

5 ENEC – Encontro Nacional de Estudos do Consumo
1 Encontro Luso-brasileiro de Estudos do Consumo
15 a 17 de Setembro de 2010
Rio de Janeiro - RJ

**Relações Musicais e de Consumo entre Brasil e Portugal: o Rap de Quebrada
(Grande Florianópolis-Brasil) e Rap Crioulo (Grande Lisboa – Portugal)**

Dra. Angela Maria de Souza¹

Resumo:

Este artigo parte da etnografia da tese de doutorado em Antropologia Social com trabalho de campo realizado na Grande Florianópolis e Grande Lisboa sobre o Movimento hip hop. O objetivo é pensar as relações de consumo que criam redes e “fluxos” (Hannerz, 1994) entre o Movimento hip hop de diferentes espaços urbanos, mas com questões que os unem na elaboração de um discurso estético-musical. Se em Lisboa encontrei o *rap crioulo*, realizado predominante por imigrantes, cabo-verdianos e angolanos em bairros da periferia, em Florianópolis, também na periferia, o *rap de quebrada*, é uma importante forma de expressão da população, em grande parte negra, que reside nestes espaços. Nestes dois estilos rap, cada qual com suas especificidades, é possível perceber a elaboração de uma visibilidade estética como forma expressão, que emerge com uma “subjetivação do mundo” (Ferry, 1994). E, a partir dos estilos aqui apontados procuro refletir sobre as relações de consumo, principalmente a partir das músicas que estes rappers movimentam e que vão apontar para as especificidades e localidades, como as relações que constroem com seus bairros, com a cidade, mas sem deixar de lado contextos bem mais amplos relacionados a movimentos de globalização e transnacionalização, que geram imigrações e deslocamentos, e que estabelecem redes de comunicação.

Palavras chave: Consumo, fluxos, *rap crioulo*, *rap de quebrada*.

Estar no bairro – Estar no mundo

A música boa é aquela que circula. Esta foi uma frase que, em vários formatos, encontrei em trabalho de campo e que normalmente referia-se as práticas musicais dos rappers. Fazer circular esta música é fundamental para um rapper porque com ela ampliam a mobilidade constituinte do próprio Movimento hip hop. Porém esta mobilidade só é possível a partir dos atuais recursos tecnológicos. Mas, fazer circular esta música possui algumas peculiaridades, dentre as quais destaco a importância dada ao bairro como espaço privilegiado para iniciar esta circulação, a partir de sua rede de sociabilidade. O bairro aqui se torna o primeiro termômetro do

¹Pós-Doutoranda no Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina. Doutorado (2009) e Mestrado (1998) em Antropologia Social.

O trabalho de pesquisa aqui apresentado foi realizado com bolsas de pesquisa da CAPES e CNPq.

reconhecimento público e nele buscam elementos que vão dar forma a sua composição musical.

Em cada grupo podemos identificar um bairro que representa, mesmo que nem todos os integrantes morem nele, e, neste caso, o importante é ter redes de sociabilidade neste local e esta peculiaridade é mais acentuada nos grupos de *rap de quebrada*, estilo de rap que se localiza principalmente em periferias e favelas. E mesmo tendo grupos que não tem seus nomes tão estreitamente associados a um bairro específico, a grande maioria deles reconhece esta importância e é bastante frequente encontrar em suas músicas estas referências, inclusive a mais de um bairro.

Em Portugal não foi diferente a relação que encontrei dos rappers com seus bairros no *rap crioulo*, realizado principalmente por jovens imigrantes ou filhos de imigrantes. Neste estilo, há uma similaridade com o *rap de quebrada* com relação a esta intensidade dos bairros para suas músicas. Mas, além do bairro a condição de imigrantes ou filhos destes é tão importante quanto estes espaços nas cidades, e a partir desta condição dão forma a seu estilo musical.

Tanto no Brasil quanto em Portugal, o espaço na cidade em que o rap se localiza, é um importante direcionador e definidor das práticas estético-musicais. É no bairro que os primeiros eventos de um grupo acontecem. Nestes espaços circulam as primeiras gravações e ali a legitimidade vai sendo construída. São estes espaços e as redes de sociabilidade neles formada, que vão delineando a *atitude* que um rapper deve ter. Esta *atitude*, além de estar diretamente relacionada com a postura crítica e a vivência do que é cantado, é definida através da relação que este rapper mantém com seu bairro. O rompimento desta relação pode implicar na perda de legitimidade deste rapper no espaço em que a mesma foi construída.

Quando perguntei sobre o que representa o bairro, nas composições musicais do grupo Arma-Zen, eles respondem:

A palavra de quem mais se calou. O povo não fala, não tem a oportunidade de falar e ta ali, curte o som, vai acompanhar o show. MM: As vezes ele não fala no microfone ali, mas eles falam pra nós, eles falam os problemas deles. As vezes choram. A gente vê muita coisa. [...] A gente sente na pele. O rap é o nosso meio de comunicação pra passar pra sociedade, pra ver o que eles podem fazer. Se eles não querem ajudar então não atrapalha o nosso lado. A: Eles quem? MM: A sociedade, o preconceito, a gente quer abalar o preconceito.

A partir desta colocação é possível ver no próprio grupo uma auto-atribuição de responsabilidade com relação ao papel de comunicação e crítica que esta prática musical estabelece. E esta ocorre tanto entre o grupo e o bairro, como entre o grupo e a cidade/sociedade. Eles são intermediadores entre as duas instâncias, do bairro e da cidade/sociedade no sentido de construir “pontes” que possibilitem uma interlocução mais intensa sobre os problemas vivenciados por estes espaços da cidade. Neste sentido, é importante estar no bairro com os eventos e suas redes de sociabilidade, mas é importante também estar fora dele e apresentá-lo à cidade.

No bairro, a realização de eventos é também uma maneira de estreitar um relacionamento e reforçar o pertencimento e o reconhecimento do público, como o próprio Arma-Zen sublinha quando pergunto sobre os locais em que se apresentam:

Arma-zen é em quebrada. Mas, o bairro que a gente mais se apresentou hoje foi o Monte Cristo. [...] O Arma-Zen tem a raiz dentro do Monte Cristo. O Monte Cristo abraçou o Arma-Zen, então a gente procura tá sempre. Então que a gente está sempre evoluindo então é hora de fazer mais um show no Monte Cristo. [...] De 6 em 6 meses a gente sempre procura fazer uma apresentação ali pra ajudar a postura, mudar a diferença. K: As vezes a gente ta numa festa comunitária, Natal, Dia das Crianças, a gente se envolve também. As crianças gostam. R: Pedem autógrafo. Fazem fila pra pedir autógrafo. Então isso aí tudo tem **valor**. [...] No Monte Cristo ali, é minha casa (Arma-Zen).

Este *valor* a que o Arma-Zen se refere, e que destaco na entrevista, fala sobre a relação que o grupo constrói com o bairro, fala do que chamam de *atitude*. Um grupo que não tem *atitude* pode ser definido em função da ausência desta relação com o bairro. Mas é preciso haver uma reciprocidade, não basta o grupo querer ou ser do bairro, a *quebrada* é quem dá o aval, ou, como é colocado acima, *o Monte Cristo abraçou o Arma-Zen*.

