

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

NÃO SOU BOY, SÓ NÃO SOU OTÁRIO:
Negócios, diversão e prestígio nos mercados *pop* periféricos

SAULO NEPOMUCENO FURTADO DE ARAUJO

BRASÍLIA, 2018

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

NÃO SOU BOY, SÓ NÃO SOU OTÁRIO:
Negócios, diversão e prestígio nos mercados *pop* periféricos

Autor: Saulo Nepomuceno Furtado de Araujo

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Departamento de Sociologia, Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Doutor em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Edson Silva de Farias.

Brasília, junho de 2018

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UNB
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS – ICS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA – PPG-SOL

TESE DE DOUTORADO

NÃO SOU BOY, SÓ NÃO SOU OTÁRIO:

Negócios, diversão e prestígio nos mercados *pop* periféricos

Autor: Saulo Nepomuceno Furtado de Araujo

Orientador: Prof. Dr. Edson Silva de Farias.

Banca: Prof. Dr. Edson Silva de Farias (SOL/UnB)
Prof^a. Dra. Analía Soria Batista (SOL/UnB)
Prof. Dr. Michel Nicolau Netto (IFCH/Unicamp)
Prof. Dr. Elder Patrick Maia Alves (UFAL)

Dedico esse trabalho aos meus pais, Angela e Arizio, à minha esposa Mallu Nunes e ao grande amigo e professor Edson Farias, pela constante força e fé nos meus caminhos, mesmo quando pareci não acreditar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento dessa pesquisa, ao corpo docente e aos servidores técnico-administrativos do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de Brasília – PPGSOL/UnB e à Secretaria de Estado e Educação do Distrito Federal SEE-DF, pelo apoio necessário à realização dessa pesquisa.

Agradeço aos meus pais, Angela e Arizio pelo apoio incondicional, aos meus irmãos e familiares Fausto, Fábio, Mércia, Carol, Arthur e Letícia. À minha avó Angelita e avô Antônio Lucas, aos tias e tios: Marislene, Raimundo e família, Manuelina, Clarisse, Arildo e família, Iron e Família, Luís Pedro e família, César, Manuelina, Clarisse, aos primos Oswaldo, Mina e família, Priscilla e Fred, meus sogros Gláucia e Cherlles e família. *In memoriam* de minha avó Maria, tia Eurides e tios Edson, João Pedro e José Pedro Jr.

Agradeço à presença calorosa e inestimável de meus amigos, Daniel Matias e Beni Matias, Leonardo Silvério, Kalil Alencar e Mariana, Milce, Ronaldo e Gilson Alencar, Gabriela Alencar, Luan Caeté, Hugo Braga, Marcos Amaral, Elder Maia, Pedro Paulo Rosa, Bruno Gontyjo, Taís de Sant’Anna, Frederico Vianna, Geni Garcez, Thalles Milanio, Rafael Guimarães, Mariana Prezzoto e família, Arlete e Família, Gustavo e família, Thoti Cardoso, Yuri e família, Edson, Damião e Emerson Rodrigues, aos amigos e interlocutores de pesquisa Doctor Zumba, AfroRagga e Nauí, trio de grandes artistas, que tanto contribuíram para a realização desse trabalho.

Agradeço à família KAMIKA-Z, especialmente aos artistas Duckjay e Look pela acolhida, às comunidades de Heliópolis e Vila Tiradentes em São Paulo, ao estúdio do Mano DJ e sua equipe e aos artistas MC DH, MC 2K e Flash, às comunidades do Complexo da Penha no Rio de Janeiro, à organização do Campeonato Brasileiro de Som Automotivo, etapa Salvador, à paciência e gentileza dos informantes e interlocutores Paulo e família (SP), Ruan (BA) e Fabrício (RJ), entre outras pessoas de grande valor em toda essa caminhada.

Agradeço aos colegas de trabalho, direção e equipe técnica dos centros de ensino médio: CEAN, CEDLAN, CEM 12, CEM 10, CED 15 e CED 16 e a todas e todos estudantes, que tanto me ensinaram e ensinam diariamente.

Agradeço ao grande orientador e Professor, Edson Farias pelos dez anos de amizade e intenso trabalho de pesquisa.

Agradeço à sagrada proteção feminina de Nossa Senhora e à casinha familiar e amorosa CEU da Hoaska.

Por fim, agradeço àquela que representa a luz dos meus dias, a pessoa cuja força, doçura e apoio diário tornou a realização desse trabalho infinitamente mais feliz. A dona do sorriso mais lindo e o grande amor da minha vida, Mallu Nunes.

Lembrei daquela sexta-feira
Pé descalço e poeira
Menino que se achava dono da quebrada inteira
Dibicando pipa, saudade dessa idade
Nunca tive nada, mas tinha minha vaidade.

(Lembranças - Hungria Hip-Hop)

RESUMO

O trabalho tem por objetivo caracterizar alguns processos contemporâneos de expansão e complexificação das redes de produção cultural fomentadas por diferentes populações periféricas no Brasil, com foco direcionado ao mercado musical. A partir da investigação de contextos festivos e conteúdos musicais, majoritariamente produzidos, distribuídos e consumidos por jovens moradores de periferias urbanas do país, o interesse recai nas formas como a triangulação entre as dimensões dos negócios, os modos de diversão e as dinâmicas de prestígio se articulam no delineamento de extensas tramas de interdependências humanas, que dão forma aos pujantes mercados do entretenimento *pop* periférico nacional. Esses mercados e expressões culturais são entendidos enquanto simultaneamente *pop*, por visarem o alcance de públicos amplos e manifestarem abertos objetivos comerciais, e *periféricos*, do ponto de vista geográfico, por emergirem a partir de contextos periféricos urbanos, e do ponto de vista simbólico, por ocuparem, em geral, posições periferizadas em relação a um conjunto de critérios de julgamento e avaliação cultural acionados por diferentes segmentos da população e determinadas instâncias de consagração cultural, no contexto brasileiro. Serão investigadas específicas dinâmicas processadas nas últimas décadas, respectivas à vertiginosa expansão desses mercados, potencializadas por diferentes usos de uma série de recursos tecnológicos digitais de produção e distribuição musical em diferentes contextos periféricos. Se tentará compreender as condições de posicionamento da música *pop* brasileira no contexto global e alguns processos socio-histórico de construção das dinâmicas de prestígio musical no contexto brasileiro, bem como se processará a tentativa de delinear nuances conceituais e diferentes caracterizações sociais no recurso ao “periférico”, tematizando diferentes trânsitos entre as posições “centrais” e “periféricas” no contexto do mercado musical brasileiro, tornando fundamentais discussões em torno de questões de gênero, raça e diversidade sexual, decisivas no que tange às configurações contemporâneas dos trânsitos e redes interperiféricas de produção, distribuição e consumo musical.

