



Centro Universitário de Brasília - UniCEUB
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA
Curso: Comunicação Social
Habilitação: Jornalismo
Orientadora: Lara Santos de Amorim

Aline Campos Cordeiro
RA: 2027711/4

HIP HOP:
Uma análise comparativa entre a representação dos cliques
norte-americanos e dos cliques locais.

BRASÍLIA
JUNHO, 2006

ALINE CAMPOS CORDEIRO

**HIP HOP:
Uma análise comparativa entre a representação dos clipes
norte-americanos e dos clipes locais.**

**Trabalho de conclusão de curso apresentado
ao Centro Universitário de Brasília, como
requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social com
habilitação em Jornalismo. Orientadora: Lara
Santos de Amorim**

**BRASÍLIA
JUNHO, 2006**

ALINE CAMPOS CORDEIRO
R.A: 2027711/4

HIP HOP:
Uma análise comparativa entre a representação dos cliques
norte-americanos e dos cliques locais.

Trabalho de conclusão de curso apresentado
ao Centro Universitário de Brasília, como
requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social com
habilitação em Jornalismo. Orientadora: Lara
Santos de Amorim

BRASÍLIA, JUNHO DE 2006.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Lara Santos de Amorim
Centro Universitário de Brasília

Prof. Sérgio Euclides da Cunha
Centro Universitário de Brasília

Prof.^a Gisele Rodrigues
Centro Universitário de Brasília

A todos aqueles que fazem rap como uma forma de conscientização para uma sociedade mais justa e menos preconceituosa.

**“... Largado na vida
Andando na contra mão
Minha primeira experiência foi como ladrão
Não poderia ser diferente
Azar de principiante pequenos furtos mente fraca
Muita ganância
Maldito varal
Eu só queria um pisante
Andar em cima nos panos
De igual pra igual
Com relação aos meus outros manos, mas...
Vaidade sobre vaidade
Vento que passa
O inevitável acontece
Cai em desgraça
Tanto morre o sábio como morre o louco
De herói a bandido todo mundo tem um pouco...”**

Trecho do rap “*De herói a bandido*” do grupo Voz sem medo.

RESUMO

Este estudo faz uma comparação das representações dos clipes de hip hop norte-americano e dos clipes de Brasília. De forma clara, mostra a influência dos meios de comunicação de massa na transformação dos símbolos ligados ao hip hop nos clipes norte-americanos e a diferença com que os clipes de rap em Brasília têm em relação às apropriações da mídia hegemônica. Através da análise do histórico do surgimento do hip hop nas periferias dos bairros pobres dos Estados Unidos na década de 70 e da forma como o movimento foi inserido no Brasil, pretende-se mostrar a importância de expressões advindas da periferia e, no caso de Brasília, especificamente, como o hip hop adquire novos significados, forma um conjunto de manifestações culturais e se mantém de forma a exercer um importante papel de expressão dos anseios da juventude negra e marginalizada de Brasília. Nos clipes norte-americanos, pode-se perceber a diferença na representação dos símbolos do hip hop que foram incorporados a outros e transformados em produtos da mídia. Nos clipes locais, que ainda mantêm os propósitos do hip hop surgido nos Estados Unidos, a periferia de Brasília é capaz de se expressar de forma paralela às transformações da indústria fonográfica nacional e mundial.

Palavras-chave: Hip Hop. Indústria Cultural. Meios de comunicação de massa.

SUMÁRIO

RESUMO	5
INTRODUÇÃO	7
1. Surgimento do hip hop nos Estados Unidos.....	9
1.1 O hip hop no Brasil.....	11
1.2 O rap em Brasília	13
2. A indústria cultural e o hip hop	16
3. Análise de quatro clipes.....	24
3.1 Os clipes norte-americanos.....	25
3.2 Os clipes locais.....	27
CONCLUSÃO.....	30
REFERÊNCIAS	31
FONTES COMPLEMENTARES	33
Filmes.....	33
Sites de Apoio	33
ANEXO - DVD dos clipes analisados	34

INTRODUÇÃO

Este trabalho pretende apresentar o hip hop, movimento de expressão cultural surgido na periferia dos Estados Unidos na década de 70 como uma forma de manifestação e comunicação de jovens negros e excluídos que conviviam diariamente com o preconceito racial, a violência e a condição de marginalizados. Este movimento sofreu transformações devido à influência da mídia e da indústria cultural as quais ressignificaram símbolos e transformaram o hip hop norte-americano em produto de consumo. Em comparação à representação destes clipes que são veiculados na mídia hegemônica, os clipes de *rap* de Brasília mantêm o que foi assimilado do movimento da década de 70 incorporando novos significados e se tornando um processo de expressão da periferia que é capaz de transmitir nas letras os problemas enfrentados pela juventude que vive no entorno da cidade.

Como metodologia para o estudo em questão, foi utilizada uma pesquisa teórico-bibliográfica que teve como principais abordagens teóricas as seguintes: para a análise das transformações da indústria cultural e da cultura de massas, foi utilizada a obra de Teixeira Coelho e de Edgar Morin; em relação aos conceitos ligados à globalização e ao consumo de mídia, foram consultadas as obras de Stuart Hall e Roger Silverstone; no que diz respeito ao movimento hip hop e as suas dimensões culturais foram consultadas Janaina Rocha, Mirella Domenich, Patrícia Casseano, Tricia Rose e Lara Amorim. Além destas foram realizadas entrevistas com integrantes do movimento de forma a contribuir para a compreensão da representação dos clipes de hip hop veiculados na mídia.

O estudo analisa três partes. Um breve histórico do surgimento do hip hop nos Estados Unidos e sua inserção no Brasil, assim como a dimensão da expressão cultural do movimento em Brasília. Discute a relação entre a indústria cultural e os meios de comunicação de massa na divulgação do hip hop na mídia norte-americana e sua função de ressignificação do movimento nos Estados Unidos. Analisa a representação dos símbolos do hip hop em quatro clipes, dois norte-americanos e dois locais delimitando as diferenças entre eles.

Através da análise dos clipes, pretende-se demonstrar os valores principais do *rap* brasileiro como expressão cultural dos jovens do entorno e a diferença estética em comparação aos clipes norte-americanos.

1. Surgimento do hip hop nos Estados Unidos

No final da década de 60, a experiência de viver em bairros pobres das periferias das metrópoles, o convívio com gangues e traficantes, salários mais baixos que a média nacional fizeram com que as minorias, essencialmente os negros, fossem para as ruas com o intuito inicial de se divertir e passar o tempo.

Dai surge a dança de rua e outras manifestações culturais começam a se tornar o meio de expressão que os jovens utilizavam para expressar suas dificuldades, as necessidades de sua classe excluída. Este tipo de dança acontecia nas ruas dos bairros pobres onde esses jovens executavam performances, e mais tarde se incorpora à tradição de música ouvida pelos jovens negros e passa a ser chamado de *break*. Aqueles que dançavam o break eram chamados de b-boys¹.

Em 1968, o termo hip hop é criado pelo DJ Afrika Bambaataa que incorpora ao tema o *rap*², ritmo derivado do *funk*.

