2015.

CARVALHO, Alice Tomaz de; RIOS, Riverson (2009), **O MP3 e o fim da ditadura do álbum comercial**. In Irineu Franco Perpetuo; Sergio Amadeu da Silveira (orgs.), *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FONSECA, Claudia. **Classe e a Recusa Etnográfica**. In: BRITES, Jurema; FONSECA, Claudia (org.). *Etnografias da participação*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006.

FONSECA, Claudia. **Quando cada caso NÃO é um caso: pesquisa etnográfica e educação**. *Revista Brasileira de Educação*, Rio de Janeiro, ANPEd, n. 10, p. 58-78, jan./abr. 1999.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. São Paulo: DP&A, 2002.

\_\_\_\_\_. **Quem precisa de identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000, p. 103-133.

HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip hop invadem a cena Rio de Janeiro**. Editora UFRJ, 2000, v.1. Disponível em: < <https://michaelherschmann.wordpress.com/publicacoes/> >. Acesso em 2 jul. 2017.

HINE, Cristine. Estratégias para a etnografia da internet em estudos de mídia. In: **Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos**. Rio de Janeiro: E-papers, 2016, p. 11-27.

HINE, Christine. **Ethnography for the Internet: embedded, embodied and everyday**. London: Bloomsbury, 2015

JÁCOME, Ana Carolina; ALVARENGA, Camila; FERNANDES, Orlando. **Interações entre Cultura Hip Hop e Indústrias Culturais: um estudo de caso da trajetória musical do rapper Renegado**. Revista Extraprensa, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 566-576, nov. 2010. ISSN 2236-3467. Disponível em: <<http://www.periodicos.usp.br/extraprensa/article/view/77193/81055>>. Acesso em: 20 apr. 2017. doi:<http://dx.doi.org/10.11606/extraprensa2010.77193>.

LANFRANCHI, Karen Helena Bueno; SERGL, Marcos Júlio. **As Redes Sociais na Internet e a Música Popular Brasileira: Produção, Veiculação, Recepção**. Universidade de Santo Amaro, São Paulo, SP. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016.

LEÃO, João; NAKANO, Davi. **O impacto da tecnologia na cadeia da música: novas oportunidades para o setor independente**. In: PERPETUO, Irineu Franco; SILVEIRA, Sergio Amadeu da. *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2001.

MILLER, Daniel. **Tales from Facebook**. Cambridge: Polity Press, 2011.

MILLER, Daniel; COSTA, Elisabetta; HAYNES, Nell; MCDONALD, Tom; NICOLESCU, Razvan; SINANAN, Jolynna; SPYER, Juliano; VENKATRAMAN, Shriram. **How the**

**World Changed Social Media.** London: UCL Press, 2016.

MIOTTO, Tiago. Batalha dos Bombeiros: bocas, batidas e rimas. **Revista O Viés**, Santa Maria, 29 out. 2012. Disponível em: <<http://www.revistaovies.com/reportagens/2012/10/batalha-dos-bombeiros-bocas-batidas-e-rimas/>>. Acesso em 29 out. 2017.

MIOTTO, Tiago. Batalha dos bombeiros: um ano de rimas e troféus na praça. **Revista O Viés**, Santa Maria, 16 out. 2013. Disponível em: <<http://www.revistaovies.com/reto/2013/10/batalha-dos-bombeiros-um-ano-de-rimas-e-trofeus-na-praca/>>. Acesso em 28 out. 2017.

MOASSAB, Andréia. **Brasil periferia (s): A comunicação insurgente do hip-hop.** São Paulo: EDUC, 2011.

NASCIMENTO, Érica Peçanha do. **É tudo nosso! Produção cultural na periferia paulistana.** 2011. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, University of São Paulo, São Paulo, 2012. doi:10.11606/T.8.2012.tde-12112012-092647. Acesso em: 2017-04-10.

NEATE, Patrick; PLATT, Daniel. **Cultura é a nossa arma: AfroReggae nas favelas do Rio.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

PEREIRA, Alexandre Barbosa. **"A maior zoeira": experiências juvenis na periferia de São Paulo.** 2010. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. doi:10.11606/T.8.2010.tde-17112010-141417. Acesso em: 2017-12-20.

PEIRANO, Mariza. **Etnografia não é método.** Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 20, n. 42, p. 377-391, jul./dez. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832014000200015>

POLIVANOV, Beatriz Brandão. **Fazendo faxina no Facebook: implicações do gerenciamento e comunicação com a Rede de Contatos para Dinâmicas de Autoapresentação.** Rev. Estud. Comun., Curitiba, v. 15, n. 38, p. 353-369, set./dez. 2014. Disponível em: <<http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/comunicacao?dd1=14687&dd99=view&dd98=pb>>. Acesso em: 11 out. 2017.

PRUDENCIO, K., JUNIOR, J.. **Curitiba também tem periferia: a comunicação multiterritorial do hip-hop.** 2013. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/6963>>. Acesso em: 20 Abr. 2017.

TEPERMAN, Ricardo. **Se liga no som: As transformações do rap no Brasil**. São Paulo: Claro Enigma, 2015.

SHIRKY, Clay, **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, Rogério de Souza. **A periferia pede passagem: trajetória social e intelectual de Mano Brown**. Diss. Tese (Doutorado em Sociologia), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.

STANGL, Andre; FILHO, Reinaldo Pamponet. **O valor da música**. In: PERPETUO, Irineu Franco; SILVEIRA, Sergio Amadeu da. O futuro da música depois da morte do CD. São Paulo: Momento Editorial. 2009.

YÚDICE, George. Apontamentos sobre alguns dos novos negócios da música. In: HERSCHMANN, Micael (Org.). Nas bordas e fora do mainstream. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2011.

## GLOSSÁRIO

**Beat:** Do inglês, “batida”. É o andamento rítmico da música, a base. Também usado para se referir ao sujeito que faz as batidas, o beatmaker.

**Colar:** andar junto, comparecer à.

**Flow:** jeito que o Mc rima, seu ritmo. Mesmo significado de “levada”.

**Freestyle:** gênero de rap que privilegia a forma improvisada, normalmente em batalhas de rimas, com versos que respondem ao adversário.

**Gangsta Rap:** subgênero de rap que tem como característica a agressividade e o ódio. Possui temáticas como repressão policial, racismo e desigualdades. Surgiu nos Estados Unidos, nos anos 80, e teve destaque através de nomes como Public Enemy e 2Pac (Tupac Shakur).

**Mina:** Mulher, garota.

**Lineup:** O mesmo que escalação. Usado para citar quais as bandas ou cantores escolhidos para o evento.

**Pico:** local.

**Sampler:** Falado como sample (sém-pou), é a tradução de “amostra” em inglês e significa uma base de música ou parte de música sem os vocais. Os rappers utilizam samples para rimar.