



UMA DISCUSSÃO ACERCA DO RECEPTOR NO PROCESSO COMUNICATIVO: SONDAGEM SOBRE O PÚBLICO *RAP*¹

Gibran Luis Lachowski, Unemat²
Lawrenberg Advíncula da Silva, Unemat³

Resumo

Este artigo dedica-se a discutir o processo comunicativo sob o ângulo do receptor, tendo como dimensão de fluxo informativo uma manifestação cultural urbana, popular, internacionalista, de contestação social, a saber, o *rap*. Para discorrer sobre o assunto analisam-se fundamentalmente duas situações (uma nacional, entre o *rapper* carioca MV Bill e a mídia de caráter mercadológico, e outra, estadual, entre o *rapper* Cezza, de Cuiabá\MT, e seu comportamento fora dos palcos), ambas envolvendo a relação de cobrança do público *rap* quanto às posturas de seus porta-vozes sociais. Projeta-se em termos de conclusão que não se pode tomar a juventude de periferia, grande parte do público *rap*, por reprodutora de ideias e comportamentos de suas lideranças socioculturais, pois que isto seria negar a existência de potencial de recepção crítica no referido circuito simbólico.

Palavras-chave: Visão homogênea. Receptor Ativo. Público *rap*.

Abstract

¹ Artigo submetido à revista “Avepalavra”, do curso de Letras da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat)\Campus de Alto Araguaia, em outubro de 2012.

² Formado em Comunicação Social (habilitação Jornalismo) pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)\Campus de Cuiabá. Mestre em Estudos de Linguagem pela mesma instituição, tendo como linha de pesquisa os Estudos Literários e Culturais e dissertação sobre o discurso de *rappers* de Cuiabá sobre a juventude da periferia da cidade. Atualmente, professor da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat)\Campus Alto Araguaia no curso de Comunicação Social e integrante do grupo de pesquisa “Comunicação, Cultura e Sociedade”, linha “Jornalismo, Sociedade e Política”.

³ Publicitário, Designer Gráfico e Assessor de Imprensa. Mestre em Estudos de Cultura Contemporânea pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Sócio da Sociedade de Estudos Interdisciplinares em Comunicação – Intercom. Membro da Rede Folkcom de Comunicação e do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Sociedade da UNEMAT. Filiado da Rede ABCIBER (Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura). Atualmente é professor do curso de jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT. E-mail: lawrenberg@gmail.com.



This article is dedicated to discuss the communicative process from the perspective of the receiver, having as a information flow dimension, a cultural event which is also urban, popular, internationalist, of social contestation, namely rap. To discuss this we analyze fundamentally two situations (a national, between the Rio rapper MV Bill and the media of marketing, and another, between the rapper Cezza from Cuiabá \ MT, and his behavior off stage), both involving the 'charge' relationship of the rap public about the postures of their social spokesmen. In terms of conclusion, project that we cannot take the suburb youths, much of the rap public, by simple copy of ideas and behaviors of their sociocultural leaders, for that would be denying the existence of potential critical reception in that symbolic circuit.

Keywords: Homogeneous view. Active receiver. Rap public.

O rap

Vários são os estudiosos que se dedicam nos dias de hoje a mostrar o processo comunicacional sob o prisma das negociações de sentidos, valorizando a posição do receptor de mensagens. Entende-se que esse enfoque é propício para a análise de manifestações culturais, sobretudo as de caráter alternativo às produções simbólicas afeitas à mídia mercadológica, pois possibilita investigar um universo de funcionamento cotidiano, mais artesanal e com maior nível de participação de atores sociais.

Esse tipo de estudo envolve o ato próprio de promover\praticar\apreciar\repassar\reutilizar uma dança, um canto, um ritmo até sua veiculação num meio midiático comunitário\alternativo. E inclusive pode compreender sua inserção numa plataforma comercial de comunicação, porém que tome como centro o processo de circulação de intenções e significações e não somente ou prioritariamente o sentido de produto mercadológico, unilateral.

No caso deste artigo científico, a formulação cultural analisada é o *rap*¹, elemento cultural de origem popular/marginalizada urbana, majoritariamente negra, de repercussão internacionalista e de origem crítica ao sistema capitalista. Trata-se de uma linguagem artística (musical) que problematiza desigualdade social, racismo, violência, espírito de superação, negritude e organização da periferia, que nasceu nos anos

60 na Jamaica, se aperfeiçoou nos Estados Unidos a partir dos anos 70 e ganhou repercussão mundial na década seguinte (Silva, 1999, p. 24).

É importante frisar que na época, por meio da técnica do *scratch*, que consiste na obtenção de sons, girando manualmente o disco sob a agulha em sentido anti-horário, e mais tarde, do *back spin*, que consiste em extrair do disco uma frase rítmica e depois repeti-la várias vezes, assim acelerando ou retrocedendo ao seu andamento normal, o *rap* evidencia na cena pública enquanto movimento de rua que atraía um número cada vez maior de jovens, na qual os djs emprestavam os microfones para que eles pudessem improvisar discursos acompanhados de música. Esses jovens, a maioria residindo em bairros como o Bronx, na cidade de Nova York, ao se transformarem em verdadeiros “repentistas”, tornam-se os primeiros *rappers* ou Mestres de Cerimônias (MC).(Dayrell, 2001)

A apropriação musical constitui a principal fonte de produção do *rap*, sendo a canção composta pela seleção e combinação de partes de faixas já gravadas, a fim de produzir uma nova música. Da “mixagem” dos mais variados estilos da *black music*, o *rap* criava um som autêntico, pesado e arrastado, utilizando-se somente de bateria, *scratch* e voz, que posteriormente seria acompanhado do *sampler*, uma nova técnica de mixagem.

De acordo com Shusterman (1998, p.145), o *rap* caracteriza-se pela

tendência mais para uma apropriação reciclada do que para uma criação original única, a mistura eclética de estilos, a adesão entusiástica à nova tecnologia e à cultura de massa, o desafio das noções modernistas de autonomia estética e pureza artística, e a ênfase colocada sobre a localização espacial mais do que sobre o universal ou o eterno.