Bambaataa convivia com outros jovens nas ruas do Bronx, em Nova York, durante esse período de reivindicações e protestos. Ele propôs então, que as gangues trocassem os conflitos reais pelo embate artístico, dando origem às emblemáticas batalhas de break. Em 1970, Bambaataa se associou ao projeto Bronx River, uma divisão de uma gangue de rua, a Black Spades, e começou a revolucionar o estilo que vinha criando: passou a organizar festas de rua (Block Parties) para a comunidade do Bronx. (ROCHA; DOMENICH; CASSEANO, 2001, p. 127)

O *rap* começa a ser o canal de comunicação e reivindicação das idéias e ambições desses jovens que tinham a violência e o preconceito racial coexistindo com eles. O *rap*, através de suas letras, se torna capaz de denunciar esses problemas e começa a se tornar um referencial para a juventude negra.

Como a maioria das manifestações que nascem do sofrimento da população de periferia, o hip hop começa a fazer o papel social de levar os jovens americanos a pensar sobre as desigualdades de que eram vítimas naquela época. Através da música, os jovens começaram a perceber que poderiam não apenas dançar e expor sua cultura como também passar para outra camada da população o que estava acontecendo com

¹ b-boy: “b” é a abreviação de *break* e boy significa garoto. O termo refere-se ao garoto que dança *break*, um dos elementos artísticos da cultura hip hop. Feminino: b-girl.

² *rap*: abreviação de “*rhythm and poetry*”.

eles, a realidade da vida e da luta diária pela sobrevivência. Neste momento começou a nascer um grande movimento que transformava a falta de perspectiva existente entre os menos favorecidos em vontade de se tornarem cidadãos com ideais, vontade de mudar e consciência cidadã.

A música se torna para esses jovens uma forma musical de expressão de seus anseios de classe. Por meio do *rap*, os jovens negros norte-americanos não só exteriorizavam seus sentimentos como também criaram uma forma de comunicação entre aqueles que partilhavam dos mesmos problemas.

No começo da década de 80, devido à divulgação dos meios de comunicação de massa, o *break* começa a se expandir além das fronteiras da sociedade norte-americana, e alcança outros países de uma forma atípica. A forma de dançar num ritmo novo considerando os estilos anteriores trouxe ao *break* toda a força que ele precisava para a progressão do movimento. O hip hop, como movimento, passa a ser formado por quatro elementos artísticos: o *break* – expressão através da dança, o *rap* – que possui a mensagem cantada e poética, o DJ e o MC que transmitem a mensagem e o grafite, uma expressão artística plástica. Este último foi incorporado ao movimento juntamente com o *rap*, em meados da década de 70, com garotos dos guetos e bairros pobres de Nova York, os quais no princípio apenas pichavam seus nomes em prédios da cidade. “Depois de algum tempo, esses jovens que procuravam um meio de se manifestar, sentiram-se atraídos pela nova forma de expressão e pela oportunidade de fazer pinturas em muros que transformou-se numa forma artística de protesto.”

O grafite surge quando eles se dão conta de que, além de pichar casas e prédios comerciais com seus nomes e os nomes das gangues as quais pertenciam, poderiam também chamar a atenção de outros jovens e das suas comunidades para as necessidades sociais. Segundo Diógenes (1998, p. 122), “o grafite teve a importante função de demarcar território de gangues juvenis, evitando as brigas entre as gangues rivais e, através dessas pinturas os grafiteiros do mundo todo passaram a abordar temas sociais.”

O hip hop acaba por tornar-se um movimento cultural que reúne expressões que propiciam um ambiente lúdico que envolve dança, arte e lazer, pacificando uma realidade violenta formada por gangues de jovens marginalizados.

1.1 O hip hop no Brasil

No Brasil, o hip hop atinge não só os negros, mas também outras minorias como filhos de imigrantes da periferia de São Paulo. O movimento torna-se uma manifestação de toda uma classe social marginalizada. No centro da cidade, eles se reuniam para curtir um som, e mais tarde, para discutir no que ele poderia ajudar. São em sua maioria, meninos negros que cresceram entre o tráfico, a perseguição da polícia, o preconceito, a falta de oportunidades, entre outras carências da periferia. Alguns desses jovens percebem que além de servir para conscientizar sobre a alienação dos que a ouvem, a música também poderia ser útil para manifestar o que eles sentem.

O jovem objetivando reafirmar a sua identidade (étnica e geracional) ao mesmo tempo em que reconhece a possibilidade de participar das relações sociais, exibindo suas opiniões na música ou simplesmente no estilo do grupo, consegue investir em seu autoconhecimento [...] instrui-se e deixa de ser um mero rapaz sem grandes perspectivas de futuro. (ANDRADE, 1997 apud MAGRO, 2002, p. 06).

No início da década de 80, o break começa a chegar no Brasil. Os moradores da periferia de São Paulo já acostumados a ouvir a música negra norte-americana começaram a se familiarizar com esse novo estilo que incluía passos coreografados e performances. Logo depois, os *b-boys* já estavam nas ruas exibindo seus passos e atraindo cada vez mais adeptos. Mas, ainda assim, tinham que enfrentar o preconceito da polícia que os perseguia por achar que isso facilitava os furtos nos locais mais próximos.

[...]Os breakers eram perseguidos pelos policiais, que, incentivados por comerciantes das lojas do centro da cidade, procuravam inibir suas apresentações. Os policiais alegavam que a aglomeração formada em torno dos breakers facilitava o aumento do número de furtos. Os breakers também foram discriminados em alguns bailes blacks, em que era proibido dançar break.(ROCHA; DOMENICH; CASSEANO, 2001, p. 49)

Nos anos 80 no Brasil, os jovens passam a se expressar e procurar novos estilos que poderiam definir o que eles estavam sentindo na época.

O contexto político-cultural daquele momento oferece um terreno fértil para manifestações de todos os “estilos”. Pode-se afirmar que os movimentos sociais, que eclodiram no Brasil durante toda a década de 80, tiveram com eixo mobilizador não apenas a demanda por bens de consumo coletivo mas também, fundamentalmente, reclamaram o direito à diferença. A “novidade”, sinalizada por esses “novos personagens”, expressou-se na ampliação das lutas sindicais, de corporações profissionais, próprias da esfera da produção, para instâncias de mobilização no campo do consumo coletivo e das experiências múltiplas de cidadania. A participação da juventude, em movimentos de expressão mais amplos, ocorre em movimentos diversos, mais especificamente, no campo da produção cultural. (DIÓGENES, 1988, p. 99, grifo do autor)

Devido a grande desigualdade social no Brasil e a diversidade de discriminações, a periferia começa a se organizar e a formar, a partir daí, um movimento cultural que une a música (*rap*) e a manifestação artística (o grafite), incorporando o *break*, formando então a face brasileira do que já era chamado de movimento hip hop. Através da organização e troca de informações entre estes jovens, o movimento procura, a partir dessa conscientização se tornar o canal político de manifestação dos anseios da periferia e também formar um processo de educação informal.

Com letras de grande impacto, o *rap* brasileiro começa a tocar em assuntos de forma a despertar a atenção de setores da sociedade que antes ainda não haviam tido um contato tão próximo com a realidade daqueles que viviam nas periferias das grandes metrópoles brasileiras. Através da música, mostra a vida dessas pessoas, seus problemas e denuncia ou reclama os costumes da sociedade em geral, sem negar a sua proximidade com as drogas e a criminalidade.