O bairro é importante em sua música também pelo que representam para ele próprio. Que ações, que formas de representação constroem sobre estes espaços da cidade é determinante de suas práticas no Movimento hip hop, assim como o diálogo que estabelecem com os que ali moram através de sua música, como aponta o Negrociação quando lhe pergunto se seu bairro aparece em sua música:

Aparece, eu tenho uma música que se chama Cidade do Tráfico, que é a música que a galera mais gosta, que a gente fala: 'O por de sol do 25 me traz na lembrança/ malandro bom não se humilha e não desanda.' Então a gente incentiva as pessoas da nossa comunidade a não se humilhar e também a não se desandar, a não fazer as coisas que te levem pra um caminho sem saída.

O bairro é o espaço em que as relações de sociabilidade são construídas, é onde estão as pessoas que vão reconhecer e se reconhecer nestas narrativas musicais. E é neste bairro que o que pretendem comunicar chega com mais intensidade ou de forma mais imediata. É possível afirmar que os bairros são espaços privilegiados e constituidores destas narrativas musicais e onde esta produção musical inicialmente circula. Os eventos em que as músicas são cantadas, as primeiras gravações, os CDs caseiros ou os raps que entram nos aparelhos de MP3, MP4, etc iniciam sua circulação por este circuito construído no bairro. Somente quando estas músicas são gravadas em estúdios² e é realizado o CD, fruto de uma produção independente, é que este pode ser vendido nas lojas.

E mesmo quando já possuem CD em lojas é principalmente no bairro que esta produção

² Ter um CD, gravado em estúdio, com capa, encarte, é considerando um valor importante no Movimento hip hop, não pelo produto em si, mas pelo esforço necessário para realiza-lo, principalmente no que se refere aos recursos financeiros que precisam angariar para este trabalho. Na maioria das vezes, trabalham em mais de um emprego, vendem bens, pedem dinheiro emprestado para familiares, para poder realizar este projeto.

ganha espaço para ser performatizada, o que lhe confere legitimidade junto ao público (*comunidade*) e a partir dele criam-se outros espaços de circulação desta música, ampliando sua comercialização e complexificando as relações de produção-consumo em espaços de periferias.

E nesta circulação os usos e recursos tecnológicos através de rádios comunitárias, de rádio via Internet, do Orkut, You Tube e My Space, fazem com que esta música passe a circular também para fora das fronteiras do bairro. Aqui se amplia consideravelmente o alcance desta produção musical, mesmo esta não sendo uma característica apenas do rap, já que a Internet possibilitou a circulação musical de uma infinidade de gêneros e estilos musicais. Por outro lado, alegam que esta circulação limita o conhecimento sobre esta música, ou seja, em virtude da diversidade, da quantidade de músicas e da rapidez que estes meios passam a veicular, de certa forma, dificulta e diminui as possibilidades de venda de quem consegue gravar um CD. Em função deste aparato tecnológico, o CD, um produto comercializável, perde sua importância já que os meios eletrônicos possibilitam maior liberdade de escolha sobre estas músicas.

O grupo FV Coerente, me colocava o impasse que vivia com esta situação que a tecnologia cria. Os impasses gerados por esta situação criam novas formas de relação com a própria tecnologia no sentido de ampliar a veiculação deste repertório musical, por outro lado, ela diminui ainda mais as possibilidades deste rapper conseguir viver financeiramente de sua produção musical. Como o grupo chama a atenção, nem o dinheiro investido na gravação é possível reaver atualmente, o que coloca em suspenso a validade de possuir um CD gravado em estúdio, mesmo sendo este um objetivo que faz parte dos planos de praticamente todos os grupos de rap. O FV Coerente, e muitos outros grupos, com suas indagações sobre os rumos a seguir, está num espaço liminar entre os usos da tecnologia e suas consequências, para sua produção musical.

Entre os grupos de *rap crioulo* de Portugal, os recursos tecnológicos ganham outra perspectiva através das ações que vêm sendo implementadas pelo rapper Chullage e que ampliam as possibilidades de gravação destes grupos com a construção de estúdios em vários bairros de periferia dos arredores de Lisboa. O primeiro estúdio que conheci foi o da Khapaz³, localizado no bairro de Arrentela – Seixal, onde Chullage mora e desenvolve vários trabalhos com os jovens do bairro. Mas este estúdio não é o único no bairro, ele criou outro em seu apartamento, que funcionava num dos quartos, mas tudo se misturava naquele ambiente, no qual prontamente me mostrou trabalhos ainda em andamento.

³ A Khapaz é uma associação que está localizada na margem Sul do Rio Tejo, no bairro de Arrentela – Seixal e é “fruto do entusiasmo de jovens afro-descendentes. O que os unia à partida era o amor pela música – seja a ligada às suas raízes africanas, seja as modernas abordagens do Hip Hop [...]” (Disponível em: <http://www.khapaz-saladeensaio.blogspot.com>. Acesso em 15 de maio de 2009). Além de atividades voltadas à musicalidade, a Khapaz desenvolve uma série de projetos relacionados à saúde, educação, etc com a comunidade local.

Ao olhar a casa e ver alguns de seus pertences era possível perceber a presença do filho pequeno, de pouco mais de um ano de idade, principalmente através de seus brinquedos por todos os cômodos da casa. Aquela casa falava por si. O grande entusiasmo com o qual me apresentava os trabalhos de gravação, me fazia ver, através daquele espaço, o quanto este universo do Movimento hip hop faz parte de sua vida nos aspectos mais pessoais e familiares, a ponto do estúdio fazer parte da mobília da casa e estar entre móveis, brinquedos, roupas, fotografias e muitos CDs. Mas este não era um estúdio apenas para uso pessoal, como a primeira vista parecia. Ao contrário, aquele estúdio também era para ser usado por outros rappers quando o estúdio da Khapaz estivesse ocupado. O seu entusiasmo não diminuía quando me falava da importância de ver os jovens de seu bairro naqueles espaços de gravação com suas criações musicais. Ele frisou que esta primeira oportunidade poderia ser fundamental para este jovem ver no rap uma possibilidade de profissionalização.

Em todas estas situações, o bairro coloca-se como o espaço privilegiado em que o rapper, ou o grupo, dão seus primeiros passos no sentido de construir sua biografia dentro do Movimento hip hop. É no bairro que se dá a circulação das primeiras músicas, fruto das primeiras composições e primeiras gravações. É no bairro que os primeiros eventos acontecem, ali ocorre o reconhecimento e comunicação com o público. O bairro é uma espécie de terra firme em que o rap se ancora e através deste espaço simbólico-social estabelece relações de produção-consumo.