Palavras-chave: *Pop* periférico. Economia da cultura. Periferia. Trânsitos culturais interperiféricos. Consumo cultural.

ABSTRACT

The main objective of this research is to characterize contemporary processes of expansion and complexification of cultural production networks supported by different peripheral populations in Brazil, focusing on the music market. It explores festive contexts and musical contents mostly produced, distributed and consumed by young people living in urban peripheries of the country. More specifically, the thesis examines how the triangulation between business, entertainment and prestige is linked to the formation of human interdependences, which shaped the growing markets of national peripheral pop entertainment. These markets and cultural expressions are here understood as being simultaneously: pop, as they intend to reach broad audiences and have an openly commercial objective; and peripheral, considering its geographical emergence in urban peripheral context and its symbolic position in the evaluation criteria of major instances of cultural consecration in Brazil. Therefore, the research investigates specific dynamics in the last decades, considering the vertiginous expansion of these markets, mainly potentiated by different uses of digital technologies of musical production and distribution. Finally, it tries to comprehend the conditions of Brazilian pop music in the global context and the historical processes which construct musical prestige in Brazil, and at the same time it attempts to delineate nuances in the “capturing” of the peripheral, revealing different transits between the “central” and “peripheral” positions of the Brazilian music market - what addresses fundamental discussions about gender, race and sexual diversity issues - in the contemporary configuration of inter-peripheral networks of musical production, distribution and consumption.

Keywords: Peripheral Pop. Economy of culture. Periphery. Inter-peripheral cultural transits. Cultural consumption.

RESUMEN EN ESPAÑOL

El trabajo tiene por objetivo caracterizar algunos procesos contemporáneos de expansión y complejidad de las redes de producción cultural fomentadas por diferentes poblaciones periféricas en Brasil, con foco direccionado al mercado musical. A partir de la investigación de contextos festivos y contenidos musicales, mayoritariamente producidos, distribuidos y consumidos por jóvenes, habitantes de periferias urbanas del país, el interés recae, en las formas como la triangulación entre las dimensiones de los negocios, los modos de diversión y las dinámicas de prestigio se articulan en el delineamiento de extensas tramas de interdependencias humanas que dan forma a los pujantes mercados del entretenimiento pop periférico nacional. Esos mercados y expresiones culturales son entendidos como al mismo tiempo pop, por tener el alcance de públicos amplios y manifestar abiertos objetivos comerciales, y periféricos, desde el punto de vista geográfico, por emerger a partir de contextos periféricos urbanos, y desde el punto de vista simbólico, por ocupar, en general, posiciones periferizadas en relación a un conjunto de criterios de juicio y evaluación cultural accionados por diferentes segmentos de la población y determinadas instancias de consagración cultural, en el contexto brasileño. Se investigarán específicas dinámicas procesadas en las últimas décadas, respectivas a la vertiginosa expansión de esos mercados potenciadas por diferentes usos de una serie de recursos tecnológicos digitales de producción y distribución musical, en diferentes contextos periféricos. Se intentará comprender las condiciones de posicionamiento de la música pop brasileña en el contexto global y algunos procesos socio-históricos de construcción de las dinámicas de prestigio musical en el contexto brasileño, así como se procesará el intento de delinear matices conceptuales y diferentes caracterizaciones sociales en el recurso al "periférico", tematizando diferentes tránsitos entre las posiciones "centrales" y "periféricas" en el contexto del mercado musical brasileño, haciendo fundamentales discusiones en torno a cuestiones de género, raza y diversidad sexual decisivas, en lo que se refiere a las configuraciones contemporáneas de los tránsitos y redes interperiféricas de producción, distribución y consumo musical.

Palabras clave: Pop periférico. Economía de la cultura. Periferia. Tránsitos culturales interperiféricos. Consumo cultural.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO 1 “OLHA A EXPLOÇÃO!” A EXPANSÃO VERTIGINOSA DOS MERCADOS <i>POP</i> PERIFÉRICOS	20
CAPÍTULO 2 QUAIS AS CONDIÇÕES DE POSICIONAMENTO GLOBAL DA MÚSICA <i>POP</i> BRASILEIRA?	36
CAPÍTULO 3 DINÂMICAS DO PRESTÍGIO MUSICAL NO CONTEXTO BRASILEIRO	47
CAPÍTULO 4 CONTEXTUALIDADES E NUANCES CONCEITUAIS NO RECURSO AO PERIFÉRICO.....	56
CAPÍTULO 5 TRÂNSITOS ENTRE CENTROS E PERIFERIAS NO MERCADO <i>POP</i> BRASILEIRO.....	67
CAPÍTULO 6 QUESTÕES DE GÊNERO E DIVERSIDADE NOS MUNDOS <i>POP</i> PERIFÉRICOS.....	79
CAPÍTULO 7 ESTÉTICAS ATLÂNTICAS NEGRAS, GLOBALIDADE, NACIONALIDADE E MASCULINIDADES	93
CAPÍTULO 8 DINÂMICAS NACIONAIS DO MERCADO <i>RAP</i> , UM OLHAR A PARTIR DO DF.....	121
CAPÍTULO 9 TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E A EXPANSÃO DOS MERCADOS <i>POP</i> PERIFÉRICOS.....	147
CAPÍTULO 10 VALORAÇÕES E SIGNIFICADOS LEGÍTIMOS EM ALGUNS CONTEXTOS <i>POP</i> PERIFÉRICOS	165
CONSIDERAÇÕES FINAIS	200
REFERÊNCIAS.....	206

Não sou *boy*, só não sou otário Negócios, diversão e prestígio nos mercados *pop* periféricos.

Saulo Nepomuceno Furtado de Araujo

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, um conjunto diverso de expressões culturais, primordialmente produzidas e consumidas no contexto das periferias urbanas do Brasil, tem mobilizado grande interesse de pesquisa a partir de diferentes olhares e disciplinas acadêmicas. Variados aspectos relativos ao tramado das múltiplas redes de produção e circulação de bens culturais periféricos têm sido examinados, produzindo possibilidades inestimáveis, no que tange à expansão dos horizontes de compreensão desses fenômenos.

As distintas maneiras como as discussões em torno das manifestações culturais produzidas e consumidas em contextos urbanos periféricos estão situadas nesse trabalho, não podem ser apartadas das dinâmicas processadas, tanto no curso da minha trajetória acadêmica, quanto do processo de lenta e diária lapidação do olhar a partir das quase três décadas de vivência cotidiana nas regiões periféricas de Brasília.