O processo educativo não-formal e informal que acontece no hip hop gira em torno da criação de novos espaços e modos de existir do negro na sociedade brasileira. Esses novos espaços criados pelos jovens que constituem o movimento hip hop brasileiro ajudam a construir uma nova visão sobre os adolescentes, que seja menos para desqualificá-los como sujeitos atuantes, por razão de uma certa “experiência cognitiva” e/ou “imaturidade emocional”, e que seja mais para considerá-los como protagonistas de ações propositivas que contribuam para soluções dos problemas de nossa sociedade ou para transformação da ordem social (MAGRO, 2002, p. 9, grifo do autor).

No Brasil, os paulistas Thaíde e Dj Hum são considerados os precursores do *rap* e do movimento hip hop brasileiro. Entre as principais capitais, São Paulo é a cidade brasileira que mais incorporou o hip hop no Brasil e é onde se encontra a maior número

de grupos de *rap* do país, estima-se por volta de 700 grupos só na capital paulista. Mas cidades como Goiânia, Rio de Janeiro e Brasília também abrigam grupos que vêm desenvolvendo um trabalho musical relacionado com o movimento. (AMORIM, 1998).

No Brasil, o movimento hip hop têm se organizado e propiciado diversão e cultura para as periferias de várias cidades brasileiras. Os participantes do movimento promovem oficinas de música, dança e orientação sexual além de discutirem sobre os problemas de suas comunidades e as ações sociais e políticas que podem ajudar à resolvê-las, essas reuniões do movimento são chamadas de posses.

Segundo Silva (1998 apud ROCHA; DOMENICH; CASSEANO, 2001, p.56) “as posses reúnem em geral, *rappers*³, *breakers*⁴ e grafiteiros que visam aperfeiçoar artisticamente os elementos do hip hop e divulgar a cultura de rua. De acordo com ele, por meio de festas e atividades artísticas, esses jovens procuram não se entregar aos efeitos nocivos da violência, do desemprego e das drogas. Além de dimensão cultural, a ação política é também um aspecto característico da organização de uma posse. Festas e shows são promovidos em apoio às campanhas para arrecadação de alimentos e agasalhos como também para prevenção da AIDS e combate à violência e às drogas.”

As posses são a reafirmação da capacidade organizadora e ativista do movimento hip hop que passa a desenvolver uma forma de colocar em prática os ideais que são mantidos pelo movimento. Com seu caráter social visível, o movimento também consegue o apoio de sua própria comunidade que passa a entender o movimento como um canal de comunicação onde é possível ser ouvido e se fazer ouvir, formando assim, uma rede de comunicação interligada na periferia.

1.2 O rap em Brasília

Brasília é um cenário peculiar para a expansão do movimento hip hop. Devido à grande quantidade de imigrantes de outras cidades que vieram para a capital em busca de emprego ou de um lote onde pudessem morar, a população que vive no entorno do Distrito Federal aumentou consideravelmente nos últimos anos. Os moradores das cidades-satélites se tornaram uma grande mistura de pessoas de baixa renda advindas de outros estados brasileiros e o aumento dessa população gerou grandes centros

³ Rappers: aqueles que cantam ou produzem as letras de rap.

⁴ Breakers: dançarinos do *break*.

periféricos que vivem às margens do eixo principal da cidade. Os jovens filhos dessa periferia marginalizada, juntamente com outros personagens que são vítimas da situação de discriminação em que se encontram, se organizam e passam a produzir o *rap* brasileiro.

A marginalização de parte da população do Distrito Federal se intensificou em 1993, por causa de uma medida administrativa tomada pelo governo da capital do país. Foi executado um programa de desfavelização de Brasília, que chegou a erradicar 61 favelas que cercavam a capital. Isso resultou em um cinturão de pobreza ao redor do Plano Piloto. Cidades-satélites como Ceilândia e Taguatinga, que estavam num processo de desenvolvimento urbano e social foram inchadas por uma massa quase miserável.(...) A realidade dessas cidades-satélites se encaixa no cenário geral de desorganização das sociedades pós-industriais metropolitanas.(ROCHA; DOMENICH; CASSEANO, 2001, p. 69)

Inúmeros grupos de *rap* foram formados na cidade que é o segundo maior foco de *rap* dos centros urbanos brasileiros. Com mais de 100 grupos atuando no entorno de Brasília hoje, o movimento hip hop começou a ser notado pela mídia somente a partir de 1993, apesar de estar em ação desde a década de 80. De acordo com Lara Amorim (1998) o surgimento do selo independente Discovery, em 1992, colaborou para a divulgação do *rap* brasileiro trazendo novas expressões do movimento à tona. Os principais grupos que representaram o *rap* no início da década de 90 no DF foram: Câmbio Negro, Baseado nas Ruas, DF Movimento, Esquadrão MC's, MC Gog, Frank de Zeuxis, Tropa de Elite, Circuito Fechado, Inimigo Público, BSB Boys, Desacato Verbal, Cirurgia Moral, Código Penal, entre outros. Atualmente alguns desses grupos ainda estão produzindo *rap*, mas há também novos grupos como Vadiosloucos, Tribo de Periferia, Voz sem Medo, Guindar't 121, Viela 17, Provérbio X, Filosofia de Rua e Comunicação Racial que passaram a integrar essa lista.

Além de concentrar grupos de *rap* de vários estilos, Brasília também é conhecida por ter um grande número de grupos de *gangsta rap*⁵, um estilo mais agressivo de se cantar o *rap*, com batidas mais fortes e letras que falam de vingança e violência. Nos festivais onde esse tipo de *rap* é executado também costumam acontecer eventuais

⁵ Gangsta rap: Gênero de rap norte-americano que faz apologia do modo de vida dos *gangsters* dos guetos negros. Usa insultos em relação à polícia e vangloria as atividades ilícitas e criminais.

problemas com brigas e consumo de drogas, o que leva esse estilo de *rap* a ser criticado pelos integrantes do movimento hip hop na cidade.

Brasília conta também com vários grupos e MC's que produzem um estilo de *rap* mais político que denuncia os problemas sociais das comunidades onde vivem e do país como um todo. É o caso do MC Gog, que produz letras com conteúdo menos agressivo, mensagens sobre a vida cotidiana na periferia e críticas aos governantes. Em entrevista à revista *Caros Amigos*, Gog (1998, p. 22) afirma "Se você ouve um *rap* agressivo, cheio de xingamentos, sua mãe certamente vai ficar contra você, vai achar aquela música indecente. Daí o hip hop vai ganhar um inimigo em seu próprio lar. Por outro lado, se o *rap* for bonito, consciente, sua mãe ouve e pode se tornar mais uma aliada."

Posturas como as de Gog podem ser observadas também entre outros integrantes do movimento, que participam de oficinas de *break* e grafite em escolas públicas do Distrito Federal deixando explícita a ação do hip hop no entorno da cidade.