É no bairro que muitos dos “projetos” serão pensados e implementados. Partindo da proposição de Schutz (1970 apud Velho, 2003, p. 101) “projeto” é definido como “conduta organizada para atingir finalidades específicas.” Assim, a partir de várias iniciativas dos rappers podemos visualizar estes “projetos”, seja através da organização e implantação dos estúdios de gravação, na organização das rádios que possibilitam a circulação musical, nos vários eventos de rap organizados nos bairros da cidade. E muitas outras iniciativas poderiam estar aqui citadas, mas gostaria de ressaltar esta dimensão de “projeto” que emerge nestas propostas e que conseguem implementá-los, modificá-los, transformá-los a partir de um intenso cruzamento de outros “projetos”, individuais e coletivos, que se apresentam dentro de um “campo de possibilidades”.

Nesta confluência de “projetos”, interesses, objetivos, iniciativas, propostas que vão se interpor, são geradas crises, conflitos, tensões, acordos, parcerias que constituem e dinamizam grande parte destas iniciativas. Mesmo assim, inclusive nas ausências e desistências, o caminho vai sendo percorrido e outros “projetos” vão surgindo, ampliando assim a circulação desta produção estético-musical.

E Velho (2003, p.101) acrescenta que “a consciência e valorização de uma

individualidade singular, baseada em uma *memória* que dá consistência à biografia, é o que possibilita a formulação e condução de *projetos*” (grifo no original). E continua: “a consistência do *projeto* depende, fundamentalmente da *memória* que fornece os indicadores básicos de um passado que produziu as circunstâncias do presente, sem consciência das quais seria impossível ter ou elaborar *projetos*” (grifo no original). Esta “individualidade singular” é construída nestes espaços de sociabilidade em que se fundamenta o rap, principalmente nos bairros. Por sua vez, esta “individualidade” está ancorada numa “memória”, que também é construída neste espaço, dando corpo a “biografia” que passa pelas *atitudes* destes rappers.

Estas *atitudes* são determinantes para a implementação destes “projetos”, e mais do que isso, para dar legitimidade e efetividade à realização destes. Ser reconhecido em seu bairro por sua trajetória no Movimento hip hop e por suas *atitudes* é determinante e estruturante desta “biografia”. E em várias ocasiões é esta trajetória e este reconhecimento que mantém o rapper no Movimento hip hop, já que a grande maioria deles não obtém qualquer recurso financeiro com suas atividades, ao contrário, na maioria das vezes, tem que investir seu dinheiro para a realização destes “projetos”.

Ter uma carreira de projeção ou simplesmente conseguir trabalhar e ter um salário com o que desenvolve no Movimento hip hop faz parte dos “projetos individuais” de inúmeros rappers. Não encontrei nenhum caso em que um rapper tivesse seu trabalho exclusivamente relacionado às atividades voltadas para o Movimento hip hop ou exclusivamente para a produção musical do rap. Todas as situações que encontrei eram atividades relacionadas, como trabalhar com equipamentos de som, ser vendedor numa loja com produtos voltados para este público, e mesmo abrir seu próprio negócio, geralmente uma loja. Em nenhuma situação encontrei um rapper que conseguisse sobreviver financeiramente de sua produção musical, embora este seja um “projeto” acalentado pela grande maioria deles colocando-se nestas situações “campos de possibilidades” bastante restritos, já que “o *projeto* não é abstratamente racional, como já mencionei, mas é o resultado de uma deliberação consciente a partir das circunstâncias, do *campo de possibilidades* em que está inserido o sujeito” (Velho, 2003, p. 103). E o bairro funciona como um espaço privilegiado para o início e a implementação de muitos destes “projetos”, nos quais constroem referências importantes e definidoras de suas práticas no Movimento hip hop as das relações de produção-consumo.

Globalizando localidades: relações de produção-consumo

Mesmo o bairro sendo um espaço privilegiado para esta prática estético-musical, junto a ele a cidade e sociedades globalizadas, dão a tônica de um movimento constante, de

modificação permanente. Por mais distintas que as trajetórias destes grupos possam ser, são estabelecidos diálogos importantes pautados por questões comuns. E uma destas questões, que aponto como um eixo importante que possibilita e alimenta este debate, é a própria vivência de uma condição étnico-racial, mais especificamente das reações que dela emergem, seja a partir de uma condição de imigrantes negros ou filhos destes, no caso do *rap crioulo*, em Portugal, ou de uma história marcada pelos resquícios deixados pelo processo de colonização e escravidão, no Brasil, como no *rap de quebrada*. Situações com especificidades muito particulares, mas que possibilitam um debate a partir das relações que a cidade, e o próprio país constrói em função desta condição, sob a qual estão abrigadas relações de preconceito, discriminação, desigualdades.

Em função deste debate, fluxos de comunicação vão se estabelecer, aspectos comuns à vivência nestas cidades vão surgir e pareceres sobre estas relações vão ser descritas em suas músicas, apontando com isso relações de consumo. Não me refiro a um consumo de produtos somente, mas de uma forma de pensar que se amplia e se reconstrói cotidianamente num âmbito que extrapola os espaços dos bairros, das cidades e dos países, sendo elaborado e vivenciado muito mais no plano das ideias, e que é definidor de estilos de rap e de vida.

O Movimento hip hop convive com esta dupla dimensão de localidade-globalidade. A globalização que, positiva e negativamente, se faz presente e dá “forma” a este Movimento e suas relações de consumo, traz um novo cenário na construção deste gênero musical. O rap toma contornos distintos dentro deste contexto de globalização, tanto em relação à produção de estilos, quanto em relação a veiculação dos mesmos, e com elas as relações de consumo que o acompanham⁴.

Esta cultura global gera uma diversidade e amplia o fluxo de informações, de produtos, de ideias. Neste mundo globalizado, Beck (1999) chama a atenção para o que denomina de “abolição da distância”. Ela desaparece ou diminui consideravelmente com o avanço tecnológico, principalmente dos meios de comunicação e de transporte. Isto possibilita uma ampla circulação, bem como acesso a produtos e comportamentos. Esta ampliação da circulação de informações e produtos gerou alternativas que ampliaram as práticas deste gênero musical. O rap surge a partir de uma longa trajetória da música negra norte-americana, ou seja, bem antes da popularidade do rap, o mesmo já se manifestava nos bairros negros de Nova York. O que de novo se coloca neste cenário é o uso que o mesmo faz dos recursos

⁴ A discussão sobre as relações de consumo na Antropologia é bastante significativa. Mesmo de forma indireta podemos percebê-la em etnografias clássicas como nas de Malinowski ([1922] 1978) e Mauss ([1925] 2003) entre outras, e de forma mais direta debatendo teoricamente estas relações autores contemporâneos como Douglas e Isherwood (2004), McCraeken (2003), Canclini (199) entre muitos outros. A discussão é bastante ampla, mas aqui gostaria de ressaltar a importância das relações de consumo dentro do Movimento hip hop a partir de algumas especificidades que permeiam a circulação, principalmente da música e do vestuário, neste contexto etnográfico.

tecnológicos de seu tempo, bem como dos processos que permitem criar redes de relações e meios de circulação desta produção musical até então sem precedentes, o que não é restrito ao rap. Entretanto, no rap a tecnologia, mais do que na circulação, está presente desde o processo de criação desta música. Ao mesmo tempo em que se beneficia do uso dos recursos tecnológicos que este cenário proporciona, esta música expõe graves consequências desta mesma globalização que fazem parte de suas vivências cotidianas.