Tive a oportunidade de viver toda a infância, adolescência e boa parte da vida adulta entre diferentes quadras da Região Administrativa de Ceilândia, cidade que representa, indiscutivelmente, o mais icônico contexto periférico do Distrito Federal, seja por sua profunda diversidade cultural, sua numerosa e heterogênea população incansável em sua história de lutas¹; seja pelos cíclicos processos de abandono e mesmo perseguição política e cultural por parte de diferentes instâncias do poder público. Como aponta o trecho da célebre composição “Capítulo 4, versículo 3” do mais expressivo grupo paulista de *rap*, os Racionais MCs: “Para os mano (sic) da baixada fluminense à **Ceilândia**, eu sei, as ruas não são como a **Disneylândia**”.

Trata-se de um contexto urbano multifacetado, repleto de contradições e desigualdades, estigmatizado através de distintos processos de violência simbólica perpetrados em diferentes escalas a partir de variadas instâncias e mecanismos. A repetição

¹ Parte importante dessa história de lutas pode ser encontrada na obra “Incansáveis Moradores da Ceilândia – Uma história de Lutas” (2013) escrita pela advogada e cientista política Milza Guidi.

por décadas a fio de narrativas midiáticas exclusivamente dedicadas à associação da região à violência e à imagens relativas a diferentes tipos de práticas criminalizadas, por exemplo, contribuíram e ainda contribuem nos processos de invisibilização e silenciamento de vigorosas dinâmicas culturais, como o amplo e diverso circuito de produção e consumo de música negra, urbana e periférica em ebulição e transformação desde os anos 1970 nas regiões de Ceilândia e Taguatinga e outras periferias de Brasília.

Distintas formas populares de reprodução, transmissão e atualização da memória social, sobretudo a partir de matrizes culturais negras e periféricas na região, permitiram que os conhecimentos construídos nesses circuitos culturais de diversão fermentassem as condições sociais de expressão pujante, alcançadas pelas manifestações ligadas à cultura *hip hop*, não apenas em Ceilândia, mas em diferentes Regiões Administrativas do DF. Produções e contextos culturais que, somente após décadas de intensos desdobramentos e gozando de extrema e permanente popularidade nos contextos periféricos da região metropolitana do Distrito Federal, passaram das páginas policiais aos cadernos culturais dos jornais locais (TAVARES, 2009).

O histórico escamoteamento da vibrante vida cultural da cidade, que não se resume às manifestações ligadas à cultura *hip hop*, constituiu fator fundamental para a formação de um forte interesse de pesquisa em relação às dinâmicas do entretenimento jovem, nas periferias do Distrito Federal.

Diante da oportunidade de realizar um projeto de iniciação científica no segundo semestre de 2008, propus ao Professor Edson Farias estudar os mercados de consumo de forró eletrônico em Ceilândia, entretanto, um outro fenômeno cultural chamava atenção naquele momento: os processos de crescimento e profissionalização de festas dedicadas a uma nova onda *funk* carioca na segunda metade da década de 2000, dinâmica cultural que se espalhava por quase todas as periferias do Distrito Federal com presença marcante, sobretudo, entre as populações jovens das cidades de Ceilândia; Taguatinga; e Samambaia, três das maiores regiões administrativas em termos populacionais.

O projeto de pesquisa, relativo ao forró eletrônico, foi posto de lado e o foco da investigação foi dirigido à tentativa de compreensão das dinâmicas de convivência e transição entre formas artesanais e amadoras de produção de eventos, os chamados “frevos”, para produções de eventos profissionalizados, nativamente referidos por “funks chiques”, grandes festas realizadas, em geral, nas cidades citadas e em suas bordas rurais. O referido

trabalho de Iniciação Científica, desembocaria na monografia de graduação “Dos Frevos Motocar aos funks chiques: diversão e consumo nas dinâmicas do *ethos* funkeiro brasileiro”, texto que seria posteriormente publicado na forma de capítulo no trabalho “FACES contemporâneas da cultura popular” (2014), organizado pela professora Maria Celeste Mira e pelo professor Edson Farias.

Uma série de elementos chamavam atenção para os contextos de produção de festas e eventos ligados à música funk naquelas regiões, entre eles, o trânsito absolutamente confortável dos jovens participantes e promotores dos eventos não apenas pelas estéticas funk em voga naquele momento em diferentes periferias brasileiras, mas por todo um repertório de estéticas musicais negras e periféricas, sobretudo de base eletrônica, inclusive produzidas em outras décadas e distribuídas a partir de diferentes suportes e plataformas. Tratava-se da expressão de uma profunda memória social, fundamental à articulação contemporânea daquele conjunto de práticas de produção e consumo cultural.

A formação do gosto em relação a determinados bens culturais, que naquele momento busquei identificar por estéticas *black*, por remeterem a estéticas de matriz internacional-popular negra como o *rap* e o *funk*, e a manifestação de diferentes fontes simbólicas e de saberes práticos, necessários aos processos de produção de determinados modelos de eventos por parte dos jovens da região, não podiam ser interpretadas a partir da naturalização de uma espécie de vácuo histórico, ou a partir da crença num certo voluntarismo ou “espontaneísmo”, mas estariam articuladas a amplos fundos de memória social compartilhado entre gerações.

Na tentativa de compreender, não apenas a força contemporânea, mas o crescimento constante das produções e das manifestações de amplos públicos identificados às estéticas *funk* e *rap* nos contextos periféricos candangos, parti da perspectiva de que seria indispensável a tentativa de remontar alguns dos processos socio-históricos, que supostamente estariam na base do extremo peso cultural que essas estéticas possuíam e ainda possuem em todo o Distrito Federal. Nessa direção, o desafio da dissertação de mestrado estava posto. Passei a investigar a partir de amigos e conhecidos em Ceilândia e Taguatinga, pessoas que tivessem contato com: DJs; produtores de eventos; dançarinos; colecionadores; e sujeitos que teriam participado das festas ligadas à *black music* na região.

