

# A experiência do hip hop na cena da mediatização

## The hip hop experience in the mediatization scene

**Victor Ribeiro Guimarães**

Graduado em Comunicação Social e mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG

### **Resumo**

A tarefa deste trabalho é a de lançar um olhar comunicacional sobre o contexto contemporâneo da cultura hip hop no Brasil. Tendo como referência uma série de estudos sobre o fenômeno – que oferecem distintos olhares, desde a sociologia, passando pela antropologia e pela educação –, buscamos constituir uma perspectiva propriamente comunicacional sobre este universo, numa articulação entre os conceitos de interação comunicativa e de experiência estética, e tendo em vista o cenário da mediatização.

**Palavras-chave:** hip hop; interação comunicativa; experiência estética; cenas musicais; mediatização.

### **Abstract**

*The task of this article is to propose a communicative view of the contemporary context of the hip hop culture in Brazil. Taking as references a set of studies about the phenomenon – which offer distinct views, from sociology to anthropology and education –, we seek to constitute a communicational perspective about this cultural universe, constructing an articulation between the concepts of communicative interaction and aesthetic experience, and taking into account the mediatization scenario.*

**Keywords:** hip hop; communicative interaction; aesthetic experience; musical scenes; mediatization.

## 1 - INTRODUÇÃO

Desde que os primeiros sinais da presença da cultura hip hop no Brasil começaram a aparecer, em meados da década de oitenta, sua popularidade só aumentou entre milhões de jovens – em sua maioria, negros e pobres - habitantes das periferias das grandes cidades do país. Com o tempo, o hip hop foi adquirindo uma importância cada vez maior entre a juventude popular urbana, configurando um conjunto de experiências que têm a produção artística como referência, mas que não se esgotam na circulação de artes plásticas, música e dança – ou, antes, que não se restringiam ao que comumente se entende como produção e consumo cultural.

## 2 - ALGUNS OLHARES SOBRE A CULTURA HIP HOP NO BRASIL

A partir de sua consolidação nas periferias brasileiras, durante a década de noventa, um conjunto significativo de estudiosos começou a se interessar pelo hip hop. Um primeiro grupo de estudos sobre o fenômeno - certamente o mais numeroso - buscou compreender o papel da cultura hip hop na socialização dos jovens e na construção de identidades relacionadas ao estilo. Essa vinculação entre cultura hip hop e juventude vem sendo investigada – pelo menos – desde o trabalho pioneiro de Marília Sposito (1993), que busca compreender o rap não apenas como gênero musical, mas a partir de suas apropriações nas ruas de São Paulo. A autora enfatiza a importância do estilo enquanto “produto da sociabilidade juvenil, reveladora de uma forma peculiar de apropriação do espaço urbano e do agir coletivo, capaz de mobilizar jovens excluídos em torno de uma identidade comum” (SPOSITO, 1993, p. 167).

Em seus trabalhos junto a grupos de jovens pobres, produtores e consumidores de hip hop e funk em Belo Horizonte, Juarez Dayrell (2002) aponta que a vivência desses estilos musicais configura um lugar de sociabilidade fundamental para esses sujeitos. Seja ao construírem – de forma individual ou coletiva - as letras de seus raps (que têm como tema central a complexa e multifacetada realidade da periferia), ao experienciarem intensamente os eventos musicais ou ao se posicionarem publicamente como “porta-vozes da favela”, esses jovens reinterpretam sua experiência social, vivenciam uma sociabilidade própria – ampliando suas redes de relações na cidade - e se configuram como sujeitos autônomos.

Em sua pesquisa com rappers na periferia de São Paulo, Wivian Weller (2000) também destaca a importância da cultura hip hop para a construção de identidades nos grupos juvenis, bem como seu papel na contestação do preconceito racial por parte desses jovens. Ao se apropriarem de um conjunto de práticas culturais de origem norte-americana - recontextualizando-as e inserindo elementos de sua realidade específica –, os jovens paulistanos desenvolvem um estilo próprio, a partir do qual resgatam a tradição da cultura negra no Brasil e reivindicam uma identidade positiva, posicionando-se contra o preconceito vigente.

A associação entre sociabilidade e construção de identidades também é abordada por Glória Diógenes (1997) em seus estudos sobre as gangues e

galeras ligadas ao movimento hip hop em Fortaleza. Para a autora, a cultura hip hop “expressa um novo modo de movimentação da juventude no espaço urbano e produz uma nova semiótica do poder e da hierarquização nesse espaço” (DIÓGENES, 1997, p. 117). À cidade compartimentada, dividida em uma geografia que hierarquiza zonas de riqueza e pobreza, opõe-se uma reivindicação do fluxo, de novas ocupações do espaço urbano. E, no mesmo movimento em que buscam expandir suas redes na cidade, esses jovens constituem novas identidades, marcadas pela rebeldia e pela contestação.

Outro conjunto de análises, por sua vez, dedicou-se a pensar as relações entre a cultura hip hop e a organização comunitária nas periferias brasileiras. Como aponta Heloísa Buarque de Holanda, o movimento hip hop adquire “características locais bastante específicas, resultando em novas formas de organização comunitária e intervenção por meio da procura de novos sentidos e efeitos para a produção e para o consumo culturais” (BUARQUE DE HOLANDA, p. 1). Desde os tempos da Estação São Bento, a cultura hip hop cresceu e se consolidou nas periferias das grandes cidades. Com o tempo, os próprios rappers, DJs, grafiteiros, b.boys e b.girls passam a se nomear como parte de um movimento. A expressão “movimento hip hop” ganha força, e esses sujeitos passam a articular uma série de ações comunitárias, como saraus literários, grupos de discussão, oficinas com os mais variados formatos, atividades esportivas etc.