É sobretudo por meio do *break* e do grafite, entretanto, que a ideologia de paz da cultura hip hop está ganhando visibilidade no Distrito Federal. Isso ocorre no projeto Se Liga Galera, patrocinado pela iniciativa privada. O b.boy Sowto tem atuado nessa tarefa há dois anos, dando aulas de grafite. O objetivo do projeto é formar monitores nas comunidades das cidades-satélites, discutindo o significado de cidadania e ensinando atividades artísticas, com oficinas de ritmos, teatro, artesanato, *break* e grafite. O projeto já atendeu mais de 300 adolescentes da Ceilândia. (ROCHA; DOMENICH; CASSEANO, 2001, p. 70)

A produção independente também é uma característica do mercado hip hop em Brasília, discos são produzidos e vendidos sem o apoio da indústria fonográfica através de selos independentes. Como é o caso do DJ Marola, proprietário da Loja ProVinil localizada no Conic, onde são comercializados diversos cd's de artistas locais.

Apesar deste caminho por meios alternativos ter começado a ser difundido depois do sucesso do grupo Racionais MC's, hoje novas relações com a mídia se formam. Relações como a do *rapper* MV Bill, morador da favela Cidade de Deus no Rio de Janeiro, que passou a ter grande atenção da mídia após o lançamento do livro *Cabeça de Porco*, primeiro resultado de entrevistas e filmagens realizadas por ele e Celso Athayde em diversas favelas de estados brasileiros. Bill estabelece uma relação diferente com a mídia brasileira, a partir do sucesso do livro citado ele tece grandes

ligações e exibe no programa Fantástico, na rede globo, um trecho do documentário Falcão – Meninos do Tráfico que será lançado em breve. O filme exibe imagens da realidade de crianças envolvidas com o tráfico. Junto com as imagens que foram exibidas na TV, MV Bill e Celso Athayde lançaram também o livro de mesmo nome.

Em entrevista, MV Bill (2006) conta que esteve em Brasília conhecendo um pouco da periferia da cidade como parte de seu trabalho para o documentário e menciona o tráfico e o efeito devastador da *merla*, um subproduto da cocaína, droga que está muito presente no entorno e que já havia sido relatada em seu primeiro livro. Ao se referir ao *rap* da cidade, ele afirma que “o *rap* daqui de Brasília é muito peculiar, ele é diferente do que acontece em outros lugares. Ele é amargo, ele é sofrido, muito melancólico. Porque quando se vem à Brasília consegue se perceber o porquê dessa melancolia. É essa distância que existe mesmo, é um mundo afastado, um mundo à parte. Eles fizeram um *rap* à parte”.

A ligação de MV Bill com a grande mídia se torna um caso isolado no hip hop brasileiro. Nunca um *rapper* teve tanta repercussão na mídia quanto MV Bill. Apesar deste fator, a comunidade hip hop divide opiniões sobre o *rapper*, o que mostra claramente o tipo de relação que o *rap* brasileiro tem com àqueles que fazem parte do movimento e se inserem de maneira mais expressiva na grande mídia hegemônica.

2. A indústria cultural e o hip hop

A expansão da cultura hip hop pelo mundo nos remete à várias reflexões sobre o papel desse movimento como um produto cultural advindo da periferia. A diferenciação entre o hip hop norte-americano, que criou vertentes extremamente exploradas pela mídia, e a corrente desse movimento que ainda carrega a ideologia inicial do movimento das ruas nos mostra a força dos meios de comunicação de massa na apropriação de um conceito que é capaz de modificar e moldar valores em seu próprio benefício.

No caso norte americano, onde o hip hop nasceu enquanto expressão cultural é explícito o envolvimento da mídia como um fator transformador do movimento que, em alguns momentos, deixa totalmente de lado sua expressão cultural, rendendo-se às pressões da alienação cultural e tornando-se um mero produto publicitário para

consumo. Neste momento em que os meios de comunicação de massa se inserem na modificação do conceito hip hop, é fácil perceber que ele deixa de ser um movimento e passa a ser um produto à serviço do consumismo desenfreado, deixando seu potencial de porta-voz da periferia de lado, para servir apenas aos interesses do consumo capitalista.

[...] a indústria cultural fabrica produtos cuja finalidade é a de serem trocados por moeda; promove a deturpação e a degradação do gosto popular; simplifica ao máximo seus produtos, de modo a obter uma atitude sempre passiva do consumidor; assume uma atitude paternalista, dirigindo o consumidor ao invés de colocar-se à sua disposição. (COELHO, 1994, p. 24)

Essa modificação empreendida pela indústria cultural norte americana mostra que, além de ter se tornado produto da mídia, o termo “hip hop” passa a ser utilizado apenas como um estilo que influencia a moda, vendendo produtos e idéias. A maneira de vestir, por exemplo, começou no hip hop como um estilo alternativo para aqueles jovens que queriam expressar-se de acordo com sua realidade. Esse estilo é, hoje, incorporado pela mídia como um produto de consumo de massa. Para Helena Abramo a apropriação desses estilos pela mídia representa um risco para a essência original de movimentos com o hip hop:

Imersos nesse meio e utilizando seus produtos para realizar sua própria e distintiva cultura e identidade [...] esses grupos juvenis estão permanentemente sob o perigo de se verem novamente apropriados pela indústria cultural e padronizados, devolvidos à normalidade como produtos da moda e tendo assim seus significados originais diluídos e esvaziados. (ABRAMO, 1994, p. 90)

Este processo não é observado apenas neste caso, movimentos culturais como o *punk*⁶ e o *hippie*⁷, também foram apropriados pela mídia, transformados em conceito e produtos, perdendo seu objetivo inicial. Em todos os casos, a mídia esvazia esses fenômenos sociais e os torna apenas um meio para alcançar seus objetivos de mercado. “Como norma, todas as preocupações culturais se guiam pela preocupação maior que é vender alguma coisa. Para vender é necessário criar e manter o hábito de

⁶ *Punk*: Estilo de música que se tornou popular entre os jovens desde os finais da década de 70, considerada agressiva. Uma demonstração do não conformismo de uma geração.

⁷ *Hippie*: Movimento da juventude dos anos 70 caracterizado pela recusa de valores e moral tradicionais, e pela defesa da paz e do amor universal.

consumir. E para que este sobreviva é necessário embotar a capacidade crítica, em todos os seus domínios”(COELHO, 1994, p. 76).

A ausência dessa capacidade crítica faz com que o público consuma de fato esse produto sem se atentar para qual é a origem do mesmo. Mas essa alienação, que é sempre creditada como sendo uma característica da indústria cultural, que aqui se entende como sendo um fenômeno da industrialização, e também o momento em que a cultura passa a ser produzida em série. Também pode ser fruto da incapacidade do público que consome esses produtos em ser crítico de relação a eles. De fato, os fenômenos musicais mencionados anteriormente passaram por um processo de ressignificação comum e que ainda hoje tem sido praticado pelos meios de comunicação de massa.

O lucro advindo da produção norte-americana também se torna fator que merece atenção. De acordo com Tricia Rose, esse lucro não é apenas ligado à mídia, mas também ao desejo natural que todos envolvidos no hip hop tinham em ter algum retorno financeiro em favor de seus trabalhos. Para ela, o fator importante neste caso é a mudança na direção da obtenção do lucro, que sai das mãos dos negros e passa aos brancos.