A velocidade com que o Movimento hip hop se comunica e circula só é possibilitado por esta realidade, é o mundo do “tempo compacto”. Estilo estético e performático, o rap é assim uma forma de comunicação visto que “Rap music is a black cultural expression that prioritizes black voices from the margins of urban America” (Rose, 1994, p. 2). Esta forma de comunicação constrói estilos e cria direcionamentos de consumo, e assim estabelece redes que se comunicam entre periferias a partir de estilos musicais e estilos de vida, com o que podemos chamar de uma “estética das periferias”, onde outros gêneros musicais também são incluídos, como o funk e o samba, os quais podem comunicar sobre o mesmo espaço social.

No sentido aqui apontado por Rose (1994), a comunicação é fator fundamental e determinante das práticas do Movimento hip hop, característica que ressaltou na discussão inicial deste capítulo. A música é envolvida em redes de comunicação e nelas circula entre espaços social e geográfico das cidades. Mesmo que os mais variados gêneros musicais tenham o papel de comunicar, no caso do rap, esta comunicação se estabelece como um canal de expressão para denúncias, protestos, projetos de uma população determinada, a dos moradores desses bairros periféricos das grandes cidades. E desta maneira, muitos dos rappers beneficiam-se dos canais de comunicação, que em muitos momentos ele cria, para fazer circular esta música. São muitos os rappers, que se valendo destes canais, vão para favelas, periferias de suas cidades, de cidades vizinhas, ou de outras cidades para venderem seus CDs.

As relações de consumo, aqui estabelecidas, estão direcionando também o público alvo deste produto. Há uma intenção, há uma população a atingir, e há uma significativa resposta, inclusive comercial desta população. Em termos nacionais, muito antes de o rap chegar aos meios convencionais de venda, esta comercialização alternativa era a maneira mais importante de fazer circular esta música. Além disso, ela trouxe significativos retornos financeiros, como mostram as vendas do grupo Racionais. Mesmo havendo uma grande e diversificada produção musical nas periferias e favelas do Brasil, o rap se insere, neste meio, com significativo sucesso.

Em Florianópolis, mesmo os grupos que possuem seus CDs em algumas lojas da cidade, circular pelos bairros para vender seus CDs é uma importante forma de divulgação de seus trabalhos. Além do uso desta comunicação para fazer circular suas músicas, existe uma comunicação anterior que está na própria música, através dos relatos que criam. Falam sobre

espaços que estão na cidade. Estas músicas acabam fazendo o papel de veículos de comunicação, que Rose (1994) anuncia, na medida em que noticiam o que ocorre nas cidades.

E ainda pensando sobre este papel de comunicar, o rap apropria-se da tecnologia em função de sua música, o que não é prática exclusiva do rap. As músicas circulavam, de maneira muito intensa, por canais pouco convencionais até bem pouco tempo atrás, via Internet, e com isso ampliam consideravelmente o alcance da produção musical do rap, possibilitando inclusive novas parcerias musicais. Como ocorreu com o Grupo Reverso, de Florianópolis, que tem uma página no *My Space* com músicas que podem ser baixadas. Desta forma, um grupo de rap da Romênia, não só baixou a música do Reverso, como produziu uma outra versão dela e reenviou-a ao grupo. O diálogo transcorreu de forma bastante peculiar. Como os integrantes do Reverso não falavam inglês, nem o grupo da Romênia falava português, o jeito foi pedir ajuda a um amigo de trabalho que entendia *alguma coisa de inglês*. E, com o auxílio de um dicionário, a comunicação se estabeleceu. Um dos critérios cobrados pelo Reverso para aceitar esta parceria foi a não inclusão de palavrões ou ofensas a Deus por parte do grupo romeno, já que fazem *rap gospel*. Aceita as condições, a parceria musico-virtual se estabeleceu e eu tive a oportunidade de ouvi-la. Esta produção musical fala, “aventura”-se pela cidade para nela poder circular, mas não limita-se a ela, ao contrário, as transpõem, como nos mostra o grupo Reverso.

Este avanço tecnológico, além de possibilitar canais de circulação desta produção musical, possibilita uma maior rapidez, barateamento e facilidade a gravação musical. Com um computador e um programa apropriado o rapper pode gravar suas músicas. Sem esquecer que estas possibilidades de uso dos recursos tecnológicos também criam barreiras e impedimentos principalmente por dificultar a comercialização destes CDs. Contudo, estas práticas tecnológicas modificam e ampliam o alcance desta produção estético-musical, ampliando com isso, as relações de consumo e modificando suas relações com a grande mídia.

Tomando emprestadas as categorias de Eco (1972), presumo que a relação que estes rappers estabelecem com a grande mídia os coloca numa situação em que não são nem tão “apocalípticos”, nem tão “integrados”. Parafraseando o autor, pode-se afirmar que uma importante parcela do Movimento hip hop aproxima-se da definição de “apocalípticos”, na forma como estes veem a mídia, ou seja, com muita desconfiança, sendo considerada por eles de manipuladora. Além disso, somente aceitariam a veiculação do rap, com a possibilidade de interferir em seu conteúdo, em relação aquilo a que se opõem, pelo menos uma parcela significativa deste Movimento. Um exemplo clássico desta tendência é o grupo Racionais, desobrigando-se de se apresentarem em programas de grande audiência na TV brasileira por não concordar com suas posições em relação a sua música.

A relação do Movimento hip hop com a grande mídia sempre foi conturbada, mas a

produção musical do rap cria demandas de consumo e necessidades de circulação desta produção que prescindem de canais midiáticos. Ainda é muito reduzido o espaço que possibilita a circulação desta música, tanto para a venda de seus CDs, quanto para a veiculação destas músicas nas rádios. Neste sentido, são criadas formas midiáticas próprias. E são criados selos independentes, rádios comunitárias e na Internet, gravadoras, que atendem demandas específicas e ocupam espaços vazios deixados pela grande mídia que pouco faz circular esta produção musical por suas rádios.

Apropriando-se de recursos tecnológicos, que possibilitam a existência da chamada indústria cultural, como a possibilidade de reprodução em larga escala de determinados produtos, esta tecnologia é utilizada para fazer circular uma produção musical que não está no circuito comercial convencional. Muito mais que a temida homogeneização, aqui se presencia manifestações de heterogeneidade imersas na diversidade que habita os centros urbanos de cidades globalizadas.

Não podemos nos iludir considerando que esta tecnologia tenha ampliado seu acesso de forma irrestrita. Ao contrário, é bastante visível a diferença entre os rappers no que diz respeito ao uso da tecnologia. Um simples e-mail pode ser algo bastante difícil e complicado para alguns jovens, mesmo nos dias de hoje. Inclusive este não é o meio mais eficiente de comunicação entre a grande maioria dos rappers, ao contrário, já que pude verificar que muitos e-mails são desativados por falta de uso, gerado pelo acesso restrito. Em seu lugar, a comunicação se efetiva através dos telefones celulares. Através destes, a comunicação ocorre de maneira muito mais fluida.