O mergulho na memória dos bailes *black* e “sons”² candangos dos anos 1970, 1980 e 1990 fora mais rico e profundo do que poderia imaginar em minhas mais otimistas expectativas de pesquisa. Conheci pessoas fantásticas, apaixonadas e cheias de entusiasmo que, com toda a paciência necessária, trabalharam comigo no sentido de remontar partes do quebra-cabeças mnemônico respectivo a essas manifestações na região. Obviamente, não era factível esquadrihar todas as dinâmicas processadas nos amplos circuitos de eventos que se estendiam por todo Distrito Federal ao longo das décadas destacadas, mas foi possível tecer importantes teias de memória respectivas às relações entre dimensões técnicas, éticas e estéticas na produção e consumo de *black music* e, na consolidação de um amplo circuito de festas e eventos ligados a essas sonoridades, sobretudo nas cidades de Ceilândia e Taguatinga, onde se situavam entre as décadas de 1970 e 1990 fortes centros de ebulição dessas cenas culturais. Desse modo, parti da perspectiva metodológica de que as dinâmicas de cunho simultaneamente ético e estético eram indissociáveis dos incrementos nas possibilidades técnicas e tecnológicas de não apenas reproduzir, mas produzir os próprios conteúdos musicais.

É no início dos anos 1990 que as periferias de Brasília passam de localidades marcadas pelo consumo voraz de estéticas e eventos *black*, para se tornarem lugares fomentadores de poetas, músicos, compositores, entre outros artistas interessados em produzir música negra eletrônica. Naquele momento, ganhavam destaque as expressões identificadas ao *gangsta rap*³ estadunidense, marcando os conteúdos emergidos na região entre as primeiras produções do gênero no país.

Com o título “Entre garotos e suas equipes: consumo tecnocultural e dinamicidade ético-estética na cena *black* brasileira”, a dissertação de mestrado, que mais tarde se tornaria livro, buscava compreender a maneira como as dinâmicas de caráter técnico e tecnológico impactavam nas transformações dos protocolos éticos de vivência festiva e produção de eventos, assim como contribuíram para redefinir os horizontes estéticos do público, DJs e promoters de festas *soul* e *funk* dos anos 1970 e 1980 em direção à incorporação de uma miríade de novas estéticas eletrônicas negras, sobretudo a partir da segunda metade da década de 1980.

² As festas ligadas à *black music* na região eram chamadas de “som” por seus frequentadores e organizadores no período e região em questão. (Ex.: “Vai rolar um “som” no Quarentão”.)

³ Expressão popularizada, sobretudo por diferentes instâncias da mídia estadunidense, no sentido de nomear um conjunto de estilos de música rap marcados, entre outras características estéticas, por descrições vívidas do cotidiano violento de jovens moradores de periferia majoritariamente negros e latinos.

Os desdobramentos subsequentes à pesquisa, me colocaram diante de processos parecidos com aqueles ocorridos entre a construção do trabalho final de graduação e a elaboração do projeto de dissertação.

Entre a defesa da dissertação e a elaboração do projeto que seria apresentado na seleção de doutorado, uma série de dilemas se tornaram presença constante no delineamento das questões que buscava propor nesse novo ciclo de pesquisa que poderia ter início com a minha aprovação no processo. O sentimento de que determinadas lacunas na interpretação das particularidades e do real alcance simbólico e comercial dos mercados de estéticas negras eletrônicas no Distrito Federal se fazia presente.

Ao encerrar o trabalho de mestrado, discutindo as dinâmicas processadas nos anos 1990, uma avenida de possibilidades de investigação se abriu a partir da constatação da absoluta efervescência contemporânea de várias expressões musicais identificadas a um verdadeiro guarda-chuva de estéticas *hip-hop*, não apenas no Distrito Federal, mas em todo o país, reconfigurando de maneira profunda o posicionamento dos artistas e das imagens tradicionalizadas em tornos dos saberes e práticas comumente associadas a esses mercados musicais. Distintas musicalidades *rap*, produzidas em diferentes partes do Brasil, pareciam romper determinadas barreiras, ampliando, sobretudo, seu alcance comercial. Ao contrário de uma estética de nicho, acessível apenas a iniciados, uma série de produções pareciam se firmar cada vez mais enquanto fenômenos *pop* de alcance nacional. As mudanças eram vertiginosas, mas busquei manter no projeto o foco nos desdobramentos desses mercados no Distrito Federal e Região Metropolitana.

O contraste entre a musicalidade e as posturas combativas e politicamente compromissadas da maior parte das produções pioneiras na década de 1990 e a variedade de matizes e abordagens contemporâneas do fazer *rap* na capital, levaram à tentativa de compreender as disputas em torno dos símbolos e expressões legítimas nesse mercado local, na medida em que o patrimônio cultural construído nas décadas passadas, frequentemente era acionado no sentido de conferir legitimidade às produções contemporâneas, desse modo, tornava-se indispensável buscar compreender as relações entre distintas “gerações *hip-hop*” (TAVARES, 2009, 2010) na região, uma vez que esse mercado musical carrega a particularidade, presente em todo o mundo por se tratar de um fenômeno de caráter historicamente recente, da convivência contemporânea entre as primeiras gerações produtoras desses conteúdos e as novas gerações de artistas e produtores. Gerações que

estavam simultaneamente compartilhando e disputando espaços, seja nos planos simbólicos, seja nos aspectos relativos às oportunidades de negócios, expansão da popularidade e exposição dos trabalhos.

Com a aprovação do projeto, pude constatar a dimensão do desafio que se iniciava. Por quase dois anos me dediquei ao levantamento de informações, audição; visualização; e monitoramento das produções musicais e audiovisuais locais; à intensa pesquisa de campo realizando entrevistas; participando de encontros; batalhas de MCs; festivais; shows; gravações de discos e DVDs com o objetivo de obter o quadro mais amplo possível das dinâmicas entre os planos da festa e do divertimento e as diferentes facetas do compromisso estético-político em curso no mercado *rap* candango.

A intensa aproximação em relação a esse universo de pesquisa passou a revelar um inconveniente obstáculo. Tinha a constante sensação de que, em determinada medida, o trabalho se aproximava cada vez mais de uma apologia, ou em outros termos, de uma espécie de construto laudatório em relação à força crescente do mercado *rap* candango, cada vez mais próxima, no plano da escrita, do retrato de um complexo circunscrito de práticas e simbolizações, ao passo em que os problemas e inquietações de pesquisa pareciam esmaecer quanto mais me imaginava aproximado e familiarizado às dinâmicas desse complexo.

Parecia estar eliminando discursivamente questões inconvenientes, certas contradições e complexidades próprias das dinâmicas não-planejadas configuradas a partir das tramas de interdependências humanas (ELIAS, 1998), dando lugar a uma narrativa excessivamente coesa em torno da dinâmica dos fenômenos.