De forma a acompanhar seu desenvolvimento histórico nas periferias brasileiras, a cultura hip hop passa a ser entendida também pela academia como movimento social e como articuladora de ações de cidadania. No final da década de noventa, alguns desses projetos passam a ser considerados também como práticas educativas legítimas, como sugere o título do livro organizado por Elaine Nunes de Andrade: *Rap e educação, rap é educação* (ANDRADE, 1999).

Em chave semelhante, George Yúdice (2008) cita as ações do movimento hip hop brasileiro quando comenta os novos usos da cultura em tempos de globalização. Ele comenta como o uso estratégico da cultura fomenta a criação de ONG's e serviços comunitários, configurando-se como uma plataforma para que a juventude da periferia possa dialogar com sua comunidade e com a sociedade como um todo. Para Heloísa Buarque de Holanda, o que define o hip hop no Brasil é justamente “a criação de um conjunto de ações mediadas pela cultura, buscando a transformação de suas comunidades” (BUARQUE DE HOLANDA, p. 2).

Esse conjunto de autores busca dar conta de um universo de atividades ligadas à cultura hip hop, mas que articula uma série de ações comunitárias – que podem ou não ter as práticas artísticas como seus elementos – destinadas à promoção da cidadania de sujeitos em situação de exclusão social. Por meio dessas atividades, articulam-se possibilidades de formação e produção de conhecimento, de geração de renda, de criação de alternativas ao desemprego, de estímulo à autoestima e de demanda por direitos sociais e políticos junto às instituições estatais.

Há ainda um terceiro grupo de trabalhos, que tem se dedicado a pensar o fenômeno do hip hop como um lugar forte para a emergência de novos sujeitos políticos na esfera pública brasileira, a partir da redemocratização. Autores como Liv Sovik (2000), George Yúdice (2008) e Micael Herschmann (1997, 2000) convergem para a constatação de que a cultura hip hop dá a ver, de forma pioneira, a existência de uma política de contestação da homogeneidade da identidade nacional a partir da referência à periferia.

Quando a cultura hip hop emerge com força no cenário nacional, em meados da década de noventa, a imagem de um país homogêneo e harmonioso – veiculada, por exemplo, por grande parte da tradição do samba – é francamente contestada pelo rap, que faz uma crônica do cotidiano da periferia em que se identificam tanto os conflitos diários – ausência de equipamentos sociais básicos, repressão policial, racismo – quanto as alegrias vivenciadas no dia-a-dia. Ao mesmo tempo em que denunciam uma homogeneidade vazia e demandam oportunidades realmente iguais – dando a ver um país hierarquizado e profundamente injusto –, o discurso do hip hop afirma a diferença, configurando a emergência de novas figuras da alteridade na cultura brasileira.

Ao longo da década, a cultura hip hop foi uma das responsáveis pela inscrição do outro da periferia no debate público, de forma diversa e complexa. Se, nos Estados Unidos, “o grafite e o rap foram demonstrações públicas agressivas de uma outra presença e voz” (ROSE, 1997, p. 211), o hip hop brasileiro trouxe à tona a outra face de um país fragmentado e heterogêneo.

Nesse contexto, a mídia massiva teve um papel fundamental. Como apontam os estudos pioneiros de Micael Herschmann (1997, 2000) no campo da comunicação, as relações entre cultura hip hop e mídia sempre foram bastante tensas e conflituosas. E isso porque os adeptos dessas práticas culturais sempre foram objeto de discursos estigmatizantes, que circulavam – e circulam – amplamente nos media. Frequentemente, o hip hop é identificado com as narrativas da violência e da criminalidade nas grandes cidades do país, e os jovens adeptos do estilo – em sua grande maioria, moradores das periferias brasileiras – são tidos como sujeitos de delitos.

No entanto, ao mesmo tempo em que alguns de seus principais integrantes simplesmente rejeitavam o espetáculo midiático, havia uma compreensão de que seu potencial de agenciamento dos sujeitos nas periferias dependia dos circuitos de visibilidade proporcionados pela mídia, e que essa relação precisava ser negociada. É nesse sentido que, no contexto brasileiro, a dialética entre estigmatização e alta visibilidade tem marcado a relação tensa entre mídia massiva e cultura hip hop. Ao reconhecer essas tensões, contudo, assinalamos também outras possibilidades de compreensão do hip hop no campo da comunicação. Com a retomada das contribuições de Micael Herschmann, encerramos nossa pequena incursão pelo universo dos estudos sobre hip hop no Brasil.

Embora essa referência nos seja fundamental, acreditamos que ainda há um longo caminho a ser percorrido no campo da comunicação para a abordagem desse fenômeno tão complexo e rico.