O encurtamento das distâncias, o “tempo compacto” (Beck1999) ou a “compressão do tempo-espaço” (Harvey1994), são fundamentais na existência do Movimento hip hop, já que este se nutre, entre outras coisas, do constante e permanente contato com o de fora para fazer o local. Este avanço tecnológico oferece uma circulação de informações e bens cada vez mais rápida, e cito, nesta circulação, o próprio Movimento hip hop, assim como os produtos que nele são gerados.

Pude presenciar situações e tentativas de montar lojas, investir em produção musical, criar marcas de roupa, todas iniciativas ligadas ao Movimento hip hop, como uma maneira de colocar-se num mercado de trabalho cada vez mais restritivo. Infelizmente muitas destas iniciativas tiveram pouca durabilidade, seja por falta de experiência, de financiamento, de qualificação.

Esta parece ser uma questão importante para se pensar as relações de produção-consumo. Ou seja, a consciência deste desfavorecimento que o mercado de trabalho lhes coloca é uma das causas pelas quais vários destes rappers investem em profissionalização,

algumas vezes pagando caras mensalidades de Universidades por não conseguirem aprovação no vestibular de uma Universidade pública⁵. Para isso, alguns trabalham e investem tudo o que possuem para pagarem seus estudos. Outros voltam para os bancos escolares para terminar o ensino fundamental e médio, muitas vezes em supletivos. Mesmo assim, não diminui a desconfiança que têm sobre este mesmo mercado de trabalho.

O investimento numa profissão torna-se uma meta para alguns, para outros surge como uma necessidade, principalmente para os que têm filhos. Mas, o ideal é que esta profissão esteja ligada à música e principalmente ao rap e seu processo de circulação. Para outros a profissão vem no sentido de afastar-se de situações de violência. Muitos rappers, que moram em bairros de periferia e favelas, vivenciam e compartilham histórias em que a violência da polícia, do tráfico de drogas e outras mais se faz presente.

Contraditoriamente, nos setores populacionais em que as consequências negativas da globalização são mais evidentes é a própria globalização, com sua fluidez, que amplia a circulação das práticas musicais do Movimento hip hop. E ela é estabelecida a partir de um processo criativo de produção-consumo, de um posicionamento de sua condição, de sua visão de mundo, de uma subjetividade constituinte de suas práticas e experiências.

O Movimento hip hop traz em seu nome uma característica determinante neste contexto, o próprio movimento. O Movimento se intensifica pela circulação e fluxos que constroem para implementar suas práticas. Mas, se formos pensar sobre os espaços geográficos da cidade e o contexto de criação da produção artístico-musical, estamos no outro oposto da globalização, tanto em termos sócio-econômicos, como em termos de deslocamento. Estamos falando de impedimentos a que estão sujeitas parcelas populacionais consideráveis das grandes cidades em geral, fadadas à imobilidade ou a uma mobilidade relativa, como no caso da imigração.

A imobilidade soa como sinônimo de desvantagem num mundo em que a rapidez é um grande valor. E, neste sentido, o Movimento hip hop localiza-se na intersecção destes mundos. Como nos diz Bauman (1999, p.8) “a globalização tanto divide quanto une”. E esta complexidade inerente à globalização se corporifica no Movimento hip hop através de sua constituição e manutenção, cantando e discutindo questões que afetam e complicam a vida de populações sujeitas de forma mais determinante as consequências desfavoráveis da globalização sejam eles moradores das periferias de cidades brasileiras ou imigrantes em Portugal. Se em termos sócio-econômicos as consequências da globalização criam e agravam problemas a uma população com baixos índices de escolaridade e qualificação profissional, é o avanço tecnológico, e os usos que dele são feitos, que possibilitam refletir sobre este contexto no qual muitos dos rappers se incluem. E as duas situações são fruto da mesma globalização.

⁵ Em alguns casos, o que acaba acontecendo é a desistência destes cursos, exatamente por não conseguirem pagar estas mensalidades. Encontrei alguns rappers nesta situação. Ou mesmo, a ampliação considerável do tempo de realização do curso.

O que discuto aqui não se refere apenas aos problemas que são agravados com o processo de globalização, mas também a forma como eles emergem através dos recursos que a globalização coloca como determinantes e fundamentais para compreender ou se aproximar desta complexidade.

No caso do trabalho em Portugal, muitos rappers estavam em situação de deslocamento e, para vários, aquele não era o primeiro ou o último país para onde iam em busca de trabalho. Um exemplo é o caso de um rapper de 34 anos, nascido em São Tomé e Príncipe, que com 10 anos imigrou com a família para Angola por causa do trabalho dos pais. Com 19 foi para Portugal por iniciativa própria a procura de um trabalho melhor e ficou durante 14 anos trabalhando em “obra”, como me dizia. Somente há três anos trabalhava como instrutor de informática numa entidade social. Ele era um dos quatro irmãos que, nascidos em São Tomé e Príncipe, não permaneciam em seu país de origem. A mãe, o pai e uma irmã estão em Angola, um irmão na Espanha, outro na Holanda e ele está em Portugal, mas faz planos para ir para a Alemanha.

Aqui a mobilidade não é a mesma que a globalização possibilita a uma parcela bastante restrita da população mundial economicamente favorecida. Enquanto a mobilidade que Bauman (1999) aponta está associada à ideia de poder de opção e escolha, consequentemente de consumo, aqui o que move é o trabalho, ou sua falta, e a busca por melhores condições de vida, sob a pena de não conseguir retornar a seu país, ou correr o risco de ser deportado. Em Portugal, vários destes rappers nunca conseguiram voltar a seu país de origem. Outros, nascidos em Portugal, se dizem Cabo-Verdianos e Angolanos, mesmo sem nunca ter colocados os pés na terra natal imaginada. Muitos deles têm que se submeter aos trabalhos mais desqualificados e com pior remuneração, o que dá margem para toda forma de exploração.

Se em Florianópolis alguns bairros precisam ser colocados na cidade, em Portugal estes rappers atualizam sua condição de eternos imigrantes numa sociedade que, mesmo possuindo políticas efetivas no sentido de minimizar alguns problemas de imigração, também tem inúmeros problemas com a mesma, e estes rappers se colocam não só na cidade, mas no próprio país. No caso de Portugal ainda tem a questão de que muitos destes imigrantes vem de ex-colônias portuguesas, como Angola e Cabo Verde.

Redefinindo fluxos: a mobilidade do rap

Torna-se importante pensar em algumas consequências da globalização a partir dos “fluxos” (Hannerz, 1994) para refletir sobre a forma como se fazem sentir por diferentes segmentos populacionais e como por eles são utilizados. Através de alguns destes fluxos,

produzidos nestas sociedades globalizadas, estes passam a ser utilizados como uma forma de incluir aspectos da localidade que muitos representam. A localidade aqui está relacionada a um pertencimento num sentido geográfico no que diz respeito principalmente aos bairros e as imagens que estes suscitam na sociedade e cidade. Ressaltar e ressignificar esta imagem da periferia e favela é determinante no Movimento hip hop.

