

Imagens de corpos urbanos: o Hip-Hop (en)cena

DALTRO CARDOSO ROTTA

Professor de Educação Física e mestrando em Educação pela Unicamp

ELIANE RIBEIRO PARDO

Doutora em Educação pela UFRGS e professora da ESEF/UFPe

LUIZ CARLOS RIGO

Professor da ESEF/UFPe e pesquisador do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais em Educação Física

RESUMO

Este artigo baliza algumas práticas corporais do Hip-Hop. O movimento é visto através do prisma do sujeito, da comunicação e do consumo, campos que constituem uma plataforma teórica necessária à análise do tema. Para tanto, utilizamos como referencial os estudos culturais do cotidiano realizados por CERTEAU (1994), a análise da crise identitária do sujeito feita por HALL (2000), além da leitura de CANEVACCI (1993) sobre os elementos comunicativos que se disseminam na interioridade urbana.

Palavras-chaves: Hip-Hop. Hibridização. Cultura Urbana

ABSTRACT

This article focuses on some body practices in the Hip-Hop tattooing. We consider this movement from the point of view of the individual, the communication process and the market consumption, which are the necessary basis to analyse this subject. For this purpose, we use as reference: the everyday cultural studies performed by CERTEAU (1994), the analysis of the identity crisis done by HALL (2000) and the communicative elements from the urban life, according to CANEVACCI (1993).

Key words: Hip-Hop. Hybridization. Urban culture

1 - Este artigo é uma produção do grupo de pesquisa: "Narrativas corporais de rua: problematizando a emergência de saberes e gestos de crianças e adolescentes em situação de risco." O trabalho teve financiamento da Fapergs e corresponde a uma versão modificada do texto apresentado sob forma de Comunicação Oral, no XII Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte realizado em Caxambu em 2001. São co-autores neste artigo e participantes no projeto de pesquisa Carlos Diogo Niemeyer, Tatiana Teixeira Silveira e Rodrigo Gallo Corrêa.

2 - Conceito cunhado por Stuart Hall que delimita, num determinado período histórico mais ou menos recente, uma série de estudos em diversas áreas do conhecimento (psicanálise, filosofia, sociologia, história), que de alguma forma propõem uma reconfiguração dos conceitos de "sujeito" e "identidade". Para mais, ver HALL, S. A Identidade Cultural na Pós-Modernidade, Rio de Janeiro. DP&A, 2000.

INTRODUÇÃO

Tendo o espaço urbano como pano de fundo, o presente trabalho [1] pretende balizar algumas práticas que emergem na cidade, sob a ótica do sujeito, da comunicação e do consumo.

O estudo é parte de uma pesquisa maior, desenvolvida na cidade de Pelotas (RS), que visa, por um lado, a exumar algumas práticas corporais de rua e, por outro, a oferecer novas formas de análise e entendimento do espaço urbano na atualidade. Além disso, levanta algumas hipóteses sobre as formas comunicativas que se disseminam a partir da interioridade urbana e as constantes relações de forças existentes entre a ordem social imposta e a parcela consumidora da sociedade.

Nesse complexo campo prático-discursivo da cidade estão imersas as estéticas do movimento Hip-Hop, foco empírico da pesquisa, que jogam, se esquivam e ressignificam as práticas sociais a partir de inventividades e astúcias – táticas do fraco contra as coerções da Indústria Cultural.

No exercício de análise, tendo em vista o pensamento a ser desenvolvido aqui, utilizamos o referencial de alguns autores que ajudam a compor três eixos teóricos primordiais: 1º – os estudos culturais do cotidiano, em especial a leitura de Certeau (1994) sobre as práticas astuciosas do homem ordinário em contra-ordem à alegoria fantasmagórica do consumo; 2º – a desconstrução do sujeito na modernidade tardia [2] e sua conseqüente crise identitária em um contexto cultural, apresentada por HALL (2000); 3º – a comunicação urbana como um agente disseminador das representações e fragmentador do entendimento de cultura, analisada por CANEVACCI (1993) através do seu entendimento "polifônico" das metrópoles.

O texto deste artigo teve como ponto de partida algumas imagens de práticas corporais observadas nas ruas da cidade, que foram filmadas e organizadas tendo em vista a necessidade de elaboração de um diagnóstico. Essas imagens, além de fornecerem em seu conjunto um rico material para a análise, possibilitaram também a elaboração de um audiovisual cujo roteiro visava à construção de um mapa das práticas corporais espontâneas imbricadas no scio urbano.