Argumentamos que a perspectiva relacional da comunicação ainda tem muito a oferecer a esses estudos, e que os conceitos de interação comunicativa e de experiência estética podem ser duas trilhas interessantes – e que podem render ainda mais se pensados conjuntamente. Salientamos que nosso objetivo não é o de obliterar as dimensões da socialização, da construção de identidades ou da organização comunitária: cientes de sua importância fundamental, buscamos incluir nessa discussão os aspectos interacionais e estéticos que, até o presente momento, não foram tratados. A nosso ver, existe uma lacuna no que tange ao estudo dessas dimensões na cultura hip hop, e acreditamos que um olhar propriamente comunicacional pode trazer subsídios importantes para pensar o fenômeno.

### 3 - INTERAÇÕES E EXPERIÊNCIA ESTÉTICA NO COTIDIANO

Embora os conceitos sejam distintos e a abordagem, às vezes, tenha de fazer referência a um ou a outro, salientamos que nossa discussão não separa, como fenômenos distintos, a experiência estética e as interações. Trata-se, mais propriamente, de investigar a dimensão estética das interações comunicativas cotidianas e, no mesmo movimento, pensar o aspecto relacional das experiências estéticas que compõem o contexto da cultura hip hop contemporânea. Antes de nos dedicarmos a pensar esse universo específico de práticas, contudo, faz-se necessária uma explicitação do quadro teórico com o qual estamos trabalhando.

Numa oposição às filosofias da consciência, George H. Mead (1934) procura pensar não apenas a sociedade, e não apenas o self, mas a própria mente a partir das interações. Para o autor, é nosso engajamento nas interações que nos constitui enquanto sujeitos, e é a partir desses encontros que uma sociedade é construída. No entanto, por mais que todo ato social se configure como interação, o autor confere especial atenção às interações comunicativas, cuja possibilidade é aquilo que distingue os seres humanos. Com Mead, compreendemos a interação comunicativa como a ação partilhada, a ação conjunta dos sujeitos que, por meio da troca simbólica mediada pela linguagem (MEAD, 1934, p. 42), realizam a comunicação.

A perspectiva de Mead propõe que partamos sempre do exterior, do social, do ato observável dos sujeitos, para tentar compreender o que se passa entre eles. Essa proposta vem sendo assumida por autores como Vera França (2008), que, já há algum tempo, vem reivindicado que as interações devem ser o ponto de partida das análises na comunicação.

Outro autor de Chicago, Erving Goffman, coincide com Mead na proposição de tomar as interações como ponto de partida. Sua micro-sociologia sugere uma perspectiva que toma a ordem da interação (GOFFMAN, 1999) como objeto de estudo, isolando-a analiticamente de outros domínios. Nessa proposta, o cotidiano torna-se um lugar forte de investimento analítico. Goffman sugere que analisemos os encontros entre sujeitos e as redes de sociabilidade que estes tecem em sua experiência ordinária, uma vez que “a vida cotidiana decorre na presença imediata do outro” (GOFFMAN, 1999, p. 196). Também aqui, trata-se de interações propriamente comunicativas, de ações partilhadas entre sujeitos nas quais a linguagem tem um papel central.

Nesse sentido, pensar o hip hop a partir de uma perspectiva interacional, propriamente comunicativa, é reconhecer na sociabilidade própria que é inventada por essa cultura uma dimensão constituinte ao mesmo tempo dos selves e da sociedade. Na relação – comunicativa, por excelência – com o outro, esses sujeitos constituem a si mesmos, mas também constituem a sociedade – esta aqui ou uma outra, mais justa, apenas imaginada.

Num segundo movimento, buscamos reivindicar uma dimensão estética para a análise das práticas sociais envolvidas na vivência cotidiana do hip hop. Acreditamos que, até o presente momento, os esforços para compreender as possibilidades estéticas presentes na cultura hip hop ainda são praticamente inexistentes, e que, no mais das vezes, as práticas sensoriais não têm sido consideradas como “alicerces das relações sociais” (JANOTTI JR, 2011, p. 6).

Não nos referimos, contudo, a qualquer noção de estética. Até porque, se hoje é possível que falemos de experiência estética no universo do hip hop, isso se deve a um longo percurso que já foi feito antes de nós. Referimo-nos, precisamente, a uma visada propriamente comunicacional da estética, que se baseia em certa tradição que tem o pragmatismo de John Dewey como sua pedra fundamental, e que tem produzido tantos bons frutos nos últimos anos.

Para Dewey, as mais diversas experiências ordinárias podem adquirir uma “qualidade estética” (DEWEY, 2008, p. 46): um jantar, uma atividade esportiva, uma atividade intelectual intensa, a contemplação de uma obra de arte (mas não apenas essa última). No entanto, embora os termos de Dewey sejam um pouco vagos, é possível dizer que o que singulariza essas vivências particulares é o fato de elas se configurarem como uma experiência (DEWEY, 2008, p. 41), que tem unidade e coerência internas, além de uma determinada densidade que a distingue da experiência ordinária.

Nesse sentido, não há uma “cisão irreparável” (GUIMARÃES, 2006, p. 16) entre a experiência cotidiana e a experiência estética, e é possível vislumbrar, nesse quadro, a dimensão estética no interior mesmo da vida cotidiana. Compreender a experiência estética e as interações no mesmo movimento torna-se, assim, possível, na medida em que partilhamos do argumento de que a experiência é, em si mesma, algo de ordem relacional.