A localidade, que emerge no reforço ao pertencimento aos bairros, muitas vezes renegados na cidade, é o espaço da legitimação de um pertencimento ao Movimento hip hop e a produção musical que nele realiza e da circulação dos produtos e serviços que esta possibilita. Neste sentido, a mobilidade é importante, mas o pertencimento a estes espaços implica também em relações de poder, no sentido de representar o Movimento na cidade.

A mobilidade no Movimento hip hop está muito mais associada a um “fluxo de informações” no qual se incluem também como produtores deste processo. Aqui a mobilidade é constituinte da produção musical do rap, tanto em termos tecnológicos como em termos de composição da narrativa. As informações precisam circular, este parece ser o lema do Movimento hip hop, e nesta mobilidade este se recria. A tecnologia precisa circular para fazer a música e quanto mais longe a música vai melhor, como apontaram vários rappers. O que Bauman (2001) está associando como definidor de poder para a mobilidade, aqui é a música que possui o papel de alimentá-la. A mobilidade impedida para as pessoas é transferida para a música neste contexto.

E a música além de assumir um caráter de veículo de comunicação, não deixa de ser um importante produto que faz circular esta produção artístico musical. Neste sentido, o produto a que me refiro não pode ser visto a partir de uma simples relação comercial, mas a partir de uma relação que a desconstrói a ressignifica no estabelecimento de um debate. Este produto não aliena quem o produz, ao contrário, quem o produz constitui-se no próprio produto, constrói sua subjetividade ao construir o produto - ao compor, performatizar e fazer circular a sua música.

Esta música, que aqui discuto no trabalho de campo, que não pode ser generalizada para qualquer estilo de rap, surge a partir de construções subjetivas de mundos que tomam a “forma” de narrativas musicais. E desta maneira estabelecem um diálogo e propõem uma interação com quem a recebe ou a ouve. Esta música pressupõe uma relação a partir do debate do que ela contém ou propõe e o reconhecimento deste contexto cantado é determinante desta produção artístico musical, situação para a qual o bairro e a cidade são determinantes. São nestes espaços que as relações de consumo são ressignificadas a partir do momento em que a venda deste produto é realizada por quem o criou.

Este tipo de comercialização pode até denunciar um tipo de deficiência com relação a uma comercialização mais ampla, mas vai muito além disso e se constitui numa importante

relação de legitimidade e de colocar a prova, para uma crítica local, o que realizou. Desta forma, lhe é concedida ou negada esta legitimidade, o que amplia ou restringe as relações de consumo que passa a implementar.

As relações de consumo se complexificam. Podemos falar de relações de consumo que se fortalecem no grupo, dentro do Movimento hip hop, inclusive como um demarcador de pertencimento. Ao mesmo tempo, não podemos esquecer que vivendo em sociedades globalizadas as relações de consumo ganham dimensões jamais vistas, dentre as quais, estilos podem tornarem-se “produtos de desejo” de consumo e transformarem-se em moda. O produto, enquanto objeto, só existirá em relação ao sujeito, ao grupo, seu significado é gerado no grupo. A constituição do vestuário de um rapper comunica uma realidade social. Por sua vez, esta comunicação só possui significado para os que compartilham da construção deste discurso. A partir do momento em que estes produtos tornam-se comercializáveis por grandes empresas e marcas e tornam-se acessíveis a “todos”, estes perdem o sentido que os constituiu, ou seja, a potencialidade de comunicar algo que possui significação no grupo⁶, e, por consequência, criam outro sentido. A construção do desejo (Bauman, 2001) é determinante para o fortalecimento do consumo e, neste sentido, um estilo pode tornar-se dissociado do que representa, e tornar-se um grande “fornecedor” de produtos e imagens que vendem. Aqui estamos falando de moda, com sua efemeridade (Lipovetsky, 1989) e alternância.

Bauman (2001) ressalta que o consumo é uma atividade solitária, mas penso que o que está sendo alvo deste consumo talvez traga a ilusão do pertencimento a uma coletividade quando este consumo se realiza descontextualizado do espaço social em que foi gerado. O estilo de vestir e a música do Movimento hip hop surgem a partir de um processo criativo, de um discurso sobre o social possível somente na coletividade, e é esta especificidade que transforma o grupo em “fornecedor de novidades” que abastecerá a circulação de produtos de sociedades contemporâneas globalizadas.

Esta linguagem, expressa a partir do conjunto vestimentário, amplia seu alcance e extrapola os limites do grupo, transformando-se também em moda. Como discute Bauman (2001), a moda não implica em ação, em compromisso, ela possibilita “vestir” e “despir” identidades, ou seja, “ser diferente”. A imaginação é componente importante na aquisição deste produto, ela produz “pseudo-identidades” sem qualquer comprometimento e com a facilidade de desfazer-se dela quando oportuno.

Appadurai (1996) aponta que esta relação entre moda e consumo em muitos momentos cria um simulacro do tempo, e acrescento um simulacro de comportamentos. Assim como o

⁶ E Baudrillard (2000, p. 61) afirma que “O objeto signo não é dado nem trocado: é apropriado, mantido e manipulado pelos sujeitos individuais como signo, quer dizer, como diferença codificada. É ele o objeto de consumo, e é sempre relação social abolida, ‘significada’ num código”.

tempo, o comportamento pode ser transformado em mercadoria, mesmo que este consumo esteja relacionado à “ilusão” de um “mundo possível”.

Quando os rappers dizem que é preciso ter *atitude*, isto não tem a mesma validade para quem se apropria deste estilo somente a partir das relações de consumo ou moda. No Movimento hip hop, as relações de consumo são determinantes. Mas aqui ela não pode ser vista como um ato isolado. As relações de consumo aqui estão associadas às relações de produção dentro do Movimento hip hop e nele ganham significado. Há neste sentido uma agência e legitimidade nas relações de consumo do Movimento hip hop.

E aqui muito além das aparências de um modo de vestir, as relações de produção-consumo que aqui emergem estão falando de outras questões, de formas de estar no mundo, de “teias de significado”, como Geertz (1989) nos faz lembrar em sua definição sobre cultura. A construção destes significados, que emergem em algumas das definições de consumo acima apontadas, os quais comunicam, são determinantes dentro do Movimento hip hop, todavia vão além e se estruturam nas relações de produção-consumo que estabelecem e criam.

É a movimentação que implementam nesta complexa relação produção-consumo que determina e legitima sua trajetória dentro do Movimento hip hop. Ver somente as relações de consumo, que habitam o Movimento hip hop, implica em não levar em consideração um dos lados da moeda e não há valor numa moeda com apenas um lado. O mesmo equivale quando se percebe estas duas ações separadamente e sem contextualizá-las. E neste caso, as periferias, só muito recentemente, vêm sendo pensadas como locais de consumo. Neste sentido o Movimento hip hop, que emerge nestes espaços, criam neles suas relações de produção-consumo, em outras palavras, abre as portas para produção e circulação em espaços pouco creditados. E aqui este passa a ser um espaço legítimo de produção e circulação das práticas do Movimento hip hop.