É importante salientar que o estudo e, em especial a escrita desse texto, resultam da união das imagens, das narrativas e das reflexões teóricas.

As narrativas foram construídas pelos autores a partir dos registros da experiência de observação e são problematizadoras da discussão. A primeira cena – "A Ciclovía" – traz a discussão do sujeito descentrado da pós-

modernidade e a constituição de uma identidade fragmentada pelos elementos comunicativos urbanos que compõem uma cultura. Sobre esse patamar do qual partimos, faz-se necessário questionar: quais são as forças subjetivantes que regem as práticas corporais do homem urbano? Como ele usa (ou consome) os espaços de lazer da cidade? Como se dá a (re)utilização dos espaços urbanos? Como esta (re)utilização é princípio da construção de táticas de resistência e astúcias do homem comum?

A segunda cena – “O Ônibus” – traz a discussão de como a comunicação, fenômeno intrínseco da vida cotidiana, contribui para a constituição do cenário da cidade, assim como contribuiu para a ruptura da ordem existente, que transformou as cidades industriais em cidades-culturas. Este termo é utilizado por CANEVACCI (1993), para apresentar as constantes mutações que as cidades estão sofrendo, tendo como principal agente as novas tecnologias de subjetivação emanadas pela parafernália midiática tecnicamente reproduzível, por cabo ou satélite, no atual contexto contemporâneo. Para não se perder de vista o tema da pesquisa, cabe levantar, partindo dos elementos problematizados nessa cena: quais elementos comunicativos estão em profunda metamorfose na cidade e como eles se manifestam na produção de culturas metropolitanas?

A terceira cena – “O Show” – traz a tentativa de coesão entre as hipóteses teóricas levantadas e um esforço em alinhar os eixos narrativos, apresentando um painel de algumas práticas corporais urbanas e suas relações de força, que se disseminam em uma região quase invisível, afinal não se mostram como produtos da indústria cultural, mas por maneiras de usar, astúcias, estratégias de luta que atuam como pano de fundo para a encenação das estéticas do movimento Hip-Hop: o Grafite, o Break, o Rap e o Dj. [3]

CENA 1- A CICLOVIA

É sábado. O sol pinta a avenida em tom amarelo surrealista. Um antigo corredor de ônibus, que nunca chegou a ser utilizado como tal, transforma-se em auto-pista para as magrelas. Asdrubal já está com as pernas doendo e o traseiro em “carne viva”. O corpo que agora se esforça para pedalar algumas quadras, nem de longe lembra o de alguns anos atrás, mas vale o esforço para ver o garotão alegre. “Olha como ele desvia dos buracos, esse é o meu garoto!”, pensa o pai com orgulho.

O peso da cerveja, da amante, da sogra, do trabalho torna-se evidente. Se não fosse a rígida educação católica que recebera, certamente não resistiria. Jogaria tudo para o alto e começaria vida nova. O emprego até que não é mau:

3 - O Hip-Hop constitui-se como um movimento artístico-cultural que emerge nas periferias das metrópoles mundiais. É composto por quatro elementos estéticos que num determinado momento se juntam para promover “festas”; locais de sociabilidade de jovens segregados das cidades Yankees. Esses encontros congregavam diversas tribos urbanas. Os grafiteiros, espécies de gravuristas que utilizam os espaços da cidade (muros, postes, viadutos, ruas) para a realização de suas obras desenvolvidas a partir de tintas em spray. Os Breakers ou B-boys são dançarinos que realizam suas performances nas ruas e calçadas. Constroem os elementos de suas coreografias imitando ou se apropriando de outras práticas: Clown, a Capoeira, a Ginástica Olímpica, etc. São verdadeiros bricoleurs do movimento corporal. Os Rapers são trovadores cosmopolita, também chamados de Mc’s ou “Mestre de Cerimônias” que, através de uma rima veloz e furiosa,

cantam um estilo de viver marcado por sociabilizações violentas e pela degenerescência dos espaços periféricos. Por fim os DJ's, pessoas encarregadas das trilhas sonoras e bases musicais sobre as quais os Rapers cantam. A partir de uma maneira singular de usar os equipamentos de som, os DJ's inventaram um novo instrumento musical, particular do Hip-Hop e constituído de "Pick-ups" (espécie de toca discos de vinil) e mixadores scratch.

vende produtos originais paraguaios, mas teme que seu filho, quando for mais velho, não sinta orgulho de sua profissão.