Essa definição de Shusterman sugere para uma condição tática a que os processos de apropriação musical do *rap* se submetem, que, conforme o filósofo francês Michel De Certeau (1990), institui-se enquanto forma de resistir a uma lógica dominante. Esta condição tática revela a capacidade dos agentes do *rap* codificarem e decodificarem as mensagens no âmbito de seu cotidiano, contradizendo os esquemas hegemônicos de recepção midiática.

O *rap* atende por dois dos quatro elementos da cultura *hip hop* (dj, que conduz a base rítmica em tempo real – *disk jockey* – e mc – mestre de cerimônia\cantor) que, além da música, engloba a dança (*break*;



característico por passos robotizados e movimentos livres, “de rua”) e a arte plástica (grafite; escrita e desenho com tinta de *spray*, geralmente em locais públicos, como muros).

Essa cultura (a do *hip hop*)ⁱⁱ está espalhada por inúmeros países e tem por origem os princípios de denúncia social, sobretudo, no que tange a discriminação dos jovens negros, e da organização popular.

Trata-se de um estilo democrático, não exigindo como pré-requisito o uso de instrumentos musicais, ou mesmo o domínio de habilidades técnicas específicas, nem muito menos custos altos na montagem e organização dos locais para exibição pública. E que fazem do *rap* muito mais um estilo de vida do que realmente musical.

A raiz e o envoltório do *rap*, então, o constituem como manifestação social, política, econômica e cultural, como se vê a seguir:

Ter passado pelo processo de exclusão relacionado à etnia e à vida na periferia surge como condição para a legitimidade artística. A mesma experiência individual que é relegada a segundo plano nos bancos escolares transforma-se em tema de reflexão e construção da narrativa poética. É dessa experiência pessoal e intransferível que os *rappers* extraem a matéria-prima para a composição musical. (Silva, 1999, p.31)

Procura-se, portanto, neste espaço, tendo o *rap* enquanto manifestação de cunho popular e ativista, demonstrar como sua relação interna, entre o *rapper* e seu público, pode ser marcada por uma recepção crítica, de questionamento quanto aos próprios porta-vozes. Isso estimula o entendimento de que a comunicação é um fluxo contínuo de significações e uma plataforma simbólica adequada para a exposição de contradições, contestação de ídolos e ampliação da noção de protagonismo e de liderança.

Antes de mostrar como isso pode ocorrer faz-se necessário apresentar o apanhado bibliográfico que fundamenta esta discussão.

Atuações do receptor no processo comunicativo

Percebe-se que a opção por discutir as atuações do receptor no processo comunicativo tem o objetivo de colaborar com a superação de modelos fechados como os da Teoria Hipodérmica, do Behaviorismo e suas atualizações (pesquisas em comunicação de massa pós-1960) e até mesmo de algumas interpretações da Escola de Frankfurt, que a partir da sacralizaçãoⁱⁱⁱ da crítica à indústria cultural subalternizam a existência e atuação do interlocutor.



Para isso, pesquisadores valem-se, em considerável parcela das vezes, de ideias decorrentes dos Estudos Culturais, do Pensamento Contemporâneo Francês sobre a Comunicação e da Escola Latino-americana de Comunicação. Sobre a conformação científica latina é necessário ressaltar que seu curso histórico demarca-se por uma radical alteração de perspectiva, dos anos 50 até a atualidade.

Esse caminho de constituição epistemológica passa pela reprodução extensionista de inovações estadunidenses, pela rejeição a modelos colonizadores, pela realização de pesquisas sobre comunicação comunitária e pela tentativa de compreender as fusões, confrontações e reapropriações de sentidos possíveis a partir da atuação de diversos atores sociais em meio à globalização econômica e cultural. Diante disso, enfocando-se o ambiente latino-americano, pode-se dizer que:

(...) a pesquisa em comunicação é exemplar para a observação, por um lado, do movimento da história política e cultural do continente, e, por outro, das configurações das ciências sociais, porque seu objeto de estudo está fortemente ancorado na vida cotidiana e porque aponta a direção hegemônica deste mundo. Por isso, a reunião da tecnologia com o consumo, e destas com a política e a cultura, inscrevem-se entre os temas atuais que exemplificam a continuidade das preocupações que fundaram o campo. (Berger, 2007, p. 271-272)

Os Estudos Culturais, o Pensamento Contemporâneo Francês da Comunicação e a Escola Latino-americana apontam para uma postura crítica, negociadora, do receptor. Isso se expressa, geralmente, por juízos de valor acerca de produtos midiáticos e pelo retrabalho de mensagens numa direção não programada pelo emissor.

Um dos pesquisadores de maior destaque da escola britânica dos Estudos Culturais, Hall (2003), entre seus diversos trabalhos, investiga a decodificação televisiva pelo receptor e identifica no mínimo três posturas em relação ao conteúdo e ao formato exposto, a saber, a de assimilação, negociação e rejeição. Sobre essa possível e provável fluidez no jogo de sentidos, o autor compreende que:

A prática televisiva assume responsabilidade “objetiva” (isto é, sistêmica) precisamente pelas relações que os signos distintos estabelecem uns com os outros em qualquer ocorrência discursiva e, por isso, essa prática continuamente rearranja, delimita e prescreve em qual “consciência de todo o ambiente” esses itens estão organizados. (Hall, 2003, p. 398).

Do Pensamento Contemporâneo Francês é possível mencionar avaliações de Bourdieu (1997), em “Sobre a televisão”, e Lévy (2000), em “Cibercultura”, entre outras

obras. O primeiro aponta os contatos com a comunicação de massa tomando por base os interesses que orientam a produção do material, sejam eles ligados aos índices de audiência, voltados para a valorização da diversidade das expressões sociais ou centrados na reivindicação de direitos civis.

O outro disserta a respeito da cibercultura como plataforma sígnica que subsidia o vai-e-vem das mensagens, como nas antigas sociedades orais, desta vez, no entanto, em condição planetária, simultânea e passível de ubiquidade (a partir de um mesmo ponto), o que se dá pelas múltiplas relações que os tópicos de conteúdo e sentido estabelecem entre si nas comunidades virtuais (Lévy, 2000, p. 15).