Determinadas trilhas metodológicas delineadas por Norbert Elias, indissociáveis de todo o processo de elaboração do trabalho, foram capazes de oferecer o “desconforto” necessário à reelaboração dos horizontes de problemáticas, além de evidenciar a necessidade de repensar determinadas condições sociais de partida e posicionamento, tanto pessoais quanto das trajetórias que atravessavam o processo de pesquisa até então. O trecho a seguir foi capaz de mobilizar intensas reflexões e consequentes reposicionamentos de coordenadas:

Por enquanto, quase todas as crenças sociais, quase todas as questões de ação social - e, como já disse, não só umas poucas teorias sociológicas em si mesmas - estão articuladas a noção de que tudo o que acontece nas sociedades humanas pode ser explicado em termos de atos de vontade, de ações e decisões deliberadas de seres humanos enquanto indivíduos e grupos. Muitas crenças sociais, uma multidão de “ismos”, são talhadas segundo esse padrão. A atração emocional ou,

alternativamente, a reação e o ódio que provocam podem ser realmente muito fortes. Não poucas vezes, seu teor de fantasia supera em muito sua orientação para a realidade. No nível de nossas sociedades, em que os perigos avultam e são quase incontroláveis, os padrões sociais não só permitem, mas exigem grande envolvimento emocional, alta afetividade de pensamento, menor controle dos sentimentos pessoais, tanto nas práticas sociais como nos meios de orientação a elas ligados. Correspondentemente, é baixa a habilidade para controlar os processos sociais que prosseguem pelo entrelaçamento dessas práticas, com seu efeito bumerangue sobre os próprios atores. (ELIAS, 1998, p. 241-242).

O “efeito bumerangue” produzido a partir do mergulho nos processos sociais investigados, em geral, demandantes de grande envolvimento, atingira em cheio os caminhos seguidos ao longo da pesquisa. Diante de evidências cada vez mais explícitas, percebi que havia construído um olhar excessivamente circunscrito a determinadas localidades, determinadas trajetórias humanas e abordagens estéticas, superestimando alguns posicionamentos e subestimando outros igualmente fundamentais, em parte, devido a expressão de um certo “localismo” ou mesmo um “bairrismo”, dadas as óbvias ligações afetivas relativas ao local de nascimento e convívio por basicamente toda a vida. Atitudes e sentimentos que também se articulavam a determinadas afinidades estético-políticas em relação a certas concepções artísticas dentro do mercado *rap* candango e a determinadas memórias e afetividades diretamente vinculadas às minhas condições “ceilandenses” de origem e posicionamento.

Pude notar aos poucos, não sem algum nível de sofrimento dado o alto investimento emocional, que as clivagens que pareciam absolutamente evidentes entre estéticas comprometidas, estéticas abertamente comerciais e posições intermediárias no mercado *rap* candango já não se apresentavam dessa maneira. Mais importante do que isso, as dinâmicas e condições que imaginava particulares a esse mercado local de expressões atravessavam diversos outros mercados artísticos emergidos nos mais diferentes contextos socioculturais.

As suposições e relativas “certezas” em torno de específicos mecanismos de disputa e controle ético-estético das possibilidades de expressão, espalhados em diferentes circuitos do mercado *rap* do Distrito Federal – embora não plenamente descabidas nas análises do universo *hip hop*, visto que se inscrevem nas próprias narrativas de origem dessas manifestações (TEPERMAN, 2015) – passaram a ser profundamente tensionadas em minhas análises por acelerados processos contemporâneos fermentadores de condições inéditas de produção, consumo, divulgação e posicionamento de conteúdos de origem periférica nos mercados de bens simbólicos, não apenas no Brasil, mas por todo o planeta.

Após cerca de dois anos de pesquisa, primordialmente dedicados à investigação das intensas dinâmicas próprias do mercado *rap* candango, percebi que os caminhos da pesquisa apontavam para toda uma série de aspectos incontornáveis, encontrados em diferentes expressões culturais produzidas em distintas regiões do país.

Percebi que já estava em curso um processo simultaneamente duro e positivamente desafiador de total remodelamento tanto do escopo, quanto do interesse central de todo o processo de pesquisa. A pergunta em torno das condições de reprodução, transmissão e transformação de uma memória *rap* candanga e o foco nos processos de partilha, disputas, sínteses e acomodações em torno desses saberes e práticas artísticas entre gerações, nesse contexto urbano, se expande sobremaneira.

Passo a me dedicar à tentativa de compreensão das condições socio-históricas que tornaram possíveis processos de construção de diferentes formas e memórias musicais *pop* periféricas no contexto nacional e aos modos e estratégias simbólico-comerciais a partir das quais essas produções, saberes e fazeres artísticos foram capazes de alcançar públicos amplos nacionalmente, sobretudo entre as populações moradoras das periferias urbanas de diferentes partes do país.

O esquadramento dessa profusão de memórias e dinâmicas em curso por todo o país ao longo de décadas em infinitas localidades, seria irrealizável do ponto de vista de um único pesquisador. Nesse sentido, privilegiei o acompanhamento dos processos transitados especialmente nas duas últimas décadas, quando houve um verdadeiro “boom” nacional dessas expressões, e selecionei específicos mercados culturais a partir do alcance quantitativo e alta popularidade regional e nacional contemporâneas. Foram escolhidas expressões culturais direcionadas à população jovem, divulgadas a partir de plataformas digitais, de base musical primordialmente eletrônica, produzidas principalmente a partir de referências e memórias simbólico-musicais de matriz urbana e bases sociais majoritariamente negras e periféricas. Para ampliar ainda mais a viabilidade da pesquisa, centralizei a investigação nos posicionamentos dominantes regionalmente e nacionalmente nos mercados *pop* periféricos selecionados.

Entre uma infinidade de expressões musicais de caráter *pop* - capazes de alcançar grande popularidade do ponto de vista quantitativo e abertamente produzidas com objetivos comerciais - e **periféricas** - por circularem principalmente nas periferias urbanas do país, pelo fato de que a maior parte do público e dos produtores partirem de regiões periféricas

urbanas e por essas expressões artísticas ocuparem posições, em geral, simbolicamente periféricas e “exteriores” às instâncias próprias dos mercados “tradicionais” ou “centralizados” – foram selecionados diferentes universos de temáticas a serem investigadas.

Nessa direção, torna-se fundamental compreender a ideia de periferia a partir de seu caráter eminentemente relacional e contextual, seja do ponto de vista simbólico, seja do ponto de vista geográfico-territorial, já que uma produção cultural pode emergir de contextos territorialmente periféricos e tornar-se hegemônica simbolicamente, ou representar posições relativa e contextualmente hegemônicas, ou ser comercialmente gestadas a partir de instâncias “centrais” e representar posições e grupos sociais simbolicamente periféricos, por exemplo.