Uma freada na pista ao lado arrepiá-o até a alma: cicatrizes ainda visíveis de um acidente ocorrido há alguns anos sem muitas seqüelas aparentes, somente a dor ainda não lhe sai da cabeça. Como um míssil, passa por ele uma figura estranhíssima, com uma parafernália de penduricalhos. Parece um mosaico psicodélico montado em algo que algum dia já chamaram de bicicleta. Essa cidade está perdida, virou um manicômio. Lembra-se imediatamente de uma pintura que viu dias atrás, mas não lembra onde. Na casa da amante, na TV? Ou seria na parede defronte ao camelódromo onde trabalha? Feliz, sente a imagem pousada em sua mente, como em uma fotografia. Numa dessas noites, saiu e não havia nada. Quando voltou pela manhã, estava lá. Passa o dia inteiro olhando e não vê.

"Olha o garotão!". Que família! Vai empolgado...

OLHARES, DIFERENÇAS E CONSUMIDORES

"A cidade é o lugar do olhar. Por esse motivo, a comunicação visual torna-se seu traço característico. Supera-se a velha dicotomia (para mim sempre ambígua) entre comunidade e sociedade: o olhar significa não somente olhar, mas também ser olhado. É a grande cidade desenvolve ao máximo essa dialética, inserindo esse duplo olhar sobre outro duplo panorama, intrinsecamente metropolitano: os panoramas eletrônicos e a sua réplica ou conflito nos panoramas visuais urbanos. Por isso, os olhares desejados estão dentro da metrópole e não na genérica rede mundial da *cable society*, em que falta o exagero sedutor de observar e ser observado." (CANEVACCI, 1993: 43)

Gostaríamos de iniciar a discussão sobre as práticas que envolvem o homem urbano, mas antes disso, por questões de método, iremos anunciar a ferramenta da qual lançaremos mão para transitar por entre as várias facetas do tema proposto. O "olhar" povoará ubiquamente as articulações teórico-metodológicas deste trabalho. Terá função tanto de objeto, na forma dialógica citada por CANEVACCI (1993), na qual o sujeito que olha a cidade também é olhado por ela, quanto de instrumento. A análise foi feita a partir de observações e de um mapa construído em forma de audiovisual. O passeio etnográfico visava localizar possíveis locais de práticas corporais e encontra nas estéticas do movimento Hip-

Hop elementos emblemáticos para a problematização de questões urgentes da nossa sociedade.

A escrita deste ensaio está atravessada por uma certa “condição de experimentação”, tanto pela escolha do tema, como pelo diálogo com os autores, mas principalmente pela imersão por entre os espaços da cidade e sua complexa rede de práticas corporais. Por isso demarcar o “olhar”, este olhar curioso, oblíquo, que (re)descobre a cidade na mesma intensidade em que é metamorfoseado pelos seus fluxos subjetivantes.

O olhar é recortado das cenas com dupla possibilidade: seja pela condição de se enxergar uma estética urbana (haja vista que os personagens estão sempre em relação de tensão, de estranhamento com uma prática urbana), seja pela condição de tornar-se “sujeitos” a partir da experiência com as tecnologias subjetivantes da cidade. Cabe, então, ter bem claro que esta relação nunca é passiva ou dócil, é sempre uma luta, uma vontade de dominação e uma tentativa de esquiva. Neste momento é necessário abrirmos um parêntese e discorrer sobre o próprio sujeito: qual sujeito emerge deste campo prático-discursivo?

Para tanto, apropriamo-nos de algumas reflexões propostas por HALL (2000), o qual analisa o descentramento do sujeito na modernidade. Esse último tratado até meados do século XX como parte integrante de uma cultura globalizante, redutível a um atomismo social e seu objeto último, vê-se encurralado quando os focos de análise se voltam para a diferença. O “sujeito essência”, fator enunciativo de uma teoria social, construía identidades fixas, passíveis de organização em esferas também imóveis dentro das “macroestruturas” que eram consideradas as sociedades. Quando alguns estudos trabalharam com a possibilidade da existência de valores diferentes, contraditórios dentro do próprio sujeito (um dos fatores que implicaram o descentramento do sujeito cultural moderno foram os estudos psicanalíticos de Freud), a própria sustentação dessas hipóteses surgiu como necessidade de ruptura paradigmática e, em seu lugar, criaram-se novas expectativas.