[...] o mais importante na mudança da orientação do hip hop não é seu movimento do estado de pré-mercadoria a pós-mercadoria, mas sim a mudança sobre o escopo e a direção do processo de obtenção de lucro, que saiu das mãos dos empresários negros e hispânicos das comunidades para as mãos de grandes empresários brancos de multinacionais. (ROSE in HERSCHMANN, 1997, p. 209)

No Brasil, o movimento hip hop cultiva ainda algumas diferenças em relação ao mercado norte-americano da música *rap*. A difusão dessa cultura no Brasil tem sido feita através do mercado alternativo, sem a intervenção da grande mídia, o que tem feito com que o hip hop ainda conserve suas bases ideológicas e estéticas e chegue ao alcance daqueles que possam se identificar e se beneficiar com ele. É possível que alguns dos grupos que produzem *rap* em Brasília ainda desejem fazer parte da grande mídia e divulgar seus trabalhos em âmbito nacional, porém ainda assim eles preferem que o canal de comunicação principal do hip hop continue acontecendo de forma paralela à essa divulgação comercial.

Como produção que surge da periferia, o movimento hip hop procura se fazer ouvir por sua própria gente, que são pessoas que atravessam a mesma realidade descrita nas letras do *rap*. Apesar disso, a cultura hip hop ainda é vista como uma cultura inferior por grande parte da população e continua tendo pouca atenção da mídia brasileira por tratar de temas que não são parte do cotidiano da classe média e devido ao preconceito existente nas outras camadas sociais. Ainda assim o movimento continua acontecendo em um nível paralelo. Para Teixeira Coelho, esse tipo de produção de periferia tende a ser eliminado pelas classes superiores:

A heterogeneidade da indústria cultural no Brasil explica um outro traço específico se, que é a permanência do grotesco. Diz-se que uma consequência da indústria cultural é o fato de ela tender para a eliminação do grotesco das manifestações culturais na medida em que aspira às formas ditas superiores (COELHO, 1994, p. 81).

Como expressão cultural de periferia, o movimento hip hop no Brasil tenta tornar-se algo mais do que um produto e transformar-se numa forma de conscientização dos jovens com menos possibilidades, os quais estão sujeitos à inúmeras abordagens do consumo da mídia. O *rap* passa a exercer um papel de resistência à essa mídia hegemônica, tentando inserir uma reflexão sobre a vida diária desses jovens, não deixando com que o hip hop passe a ser usado apenas para o divertimento e distração, como já acontece com parte dele nos Estados Unidos. Mas ainda sim, segundo Teixeira Coelho, os produtos importados devem ser levados em consideração pelo seu poder de dissolução de elementos da cultura nacional.

A indústria cultural brasileira pode apresentar até mesmo alguns elementos da vida e da cultura nacionais capazes de enfrentar, com vantagens, produtos culturais importados. Deve se dizer agora que não é possível desconhecer a existência dessa cultura estrangeira nessa indústria e seu poder de dissolver elementos da cultura nacional. (COELHO, 1994, p. 86)

Nos Estados Unidos é possível notar a transição da significação do hip hop e de seus elementos pela mídia. Hoje pode-se identificar claramente nos cenários dos clipes de hip hop veiculados na MTV, por exemplo, imagens de carros de luxo, grandes mansões, *rappers* usando roupas de grandes marcas, jóias e colares. Símbolos que transmitem para o público que o consome uma idéia completamente distante da origem do movimento norte-americano. Os valores do hip hop que surgiu na década de 70

durante a efervescência do *funk* nos Estados Unidos são modificados, inseridos e divulgados pela indústria fonográfica. Edgar Morin reflete sobre a natureza da cultura industrial no plano mundial.

A cultura industrial se desenvolve no plano do mercado mundial. Daí sua formidável tendência ao sincretismo-ecletismo e à homogeneização, seu fluxo imaginário, lúdico, estético, atenta contra as barreiras locais, étnicas, sociais, nacionais, de idade, sexo, educação; ela separa dos folclores e das tradições temas que ela universaliza, ela inventa temas imediatamente universais (MORIN, 1967, p. 46).

Além disso, os *rappers* passam a estrelar filmes hollywoodianos, campanhas de moda, lançam linhas de perfumes, relógios, tênis, enfim, aderindo a toda e qualquer forma de produto de consumo possível. O consumo norte-americano passa a conduzir as produções da mídia e eles se tornam interdependentes. Roger Silverstone nos mostra a relação entre o papel do consumo e da mídia e como eles interferem nos valores e significados dos objetos.

Consumimos a mídia. Consumimos pela mídia. Aprendemos como e o que consumir pela mídia. Somos persuadidos a consumir pela mídia. A mídia, não é exagero dizer, nos consome. E, como já opinei e continuarei a argumentar, o consumo é, ele mesmo, uma forma de mediação, à medida que os valores e significados dados de objetos e serviços são traduzidos e transformados nas linguagens do privado, do pessoal e do particular (SILVERSTONE, 1999, p. 150).

O consumo mundial transforma a vida social e a coloca através de um mercado de estilos, imagens, roupas, lugares que são inseridos como aquilo que deve ser consumido naquele momento. Esse consumo pode ser notado no hip hop norte americano que movimenta a indústria nos Estados Unidos e é extremamente explorado na mídia mundial. Para Canclini (1997, p. 205) “no consumo, os setores populares estariam sempre no final do processo, como destinatários, espectadores obrigados a reproduzir o ciclo do capital e a ideologia dos dominadores”.

Não se pode deixar de mencionar aqui que a mídia norte-americana exerce grande influência no consumo mundial, o que torna essa comparação entre o hip hop desse país e o movimento hip hop em um país como o Brasil mais interessante e positiva. Mesmo com tal assédio da mídia mundial o movimento hip hop no Brasil segue

se firmando cada vez mais na periferia e já pode ser considerado com um canal de manifestação e expressão cultural significativo desses jovens marginalizados.

Em contato com os meios de comunicação de massa, o hip hop passa a ser mercadoria explorada pela indústria cultural e difundida em todo o mundo pela facilidade de conexões tecnológicas que surgiram ao longo dos anos. Apesar da tecnologia favorecer a exploração realizada pela mídia nesse caso, em Brasília o *rap* e o hip hop também se beneficiam destas inovações por se fortalecerem ainda mais para continuar produzindo no mercado independente. CD's e DVD's de *rap* podem ser gravados, reproduzidos e distribuídos sem a interferência de grandes empresas e contendo exatamente as idéias que os *rappers* gostariam de inserir em seus trabalhos.

Hoje as imposições da mídia são capazes de se difundir de forma bem mais rápida do que há alguns anos atrás, através de novos meios como a tv por assinatura, a internet e compras, que agora podem ser feitas online, por exemplo. No caso da produção musical e sua influência na sociedade, é importante se notar o crescimento do consumo e da indústria fonográfica a partir dos anos 80. Após esse período a participação da mídia como fornecedora de estilos musicais que pudessem ser consumidos pela grande massa se torna mais expressiva.