Entende que a origem da *internet*, para uso intergovernamental e bélico dos Estados Unidos, ganhou proporção pública não planejada a partir dos anos 80 e hoje serve a inúmeros interesses, que se atacam e dialogam ao mesmo tempo, produzindo um rimo de funcionamento “descontrolado”.

Para o pesquisador, a cibercultura representa uma nova plataforma midiático-social cujo futuro está em aberto, e pode contribuir para positivas transformações dependendo do como for utilizado, como se vê a seguir:

Em primeiro lugar (...) o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, que estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano. (Lévy, 2000, p.11)

O autor diz, também, que a cibercultura fez confundir os papéis no processo comunicativo, vez que o receptor também produz mensagens e pode ser consumido por outros tantos de mesma condição inicial.

De acordo com a dialética bem ajustada da utopia e dos negócios, os negociantes exploram os campos de existência (e, portanto de consumo) abertos pelo movimento social e aprendem com os ativistas novos argumentos de venda. Simetricamente, o movimento social se beneficia de sua "recuperação" já que os negócios solidificam, credibilizam, banalizam, instituem ideias e costumes que há pouco pareciam pertencer ao terreno da ficção científica ou dos sonhos inofensivos. (...) Felizmente o capitalismo não é completamente incompatível com a democracia, nem a inteligência coletiva com o supermercado planetário. Não somos obrigados a escolher um em detrimento do outro: dialética da utopia e dos negócios, jogos da indústria e do desejo. (Lévy, 2000, p. 210)

Da Escola Latina de Comunicação, lembra-se das pesquisas de Garcia Canclini (1997), Martin-Barbero (2003), e Beltrão (1980), para mencionar obras de maior repercussão. O primeiro autor explica em “Culturas híbridas” os processos de apropriação e reapropriação da população no sentido de “povo”, “popular” pela mescla de matrizes aparentemente díspares – como antigo e moderno, artesanal e digital – e reapropriações simbólicas – como dar novo sentido a uma mensagem inicial e potencializá-la pelos canais dos quais se dispõe. Como historiciza Canclini, esse processo permeia a América Latina há séculos:

A hibridez tem um longo trajeto nas culturas latino-americanas. Recordamos antes as formas sincréticas criadas pelas matrizes espanholas e portuguesas com a figuração indígena. Nos projetos de independência e desenvolvimento nacional, vimos a luta para compatibilizar as tradições persistentes”. (Canclini, 1997, p. 326)

O autor (1996) também postula que na globalização o acesso à cidadania se dá pelo consumo, mecanismo pelo qual as pessoas na contemporaneidade garantem visibilidade social e condições de participar de uma realidade simbólica projetada, em muito, via meios de comunicação, que se vale do discurso de aquisição, exposição (esbanjamento), atualização\consumismo (obsolescência provocada).

Já Martin-Barbero (2003) trabalha a concepção de mediações, massa e massivo para mostrar a importância do cotidiano e das instâncias que dão seu ritmo e funcionalidade, sobretudo quanto às camadas populares. Para ele, as práticas cotidianas, apesar de não serem entendidas formalmente como parte da estrutura produtiva, integram uma narrativa que explica o conceito de popular.

Isso se evidencia por meio de relatos da vida diária em bairros de periferia, muitos deles mediatizados por *blogs*, *sites*, TVs, rádios, jornais e informativos impressos de caráter comunitário, alternativo, com pequeno alcance (em relação aos meios de viés mercadológico), sem fins lucrativos e, inúmeras vezes, sem intenção anti-hegemônica.

Há que se perceber que visões extremas sobre a constituição sociocultural, como a percepção do massivo enquanto puramente exterior ao popular e a produção popular como reação à dominante, “poupam” é a história: sua opacidade, sua ambiguidade e a luta pela constituição de um sentido que a recobre e a alimenta. E a ‘poupam’ saltando da etnografia para a militância, ou da fenomenologia para a grande política” (Martin-Barbero, 2003, p. 321).



Beltrão (1980) desenvolve o conceito de folkcomunicação para defender que grupos sociais marginalizados economicamente e culturalmente são receptores e produtores de comunicação e cultura que não dependem da mídia para legitimar suas existências. O simples cultivo de tradições orais, folclóricas e práticas cotidianas distantes dos padrões de vida e estética difundidos pelos meios de massa corresponderiam a atos midiáticos.

Estimulados pela abordagem, inúmeros estudiosos dão prosseguimento à teoria de Beltrão, fato responsável por um segundo olhar folkcomunicacional, relativo ao diálogo da cultura marginalizada com a mídia de massa.

Voz ativa do público *rap*

A partir deste momento dedica-se a detalhar a proposta de análise deste artigo científico, qual seja analisar a recepção do público jovem, sobretudo de periferia, quanto ao *rap*, identificando suas contradições em termos de apropriação cultural, o que se torna visível, sobremaneira, por meio do uso de lentes conceituais da Escola Latina de Comunicação, com intenso diálogo teórico com os Estudos Culturais de matriz europeia.

Afinal, a valorização do pólo receptivo, se não dirigida por complexa ponderação, pode resultar em exagero, generalização, enfim, supervalorização. E quando parcela do campo de estudo tende a esse tipo de opção retoma-se a fórmula maniqueísta e o generalismo, que pouco contribuem para um olhar mais acurado acerca do objeto de estudo em questão.

Com isso, se busca mostrar que no interior de um processo de fruição, como o representado pelo *rap*, existe um fluxo comunicativo que se vale de acolhida, assimilação e reprodução do difundido, como também de crítica, questionamento e negociação de sentidos. E isso se dá pelo público que vivencia a referida manifestação político-cultural, cultivando o contato com um universo simbólico caracterizado por eventos públicos, posturas, letras de *rap* e condutas de vida, além de *shows*, vestuários, linguajares, gestualidades e acompanhamento de programações em rádios comunitárias.