Nesse novo paradigma está o sujeito plural e fragmentado, gênese de uma nova teoria que recria nas cidades guerrilhas identitárias, tensões mal resolvidas, que se chocam e se fragmentam num constante devir.

Situando o sujeito que olha, não se pode deixar de reafirmar que esse olhar é sempre deformado pelas lentes ‘capitalísticas’ do consumo. (GUATARRI & ROLNIK, 1996). Esse pressuposto mercadológico encontra nas mídias escrita, televisiva, falada, *outdoors*, etc, um importante mecanismo produtor de subjetividades. Pela Internet, um site sobre moda juvenil anuncia: “10% do faturamento

4 - (dados retirados do site especializado em surf, disponível em < <http://www.4surf.com.br> > acesso em 22/ago/2001).

do mercado nacional de vestuário é de artigos relacionados ao surf, a maioria destes consumidores não é praticante do esporte.” [4] A mídia é a principal ferramenta disseminadora do mercado, veiculando imagens virtualizadas e forjando valores.

Mas não pensemos que os consumidores, que são diretamente atingidos pela parafernália polissêmica das mídias comunicativas, assimilem essa dominação de uma maneira passiva ou dócil. Para completar essa análise, oferecemos um outro ângulo para se observar: o “sujeito da modernidade tardia.” (HALL, 2000) Acrescentamos a esse patamar o que o consumidor cultural produz com as imagens das representações no momento que delas faz uso. Não se pode ter um panorama claro desse esquema: o que o consumidor cultural fabrica não se apresenta aos olhos, não deixa rastros; apresenta-se como astúcias que se insinuam de maneira sub-reptícia na forma de usar os produtos da ordem imposta, sendo estas, por isso, “escondidas”.

“Nesta realidade, diante de uma produção racionalizada, expansionista, centralizada, espetacular e barulhenta, posta-se uma produção de tipo totalmente diverso, qualificada como “consumo”, que tem como características suas astúcias, seu esfacelamento em conformidade com as ocasiões, suas “piratarías”, sua clandestinidade, seu murmúrio incansável, em suma, uma quase-invisibilidade, pois ela quase não se faz notar por produtos próprios (onde teria seu lugar?), mas por uma arte de utilizar aqueles que lhe são impostos.” (CERTEAU, 1994: 94)

Tendo bem claros os panoramas que cercam o sujeito cultural da atualidade, iremos tecer algumas considerações sobre o movimento Hip-Hop e as suas produções estéticas no corpo metropolitano, que poderão servir de subsídios para as discussões sobre práticas educativas e de lazer, bem como para pensar possibilidades de intervenções no campo da educação não-formal.

CENA 2 – O ÔNIBUS

A cabeça parece pesar uma tonelada, os buracos fazem os seios da mulher, que um dia foi miss, balançarem em harmonia hipnótica. Alguns bancos à frente, o semblante de um senhor reaviva imagens quase apagadas da memória, tempo onde as peladas de rua não concorriam com o agito urbano atual. “O velho nunca devolvia a bola; tínhamos que pular o muro e pegá-la. Ele a colocava em um lugar estratégico para que tivéssemos aquele trabalho”. Agora ele está muito mais distante do que os dois bancos.

Olha para fora, vê aquela sujeira que emporcalha a cidade, “não passa de pichação desses moleques baderneiros, que tinham que estar na escola e levar um bom corretivo para deixarem de ser subversivos”, pensa com um pequeno resfolegar causado pela agitação repentina. A janela se confunde com a TV, os *outdoors* parecem propagandas animadas, o trânsito é uma novela sem fim, ele não sabe mais o que é real. Isso talvez não importe.

Repentinamente, um carro corta a frente do “pau-de-arara metropolitano”. “Deveriam pôr um sinal neste ponto. Um sinal como aquele da rua de baixo”, pensa.