Tratam-se de diferentes níveis e diferentes formas de periferização sempre entendidas a partir de específicos contextos e possibilidades relacionais. Uma periferia, do ponto de vista simbólico ou territorial, poder ser o “centro” se entendida a partir de outras condições objetivas de posicionamento social, logo, as periferias não correspondem a posições estanques, mas estão sempre relacionadas a diferentes condições e contextos de posicionamento. Nos próximos capítulos, busca-se discutir um conjunto de aspectos articulados às múltiplas facetas relativas aos arranjos socio-humanos nas quais estas expressões culturais estão diretamente enredadas.

CAPÍTULO 1

“OLHA A EXPLOSÃO!”⁴ A EXPANSÃO VERTIGINOSA DOS MERCADOS *POP* PERIFÉRICOS

No curso de toda a investigação pode-se perceber importantes especificidades em termos das condições simbólicas e objetivas em trânsito em distintos mercados *pop* periféricos nacionais e, ao mesmo tempo, a manifestação de toda uma série de aproximações e semelhanças entre esses mercados. Cada “praça”⁵ *pop* periférica investigada compartilha com as demais um conjunto de elementos e carrega idiosincrasias respectivas às dinâmicas de cada localidade expressando as particularidades conformadas a partir do desenrolar de diferentes processos de construção dos fundos coletivo de práticas, saberes e memórias compartilhadas regionalmente.

Entre as profundas aproximações observadas em campo e na pesquisa dos conteúdos produzidos em um conjunto de localidades, chamam atenção as diferentes estratégias de transformação das condições objetivas de existência e particularidades culturais, em potentes ativos simbólicos de construção estética e de posicionamento dessas expressões em diferentes mercados de produção musical e vídeo-musical, sobretudo num contexto de expansão das possibilidades de divulgação a partir das plataformas digitais.

Por meio da aproximação em relação a diferentes mercados *pop* periféricos tornou-se possível observar a diversidade de universos temáticos explorados, sobretudo, nos produtos musicais e vídeo-musicais. Percebeu-se, por exemplo, que temáticas de teor crítico-político, que em minhas equivocadas concepções iniciais pareciam monopólio de determinados gêneros do *rap* nacional, também podiam ser encontradas na radical indocilidade expressa em muitos *funks*, bregadeiras, tecnobregas entre outros ritmos, assim como o apelo ao divertimento, à sexualidade, à ostentação de bens e ao uso de drogas, também estavam presentes em uma infinita quantidade de estilos de *rap* nacionais.

Constatou-se que ao longo de boa parte do processo de pesquisa partiu-se de concepções engessadas acerca da compreensão de manifestações artísticas historicamente marcadas por fortes teores críticos. A tentação em torno da separação inconciliável entre os

⁴ O título se refere a um dos maiores hits da história do funk, a canção “Olha a explosão!”, interpretada por MC Kevinho. O vídeo, com mais de 660 milhões de visualizações pode ser acessado no link: https://www.youtube.com/watch?v=3yd_eoMOvqk. (Último acesso: 21/05/2018).

⁵ Utilizamos a categoria no sentido nativo dos negócios do entretenimento. A “praça” representa uma área de influência e proeminência de um determinado conjunto estético.

domínios da ética e estética, da arte e da política, marcava todo o processo de construção do trabalho, profundamente influenciado por uma infinidade de perspectivas, sobretudo acadêmicas, que naturalizavam discursivamente essas espécies de “cisões incontornáveis”.

Foi necessária uma profunda reconstrução do olhar no sentido de perceber que as expressões artísticas que apresentavam conteúdos de denúncia social, crítica política e racial, narrativas em torno de vivências e condições violentas de existência entre outras temáticas, presentes, por exemplo, nas manifestações pioneiras do *gangsta rap* nacional, conformavam e expressavam particularidades e horizontes estéticos fundamentais à própria comunicação eficaz dessas mensagens. Esteticidades e eticidades estavam imbrincadas de maneira absolutamente indissociável, evidenciando a artificialidade presente, sobretudo, no interior de diferentes tradições modernas do pensamento europeu, (GILROY, 2001; HERMANN, 2005) a partir da sonegação dessa relação inextrincável no plano das práticas culturais.

Ao abrir mão de categorizações encarceradoras dos limites estéticos e temáticos de diferentes produções, percebe-se que os mais diversos *gêneros pop periféricos* compartilhavam entre si diferentes níveis de abertura para a expressão de conteúdos explícitos relativos à uma série de temáticas, em muitos casos, marcadas pela expressão de narrativas acerca do consumo de mercadorias e participação de contextos festivos em que a dimensão da ilicitude constituía um poderoso ativo, simultaneamente simbólico e econômico, no interior destes distintos mercados culturais periféricos.

Estas aberturas temáticas enlaçadas a expressões musicais cada vez mais ricas, especialmente em torno de suas abordagens rítmico-eletrônicas, tem sido capazes de produzir profundas identificações, sobretudo em relação aos jovens moradores de periferias urbanas, que organicamente integrados às dinâmicas tecnológicas contemporâneas permitiram que um variado conjunto de estéticas *pop* periféricas explodissem⁶ em toda sua potência sonora e artístico-comercial por todo o Brasil, especialmente no curso da última década. O exemplo mais vigoroso dessa dinâmica pode ser encontrado na produtora KondZilla. Aberto no ano de 2012 e primordialmente dedicado à produção audiovisual de diversas estéticas *funk*, o canal de divulgação digital configura, na atualidade, o maior e mais influente do país na plataforma YouTube e um dos canais musicais mais visitados do mundo.

⁶ A metáfora da “explosão” também é frequentemente utilizada nos ramos da produção musical e de eventos para evidenciar um grande êxito comercial.

Em larga medida, as dimensões da indocilidade e a expressão de uma ampla abertura para a experimentação e mesmo para verdadeiras especulações simbólicas e financeiras, entre o acionamento de outros recursos culturais, contribuem na configuração de amplas possibilidades de comunicar e expressar práticas e sentimentos interditos a outras expressões musicais populares no Brasil, sobretudo aquelas que encontram nos meios tradicionais, como o rádio e TV, suas principais plataformas de divulgação, conferindo aos diversos gêneros *pop* periféricos possibilidades vertiginosas de crescimento.

Estes produtos culturais são capazes de expressar e mobilizar inúmeras práticas, desejos, aspirações, assim como revelam e potencializam determinadas dimensões cotidianas e extra cotidianas da vida nas periferias, sendo majoritariamente produzidas e consumidas por parcelas jovens da população. Tais expressões compreendem simultaneamente “matrizes e moedas” (ELIAS, 1994), ou seja, articulam redes de interdependências humanas, atualizam e expandem repertórios socioculturais que participarão na formação de outras jovens subjetividades, que por sua vez, darão corpo a novos ciclos de criatividade. Em outros termos, ao passo que contribuem na formação de crenças, gostos entre outros saberes e repertórios disposicionais são também formadas e alimentadas por esses fundos de memória social.