Ainda que se trate de uma prática com traços populares capaz de expressar com fidelidade parcela considerável de desejos, pensamentos e comportamentos de seu público imediato, projetando-o



socialmente, não se verá – por parte dos “espectadores – um tipo de resposta uníssona (homogênea) em relação aos cantores de *rap*.

A análise da recepção do público jovem do *rap*, para fins metodológicos, parte de elementos levantados em dissertação de mestrado de Estudos de Linguagem feita por Lachowski (2008)^{iv} para daí, subsidiada, estruturar-se enquanto discussão teórica. O material citado menciona, sobretudo, quais são os critérios que sustentam as noções de atuação de um *rapper* e como os cantores de *rap* enxergam o jovem de periferia de Cuiabá, capital de Mato Grosso.

Recorda-se dos quesitos básicos para ser *rapper*: autenticidade (modo próprio de fazer *rap*, atuação autoral); legitimidade (saber do que se fala, sendo discriminações étnica e econômica experiências de relevância); localidade\cotidiano (conhecer o chão em que se vive e os meios que constituem o senso comunitário); e linguagem (capacidade de captar sentimento coletivo da camada social representada) (Lachowski, 2008, p. 20-55).

Discorrendo um pouco mais, esses critérios levam em conta o histórico socioeconômico e cultural do cantor de *rap* e sua experiência com consequências negativas deste quadro, como o preconceito racial e a exclusão financeira. Também, a formulação de um aprendizado e de um saber (paralelos, quando não confrontantes com o conhecimento de sentido acadêmico) como resultados dessa lida diária.

Ainda, o uso desse tipo de vivência para externar trajetórias de vida, contar o cotidiano da periferia, expor pensamentos sobre assuntos de amplas dimensões e territorialidades a partir do olhar periférico. Por fim, com isso, representar, liderar e potencializar grupos sociais marginalizados, sobretudo os formados por jovens de bairros pobres.

Já as visões dos *rappers* de Cuiabá sobre a juventude da periferia da cidade principiam do entendimento de que esta parcela da sociedade está em disputa. De um lado estão o poder público (com suas visíveis falhas) e organismos sociais. De outro, o tráfico e o consumismo (via meios midiáticos), trabalhando com o imaginário e prometendo melhoria de vida por meio de atalhos. Essa leitura parte da compreensão de que eles (os *rappers*) são porta-vozes da periferia, têm a responsabilidade de difundir as reivindicações da população que vive neste espaço social e que o que fazem – cantar – trata-se de missão e não apenas de música (Lachowski, 2008, p. 56-105).

De modo geral, os jovens de periferia são enxergados pelos *rappers* de Cuiabá como invisíveis socialmente, sem acesso à cidadania, alienados, entregues ou muito próximos da criminalidade, sem



consciência de classe, distantes de Deus, contudo, “à procura de saídas” (estudando, trabalhando, dedicando-se à família ou em busca de) diante de um quadro social desfavorável.

Expostos os elementos conceituais da ordem simbólica do *rapper*, busca-se, agora, discorrer a respeito da recepção do público *rap*. Faz-se isso tomando-se por base fundamentalmente duas situações, uma de cunho nacional e outra de âmbito municipal\local, com vistas a efetuar, por meio destes exemplos, uma discussão sobre como o fluxo comunicativo relativo a uma manifestação cultural popular, de defesa de minorias sociais, possibilita leituras e posicionamentos que põem em cheque seus próprios propósitos.

A “cena local” integra a dissertação de mestrado de Lachowski (2008) e foi mencionada por um dos *rappers* entrevistados para o trabalho acadêmico, Cesar Mendes, há cerca de 20 anos no “universo *rap*”, mais conhecido no meio artístico de Cuiabá como Cezza. Ele diz que o público aprecia o trabalho de seus “porta-vozes”, contudo questiona suas atitudes, comparando as condutas em cima do palco (nos *shows*) com as percebidas na vida diária, extra-arte\militância.

“O público cobra. Há várias pessoas que gostam das letras boas que você faz, mas cobram de você porque você fica até de madrugada nas festas, bebe, fuma” (Cezza apud Lachowski, 2008, p. 119).

“Já chegaram a me perguntar se eu era mesmo o que eu falo nas minhas letras. Aí tentei explicar que o *rapper* tem de ter atitude, mas que não posso misturar o meu lado *rapper*, público, com o meu lado pessoal. Então me falaram: ‘O *rap* que você canta é demagogia, então?’” (Cezza apud Lachowski, 2008, p. 121).

A situação destoa da ideia de padronização receptiva, em que o público – por enxergar nos *rappers* líderes responsáveis por repercutir vozes periféricas e por perceber as dificuldades estruturais de visibilidade social no atual sistema socioeconômico – age de forma adesista, relevando ou amenizando deslizes, contradições, falhas ou graves erros de seus representantes.

A posição de teor analítico, estimulada pela própria raiz cultural do *rap*, encontra conexão com o modo de circulação de grande parcela das músicas locais do referido estilo, dadas a conhecer, ouvidas e espalhadas por meios alternativos, como rádios comunitárias ou livres^v, a *internet* e a realização de festas\bailes em bairros de periferia. Esses mecanismos midiáticos contribuem para um ambiente de proximidade entre lideranças e público, sobretudo o primeiro e o terceiro.

As emissoras não-comerciais são verdadeiros símbolos da condição midiática do universo *rap*. Discutem problemas sociais abrangentes, situação comunitárias localizadas, valorizam a negritude, o respeito à família, o cristianismo e incentivam a procura de mecanismos para evitar a entrada na criminalidade. Possibilitam espaço de difusão e diálogo de *rappers* com seu público e, do outro lado do fluxo comunicativo, atuam como um canal pelo qual os ouvintes tomam conhecimento, monitoram, repercutem e discutem os discursos produzidos pelos cantores, tal qual como teoriza Azevedo.