Para esta outra visada do domínio estético – que não concerne unicamente às obras de arte –, o traço definidor dos fatos estéticos é deslocado da propriedade interna dos objetos (caução recorrente nas definições que almejam alcançar a essência da arte) para sua dimensão relacional, isto é, para um tipo de conduta que ‘investe’ nossa relação com os objetos e as situações que lhes permitem ser experimentados esteticamente (GUIMARÃES, 2006, p. 19).

Essa dimensão relacional da experiência (e, em particular, da experiência estética) também tem origem em Dewey – que compreende a experiência como uma interatividade entre o organismo e o ambiente, uma atividade conjunta e cooperativa, da qual o sujeito não é o proprietário – e tem um desenvolvimento decisivo nas proposições de Richard Shusterman, que busca desenvolver uma compreensão relacional da experiência estética. No limite, para usar os termos de José Luiz Braga, “todo processo relacional entre pessoas e objetos, situações ou acontecimentos pode ser assumido como gerador probabilístico de efeitos estéticos” (BRAGA, 2010, p. 78). Conceber a experiência estética a partir dessa perspectiva também nos ajuda a não estabelecer uma separação rígida entre produtores e consumidores de arte, o que é bastante apropriado para a abordagem da cultura hip hop, como veremos adiante.

108

No entanto, salientamos que não é nosso interesse propor uma fusão entre a experiência estética e o cotidiano, pois uma subsunção dessa natureza “neutraliza aquilo que há de mais particular na experiência estética” (GUMBRECHT, 2006, p. 51). Para que possamos demandar algo – alguma utopia, um pouco de possível – da experiência estética, é preciso compreender que esta é portadora de uma “negatividade fundamental” (GUIMARÃES, 2006, p. 16).

Nesse sentido, se buscamos compreender a experiência estética no interior mesmo da vida cotidiana, isso também significa preservar sua possibilidade de deslocar saberes constituídos e promover crises no próprio cotidiano. Acreditamos que essa visada comunicacional da experiência estética é bastante apropriada para uma abordagem do hip hop em moldes contemporâneos, e buscaremos demonstrar isso mais adiante. Em via inversa, a cultura hip hop mostra-se como um objeto de muito interesse para explorar a validade dessa perspectiva e oferecer subsídios empíricos para seu desenvolvimento.

A partir destes dois movimentos – defesa de uma perspectiva interacional e reivindicação de uma dimensão estética (essencialmente relacional) para o cotidiano –, acreditamos que é possível formular um olhar propriamente comunicacional para pensar a cultura hip hop na contemporaneidade. Gostaríamos de organizar nossas preocupações “a partir dos processos interacionais, para aí encontrar as possibilidades e os desafios colocados pela estética” (BRAGA, 2010, p. 77). Ou, em outros termos, nossa proposta é a de pensar a partir das interações comunicativas estabelecidas pelos sujeitos, com especial interesse em suas dimensões estéticas. Trata-se de pensar a experiência estética no bojo das interações comunicativas que se estabelecem no cotidiano das práticas sociais que compõem a cultura hip hop hoje.

#### 4 - A EXPERIÊNCIA DO HIP HOP EM TEMPOS DE MEDIATIZAÇÃO

De saída, esclarecemos que, neste texto, nossa perspectiva não é a de analisar, empiricamente, a existência de experiências estéticas no interior da cultura hip hop. Não se trata, assim, nem de tomar alguns produtos como intrinsecamente estéticos e demonstrar sua legitimidade (algo que, como vimos, torna-se bastante complicado quando defendemos uma perspectiva relacional da experiência estética), nem de verificar, a partir de uma análise da recepção, a realização ou não de vivências estéticas com os produtos do hip hop. Nosso objetivo, aqui, é indicar a possibilidade dessas experiências, a partir de uma descrição de seu cenário contemporâneo e de suas possíveis conexões com as interações cotidianas. Em nossa formulação de um olhar sobre a cultura hip hop, tomamos os estudos já existentes como referência empírica, a partir da qual apresentamos uma perspectiva teórico-metodológica que parte das interações comunicativas cotidianas entre os sujeitos para então compreender suas possibilidades estéticas.

É preciso esclarecer, inicialmente, a qual fenômeno estamos nos referindo quando utilizamos a expressão cultura hip hop. A maioria dos estudos que incluímos em nosso panorama, quando se refere ao hip hop, faz referência à noção de culturas juvenis, ou subculturas, ou ainda estilos subculturais ou apenas estilos juvenis. Essas noções são todas devedoras da perspectiva dos Estudos Culturais britânicos, especificamente do projeto *Resistance through rituals*, cujos resultados foram publicados em livro (HALL & JEFFERSON, 1976). Com quaisquer destas idéias (e a maioria dos autores reconhece seu uso de forma indistinta), esses estudos buscam se referir às práticas culturais realizadas cotidianamente por grupos de jovens, que são reunidas em universos culturais específicos – funk, hip hop, emo, etc. - e que são fundamentais na construção da identidade juvenil.

Neste texto, contudo, buscamos manter certa reserva em relação a essa perspectiva, por acreditarmos que talvez valha a pena a proposição de uma noção mais abrangente, que possa, assim, acolher as relações possíveis entre sujeitos, práticas artísticas, formas de sociabilidade, lugares geográficos e experiências estéticas.