A periferia é propagada no Movimento hip hop através de uma estética que ressignifica não só as relações que estabelecem internamente, mas se projeta num diálogo mais amplo com a própria cidade, propondo outras formas de representações sobre estes espaços e, mais do que isso, criar uma interlocução.

Esta produção musical escoou por um “[...] circuito alternativo de distribuição dos discos, por lojas especializadas em música negra, como as lojas das Grandes Galerias, no centro de São Paulo, tradicional ponto de encontro dos rappers paulistanos. O rap estabeleceu, dessa forma, um circuito paralelo ao da indústria cultural para efetivar o seu sucesso” (Guimarães 1999 p. 42). E esta situação passa a ser uma característica do próprio Movimento hip hop. A criação de novos espaços para fazer circular esta produção é algo presente de forma constante nas práticas de muitos rappers. Muito longe da milionária indústria fonográfica do rap norte-

americano, em terras brasileiras, os caminhos precisam ser conquistados e mesmo abertos. Até porque há uma forte crítica com relação ao rap que a indústria fonográfica aceita e veicula. Esta indústria é acusada de descaracterizar este gênero musical para movimentar cifras bastante relevantes, crítica esta que se estende aos rappers que se submetem a estas condições.

A grande parte da produção musical do rap no Brasil é fruto do trabalho de gravadoras independentes. Como aponta Herschmann (2005) estas gravadoras, ao mesmo tempo em que são defendidas pelos rappers como forma de “resistência” a indústria cultural, que temem que descaracterize seu trabalho, também são vistas como um problema quando o assunto é profissionalismo. Reclamam principalmente da falta de compromisso financeiro no tocante ao pagamento dos direitos dos artistas.

O Movimento hip hop constrói diferentes formas de dar visibilidade a seus discursos e em todos a tecnologia, em suas várias formas de apropriação, se faz presente. Esta música é definida e toma forma a partir de uma estreita relação com os avanços tecnológicos de seu tempo. Da fita K7, dos anos de 1970 e 1980, aos CDs caseiros é possível perceber um longo caminho percorrido na produção e circulação do rap.

Um CD gravado em estúdio com capa e encarte faz parte dos planos da maioria dos rappers. Não são muitos os que já obtiveram este feito e relatam, detalhadamente, os problemas que enfrentaram, como guardar dinheiro durante 5 anos trabalhando como garçom, operador de máquina, em uma empresa de material de construção, e *holding* para conseguir gravar seu primeiro CD *profissional*⁷. Ou, vender um carro para gravar o CD. Em todas as gravações de CD as dificuldades para torná-lo realidade são fartamente relatadas. Em muitas situações estes projetos acabam não se concretizando. Entretanto, muitas vezes passam um, dois, três anos sem realizá-lo. E mesmo quando atingem seus objetivos, de gravação, deparam-se com problemas de vendas, principalmente em função da fácil reprodução que a tecnologia possibilita atualmente, gerando uma situação paradoxal.

Muitos rappers se embrenham em verdadeiras *aventuras* para divulgar e comercializar seus Cds. Dois rappers, do grupo Arma-Zen, me relatavam sua aventura em cima de uma moto, pela BR 101, em direção a cidade de Tubarão, sul de Santa Catarina. Mesmo sem conhecer ninguém na cidade e indo apenas com um contato telefônico, levaram com uma sacola cheia de CDs que venderam na *quebrada* da Área Verde. Foram uma semana antes de realizarem uma apresentação na cidade, o que também funcionou como uma forma de divulgação do trabalho do grupo. A surpresa maior foi relatada por um deles quando teve uma música de sua autoria cantada por um fã do Arma-Zen, que tinha apenas 5 anos de idade. E repetia: *Ele cantou tudo*,

⁷ Todos os Cds de grupos de Florianópolis, que são definidos como profissional, são fruto de trabalhos realizados com gravadoras independentes e com investimentos financeiros dos próprios integrantes dos grupos.

até o final. Eu não acreditava, num misto de satisfação, orgulho e euforia por ver seu trabalho reconhecido. E mais uma vez é possível perceber, através deste exemplo, que outros canais, outros “fluxos” são construídos para fazer circular esta produção musical.

Um outro relato, desta forma de comercialização pela(s) cidade(s), vem do Grupo Calibre do Sistema, que relatou sua aventura pelos morros da cidade entre os quais percorreu mais de 20 KM a pé, num dia de calor intenso do mês de janeiro, para vender seus CDs. Contava a outro rapper que foi revistado pela polícia enquanto vendia seus CDs. A conversa era exatamente porque este rapper com quem conversava, havia avisado a ele que naquela *quebrada não rolava*, porque a polícia *tava de olho*, mesmo nas proximidades de uma escola. Mesmo assim ele foi, a polícia estava lá, o abordou e teve que explicar o que estava fazendo ali com todos aqueles CDs.

Quando perguntei ao Calibre do Sistema se o grupo também possuía CD para vender em lojas, ele me respondeu:

Até tinha, só que eu tirei porque eu acho que as pessoas daqui não tão se esforçando pra vender o material dos rappers de Florianópolis. Eles botam o nosso CD junto com rappers de São Paulo e Rio de Janeiro e de outros estados e acabam deixando ali e compra quem quer. [...] Então eu peguei os meus CDs que tavam nas lojas e acabava assim, numa loja eu deixava 10 CDs, não tinha vendido nada, eu pegava esses 10 CDs era só eu pisar pra fora da loja que eu conseguia vender os 10 CDs. Porque era força de vontade minha, porque eu precisava que aquele CD fosse vendido. Então é assim que eu faço. Eu optei por estar vendendo nas comunidades mesmo. E acrescenta: Só nas comunidades. As pessoas que a gente acha que menos tem dinheiros são as pessoas que acabam ajudando o nosso trabalho (Calibre do Sistema).

O pouco apoio à divulgação do trabalho é apontado como um dos problemas para conseguir fazer vender seu CD. Por isso, acredita que percorrer as comunidades e vender seu CD é a melhor opção. Além disso, mantém contato direto com a comunidade onde divulga seu trabalho. E reconhece uma parceria importante nestas *comunidades*, já que não é somente a relação comercial que se estabelece neste contato, mas também uma relação de construção de uma legitimidade de seu trabalho, sua música.

Impossível não se inquietar com a complexidade que permeia a vivência musical destes grupos de rap e da circulação destas músicas. Se há anos atrás, em Florianópolis, possuir uma música gravada e divulgada só era possível através de um CD em estúdio⁸, hoje este CD pode ser gravado em casa. Se os primeiros CDs eram vendidos em lojas ou por intermédio direto do rapper, hoje, além destas, a Internet ampliou consideravelmente a possibilidade de divulgação desta produção musical, mesmo não implicando em retorno comercial. E este recurso possibilita ampliação do acesso a uma produção musical de diferentes contextos, seja no Brasil ou em Portugal. Se fazer rap prescinde da tecnologia, a divulgação e circulação também dela se

⁸ Em Souza (1998), no trabalho de campo, o acesso as música dava-se de forma bem mais restrita. Ouvia as músicas em apresentações dos grupos, tinha acesso de forma escrita a suas letras e quando muito, podia ouvi-las numa fita K7 que apenas dois grupos possuíam.

apropriada. Mesmo que outros estilos musicais utilizem os mesmos recursos, o rap distingue-se por ter em sua origem a apropriação da tecnologia como forma de produção desta música.