(...) a rádio comunitária, devido a características próprias a esse recurso (ampla presença, baixo custo e fácil manuseio) surge como uma opção viável para estabelecer a comunicação entre autores coletivos e o público (...) O que parece estar também claro (...) é que os atores sociais buscam as rádios comunitárias com o intuito inicial de acessar a esfera visibilidade pública (...) O objetivo é transpor as barreiras da comunicação de massa, a fim de projetar as diferentes vozes e de expor suas próprias questões e necessidades (2006, p. 13).

É menos incomum ouvir nas rádios comerciais canções brasileiras e no idioma inglês que se assemelhem ao *rap* pelo estilo falado (produção de discurso sobre base rítmica), conteúdo puramente de entretenimento ou romance e descolado da crítica social. E até há espaço nas para *raps* que tratam da relação entre o sistema político e econômico e a desigualdade social, a discriminação racial e a formação educacional baseada em princípios mercadológicos, individualistas e consumistas, entretanto em inglês.

Associado às rádios comunitárias e livres está o uso da *internet* como meio de relação do circuito *rap*, seja por *sites*, *blogs*, *flogs*, *my space*, *orkut* e *facebook*, entre outras redes sociais virtuais. Aí também se potencializa produções *rappers*, se afina a sintonia com o público e se exerce participação sobre o ritmo e funcionamento do circuito *rap*.

Outro espaço de convivência entre *rappers* e público *rap* são as festas, também conhecidas como bailes, geralmente em bairros da periferia, onde, como já exposto, Cezza é tido em respeito, mas, ao mesmo tempo, analisado socioculturalmente, levando em conta a consonância que estabelece entre sua postura nos palcos e fora deles.

Nesse sentido, as ocasiões festivas podem ser encaradas como instâncias midiáticas, pois é nelas, também, que o *rapper* terá condições de divulgar o seu novo trabalho artístico, comercializá-lo e fazer circular o seu discurso acerca da realidade. O público, próximo, tem acesso direto aos cantores, e por

conhecê-los do cotidiano do bairro, da região ou cidade, estabelece um contato nivelado concomitantemente pela apreciação (do material artístico elaborado) e pela avaliação (da consonância entre ativismo e conduta pessoal).

Por meio de uma análise de padrões homogêneos sobre o receptor – que considere o público, sobretudo, como defensor e reproduzidor do estimo musical e os valores sociais a ele associados – haveria dificuldade de entender cenas do universo *rap* que problematizassem seu funcionamento interior.

Cobrança semelhante – até mesmo com potencialização do quadro para o descrédito e a pecha de “traidor” – ocorre com *rappers* de renome nacional, tidos inicialmente como contestadores da estrutura socioeconômica do país e que, gradativamente, estreitaram laços com a mídia de caráter mercadológico^{vi}.

Exemplo notório e atual dessa situação é o artista carioca MV Bill, conhecido por ter fundado a Central Única das Favelas (Cufa) – com sede no Rio de Janeiro – e pela atuação militante contra a criminalização da periferia. O *rapper* iniciou em 1999 a carreira com um álbum de nome sugestivo, “Traficando informação”, porque não tinha espaço para divulgar seu trabalho nas rádios e TVs comerciais e hoje transita por diversos veículos e programas deste viés (tendo participado do “Domingão do Faustão”, da Rede Globo, e sido garoto-propaganda da Nextel – transnacional que vende celulares).

MV Bill responde às críticas dizendo que ocupa tais espaços como se fossem “brechas no sistema”, com o objetivo de evidenciar minorias sociais e provocar debates que questionem a própria estrutura nacional de concentração midiática^{vii}.

No entanto, esse tipo de esforço não é percebido\entendido\reconhecido por parte do público *rap*. Apresenta-se, a partir de agora, uma terceira situação de análise da recepção do público *rap* – local –, contudo com o intuito de complementar a relativa a MV Bill. Levantamento feito em 2006 com 15 moradores entre 13 e 20 anos do Residencial Sucuri, na periferia da região Oeste de Cuiabá, apreciadores da referida manifestação cultural, apontou que o *rapper* carioca, sucesso midiático na época, era um desconhecido para eles (Lachowski, 2008, p. 125-128).

Os garotos foram entrevistados pela circunstância da realização de um evento^{viii} que trouxera para a praça cultural do CPA II tanto MV Bill quanto o grupo paulista “Racionais MC’s”, tradição no *rap* brasileiro há cerca de 30 anos, que, diferente do primeiro, não tem espaço midiático e mercadológico e ressalta a opção de buscar visibilidade artística em veículos de comunicação alternativos, via *internet*, no

meio *rap* e a partir da potencialização de redes artesanais de simpatizantes que ainda possuem antigos discos, CDs e fitas k-7.

Conforme a organização do evento em que estiveram as duas atrações do *rap* nacional, o *show* de MV Bill chegou à marca de 600 pessoas, em média, cinco vezes menor que a registrada na do Racionais. Disseram os garotos entrevistados que, diante da impossibilidade de participar de duas noites de festa – por falta de dinheiro para deslocamento, compromissos com escola e trabalho e condições impostas pelos pais – tiveram que decidir por uma das opções. Todos escolheram o grupo paulista. Explicações gerais: MV Bill era desconhecido deles (apesar da massificação de seu nome e música); o Racionais, mais conhecido, e tocava *raps* com conteúdos compreensíveis e próximos de suas realidades.

Exemplos de falas de jovens entrevistados: “Do Racionais eu conheço as músicas. O MV Bill eu não conheço. Nunca vi. Eu conheço o Racionais do CD, tenho CD dele lá em casa e escuto direto. Eu comecei a escutar na casa de um colega meu, daí peguei emprestado e ouvi no som de casa”^{ix}.

Percebe-se na fala do entrevistado um fluxo comunicativo ritualizado, em que a apreciação do *rap* é amalgamada por um processo comunitário, de partilha, companheirismo, artesanal, que corre paralelo à midiaticidade convencional, enxergada nos meios televisivos e radiofônicos, principalmente.

Ainda que o CD seja um produto midiático incluído na indústria fonográfica, o uso pelo entrevistado se dá sem ser referenciado por este mercado. Afinal, a relação simbólica com o Racionais MC's, pelo fato de ser um grupo que pouco frequenta as emissoras de rádio e tv convencionais, ocorre, percebe-se, a partir de um arranjo cotidiano, local, coletivo, costurado por mecanismo inicialmente comercial (de compra), mas consolidado por uma perspectiva marginal.