Dessa forma, pode ser de grande valia (desde que tomada com certas precauções), a noção de “cenas musicais”, proposta por Straw (1991). Ao criticar a idéia de comunidade musical, o autor define a cena como um “espaço cultural no qual um conjunto de práticas musicais coexiste, em interação umas com as outras dentro de uma variedade de processos de diferenciação e de acordo com trajetórias variantes de mudança e fertilização mútua” (STRAW, 1991, p. 373). Se há um senso de propósito e uma identificação entre os participantes de uma cena, esta não é estanque, muda constantemente, numa contínua redefinição de fronteiras.

A perspectiva de Straw também avança a idéia de que o senso de propósito partilhado dentro de uma cena é articulado com as “formas de comunicação



através das quais a construção de alianças musicais e o traçado de fronteiras musicais têm lugar” (STRAW, 1991, p. 373). Para o autor, não apenas a construção de comunidades afetivas, mas a própria definição da cena depende das práticas comunicativas que têm lugar no interior dela.

Uma ampliação interessante da idéia de cena musical é feita por Jéder Janotti Jr. (2011), para quem “o que caracteriza uma cena musical são as interações relacionais entre música, dispositivos midiáticos, atores sociais e o tecido urbano em que a música é consumida” (JANOTTI JR, 2011, p. 11). Num movimento próximo daquele que visamos, o autor reivindica justamente a inclusão de uma dimensão estética entre os componentes da cena, ao demandar uma análise das “possibilidades de vivências de experiências nas inter-relações entre participantes da cena, tecidos urbanos e expressões da música popular massiva” (JANOTTI JR, 2011, p. 7).

No caso do hip hop, se é possível que falemos de cena, esse uso não pode se dar senão sob rasura, uma vez que a música é apenas um dos componentes dessa cultura. No entanto, ao invés de renegar simplesmente essa noção, procuramos uma inspiração no conceito de cena musical para redefinir a cultura hip hop em termos mais apropriados para um olhar comunicacional e para a perspectiva abrangente que visamos neste texto. Assim, pelo termo cultura hip hop, entenderemos não apenas um conjunto determinado de práticas artísticas – no caso, o break, o rap e o grafitti –, mas toda uma rede – ou uma trama – de sociabilidade e fruição estética que se organiza em torno dessas práticas. Essa trama articula, de forma relacional, as diferentes artes, mas também seus dispositivos ou suportes, os atores sociais que as tomam como parte integrante de suas identidades, os próprios lugares onde essas práticas se desenvolvem, bem como as formas interacionais e as possibilidades estéticas singulares dessa cultura.

Dessa forma, assim como “as cenas são uma espécie de enquadramento da música que pode funcionar como canalizador de experiências singulares” (JANOTTI JR, p. 9), argumentamos que a cultura hip hop, composta por elementos musicais, pictóricos e coreográficos, mas também por formas de sociabilidade próprias, também pode oferecer uma espécie de quadro para a emergência de experiências estéticas particulares.

Esse quadro, contudo, tem como pano de fundo certo contexto contemporâneo, que precisa ser delineado. Atualmente, a cena da mediatização é condição sine qua non para a compreensão da cultura hip hop. E isso não apenas porque, atualmente, a presença dos produtos midiáticos é cada vez mais forte em nosso cotidiano (um sentido mais elementar da palavra “mediatização”), mas porque, cada vez mais, torna-se difícil compreender quaisquer interações comunicativas - e sua dimensão estética – sem uma referência a esse cenário contemporâneo marcado pela mediatização enquanto “processo interacional de referência” (BRAGA, 2006).

Para Braga (2006, 2010), é possível relacionar a mediatização a pelo menos dois âmbitos sociais. Num primeiro sentido, trata-se de “processos sociais

específicos que passam a se desenvolver (inteira ou parcialmente) segundo lógicas da mídia” (BRAGA, 2006, p. 1). Seguindo essa perspectiva, é possível falar de mediatização do esporte ou da política, por exemplo. Noutro sentido, entretanto, é possível falar de mediatização da própria sociedade. Ou, nos termos mais precisos do autor, é possível entender a mediatização como um processo interacional em vias de (ou seja, numa marcha ainda não completada) se tornar o processo de referência (BRAGA, 2006, p. 2) para todos os outros. Nesse sentido, as lógicas da mídia “dariam o tom” para os outros processos sociais, sem substituí-los, mas redirecionando as práticas.

No segundo sentido defendido por Braga, é a própria construção da realidade social que é profundamente afetada pela presença deste ou daquele processo interacional de referência. Assim, a mediatização, enquanto um desses processos – em vias de se tornar o mais importante –, adquire uma importância capital para compreendermos a sociedade contemporânea – e, mais ainda, se queremos nos dirigir às interações comunicativas que os sujeitos tecem no cotidiano.

Seguindo a trilha do primeiro sentido apresentado por Braga, nos sentiríamos tentados a falar de uma mediatização da cultura hip hop. Essa possibilidade, contudo, nos parece anacrônica, uma vez que a cena da mediatização é justamente aquilo que permite o próprio surgimento dessas práticas artísticas. Como defende Shusterman (1998), a arte do rap se faz, desde o início, a partir e com os meios e materiais da mídia – das tecnologias que permitiram o intenso sample da canção midiática massiva até as contínuas referências a discursos e personagens do universo midiático nas letras.