Entre os elementos que competem na formação do gosto e da memória cultural nas periferias brasileiras cumprem papéis decisivos aqueles expressivos de cenários, situações, características e vivências primordialmente urbanas. Os jovens consumidores dessas estéticas, ao contrário de outras gerações, tiveram menos contato com símbolos e produções culturais tradicionalmente associados ao mundo rural e, em grande parte, nasceram e viveram sob condições urbano-periféricas de moradia em contato próximo com gerações de adultos e jovens adultos que em sua maioria também cresceram em contextos urbanos.

A dinâmica extremamente recente de ampliação da potência econômica dos grupos de produção cultural *pop* periférica não pode ser compreendida, exclusivamente, a partir da expansão das possibilidades de produção e divulgação digitais, entretanto, esses cenários e mediações digitalizadas oferecem ferramentas e informações privilegiadas para a compreensão desse processo.

Essas manifestações se encontram no centro de uma virtuosa “tempestade perfeita”. Mesmo diante de uma grave recessão econômica, apenas entre os anos de 2016 e 2017 o acesso à internet a partir de aparelhos celulares no Brasil cresceu 8,7% segundo a PNAD

Contínua de 2018. Em termos de domicílios com acesso à internet, o crescimento foi de 4,2% no período, ou de 5,1 milhões de domicílios. Esses dados contribuem para a compreensão do crescimento ininterrupto das inscrições nos principais canais de divulgação de produções musicais e vídeo-musicais *pop* periféricas.

Outras informações importantes dizem respeito ao engajamento da população jovem nas plataformas digitais. Conforme dados da PNAD Contínua de 2016⁷, as pessoas que mais acessam à internet possuem entre 14 e 29 anos. Entre os adolescentes de 14 a 17 anos o percentual é de 82,5%, na faixa dos 18 aos 19 anos, 85,4%, entre os 20 e 24 anos o total é de 85,2%, entre os 25 e 29 anos de 83,8%.

Ou seja, embora os jovens representem cerca de um quarto da população brasileira ou cerca de 51,3 milhões de pessoas de 15 a 29 anos, entre os quais 84,8% vivendo em contextos urbanos (conforme dados relativamente defasados do Censo Demográfico 2010), apresentam a maior taxa de conexão entre todos os segmentos etários.

Além disso, a população jovem representa historicamente o foco dos investimentos do mercado de entretenimento musical como apontam, por exemplo, uma série de executivos da indústria da música no trabalho “*Mainstream*” de Friederic Martel (2012). No interior desses mercados, os jovens representam os mais importantes “*trendsetters*”, ou “lançadores de tendências”, os principais responsáveis pelo “*hype*” (publicidade exagerada, grande repercussão midiática) e pelo “*cool*” (a definição do que legal, contemporâneo, avançado) em torno dos objetos culturais, sobretudo musicais e vídeo-musicais, em circulação pelo mundo. (MARTEL, 2012, 2015).

Estão também situados entre as faixas etárias que mais utilizam a internet como fonte de entretenimento e entre as frações populacionais que mais consomem música e eventos musicais.⁸ Logo, a população jovem está posicionada no núcleo das disputas culturais no universo da cultura *pop* central ou periférica.

Importante fator de potencialização de toda uma série de instâncias de produção e divulgação de produções *pop* periférica nas plataformas digitais se situa exatamente no fato

⁷ Os dados podem ser acessados na página: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=19937&t=sobre>. (Último acesso: 21/05/2018).

⁸ Informações importantes em torno dessas relações podem ser acessadas nas seguintes matéria jornalísticas: brasil.elpais.com/brasil/2014/01/26/politica/1390771527_418106.html. (Último acesso: 21/05/2018).

<https://exame.abril.com.br/marketing/geracao-y-e-maioria-no-spotify-veja-o-consumo-na-plataforma/>. (Último acesso: 21/05/2018).

Outras informações em torno das relações entre mídia e consumo juvenil podem ser encontradas no artigo: http://www.revistapmkt.com.br/Portals/9/Edicoes/Revista_PMKT_003_01.pdf

de que, enquanto os grandes conglomerados de música insistiam em modelos de negócios flagrantemente anacrônicos e superados, empreendendo malsucedidas “[...] guerras contra a pirataria [...]” (VIANNA, 2003), os produtores culturais periféricos já ocupavam importantes espaços nas nascentes plataformas digitais. Quando o consumo musical digital se torna uma faceta hegemônica do mercado de divulgação e distribuição musical e vídeo-musical, sobretudo entre os jovens, todo um conjunto de instâncias de produção e distribuição dos conteúdos *pop* periféricos já se encontrava adaptado às estratégias de promoção de conteúdos digitais e bem posicionado no interior desses mercados.

Determinados processos atravessados pelo mercado de música sertaneja no Brasil, a partir dos anos 1960, permitem que vislumbremos dinâmicas semelhantes a partir de condições objetivas distintas. Num contexto socio-histórico em que as rádios, a televisão e o mercado do disco tinham a quase total hegemonia na distribuição dos conteúdos musicais, a música sertaneja se encontrava periféricamente posicionada em termos da capacidade de expandir o alcance de seus conteúdos através de algumas estratégias disponíveis naquele momento. Seus conteúdos eram taxados de “bregas” e “popularescos”, entretanto, a enorme popularidade das canções e as enormes vendagens dos discos, sobretudo no interior do país e entre as populações das grandes cidades com vínculos fortes em relação ao imaginário rural – porém abertas aos elementos modernizantes presentes nessas novas musicalidades (ZAN, 2016), permitiram que esse mercado específico, pouco a pouco, se tornasse uma faceta amplamente dominante do mercado musical brasileiro contemporâneo. Se observarmos a presença contemporânea do gênero *funk* nas plataformas digitais brasileiras e esse fosse o único mecanismo de mensuração da popularidade de um gênero musical, diríamos facilmente que se trata do ritmo hegemônico nacionalmente.