E isso não é percebido como “gritante” em MV Bill, tornado, na atualidade, mais visível socialmente justamente por mecanismos que são manobrados de forma a diminuir as tensões e garantir massificação de padrões hegemônicos estéticos e ideológicos. Essa ocorrência pode, como efeito, consideravelmente invisibilizá-lo para e perante a recepção do público do *rap*.

Sob o enquadramento da recepção marginal quanto ao Racionais, têm força vital incursões como a prática da “pirataria”, também possível de ser enxergada enquanto apropriação da reprodutibilidade/cópia (tão criticada pela ala tradicional da Escola de Frankfurt) e a criação subjetiva de uma fabriqueta de bens

culturais sem fins lucrativos. Herschmann contribui com esse raciocínio, elencando passos mais largos dessa espécie de indústria alternativa\paralela:

Ao mesmo tempo que a pirataria é legitimada na produção, faz parte do processo criativo, da “pilhagem” realizada por esses jovens, ela traz alguns problemas no que se refere ao consumo. Primeiro, nada impede que os grupos produzam trabalhos muito parecidos, com bases musicais idênticas promovendo em alguns momentos uma certa saturação das músicas e, em segundo lugar, com as gravadoras independentes, ou melhor, com o crescimento dos pequenos estúdios “caseiros”, o controle sobre os direitos de venda é menor (Herschmann, 2005, p. 269-270).

Outro entrevistado, distinguindo o maior apelo do grupo paulista em relação ao *rapper* carioca, menciona: “O Racionais mostra o que a mídia não mostra. Na mídia a gente só vê o que dizem que é bom, mas lá não mostram o que é ruim. Mostra a Amazônia, mas não mostra que na periferia tem roubo, pobreza, drogas. Tudo pra não denegrir a imagem do país”^x.

O entrevistado, com essa percepção, fala de um mundo rachado em dois, sendo que um deles, o mais difundido – via mídia, entende-se, convencional\comercial\mercadológica\de maior audiência\legitimada pelo poderio comunicativo – projeta uma inverdade, utiliza-se de técnicas de ilusão e deturpação. O outro, real, inclusive e fundamentalmente onde vive o jovem integrante do público *rap*, é revelado à sociedade pelo Racionais MC’s, que mostra o que, de fato, ocorre no país.

Depreende-se, assim, que existe um alto grau de credibilidade na comunicação do grupo paulista de *rap*, na visão do entrevistado, algo não captado na produção simbólica de MV Bill, que aparentemente faz mais concessões para poder se utilizar, na medida do possível, do aparato midiático mercadológico, tentando aproveitar sua potência de difusão para ampliar, embaralhar e diversificar o repertório informativo.

Em resumo, a visibilidade midiática de MV Bill não era simbolicamente enxergada pelo grupo de jovens entrevistados. A postura do *rapper* carioca não dialogava com o universo deles, ainda que em aparições em veículos e programas de cunho mercadológico ele constantemente difunda o discurso da inclusão social, da organização popular e do ataque às desigualdades econômicas.

Avalia-se que os jovens entrevistados se identificam, sim, com o grupo paulista, ao qual – aponta-se para a complexidade da situação – tiveram menos acesso via televisão e rádio. Conheceram o Racionais indiretamente, por meio de parentes e colegas mais velhos, que já ouviam suas canções. Assimilaram, de certo modo, uma “onda mítica” sobre o grupo, reconhecidamente cultuado no meio *rap*, por



algumas posturas incisivas, como não dar entrevistas à TV Globo nem ao SBT – por representarem símbolos do oligopólio da mídia nacional –, e pelas letras e arranjos marcantes, com temáticas ligadas à criminalidade na periferia, à discriminação racial, ao esforço para superar as condições de desigualdade socioeconômica, entre outras.

Apesar do delicado e complexo diálogo com a indústria cultural – monitorado pelo público – o *rap* continua sendo símbolo contundente quanto ao individualismo e consumismo ao apontar o sistema socioeconômico, caracterizado pela concentração de renda, controle político e ações paliativas, como responsável por violências e distúrbios sociais (Herschmann, 2005).

Em Pimentel (1999, p. 107), jornalista e pesquisador de *rap*, encontra-se uma possível explicação para essa postura ativa do público *rapper*, referente ao código de ética da cultura *hip hop* e que pode ser tido, ainda, como frequência comunicativa. “A única exigência definitiva é a lealdade à periferia, esta sim a grande mãe de todos os manos, acima de tudo. Negar as raízes é condenar-se ao ostracismo”.

Depreende-se de Pimentel, portanto, que a composição da voz *rap* da juventude de baixa renda é um processo contínuo cuja liderança visível, efetuada pelos *rappers*, trata-se de uma concessão de seus iguais para que eles possam representar a periferia e constituírem a (s) identidade (s) do (s) grupo (s) social (ais).

O *rap* que se formata enquanto crítica à democracia representativa que se projeta tal qual instância de manifestação periférica. De um lado, os *rappers* têm legitimidade para ocupar postos de porta-vozes de camadas populares, mas de outro estão sob um código de regras.

Estudiosas da juventude contemporânea com vistas à elaboração de políticas públicas, Morgado e Sanches (2007) corroboram com a discussão. Para as pesquisadoras, esse público, importante parcela das pessoas que integram o circuito *rap*, corresponde a uma “categoria universal, mas não é homogênea: considerar suas peculiaridades regionais, comportamentais, culturais e políticas é condição fundamental no desenho das ações voltadas para esse segmento populacional” (Morgado e Sanches, 2007, p. 38).

A visão prevalente de que o *rap* é marginal e se põe em confronto com o *status quo* estimula leituras genéricas, entusiasmadas ou preconceituosas^{xi}. Enfoca-se, aqui, o primeiro tipo. Enxergar o *rap* homogeneamente é vê-lo como representante dos anseios populares sem levar em conta sua audiência. Fazer

esse tipo de observação significa considerar o receptor ativo não pela posição perante o que se lhe divulga, porém pelo que ouve/assiste/aprecia Toma-se o receptor por complemento do pólo emissor.