Contemporaneamente, entretanto, é possível compreender essa relação entre hip hop e mediatização em outra chave. É possível propor uma análise das práticas interacionais envolvidas na cultura hip hop – e de sua dimensão estética – tendo como premissa o cenário da crescente mediatização da própria sociedade. Na cena contemporânea, as lógicas da mídia tornam-se um dado fundamental não apenas para as práticas artísticas do hip hop, mas para as próprias interações entre os sujeitos no cotidiano. Não se trata, portanto, de posicionar, de um lado, a experiência cotidiana dos sujeitos e, de outro, suas relações episódicas com os meios de comunicação; o que buscamos é compreender como os sujeitos experienciam o próprio cotidiano com os meios. É a própria experiência do hip hop que se faz, inteira, no cenário da mediatização.

Num primeiro movimento, é a partir dessa referência à mediatização que nos propomos a pensar as interações comunicativas cotidianas entre os sujeitos no universo do hip hop. De um lado, é preciso notar que, com a consolidação histórica desse universo de práticas artísticas – sobretudo nas periferias –, a cultura hip hop adquire uma visibilidade e uma amplitude significativas, e passa a circular massivamente nas mídias. Alguns artistas brasileiros de rap, como MV Bill e Thaíde, adquirem uma presença constante nas telas e nas páginas, e passam a povoar intensamente o cotidiano de milhões de adeptos da cultura hip hop em todo o país.



Por outro lado, as redes de sociabilidade tecidas no interior da cultura se ampliam imensamente a partir da evolução das tecnologias da comunicação – sobretudo no que se refere à internet e aos telefones celulares multimídia. As interações cotidianas se prolongam nas telas dos computadores e celulares, e podem ser tecidas redes muito mais extensas do que aquelas possíveis nas situações de co-presença no bairro ou na cidade.

No entanto, é preciso salientar, seguindo o argumento de Braga (2006), que a mediatização não substitui os outros processos interacionais, mas convive com outras práticas. Nesse sentido, a presença corporal conjunta ainda é a base de muitas das interações cotidianas entre os adeptos do hip hop. A cidade – com suas ruas e seus viadutos – ainda é o locus privilegiado para os encontros. Seja nas rodas casuais de break que acontecem cotidianamente e que reúnem pequenos grupos de jovens nas metrópoles brasileiras; seja nos encontros das equipes de dançarinos, rappers, DJs e grafiteiros; seja nos grandes eventos que celebram todos os elementos da cultura e reúnem semanalmente milhares de jovens – como o Duelo de MCs, em Belo Horizonte; a Batalha do Real, no Rio de Janeiro; ou a Rinha dos MCs, em São Paulo –, o que é imprescindível é a mútua exposição do corpo num espaço territorial comum.

Aqui, nos encaminhamos para um estudo acerca da dimensão propriamente estética da cultura hip hop. Buscamos, aqui, chamar a atenção para a singularidade das experiências estéticas que são possíveis nesse universo. Embora os produtos dessa cultura sejam distribuídos socialmente a qualquer um que queira deles se apropriar, lembramos que, como acontece com qualquer prática artística, a experiência estética no interior da cultura hip hop depende de certas habilidades e de certo conhecimento partilhado, que não são distribuídos igualmente entre todos. Como aponta Shusterman, “embora possa parecer espontânea no seu imediatismo, a experiência estética sempre depende de um fundo de percepções prévias, orientações preexistentes e significações de base que motivam as práticas anteriores” (SHUSTERMAN, 1998, p. 38).

Nesse sentido, se podemos afirmar que o universo do hip hop possui uma dimensão estética, é preciso reconhecer que esta só é singular porque depende de uma série de práticas e conhecimentos compartilhados, que fazem com que algumas experiências só sejam possíveis para aqueles sujeitos imersos na cultura hip hop. Se a fruição da música erudita contemporânea (pós-Schönberg) depende de uma série de habilidades e conhecimentos específicos, a fruição das formas artísticas do hip hop também.

De saída, é preciso dizer que experiência da cultura hip hop se faz no encontro entre sujeitos, mas também no encontro destes com os diversos materiais expressivos – da música rap que soa alto nos celulares aos videoclipes vistos aos montes no Youtube. Se for possível demandar algo de estético nessas experiências – para além da suposição de que elas proporcionam fortes vivências sensoriais e afetivas – acreditamos que uma boa maneira de compreendê-las é

dizer que esses objetos artísticos podem ser vistos como “medium que permite aos sujeitos tomarem consciência de sua própria experiência” (GUIMARÃES; LEAL; MENDONÇA, 2006, p. 8). Como escreve César Guimarães, a partir da referência ao filósofo alemão Martin Seel, a percepção estética “coloca em jogo uma relação experimental entre a significação dos objetos estéticos e a nossa experiência presente, ao permitir fazermos uma experiência com as experiências presentificadas pelos objetos” (GUIMARÃES, 2006, p. 16). Nesse sentido, ao vivenciarem esteticamente o cotidiano das periferias traduzido nas letras ou nos videoclipes de rap, por exemplo, os sujeitos têm a possibilidade de reinterpretar suas próprias experiências, a partir do deslocamento que as vivências estéticas produzem em sua experiência cotidiana.