A produção musical que envolve estes grupos, principalmente nos grandes centros urbanos destes países, vem sendo percebida como um importante setor comercial. Além das gravadoras, esta produção musical também faz circular roupas, programas de TV e rádio, festas, shows, revistas, etc., que criam e, mais recentemente, ampliam um importante circuito de consumo. A relação produção-consumo se amplia e com ela alarga-se a circulação simbólica e financeira.

Esta circulação da produção musical das periferias das grandes cidades acaba estabelecendo ou abrindo um importante espaço de visibilidade desta periferia. Remeter-se ao bairro do qual vem é uma forma de conferir legitimidade ao que é cantado, já que não basta cantar a *realidade*, é necessário vivenciá-la e o pertencimento ao bairro o localiza nesta relação de produção-consumo conferindo legitimação a esta produção musical o que é definido em função da *atitude* destes rappers.

Esta *atitude*, que desperta grande admiração entre muitos rappers entre eles grupos do *rap de quebrada* e *rap crioulo* são negros que conseguiram destaque no Movimento hip hop, são oriundos das classes populares, que apesar das adversidades conseguiram fazer sucesso e, mesmo assim, se mantêm morando em seus bairros de origem e desenvolvendo ali suas atividades e seus projetos sociais, comerciais e artísticos. Entretanto, o que torna relevante esta *atitude* é exatamente este compromisso que procuram imprimir as suas ações quando estabelecem uma relação direta da discussão que levantam com os espaços de periferia das grandes cidades e, sempre, atrelando estas práticas a produção musical do rap.

Referências

- APPADURAI, Arjun. "Disjunção e Diferença na Economia Global". in: FEATHERSTONE, M. **Cultura Global - Nacionalismo, Globalização e Modernidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.
- _____. *Consumption, durée, histoire*. In: _____ **Après le colonialisme**. Paris, 1996. p. 111 – 135.
- ANDRADE, Elaine N. (org.) **RAP e educação – RAP é educação**. São Paulo: Summus, 1999.
- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____ **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 261 – 306.
- BARRETO, A. *Globalização e Migrações*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, 2005.
- BASTOS, C.; ALMEIDA, M. V. de; FELDMAN-BIANCO, B. *Trânsitos Coloniais: Diálogos críticos luso-brasileiros*. Lisboa: ISC – Universidade de Lisboa, 2002.

- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BECK, Ulrich. **O que é globalização?** Equívocos do globalismo – respostas à globalização. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- BOURDIEU, P. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, R. (Org.) **Pierre Bourdieu**. 2.ed. São Paulo: Ática, 1994.
- CAMPOS, R. M. de O. Pintando a Cidade: Uma abordagem antropológica ao graffiti urbano. Tese de Doutorado em Antropologia – Especialidade Antropologia Visual – Universidade Aberta, Lisboa, 2007.
- CIDRA, R. Ser Real: O RAP na construção de identidades da área metropolitana de Lisboa. *Etnologia*, Lisboa, v. 14, n. 12, p. 189–222, 2002.
- CONTADOR, A. C.; FERREIRA, E. L. Ritmo & Poesia: Os caminhos do RAP. Lisboa: Assírio & Alvim, 1997.
- CANCLINI, N.G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4.ed. Rio de Janeiro: ED. UFRJ, 1999.
- CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.
- DAYRELL, Juarez. **A música entra em cena: o RAP e o funk na socialização da juventude**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma Antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.
- FERTHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995,
- FERRY, L. **Homo Aestheticus**. São Paulo: Ensaio, 1994.
- FRADIQUE, T. Fixar o Movimento: Representações da música RAP em Portugal. Lisboa: Dom Quixote, 2003.
- GEERTZ, C. **A interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.
- GUIMARÃES, Maria Eduarda Araújo. RAP: transpondo as fronteiras da periferia. In: ANDRADE, Elaine N. (org.) **RAP e educação – RAP é educação**. São Paulo: Summus, 1999. p. 39 – 54.
- HANNERS, U. Cosmopolitas e locais na cultura global. In: FEATHERSTONE, M. **Cultura Global - Nacionalismo, Globalização e Modernidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.
- HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1994.
- HERSCHMANN, Micael. **O funk e o Hip Hop invadem a cena**. 2.ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2005.
- HERSCHMANN, M. (org.) **Abalando os Anos 90 - Funk e Hip-Hop - Globalização, Violência e Estilo Cultural**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- LABURTHE-TOLRA, P.; WARNIER, J.P. **Etnologia–Antropologia**. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes,

1997.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império de Efêmero - A Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MACCRACKEN, G. **Cultura e Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

MAFFESOLI, Michel. **A conquista do presente**. Rio de Janeiro, Rocco, 1984.

_____. Deixar de odiar o presente. In: LEITE, Ilka Boaventura (org.) **Ética e estética na Antropologia**. Florianópolis: PPGAS/UFSC; CNPq, 1998. p. 17 – 26.

MALINOWSKI, B. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril, 1978. Coleção Os Pensadores.

MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MONTARDO, D. L. O. **Através do MBARAKA**: Música e xamanismo guarani. Tese de Doutorado em Antropologia Social – USP, São Paulo, 2002.

NASCIMENTO, N. **Movimento Hip Hop**: a busca da cidadania. Brasília: Trabalho de Conclusão de Curso – UNB, 1994.

PAIS, J. M.; BLASS, L. S. (Coord.). **Tribos Urbanas**: Produção artística e identidade. São Paulo: Annablume, 2002.

RIAL, C. S. Contatos Fotográficos. Florianópolis: **Antropologia em Primeira Mão** – UFSC, 2001.

ROCHA, A. L.; ECKERT, C. (2005) **O tempo e a cidade**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2005.

ROSE, Tricia. **Black Noise - Rap Music and Black Culture in Contemporary America**. Hanover e London: Published by University Press of New England, 1994.

SIMMEL, G. A natureza sociológica do conflito. In: MORAES FILHO, E. (org.) **Simmel**: Sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

_____. A ponte e a porta. In: MALDONADO, Simone. Dois excertos de Georg Simmel. **Política & Trabalho**. Setembro, 1998.

SOUZA, Angela Maria de. **O Movimento do RAP em Florianópolis: A Ilha da Magia é só da Ponte pra lá!** Florianópolis: Dissertação de Mestrado. PPGAS-UFSC, 1998.

_____. **A caminhada é longa e o chão tá liso: O Movimento hip hop em Florianópolis e Lisboa**. Florianópolis: Tese de Doutorado. PPGAS-UFSC, 2009.

VIANNA, H. **O mundo funk carioca**. Rio de Janeiro: Zahar, 1988.

_____. “O Movimento Funk”. in: HERSCHMANN, M. (orgs.) **Abalando os Anos 90 - Funk e Hip-Hop - Globalização, Violência e Estilo Cultural**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

_____. (orgs.) **Galeras Cariocas - Territórios de Conflitos e Encontros Culturais**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.