Nesse sentido, destaca-se o caráter popular, constitutivo do *rap*, pois, sabe-se, tal manifestação enquanto ativismo político é um uso potencial, no caso inculcado, em sua matriz formadora. Isso se expressa, por exemplo, na condição socioeconômica dos praticantes do *rap*, na rua como ambiente-símbolo de seu desenvolvimento e na elaboração de saberes não-acadêmicos em meio aos contatos sociais proporcionados por sua feitura e exercício cultural.

No entanto, o *rap* também se configura como modalidade cultural, gregária, rítmica, celebrativa, feita e consumida por atores sociais com diferentes níveis de engajamento ideológico.

Demonstração de que as canções dos *rappers* também tratam de outros temas e abordagens, menos ideológicos, mais amenos, focados no entretenimento, se vê em “É som de *rap*”, de CeZZa. Acompanhe a primeira estrofe:

Da pura rima pura/ quer te levar à loucura da realidade/ e não reage/ Eu tenho rima milimétrica/ dentro da minha humildade/ Atitude sempre firme para mim/ falta 15 e só liga *rap* de primeira/ da trinca fora do ar/ de volta à doideira do mundo real/ O lugar é tropical, *crazy* e natural/ Cheipes, litoral/ Tá nervosa, fica *fraw*/Purifica, guia mente/ Vários estilos urbanos/Diferente, observo uma banca logo à frente/ é som de *rap*, é noite quente/ O baile tá o fervo/Ô problema, dá um tempo/ Só um momento ligeiro no movimento/ Zica, some com o vento/É *rap* trincando/ batendo no comando da nave/ Elementos: Cúpula Sul, *Pokemon*/ mais nada para o momento/

O *rapper* apresenta um cenário-momento cotidiano em que não se deve pensar em problemas, mas, sim, aproveitar para se divertir, pois: “o lugar é tropical, *crazy* e natural”; se estiver nervosa, que fique tranquila; se houver empecilho, que isto ‘suma com o vento’. Entretanto, intrinsecamente colado ao *rap* está a realidade local, comunitária, que se manifesta no tipo de evento (“baile”) e no linguajar (“zica”^{xii}, “fervo”).

Mas voltando a Canclini, que explana sobre a ambiguidade do popular, a sua falta de lugar delimitado, o seu viver interseccional, importante atitude é dessacralizá-lo:

O defeito mais comum na caracterização do “povo” foi pensar que os agentes agrupados sob esse nome são como uma massa social compacta que avança incessante e combativa rumo a um porvir renovado. As investigações mais complexas dizem que o popular se coloca em cena não com essa unidirecionalidade épica, mas com o sentido contraditório e ambíguo dos que padecem a história e ao mesmo tempo lutam nela, dos que vão elaborando, como em toda tragicomédia, os passos intermediários, as astúcias dramáticas, os jogos paródicos que permitem aos que não têm possibilidade



de mudar radicalmente o curso da obra, manejar os interstícios com parcial criatividade e benefício próprio. (Canclini, 2006, p. 280)

Nesse sentido, Canclini dialoga com Beltrão, para quem popular e marginal associam-se nas lidas cotidianas pelo signo da sobrevivência material e simbólica. Para o autor nordestino, o marginal é “um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente” (Beltrão, 1980, p. 39).

Na avaliação do pesquisador, o conceito de marginalizado cabe em três dimensões. Nos grupos rurais marginalizados, de áreas isoladas, com escassa infraestrutura e baixo nível de escolaridade. Nos grupos urbanos marginalizados, de baixo poder aquisitivo, com subempregados e moradores em periferias das cidades. E nos grupos culturalmente marginalizados, de contestadores da cultura e da ordem social estabelecida, sendo subdivisões dos dois primeiros.

O terceiro segmento marginalizado pode ser messiânico (com seguidores de líderes carismáticos, ideias religiosas e dogmáticas), político-ativista (manter ou revolucionar ordem política e social pelo uso da força) ou erótico-pornográfico (contrário à moral e costumes vigentes, defensor da liberdade e do prazer) (Beltrão, 1980, p. 103-104).

Bem se vê que o *rap*, manifestação cultural cerne deste artigo, pode ser encarado como um grupo cultural marginalizado de característica político-ativista, guardadas as diferenças de tempos históricos. Ou seja, nos anos 80 ainda era forte a ideia de que a organização popular poderia “tomar o poder pelas armas”, algo feito na Rússia de 1917 e na Cuba de 1959, para ficarmos em alguns exemplos.

Hoje em dia, porém, inúmeros grupos culturalmente marginalizados de caráter político-ativista valem-se do discurso e de medidas que visam à inclusão social. A Cufa, que tem parcerias nacionais com o governo federal e com o projeto “Criança Esperança”, da Rede Globo, e que defende a política de cotas para negros nas universidades, é um exemplo dessa adaptação aos tempos e às condições históricas atuais.

Considerações finais

A partir da análise descrita neste trabalho, nota-se que tomar a juventude (ou outra fase geracional da sociedade) – *rapper* ou não – por homogênea, mesmo reconhecendo seu potencial de recepção ativa, significa desacreditar de sua criticidade e criatividade. Por isso, reforça-se a importância de se produzir



análises científicas sobre a comunicação conduzidas pela indissociabilidade entre negociação de sentidos e dialogismo, que mantenham passos à frente de leituras generalistas, homogêneas, pautadas por visões idealizadas.

Ao mesmo tempo, pode-se dizer que a música *rap* é um gênero que hibridiza diversos ritmos, ao articular a matriz africana, na qual o ritmo constitui elemento central da experiência musical, a tradição da música negra americana e da brasileira, e a tecnologia. Trata-se de uma hibridização de saberes e experiências culturais capazes de atribuírem uma potência política de fato entre os envolvidos no movimento, que, a cada lugar por onde atravessa, acaba se evidenciando de um modo particular e singular.