Os sinais, senhores dos fluxos urbanos, decidindo os que vão e os que ficam do alto de suas torres, em uma seleção infundável, controlando o tempo das ruas, comunicando-se através de sua rede incompreensível de fios, segundo uma lógica própria, articulando formas de deixá-lo parado em todas as esquinas da Avenida Bento Gonçalves, sistematicamente, todo santo dia quando volta para casa. Não que tenha muito que fazer, mas aquilo o irrita profundamente. Um abre, outro fecha. “É melhor não pôr sinal nenhum”, fala sozinho. Um ar de loucura controlada o envolve, como em um mecanismo de bomba relógio que, quanto mais tempo acumula, mais perigosa fica.

Mais um solavanco e o ônibus pára. Mais um longo dia se acaba; mau...

“QUEM NÃO SE COMUNICA...”

“Toda verdade é simples (unívoca). – Isso não é duplamente uma mentira?” (NIETZSCHE, 2000: 09)

Comumente passamos horas do martírio nosso de cada dia sentados, empoleirados nos coletivos urbanos. Sejam eles quais forem, são os meios de transporte de uma parcela imensa da população. Nos seus interstícios, muitas vezes proporcionam um grande momento para a reflexão: o tempo a perder consigo próprio, com problemas, dilemas, devaneios, sonhos, momentos supérfluos na hipervelocidade cotidiana. Pela janela, não só as cenas inconscientes da nossa mente; a cidade vai revelando aos olhos de quem esteja atento, sua forma mais conhecida: ruas, casas, prédios, condomínios e comércio, parques e monumentos, centro e periferias.

Que segredos, porém, se transvestem pelo perigosamente conhecido? Talvez segredos que só se revelem ao olhar “estrangeiro”, por natureza ou por exercício de análise, como o do antropólogo Canevacci: “estrangeiro, desenraizado e isolado” (CANEVACCI, 1993), em meio ao fluxo carnavalesco da São Paulo de 1984. Por outro lado, tais sentimentos possibilitam a

construção de um importante instrumento metodológico para a análise da comunicação urbana a partir da capital paulistana.

“(…) muitas vezes o olhar desenraizado do estrangeiro tem a possibilidade de perceber as diferenças que o olhar domesticado não percebe, interiorizado e demasiadamente habituado pelo excesso de familiaridade. E são justamente as diferenças que constituem um extraordinário instrumento de informação, pois essa uma vez selecionada, articulada e registrada segundo um método explícito, pode contribuir para desenhar um novo tipo de mapa, com o qual se possa descrever e compreender a metrópole.” (CANEVACCI, 1993: 17)

A cena “O ônibus” traz o recorte de como os elementos comunicativos se mostram e ajudam a construir uma estética urbana. Essa visualização é condicionada pelo entendimento de cultura que estamos trabalhando. Nesta perspectiva, a cultura, além de englobar os usuais atributos antropológicos como o modo de pensar, agir e sentir, e os atributos de civilização como a arte, a educação e a formação intelectual, ela também engloba o que geralmente costumamos tachar de más-culturas: a poluição, o trânsito, os grupos marginalizados, a violência.

Quanto a isso, abrimos parênteses para elucidar um dos questionamentos que no texto se faz necessário, que é exumar como os elementos comunicativos urbanos acabam por transformar constantemente os panoramas das cidades.

Com o bombardeio diário de nosso cotidiano por signos, estendem-se as fronteiras do real e do virtual. Para o sujeito que vê, as novas tecnologias produzem um estado de constantes desafios imagéticos/estéticos.

“Essas experiências renovam as interrogações sobre o estatuto da percepção. Fora de um campo psíquico-fisiológico, inventam um meio de experimentação, entremendo o exercício comum da visão, do tato, da apreensão com outros protocolos inéditos (como o deslocamento imóvel pelo olhar), pois se trata ao mesmo tempo de estar em relação sensível com o ambiente e simultaneamente estar livre dele.” (WEISSBERG, 1996: 124)

A virtualização presume, por outro lado, uma redescoberta do real, ou seja, à medida que podemos manipular as dimensões ao bel prazer (tempo e espaço), podemos recriar o real, abrindo um leque de possibilidades para as ressignificações. Sobre as práticas esportivas veiculadas por TV a cabo, por exemplo, Mauro Betti assinala que essas “mensagens caracterizam-se pela complexi-

dade semiótica, entrelaçando os códigos imagéticos, sonoros e verbais, predominando as imagens.” (BETTI, 1999: 395)

Pretensiosamente, extrapolamos este exemplo nesse caso particular, pelo fato de o fornecimento de imagens televisivas a cabo ser um meio elitista. Para outras formas de mídia (revista, jornais, internet, video games, *outdoors*, além de uma imensa parafernália de divulgação publicitária), teremos os elementos comunicativos mais ou menos presentes. Assim, quando nosso sujeito olha pela janela, a imagem em movimento, as imagens mentais e o próprio sentido de tempo fundem-se, gerando o “produto final”, este em constante modificação, fragmentando-se e hibridizando-se em novas estéticas.