Em outra possibilidade, é o cotidiano mesmo que passa a ser vivenciado esteticamente, como pode ser percebido de maneira exemplar no grafitti: ao transfigurar a cidade, transformando seus muros em objeto de contemplação, a cultura hip hop possibilita que a experiência estética invada o cotidiano de uma maneira bastante singular.

Dessa forma, é nas experiências que os sujeitos têm das canções, da dança e do grafitti – seja isoladamente, em casa, via Internet, seja em meio às derivas cotidianas na cidade, seja nos eventos de hip hop que condensam as três manifestações artísticas – que se articulam e se atualizam experiências cotidianas e se inventam modos de ser e modos de conviver. Nessas pequenas crises vividas na experiência ordinária, podem “emergir energicamente ilhas e novos territórios ainda não mapeados” (GUMBRECHT, 2006, p. 63).

No entanto, as vivências específicas dos sujeitos em contato com os objetos que podem se fazer medium da experiência estética – um rap ouvido no rádio, uma intervenção de break no metrô ou os muros grafitados da cidade – compõem a dimensão estética da experiência do hip hop, mas não a esgotam. Como nos lembra Quéré, “a experiência excede as vivências múltiplas e variadas, ou as sensações de todos os tipos, que dela fazem parte” (QUÉRÉ, 2010, p. 29).

Em primeiro lugar, porque, quase sempre, essas experiências estéticas acontecem na presença do outro, de forma não isolada das interações comunicativas cotidianas. Em certo sentido, são as próprias interações ordinárias entre os sujeitos imersos na cultura hip hop que adquirem uma dimensão estética. Um exemplo pode ser observado no trabalho de Andreana Clay (2003). Em sua etnografia das interações em um centro de convivência de adolescentes em uma pequena cidade no norte da Califórnia, Clay percebeu que as práticas artísticas da cultura hip hop surgiam entre uma conversa e outra, mediando os encontros, as tentativas de aproximação amorosa, as disputas de poder entre os meninos e meninas. Em meio às interações comunicativas ordinárias, surgiam possibilidades de experiência estética coletiva singulares quando um garoto ou uma garota, de repente e de maneira nada solene, se punha a improvisar uma rima ou a dançar, atraindo a atenção de todos. Para nossos propósitos, os achados dessa etnografia valem como um

precioso material empírico que indica como as interações cotidianas e a experiência estética se vêem mescladas na cultura hip hop.

Como se pode perceber, um dado que singulariza o hip hop é a não separação rígida entre produtores e consumidores de arte. O que se observa é uma circularidade muito grande entre produtores e receptores, que constantemente trocam de papel. Essa circularidade se dá, em primeiro lugar, entre as diferentes artes: um mesmo indivíduo pode ser grafiteiro, MC, DJ e b.boy, ou pode assumir duas dessas identidades, ou três, ou ainda ser uma coisa hoje e outra amanhã. Mas também, devido à enorme informalidade dessas práticas artísticas, um sujeito que apenas era um consumidor da cultura pode se posicionar como produtor, em cima de um palco ou em suas interações cotidianas.

No entanto, há ainda outro sentido em que podemos compreender a intersecção entre experiência estética e interações cotidianas no hip hop. Em grande medida, essa dimensão estética da cultura hip hop só pode ser compreendida se levarmos em conta a circulação dessas experiências, sua constante narração e colocação em trânsito. Se, “em uma perspectiva comunicacional, a experiência estética é a experiência estética compartilhada” (BRAGA, 2010, p. 82), apontamos que, como é característico de toda cena, essa circulação da experiência acontece todo o tempo no hip hop, e forma grande parte do “conteúdo” das interações comunicativas cotidianas. Seja nos encontros na cidade ou na constante troca de narrativas em blogs e comunidades virtuais, é nessa partilha constante da experiência que se forjam os próprios contornos da cultura hip hop.

Para Louis Quéré, “inserir a unidade da receptividade e da atividade num processo impessoal, que organiza a interatividade de um organismo e de um ambiente, permite conferir-lhe uma outra dimensão, a saber, uma dimensão estética” (QUÉRÉ, 2010, p. 37). Ao visarmos experiências estéticas que se dão no encontro e que circulam nas redes de sociabilidade, bem como interações comunicativas que adquirem qualidade estética, o que temos em vista é um mesmo processo, coletivo, mas impessoal.