A mídia norte-americana se utiliza disso e o hip hop é tomado por essa nova significação. Para Rose (1997, p. 210), "Os signos e significados do hip hop foram inversamente convertidos e renomeados pelas instituições dominantes". É evidente que o *rap* brasileiro se diferencia dessa relação por pertencer à uma dimensão de mídia menos poderosa que a americana, onde as influências e transformações não têm a mesma proporção, mas ainda é importante considerar que o movimento não se afasta de suas raízes apesar de anos convivendo paralelamente com a produção comercial.

Ainda em relação à mídia, podemos notar que na sociedade moderna estão surgindo novas identidades através dos deslocamentos de estruturas e processos que antes estabilizavam o mundo social. Segundo Hall (2001, p. 13), o sujeito pós-moderno não tem uma identidade fixa ou permanente. Para ele, a identidade desse sujeito é formada e transformada incessantemente pelas formas em que somos apresentados aos sistemas culturais que nos rodeiam.

Assim, pode-se afirmar que apesar da grande influência da mídia para que o hip hop se torne apenas um produto de consumo da massa e seja absorvido por indivíduos desinteressados em valores, identidades locais são firmadas e se posicionam fora desse assédio da mídia. Não pode-se dizer, entretanto, que os grupos de *rap* de Brasília estão isolados dessas influências e que não absorvem certos signos que estão sendo inseridos pela mídia. Mas o fato é que esses grupos conseguem conservar princípios que os definem como um movimento de expressão cultural de periferia em um meio onde se pode notar que a mídia hegemônica exerce grandes transformações estruturais.

Considerando o surgimento da globalização e o estreitamento das ligações entre diferentes culturas, Hall (2001, p. 75) insere o conceito de “homogeneização cultural” como o fenômeno onde as diferenças culturais, que até então definiam a identidade, se tornam uma espécie de moeda global onde todas as tradições e identidades podem ser traduzidas.

Nesse sentido, surge a tensão entre o global e o local no processo de transformação das identidades. Essa tensão pode ser observada ao compararmos o hip hop veiculado pela mídia norte-americana e aquele veiculado na cidade de Brasília. Nesse sentido, a cultura global que é difundida a partir das regiões dominantes, como é o caso dos Estados Unidos, está absolutamente implicada na definição de culturas locais.

Pode-se aqui lembrar que os fluxos de informação mundial, estão de certa forma sendo transmitidos sempre no sentido Centro/Periferia e não na direção oposta. Fator esse que faz com que as produções culturais que estão nos locais que exercem a dominação do processo de globalização sejam as mais difundidas entre as sociedades.

No caso do *rap* local na cidade, podemos notar que o entorno têm sua produção cultural independente do centro urbano e que este não tem conhecimento da dimensão cultural que é produzida em sua periferia. No âmbito do global, Lara Amorim se posiciona:

Nesse processo de mundialização, vive-se num mundo habitado por objetos compartilhados em larga escala, onde as corporações transnacionais com seus produtos produzidos e consumidos, além das fronteiras nacionais, dão significado ao espaço global (AMORIM, 1998, p. 165).

Tanto a representação de *rap* em Brasília como em outras cidades brasileiras, mostra que a periferia é capaz de produzir formas de expressão e manifestação que não são influenciadas por outras produções da mídia nacional ou mundial. De acordo com Hall (2001, p. 75), quanto mais a vida social se torna mediada pelo consumismo global e pelos meios de comunicação de massa, mais as identidades se tornam desvinculadas, de tempos, lugares e tradições específicos e passam a “flutuar livremente”. Essa visão nos remete ao exemplo do hip hop nos Estados Unidos, onde a grande influência da mídia no movimento foi capaz de ressignificar princípios e já não é mais possível definir ou limitar o que é o movimento cultural hoje, em comparação com o que foi inicialmente. Para Stuart Hall, com a globalização, a periferia se transforma:

[...] Ocidente, que tende a gostar de seus nativos apenas como “puros” e de seus lugares exóticos apenas como “intocados”. Entretanto, as evidências sugerem que a globalização está tendo efeitos em toda parte, incluindo o Ocidente, e a “periferia” também está vivendo seu efeito pluralizador, embora num ritmo mais lento e desigual (HALL, 2001, p. 80).

O conceito de globalização pode ser entendido como um fator modificador das ações e do alcance da mídia. Moacir dos Anjos (2005, p. 13) afirma que por meio da intensificação do fluxo mundial de bens simbólicos pela globalização gerada, os tempos e espaços em que se desenrolam ação e pensamento são flexibilizados promovendo a troca de posições diferentes no mundo. Ainda que os espaços continuem fixos, os locais onde se criam produtos que registram a individualidade de grupos sofrem o que ele chama de desterritorialização e estranhamento, de desmanche da geografia e do tempo em que se fundam. Nos Estados Unidos, país representativo em relação ao seu papel na mídia mundial, o hip hop sofre uma grande apropriação de seus valores pela mídia e eles passam a ser deslocados e transmitidos a outras sociedades, fazendo com que um processo de homogeneização cultural aconteça consolidando a hegemonia da cultura norte-americana.

Por fim, cabe aqui ressaltar, que os processos de expressão cultural analisados podem ser úteis para mostrar que o surgimento de movimentos como o hip hop e sua transformação pela mídia, no âmbito global, influenciaram na criação de outras expressões locais e que estas recriaram formas locais de simbolizar conflitos e

mobilizar a realidade em que estão inseridos em torno de um projeto para seu próprio benefício.

3. Análise de quatro clipes

A partir da reflexão que acaba de ser feita, cabe aqui ilustrar claramente a diferença entre o hip hop norte-americano e o brasileiro, mais especificamente o de Brasília. Para isso são analisados os clipes de musicais tanto dos *rappers* norte-americanos, que estão sendo veiculados em programas na MTV e nas rádios, como dos grupos de *rap* locais de Brasília e entorno, estes últimos resultantes de produções independentes e alternativas.

Neste caso, o foco da análise será a representação visual do *rap* em ambos os clipes, pois neles podemos perceber as transformações que serão detalhadas. Os clipes também incorporam diversos aspectos visuais que trazem novas reflexões sobre as ressignificações ocorridas nos dois casos.

Foram selecionados quatro clipes, dois de representação norte-americana (50 Cent e Snoop Dogg) e dois de *rap* de Brasília (Voz sem Medo e MC Gog). Ambos estão inseridos como anexo neste trabalho de forma a ilustrar o que foi analisado.

Entendendo que os clipes norte-americanos expressam uma transformação do sentido inicial do hip hop, enquanto movimento cultural, e os clipes locais expressam uma permanência de sentidos que correspondem ao que foi o movimento no território norte-americano na década de 70.

É possível afirmar que, apesar de o trabalho em questão se deter na análise de apenas quatro clipes, através da pesquisa realizada sobre o contexto do movimento hip hop local e a produção comercial norte-americana, as diferenciações e transformações esplanadas podem ser aplicadas no contexto geral da produção que está relacionada ao hip hop tanto na mídia comercial mundial, quanto nas periferias e no mercado independente de produção de clipes de *rap* em Brasília.