CENA 3 – O SHOW

As pernas têm vida própria. Ele nem pensa no que acaba de realizar. Realmente está se superando, hoje ele é o rei. A roda amontoa-se para ver o espetáculo. Será que ele é deste planeta ou apenas achou uma maneira de ludibriar a lei da gravidade? Um garoto faz analogia a um ventilador, não é à toa que o movimento se chama “moinho”. Os buracos no chão não fazem a menor diferença na performance do *B-boy*, “quem dera lá na zona ter um espaço deste para dançar”, responderia se perguntassem enquanto se requebra freneticamente; o corpo inteiro está falando a mesma língua. O impulso não parte nem chega, simplesmente existe. A poeira que levanta o faz coçar os olhos: por incrível que pareça, sua maior preocupação no momento.

O som retumba em todo o ambiente, as letras cortam o ar em rimas furiosas, engajadas nas causas da periferia. A massa agita-se na “levada” conhecida, mas com novo discurso.

O pé torcido, fruto de uma perseguição em nome de uma arte que tatua a paisagem urbana, nem dói. Valeu o sacrifício para ver sua marca. Ele agora nada sente, a não ser o ritmo que se mistura com as batidas do seu próprio coração... ‘tum-tum, thisch, tum-tum...’

As câmeras rodam ansiosamente à sua volta a fim de buscar o melhor ângulo. Insaciáveis, disputam os olhares captando a magia que se faz à frente. De uma forma ou de outra, os antigos tinham razão em temer essas caixas; elas apreendem sua alma, tornando-a escrava, tal qual o gênio da lâmpada, libertando-a somente para serviços nem sempre de seu agrado. Em troca, promessas de *glamour*. Mas o gênio tem suas astúcias, tem suas formas de driblar as armadilhas da lâmpada, dissimulando-se, como o capoeirista que mostra as mãos, mas esconde o pé.

Seu estado de hipnose é quebrado quando o *Mc* adentra o palco, vestido rigorosamente a caráter: tênis Reebok *made in* Paraguai, fundilhos arrastando

no chão, jaqueta Nike bordada pela mãe, cabelo orgulhosamente trançado; não importa; não faz a mínima diferença; o que conta é o estilo, é estar 'manceiro', é causar indignação. "A marca tá no preto e não no boy."

Anuncia a entrada do Da Guedes, grupo da capital, exemplo. "Preto pobre igual, poderiam morar na casa ao lado e tão aí fazendo sucesso. Dizem que vão até gravar clipe na MTV. Se os Racionais podem, por que não eles e, quem sabe, eu um dia também?"

O som dos discos arranhados é a senha: já vai começar. Toda vez que escuta esse som lembra-se da surra que tomou do pai quando tinha quatro anos, por ter estragado um disco. Se fosse vivo, morreria ao ver o que fazem hoje em dia, pensou, com certo ar de vingança.

Não quer que a noite acabe. Estão ali reunidos, meio escondidos, como em uma convenção. Não que sejam iguais, pois desavenças são resolvidas com pactos escritos com sangue. Como moléculas de água em uma onda que se quebra, que se molda e turbilhona; quanto mais empurrada pelo fundo, mais cresce, mais imponente, bela e destrutiva fica, permitindo vez ou outra que a surfem, mas nunca que a dominem.

Quando o sol aparece, sai com o espírito fortalecido, não com a certeza do amanhã, mas com a sensação de vazio preenchido, pelo menos por ora.