Isso provavelmente reitera a aproximação desse público receptor do *rap* ao conceito de grupos culturalmente marginalizados de Beltrão (1980), caracterizados por indivíduos que contestam a cultura e a organização social estabelecida, adotando uma política ou filosofia contraposta à que está em vigência.

É compreensível que, num primeiro momento e até durante um certo tempo, desenvolva-se posições estereotípicas por falta de informação aprofundada e condições de elaboração acurada. Mas isso não deve provocar comodismo acadêmico, sob pena de se contribuir com estudos de caráter cartesiano, hermético e comprometer a própria escalada em busca da superação de modelos simplistas e utilitaristas que guardam ao receptor a função de assimilar e reproduzir ou a sina de aceitar o enquadramento por incapacidade intelectual de reagir.

Referências

AZEVEDO, Dilvan P. de. Atores coletivos e rádios comunitárias: possibilidades de intervenção na agenda de discussão pública. **Grupo de Estudos de Políticas de Informação, Cultura e Comunicação**. Bahia, 2006. Disponível <<http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/DilvanAzevedo.pdf>>. Acesso em 31 de outubro de 2012.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BERGER, Christa. A pesquisa em comunicação na América Latina. In: HOHLFELDT et al.

(org.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.



CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1999.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997.

DAYRELL, Juarez. **A música entra em cena: o rap e o funk na socialização da juventude**. Tese de doutorado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade de São Paulo, USP, 2011.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: SOVIK, Liv. (org.). **Da diáspora: identidades e mediações**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HERSCHMANN, Micael. **O funk e o hip hop invadem a cena**. 2. ed. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2005.

HOHLFELDT, Antônio et al. (orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

LACHOWSKI, Gibran Luis. **O universo rap no cotidiano do jovem pobre de Cuiabá**. UFMT: Cuiabá, 2008. Dissertação de mestrado.

LÈVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 2000.

MARQUES DE MELLO, José. **Folkcomunicação na era digital: a comunicação dos marginalizados invade a aldeia global**. México, 2005. Disponível em < http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/bienal/magis/Marques_demelo2.pdf //>. Acesso em 30 de outubro de 2012.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2003.

MORGADO, Maria Aparecida, SANCHES, Maria Ubaldina Costa. Realidades Juvenis em Cuiabá, Mato Grosso: escolarização, trabalho e esferas de participação. In: MORGADO, Maria Aparecida, SANCHES, Maria Ubaldina Costa, OLIVEIRA, Meire Rose dos Anjos (orgs.). **Realidades Juvenis em Mato Grosso: escola, socialização e trabalho**. Cuiabá: EdUFMT, 2007.

PIMENTEL, Spensy. Hip Hop como utopia. In: ANDRADE, Elaine Nunes (org.). **Rap e educação, rap é educação**. São Paulo: Summus, 1999.

SHUSTERMAN, Richard. **Vivendo a arte; o pensamento pragmatista e a estética popular**. São Paulo: Ed. 34, 1998.



SILVA, José Carlos Gomes da. Arte educação: a experiência do movimento hip hop paulistano. In: ANDRADE, Elaine Nunes (org.). **Rap e educação, rap é educação**. São Paulo: Summus, 1999.

ⁱ Corresponde à música que resulta da junção do dj (*disk jockey*) com o mc (mestre de cerimônias, animador e cantor de bailes noturnos). A canção é basicamente um texto falado sobre uma base rítmica. *Rap* é uma sigla que significa *rhythm and poetry* (ritmo e poesia), pois se assemelha a um poema cantado ou a uma canção falada.

ⁱⁱ O termo *hip hop* foi associado ao modo popular de se dançar nos Estados Unidos no final dos anos 1970 e no início da década de 1980, saltando (*hip*) e mexendo os quadris (*hop*). Depois consolidou-se como uma cultura urbana popular de contestação social que reúne dj, mc, *break* e grafite.

ⁱⁱⁱ Termo usado para demonstrar preciosismo, supervalorização, raciocínio ensimesmado.

^{iv} Dissertação intitulada “O universo *rap* no cotidiano do jovem pobre de Cuiabá”, apresentada em março de 2008 na UFMT para a obtenção do título de mestre em Estudos de Linguagem.

^v Rádio comunitária, conforme o Ministério das Comunicações no Brasil, é aquela que tem abrangência num raio de até um quilômetro, organiza-se com base num conjunto de entidades comunitárias, religiosas, esportivas, culturais, entre outras, não visa lucro financeiro e busca potencializar vozes sociais periféricas no sentido de democratizar a comunicação. A livre tem esses mesmos objetivos, características mais amadoras em termos de equipamentos e começa a funcionar sem autorização do governo federal, geralmente em razão da demora do processo burocrático. A definição do segundo tipo de rádio é o entendimento público da Associação Brasileira das Rádios Comunitárias (Abraco)

^{vi} Que se orientam pelos índices de audiência e não pelo entendimento de que meios de comunicação devem funcionar sob o princípio do interesse público e com vistas à transformação social. A situação se dramatiza quando se trata de emissoras de rádio e televisão, concessões públicas conforme a legislação brasileira.

^{vii} Os estudiosos da comunicação Venício de Lima e Sérgio Capparelli qualificam a estrutura midiática brasileira de oligopólio, em razão de centenas de rádios e tvs, sobretudo, estarem nas mãos de poucos grupos, o que afeta diretamente o livre acesso à informação e à produção democrática da comunicação. Detalhes em Lima e Capparelli (2004).

^{viii} O evento mencionado é o 2º Festival Consciência *Hip Hop*, ocorrido em outubro de 2006, em Cuiabá.

^{ix} Entrevistado W. Optou-se, na época da realização do levantamento junto aos jovens, identificá-los aleatoriamente por letras.

^x Entrevistado L.

^{xi} Vide evento na virada de ano de 2006 em São Paulo em que ocorreu confronto entre público e PMs durante *show* do Racionais, suscitando novamente a leitura de que o *rap* é uma cultura popular que incita violência na juventude.

^{xii} O mesmo que problema.