3.1 Os clipes norte-americanos

Os nomes de maior sucesso envolvidos na mídia no momento são: 50 Cent, Ja Rule, Jay Z, Nelly, Outkast, Dr.Dre, Usher entre outros. Estes são alguns dos nomes que a mídia americana exhibe como a representação de hip hop atual nos Estados Unidos. É inegável o fato de que o alcance desses grupos tomou proporções mundiais e não se deteve apenas ao mercado fonográfico norte-americano. Nota-se que grande parte dos artistas de *rap* que fazem sucesso na mídia veio de bairros americanos pobres e conviveu com a realidade das ruas, com o tráfico de drogas e com o preconceito que atinge essa juventude marginalizada. Apesar disso, eles foram transformados pela mídia em produtos de consumo e se exibem vestindo roupas de marcas da moda, dirigindo carros importados, usando jóias, moldando o hip hop como um novo estilo musical que está sendo transmitido não só para outras classes sociais, mas também para outros países e culturas.

A presença da imagem mulher nos clipes norte-americanos de forma pejorativa e sendo representada como objeto de desejo do homem é um dos fatores que chama a atenção. O forte conteúdo erótico desses clipes pode ser percebido não só nas imagens, como também nas letras, que costumam conter expressões relacionadas à mulher. Este tipo de conteúdo é utilizado não só nos clipes analisados aqui como forma de ilustração da produção norte-americana, como também na grande maioria dos clipes de hip hop que estão sendo veiculados na mídia atualmente.

O clipe de 50 Cent – “*Candy Shop*”, que significa loja de doces em português, é ilustrativo do estilo do hip hop norte-americano. O cenário do clipe é uma mansão onde o *rapper* chega em um carro vermelho e entra em uma casa com diversas mulheres vestidas com roupas íntimas. Enquanto ele percorre os diversos cômodos da casa são mostradas cenas de conteúdo erótico ou sensual com as mesmas. Neste caso, podemos notar que estão presentes alguns símbolos do hip hop como as roupas de *b-boy* e o cordão que o *rapper* está utilizando. Mas os símbolos aqui destacados são símbolos que expressam o poder financeiro: o carro, o tênis, o casaco de pele, a mansão.

As representações que pode-se notar nos clipes norte-americanos não são vistas pelo movimento local como positivas. Em entrevista, DJ Portela (2006), do grupo Relato

Bíblico de Brasília, afirma “para os gringos ganharem dinheiro brasileiro é uma boa, para iludir o povo brasileiro com carros, mulheres nuas e vida fácil [...] a questão é a seguinte, os clipes norte-americanos não trazem nada de bom para a cultura brasileira, acho inclusive que existem clipes que deveriam passar por algum tipo de censura, pois realmente se parecem com filmes eróticos”. A opinião dele é capaz de transmitir a capacidade de reflexão dos envolvidos com o movimento em Brasília em relação aos símbolos que estão ali representados.

O clipe de Snoop Dogg – “*Drop it like it’s hot*” se utiliza ainda de alguns outros símbolos de poder financeiro como grandes correntes de brilhantes, carros de grande valor, bebidas, pichações (que aqui não remetem ao grafite). Estes símbolos de poder são mostrados no clipe em meio a mulheres que, assim como no clipe anterior, aparecem dançando em trajes sensuais.

O que se pretende mostrar aqui são apenas dois dos inúmeros exemplos do que se transformou o movimento hip hop veiculado na mídia. Através das transformações causadas pela mídia e pelos meios de comunicação de massa, um movimento de expressão cultural de negros e marginalizados surgido na década de 70, que teve seus símbolos transformados e inseridos em um novo cenário que não transmite mais os objetivos de conscientização do hip hop como forma de manifestação dos anseios dessas minorias. Pelo contrário, podemos notar aqui um produto da indústria cultural que visa, como mencionado anteriormente, o lucro e o consumo em massa.

A mídia norte-americana é responsável pela representação de símbolos que não guardam ligação com a realidade. O hip hop veiculado nos clipes passa a ser ressignificado e os símbolos que ali aparecem deixam de ser expressões da realidade e passam a criar um modelo para a satisfação do público que o consome, um simulacro. “Simulacros são, então, todo tipo de estereótipo, de modelo, cujo significado funciona por si só, sem a necessidade de um referente físico ou factual. São signos ou imagens com sentidos próprios, produzindo realidades autônomas além da realidade de fato”. (OLIVEIRA, 2005, p. 102).

Nestes clipes, os cenários, os carros, o estilo de vida que se transmite formam uma versão, algo não-real, que é repassado aos jovens que os consomem. Aumentam

o desejo por outros produtos de consumo que exigem um alto poder aquisitivo e não transmitem nenhum valor social nas imagens e letras veiculadas.

Na análise dos clipes locais que será feita a seguir será possível distinguir o papel que a representação dos clipes de *rap* produzido, não só em Brasília, como também em outras cidades do país pode exercer na vida de jovens marginalizados e vítimas do preconceito, da violência, do consumo de drogas e da falta de oportunidades.

3.2 Os clipes locais

No caso da representação dos clipes de *rap* local é visível a diferença de qualidade visual em comparação com os clipes norte-americanos devido à falta de tecnologia e recursos que esses grupos possuem para a produção de seus trabalhos. A divulgação desses clipes é feita através das lojas que vendem artigos relacionados ao hip hop e também lugares que comercializam mercadorias alternativas.

Os clipes produzidos em Brasília mostram, em sua maioria, as comunidades onde esses grupos vivem e a realidade que enfrentam. As letras utilizadas aqui são de um *rap* social, conhecido pelo movimento como *rap* consciente, no qual relatam as dificuldades enfrentadas pelos moradores e jovens da comunidade. Nestes clipes, que ainda não reproduziram a mídia norte-americana, é possível perceber que o *rap* brasileiro incorpora novos significados a partir do que foi mantido como a origem do movimento norte-americano.

O primeiro clipe é do grupo Voz Sem Medo e possui o título *De Herói a Bandido*, misturando imagens do filme Cidade de Deus e de um show realizado pelo grupo, o *rap* passa o sentimento daqueles que sofrem o preconceito e a violência. Aqui não é possível perceber nenhum dos símbolos mencionados anteriormente na produção norte-americana, pelo contrário, cenas de violência são exibidas enquanto a letra do *rap* descreve a indiferença da sociedade, a falta de perspectiva e os desejos de um jovem excluído em relação à realidade em que vive. Apesar dos poucos recursos de produção, os clipes locais traduzem a realidade, transmitem o universo da violência e levam o público à reflexão sobre as razões que levam os jovens à essa condição de marginalidade e violência.

Ainda no clipe do grupo *Voz sem Medo*, é possível notar as referências que eles fazem ao preconceito que sofrem quando se utilizam de expressões como “tratado com diferença” e “sei onde não sou bem vindo”. Aqui fica claro com o a expressão cultural produzida pelo *rap* local traz à tona definições claras de como se comporta a periferia em relação ao centro urbano.

O segundo clipe analisado se chama *Matemática na Prática*, do MC Gog e sua letra descreve como é família de um jovem em situação de exclusão social. Como a própria letra do *rap* em questão afirma, são descrições que nada têm a ver com um conto de fadas, que realmente expressam a realidade vivida por eles. A vida de uma família de periferia e as suas relações com outras classes sociais também são descritas. No final deste clipe, Gog convida aquele que o está ouvindo a rever conceitos e passar a lutar por melhores dias.