HIP-HOP, ASTÚCIA E HIBRIDIZAÇÃO: PALAVRAS FINAIS

"Sabedoria de rua/Periferia sangrenta/Cotidiano Selvagem/Vida violenta." [5]

No decorrer deste texto, tentamos expor e articular alguns fragmentos teóricos que compõem o painel das práticas corporais/culturais do movimento Hip-Hop, tendo como pressuposto básico a noção do sujeito contemporâneo, como descentralizado, atravessado por fluxos e devires os quais emanam das práticas culturais que o rodeiam e ele ajuda a constituir.

Além da forte marca ideológica e de engajamento cultural que acompanha o movimento Hip-Hop no Brasil, em virtude da potência da sua dimensão estética (imagética e sonora), ele emergiu e hoje se propaga, ganha novos adeptos e reconfigura-se, interagindo com a mídia. Esta face midiática da cultura Hip-Hop obriga o movimento a ser mais astucioso ainda, para que consiga escapar dos tentáculos da Indústria Cultural e do consumismo. Mas essa situação não passa despercebida por boa parte dos "militantes" do movimento, nem é alheia a eles.

5 - Versos de um Rap do grupo *Consciência Negra*, moradores do bairro Dunas, periférico da cidade de Pelotas-RS, e participantes das oficinas do Projeto "Cartografando o Corpo das Ruas: Estéticas do Hip-Hop", na Escola Superior de Educação Física/UFPel.

Foto: Fabiana Faleiros

**Crianças em
show de rua.
"Universidade
na Rua"
Pelotas-RS (2001)**



Foto: Elio Stolz

**Grupo
Consciência Negra.
Bairro Dunas -
Pelotas-RS (2002)**



“A verdade é que o Rap virou moda, tornou-se a grande aposta musical do momento. A indústria fonográfica corre desenfreadamente em direção a esse estilo, seus empresários já perceberam o potencial comercial do Rap. Mas o principal problema é que o mercado fonográfico preocupa-se apenas com a comercialização, e não com o caráter ideológico do Movimento Hip-Hop. O Rapper Thaíde, um dos precursores dessa cultura no Brasil, considera a consagração do Rap pela indústria fonográfica algo esperado.” (ROCHA, 2001)

Esse jogo astucioso e “perigoso” que o movimento Hip-Hop cada vez mais parece estabelecer com a mídia, com o mercado e com a indústria cultural, mais do que uma opção é uma condição de sobrevivência que acompanha a maioria das práticas culturais que forjam a experiência, a qual podemos denominar de cultura urbana atual. Sem desmerecer nem esquecer a intervenção da mídia e de outras instituições, na tentativa de homogeneizar a cultura, pensando com VELHO (1995), isto não é motivo suficiente para ‘ceticismos culturais’ absolutos, tendo em vista que:

Foto: Diego Niemeyer



Graffiti na escola.
Pelotas-RS
(2002)

Foto: Fabiano Faleiros



Show de Hip-Hop.
"Universidade na Rua"
Pelotas-RS (2001)

“por mais poderosos que sejam os mecanismos de mercado e a racionalidade particular que os acompanha, a complexidade dos processos culturais e a própria heterogeneidade da sociedade moderno-contemporânea produzirão combinações, sínteses e interpretações particulares.” (VELHO, 1995: 230) Mais adiante continua: “o estilo urbano e a modernidade são faces do mesmo fenômeno de complexificação e diferenciação da vida social, cujas principais características são a não-linearidade e a grande autonomia de mundos e domínios específicos.” (Idem, 232)

O grafite, o *B-boy*, o *Mc* e o *DJ* (elementos do Hip-Hop) constituem maneiras de fazer de uma parcela estigmatizada pela bandeira da contra-cultura na sociedade. Sujeitos do *habitat* cosmopolita, eles são atravessados cotidianamente pelos fluxos do mercado consumidor e da vigilância institucional, mas nem por isso são “carentes” de criação, de inventividade e de ousadia.

Essa prática cotidiana, que envolve a utilização dos espaços da cidade, denota uma importante (re)significação das estéticas impostas em outras de cunho astucioso, invisível, pois se escondem na maneira de usar estéticas híbridas, frações da cultura urbana de nossa época, como é o caso do grafite metropolitano, que é capaz de colorir e colocar leveza nos traços arquitetônicos mais rígidos.