São esses os termos por meio dos quais é possível falar de uma “experiência do hip hop” no contexto contemporâneo. Como aponta Shusterman, “a experiência envolve tanto a atitude receptiva como a ação produtiva, ambas absorvendo e reconstruindo, em retorno, o que é vivenciado, onde o sujeito da experiência molda e é ele próprio moldado” (SHUSTERMAN, 1998, p. 48). Em meio às experiências estéticas que se fazem e se narram no tecido urbano, no bojo das interações comunicativas, constitui-se uma experiência singular da contemporaneidade, que não pertence a nenhum sujeito. No interior dessa experiência, potencialmente estética, forjam-se identidades, mas também se constrói o próprio ambiente. Ou, em outras palavras, configura-se um mundo, um mundo comum, que só emerge entre os sujeitos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, E. N. *Rap e educação, rap é educação*. São Paulo: Summus, 1999.
- BRAGA, J. L. *Sobre 'mediatização' como processo interacional de referência*. In: 15º Encontro Anual da Compós. Bauru – SP, junho de 2006.
- \_\_\_\_\_. *Experiência estética & mediatização*. In: GUIMARÃES, C.; LEAL, B. S.; MENDONÇA, C. (org.). *Entre o sensível e o comunicacional*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p.73-88.
- BUARQUE DE HOLANDA, H. *A política do hip hop nas favelas brasileiras*. INESC. Disponível em: <http://www.inesc.org.br/biblioteca/textos/Le%20monde%20-%20%20Heloisa%20Buarque.pdf>. (s/d).
- DAYRELL, J. *O rap e o funk na socialização da juventude*. In: *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v.28, n.1, p. 117-136, jan./jun. 2002.
- DEWEY, J. *El arte como experiencia*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2008.
- DIOGENES, G. *Rebeldia urbana: tramas de exclusão e violência juvenil*. In: HERSCHMANN, M. (org.) *Abalando os anos 90: funk e hip hop: globalização, violência e estilo cultural*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- FRANÇA, V. *Interações comunicativas: a matriz conceitual de G.H.Mead*. In: PRIMO, A. et al (org.) *Comunicação e Interação*. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 71-92.
- GOFFMAN, E. *A ordem da interação*. In: \_\_\_\_\_. *Os Momentos e os Seus Homens*. Relógio D'Água Editores, 1999. p. 191-235.
- GUIMARÃES, C.; LEAL, B. S.; MENDONÇA, C. (org.). *Comunicação e Experiência Estética*. Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006.
- GUIMARÃES, C.; LEAL, B. S.; MENDONÇA, C. (org.). *Entre o sensível e o comunicacional*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.
- GUIMARÃES, C. *O que ainda podemos esperar da experiência estética?*. In: GUIMARÃES, C.; LEAL, B. S.; MENDONÇA, C. (org.) *Comunicação e Experiência Estética*. Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006, p. 13-26.
- GUMBRECHT, H. U. *Pequenas crises: experiência estética nos mundos cotidianos*. In: GUIMARÃES, C.; LEAL, B. S.; MENDONÇA, C. (org.) *Comunicação e Experiência Estética*. Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006, p. 50-63.
- HALL, S. & JEFFERSON, T. (eds.). *Resistance through rituals*. London: Routledge, 1976.
- HERSCHMANN, M. *Na trilha do Brasil contemporâneo*. In: \_\_\_\_\_. (org.) *Abalando os anos 90: funk e hip hop: globalização, violência e estilo cultural*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

\_\_\_\_\_. O funk e o hip-hop invadem a cena. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

JANOTTI JR, J. , “Are you experienced?: experiência e mediatização nas cenas musicais” In: XX Encontro Anual da Compós, Porto Alegre: junho de 2011.

MEAD, G. H. Mind, self and society. Chicago: The University of Chicago Press. 1934. Disponível em <<http://spartan.ac.brocku.ca/Iward/>>. Acesso em 10 de abril de 2011.

QUÉRÉ, L. “O caráter impessoal da experiência”. In: LEAL, B.; MENDONÇA, C.; GUIMARÃES, C. (orgs) Entre o sensível e o comunicacional. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p. 39-56.

SHUSTERMAN, R. Vivendo a arte. São Paulo: Editora 34, 1998.

SOVIK, L. “O rap desorganiza o carnaval: globalização e singularidade na música popular brasileira”. In: CADERNO CRH, Salvador, n. 33, p. 247-255, jul./dez. 2000.

SPOSITO, M. “A sociabilidade juvenil e a rua: novos conflitos e ação coletiva na cidade”. Tempo Social, v. 5, n. 1-2, p. 161-178, 1993.

STRAW, W. “Systems of Articulation, Logics of Change: Scenes and Communities in Popular Music”. Cultural Studies, Vol. 5, No.3, p. 361-375. 1991.

WELLER, W. “A construção de identidades através do hip hop: uma análise comparativa entre rappers negros em São Paulo e rappers turco-alemães em Berlim”. In: CADERNO CRH, Salvador, n. 32, p. 213-232, jan./jun. 2000.

YÚDICE, G. A conveniência da cultura. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

## NOTA

**1** A expressão cultura hip hop é a mais utilizada tanto nos estudos quanto pelos próprios participantes. De forma simples, designa um conjunto de práticas culturais surgidas praticamente ao mesmo tempo nos Estados Unidos da década de 1970 e que, posteriormente, se espalharam por quase todo o mundo ocidental. A definição mais corrente da cultura hip hop diz que ela tem quatro elementos: os b.boys e b.girls (dançarinos que protagonizam o break, um tipo de dança de rua); os grafiteiros, ou artistas de grafitti (linguagem das artes plásticas que surge das “tags”, nos anos 70, cujo suporte privilegiado são os muros da cidade); os MC’s (os “mestres de cerimônia”, cantores de rap) e os DJs (aqueles que criam e reproduzem as bases (ou o beat) para a as letras ou a improvisação dos MC’s).

**2** Referimo-nos aqui às contribuições mais recentes do campo da Comunicação no Brasil – nomeadamente, alguns dos trabalhos reunidos no GT Comunicação e Experiência Estética da Compós e aqueles compilados nos dois livros resultantes dos colóquios internacionais com o mesmo tema realizados na UFMG em 2004 e 2007 (GUIMARÃES; LEAL; MENDONÇA, 2006; 2010).