No caso da produção de *rap* brasileiro, a condição de exclusão e preconceito em que se encontram esses jovens faz com que as letras de *rap* produzidas por eles contenham, em sua maioria, referências à violência, uso de drogas, preconceito social e marginalidade. Algumas letras fazem referências a uma realidade onde não há perspectivas de mudança, em outras nota-se um incentivo à procura de novas alternativas que os resgatem do fim social ao qual estão destinados.

Enfim, a representação dos clipes de *rap* da periferia de Brasília mostra a organização de um movimento de conscientização de jovens, em sua maioria, de baixa renda que encontram na música e nas letras de *rap* uma forma de se comunicar com outros que se encontram na mesma realidade de exclusão. O resultado dessa organização mostra que as periferias (cidades-satélites no caso de Brasília) começam a se identificar, comunicar e se reproduzir sem a intervenção da mídia ou de outros fatores da indústria cultural. Agindo a partir de uma mídia independente, o movimento hip hop em Brasília se mantém, divulga sua arte e dança e conquista novos significados sem perder as influências iniciais do movimento hip hop surgido nos bairros pobres dos Estados Unidos.

Cabe lembrar que o Brasil é um país pobre, de produção fonográfica de proporções inferiores à norte-americana e que no país o *rap* e o hip hop brasileiros não foram assimilados da mesma forma e com a mesma dimensão que nos Estados

Unidos. Também é impossível afirmar que o movimento brasileiro não irá sofrer transformações com o passar do tempo. Porém essa diferença de proporções colaborou para que o *rap* brasileiro se expandisse de forma paralela à produção comercial da mídia.

CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho é mostrar a relação de transformação e ressignificação que a mídia é capaz de produzir visando o consumo e o lucro, conceitos que aqui foram discutidos. No hip hop norte-americano pode-se perceber como a influência dos meios de comunicação de massa foi capaz de inserir novos conceitos e modificar os valores iniciais que possuía o movimento surgido nos bairros pobres.

Através da comparação dos clipes norte-americanos e da produção local podemos perceber a influência positiva do hip hop na representação de *rap* tanto no Brasil como em Brasília. O *rap* local passa a se reproduzir de forma paralela à da mídia hegemônica e adquire características específicas que se somam àquelas incorporadas ao movimento da década de 70. É claro que não se pode afirmar que nos Estados Unidos também não existem grupos ou locais onde os princípios do hip hop ainda sejam mantidos, mas na pesquisa em questão só foi possível observar a representação de *rap* local em comparação com a mundial do que é veiculado como hip hop pela mídia norte-americana nos dias atuais. Apesar da impossibilidade de se confirmar essa condição ainda assim o objetivo deste trabalho se mantém, pois as relações do movimento com os meios de comunicação de massa, ponto que está sendo observado, continuam se mantendo da mesma forma e o fato de possivelmente existirem vertentes que conservem os moldes originais do movimento nos Estados Unidos não modifica essa condição.

Além de todas essas relações formadas pelo movimento, o significativo na representação dos clipes de *rap* em Brasília e que merece atenção é a manifestação cultural de jovens que, através das letras do *rap*, expressam seus anseios e dificuldades e convivem com outras classes sociais que desconhecem a realidade e as formas de expressão surgidas na periferia de Brasília.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas Juvenis**. Página Aberta, 1994.

AMORIM, Lara Santos de. Cenas de uma revolta urbana: movimento hip hop na periferia de Brasília. **Revista Brasileira de Pós- Graduação em Ciências Sociais**, Brasília, n. 1, p.143-179, 1998.

ANJOS, Moacir dos. **Local/Global: arte em trânsito**. São Paulo: Jorge Zahar, 2005.
CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**. São Paulo: USP, 1997.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural?** São Paulo: Brasiliense, 1998.

DIÓGENES, Glória. **Cartografias da cultura e da violência: gangues, galeras e o movimento hip hop**. São Paulo: Annablume, 1998.

DJ PORTELA, **O rap e o hip hop mundial**. Brasília, 2006. Entrevista concedida a Aline Campos Cordeiro. Informação verbal.

GOG, Movimento hip hop: a periferia mostra seu magnífico novo rosto. **Revista Caros Amigos Especial**, São Paulo: Casa Amarela, set.1998.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MAGRO, Viviane Melo de Mendonça. Adolescentes como autores de si próprios: cotidiano, educação e o hip hop. **Caderno CEDES**, v.22, n. 57, p. 63, ago. 2002.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. Companhia Editora Forense, 1967.

MV BILL. **O rap e o hip hop de Brasília**. Brasília, 2006. Entrevista concedida a Aline Campos Cordeiro. Informação Verbal.

OLIVEIRA, Fabiano Viana. Conhecendo o simulacro. **Especiaria: Revista da UESC**, Ilhéus, n. 11/12, p.101-115, jan./dez. 2003.

ROCHA, Janaina; DOMENICH, Mirella; CASSEANO, Patrícia. **Hip Hop: a periferia grita**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

ROSE, Tricia. Um estilo que ninguém segura: Política, estilo e a cidade pós-industrial no hip-hop. In: HERSCHMANN, Micael (Org.). **Abalando os anos 90: funk e hip hop: globalização, violência e estilo cultural**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. p.190 - 213.

SHAPIRO, Peter. **The Rough Guide to hip hop**. 2 ed. London: The Penguin Group, 2005.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

FONTES COMPLEMENTARES

Filmes

ASTROS do Rap. Direção: Omar Icmán Sharif. Estados Unidos: Casablanca, 2002. Documentário – DVD

COLORS – As cores da violência. Direção: Dennis Hopper. Distribuição: Globo Filmes. Estados Unidos, 1988. VHS

HONEY: No ritmo dos seus sonhos. Produção: Marc Platt Productions. Roteiro: Alonzo Brown e Kim Watson. Estados Unidos: Universal Pictures, 2003, DVD.

INFERNO Branco. Direção: Leon Ichaso, Estados Unidos, 1993. VHS

NEW Jack City – A gangue brutal. Direção: Mario Van Peebles. Produção: George Jackson e Doug McHenry. Roteiro: Thomas Lee Wright e Barry Michael Cooper. Estados Unidos: Warner Bros, 1991. VHS

PERIGO para a sociedade. Direção: The Hughes Brothers. Produção: Darin Scott. Roteiro: Allen Hughes e Tyger Williams. Estados Unidos: Warner Bros, 1993. VHS

Sites de Apoio

Portal Real hip hop: <http://www.realhiphop.com.br>

Letras e músicas: <http://www.vagalume.com.br>

Site DJ Marola: <http://www.maroladiscos.com.br>

Site Gravadora Discovery: <http://www.discoveryg1.com.br>

Racionais Mc's Site Não Oficial:
<http://www.geocities.com/Athens/Agora/4383/index.htm>

Site Oficial 50 Cent: <http://www.50cent.com/>

Site Oficial Snoop Dogg: <http://www.snoopdogg.com/>

Portal hip hop: <http://www.hiphop.com/>

ANEXO - DVD dos clipes analisados