Encarado como pichação por alguns, ressignifica a repressão imposta ao Hip-Hop tatuando a paisagem urbana com seus anseios mundanos, tornando-se uma forma de arte, de arte denúncia. Ao contrário do que muitos imaginam, a prática do grafite não é exclusividade do movimento Hip-Hop nem de nossa época, Peter Burke, por exemplo, destaca que, na Itália do século XVI,

“(...) os grafites políticos eram tão comuns nas grandes cidades (e tão freqüentemente registrados em periódicos e crônicas) que se poderia virtualmente basear uma história política dessas cidades nessa fonte.” (BURKE, 1995: 200)

Quanto a suas músicas, em função de sua proveniência, não faltam aqueles que as julgam meros resíduos de estrangeirismos musicais contemporâneos. Esquecem-se esses, porém, de que aqui, ao entrar em sintonia com a “onda” do movimento, através de um processo minucioso e trabalhoso de (re)invenção da técnica e dos próprios instrumentos (destaque para o ‘technique’, no qual, literalmente, o modo de usar um instrumento originou outro), toda a musicalidade é refeita, é reinventada. As letras, em sua maioria, lembram hinos de resistência. Cantam e denunciam a violência, as condições de vida e o estado de exclusão das crianças e dos jovens das vilas e das favelas brasileiras. Por todo esse movimento, mais do que uma importação cultural, para nós assemelha-se a uma *pop* antropofagia cultural.

Já os *B-boys*, além de dançar e deslizar com sua vestimenta “apropriada” sobre as calçadas, as praças e as ruas, com sua arte performática, apossam-se de técnicas, gestos, elementos e coreografias de outras práticas corporais, como a capoeira, as lutas, a ginástica olímpica e as práticas circenses. Copiando ou inventando movimentos e coreografias corporais, os *B-boys* treinam exaustivamente para conseguir ajustar os detalhes técnicos dos movimentos ao ritmo veloz e intenso das letras musicais.

Além de ser um modo de vida de uma parte dos jovens urbanos, o Hip-Hop traz consigo alto teor de preocupação social; é um movimento engajado. Engajado, astucioso, inventivo e aberto aos múltiplos devires urbanos, o Hip-Hop é também efervescência, cultura e “intensidade.” [6] A sua proliferação e a legitimação cultural que vem conquistando, atestam sua condição de prática cultural emergente, de experiência do tempo presente. Ele é produto e produtor do “pluralismo sociocultural contemporâneo” (VELHO, 1995: 233) que caracteriza nosso tempo, nossas vidas e nossas cidades, todas mais ou menos “polifônicas”.

6 - O termo intensidade está sendo usado como um conceito filosófico presente no pensamento de autores contemporâneos, pós-estruturalistas, como Michel Foucault e Gilles Deleuze, o qual pode ser lido como a tentativa de pensar o novo, o fora, o ainda não-pensado ou, como diz Deleuze, é a origem do pensamento. Para mais, ver: ORTEGA, F. Intensidade: Para Uma História Herética da Filosofia. Goiânia: Editora UFG, 1998.

BIBLIOGRAFIA

- BETTI, M. "TV a cabo: maximização do esporte tele-espetáculo". *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*. Campinas: vol. 21, n.º 1, 1999, p. 395.
- BURKE, P. "A cidade pré-industrial como centro de informação e comunicação". *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro: vol. 8, n.º16, 1995, p. 193-203.
- CANEVACCI, M. *A Cidade Polifônica: Ensaio sobre a Antropologia da Comunicação Urbana*. São Paulo: Studio Nobel, 1993.
- CERTEAU, M. *A Invenção do Cotidiano: Artes de Fazer*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- GUATARRI, F. & ROLNIK, S. *Micropolítica: Cartografias do Desejo*. Petrópolis: Vozes, 1996.
- HALL, S. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- NIETZSCHE, F. *Crepúsculo dos Ídolos (ou como filosofar com martelo)*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.
- Revista Virtual 4Surf*. Editoriais. Disponível em < <http://www.4surf.com.br> > acesso em 22/ago/2001.
- ROCHA, J. "O Rap e a indústria fonográfica". 2001. Disponível em: < <http://www.bocadaforte.com.br> >. Acesso em 04 jul. 2001.
- WEISSBERG, J.L. "Real e virtual". In: PARENTE, A. (org). *Imagem Máquina*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996, p.120-134.
- VELHO, G. "Estilo de vida urbano e modernidade". In: *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro: vol. 8, n.º 16, 1995, p. 227-234.