No contexto, sobretudo da última década, de expansão vertiginosa do consumo musical digital entre os jovens, as produções neosertaneja e pós-caipiras (ZAN, 2016) se encontravam privilegiadamente posicionadas na configuração tradicional dos esquemas de distribuição de conteúdos musicais, entretanto, o metagênero *funk* encontrava poucas aberturas de circulação nesses espaços tradicionais, principalmente os subgêneros baseados em narrativas de teor explícito e/ou ilícito, todavia, esses gêneros indóceis “chegaram antes” no processo de “colonização dos espaços digitais” e embora os ritmos neosertanejos e pós-caipiras sejam os mais consumidos em todo o Brasil a partir de diferentes mediações, nas plataformas digitais gozam de níveis semelhantes ou menores em termos de alcance, em

comparação a determinadas produções *pop* periféricas contemporâneas dos mundos *rap* e/ou *funk*.

Essas dinâmicas são fundamentais na compreensão do crescente peso simultaneamente simbólico e comercial que as produções musicais periféricas contemporâneas têm alcançado nos últimos anos. Ao examinar determinados aspectos das disputas por recursos no plano das relações empresariais, em que o capital econômico constitui faceta dominante na coordenação dos intercâmbios sociais constitutivos dessas esferas, Bourdieu indica que nos universos sociais dedicados à produção simbólica, tais como os campos literários, artísticos e científicos, não é possível assistir níveis semelhantes de transparência em relação à expressão das estratégias mobilizadas pelas pessoas desigualmente posicionadas em diferentes circuitos de produção cultural, onde as sanções costumam ser em grande medida de ordem simbólica. (BOURDIEU, 2003, p. 247).

Nesse sentido, embora partamos da compreensão das especificidades dos mercados de produção de bens simbólicos, torna-se fundamental que se interprete a ideia de mercados *pop* periféricos a partir dos específicos tramados densos de memórias e relações que os constituem, logo, não podemos operar a partir de uma cisão artificial entre economia e cultura, na medida em que as manifestações culturais em questão visam os maiores lucros e audiências possíveis, desse modo, investigaremos expressões musicais e vídeo-musicais explicitamente comerciais, característica que, por sua vez, se articula de maneira inextrincável aos próprios conteúdos estéticos em circulação nesses mercados.

Estas redes de produção e consumo de bens simbólicos e eventos são marcadas por disputas e alianças por vezes flagrantemente articuladas em torno do cálculo econômico, embora nem sempre definidas de maneira predominante por essa lógica, mas por toda uma série de demandas, crenças e afetividades de distintas matrizes sociais, construídas, remodeladas e reproduzidas ao longo de várias décadas em que cada contexto periférico pôde conformar as condições de produção, consumo e adensamento das teias relacionais respectivas aos negócios do entretenimento nessas contextualidades.

Além de estarem diretamente imbrincados nos processos de compartilhamento geracional de saberes e crenças por parte de amplos segmentos das juventudes periféricas, os artistas e demais agentes, investidores e produtores dos gêneros *pop* periféricos parecem não pautar seus negócios exclusivamente a partir da predominância de lógicas e comportamentos competitivos. Embora haja grande competitividade por melhores

oportunidades de produção e exposição do trabalho artístico *pop* periférico em diferentes “praças”, nem sempre artistas, público e produtores partem da perspectiva de que determinadas trajetórias e estéticas necessariamente anulariam, inviabilizariam ou tomariam todo o espaço de outras.

Alianças, agregações, parcerias e compartilhamento de capitais simbólicos valiosos nesses mercados também possuem grande espaço nesses contextos criativos extremamente prolíficos, onde múltiplos agentes testam diferentes possibilidades de êxito comercial a partir de suas condições objetivas – sobretudo simbólico-financeiras – de posicionamento em ambientes culturais amplamente marcados por muitos testes, apostas e especulações em torno da oferta dos produtos culturais.

Nas dinâmicas da pesquisa de campo tornou-se possível presenciar fenômenos bastante heurísticos acerca da intensidade das trocas simbólicas e da circulação dos conteúdos oriundos de diferentes praças periféricas pelo Brasil, além de observar em diferentes contextos socioculturais intensa disposição e grande velocidade no desenvolvimento de combinações entre estéticas *pop* periféricas de diferentes partes do país ao acompanhar, por exemplo, a gravação de um arrocha *funk* em Heliópolis no estúdio de Mano DJ, importante produtor e *beatmaker*⁹ da cena *funk* em São Paulo recentemente contratado pela produtora KondZilla para o ramo de produções musicais.¹⁰

Alguns meses depois foi possível descobrir que aquela dinâmica rítmica eletrônica referida por “arrocha” em São Paulo, ganhava outras denominações como *brega funk*, *arrocha funk*, *bregadeira* e *arrochadeira* no ambiente *pop* periférico Baiano e de outros estados do Nordeste. Já as letras de determinados *hits* e *megahits*¹¹ nacionais do *funk* paulista e carioca ganhavam regravações nordestinas em diferentes bases musicais, os *beats* do Sudeste eram substituídos por pagodes baianos, *bregadeiras* e *arrochadeiras* que alcançam extremo sucesso, sobretudo na região Nordeste. Esses exemplos apontam para o delineamento de fluxos não planejados de trocas e compartilhamentos de saberes, símbolos e experiências permitindo estabelecimento de processos estético-comunicativos dos mais diversos. Estes fluxos culturais interperiféricos, ou “brincadeiras musicais”, como destacado

⁹ Produtor de bases musicais eletrônicas.

¹⁰ A informação foi disponibilizada por Deiverson Alves, importante intelectual orgânico do cenário funk paulista, nesse vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=dpV5JtmBqoQ>.

¹¹ Grandes sucessos musicais.

por Hermano Vianna em entrevista ao Estado de São Paulo em 2013¹², ocorrem com extrema naturalidade e intensidade, ampliando ano após ano seu alcance e vigor estético-comercial no complexo emaranhado de posicionamentos possíveis no mercado de entretenimento musical brasileiro.

Os mais distintos sotaques, tanto num sentido fonológico, quanto num sentido sociocultural, se apresentam em múltiplas temáticas, narrativas e abordagens rítmico-musicais expressas nas produções. Esses “sotaques” são capazes de habitar o mesmo evento em diferentes regiões metropolitanas, no caso desta pesquisa, houve a oportunidade de observar fluxos; bailes; festas; e frevos, nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Brasília. Em todas elas se observou óbvias predominâncias de gosto, em geral, tangenciadas às produções locais que costumam ocupar a maior parte das *playlists*¹³, no entanto, parece não haver estéticas *pop* periféricas proibidas no plano dos diferentes eventos dedicados à essas expressões. A maior parte das produções *pop* periféricas nacionais parece ter autorização para circular, desde que soem adequadas aos ambientes festivos, em geral, demandantes de musicalidades intensas, vibrantes e dançantes. Pôde-se ouvir, por exemplo, *pop rap* candango em festas em Salvador e Rio de Janeiro, arrochas e brega *funks* em São Paulo, pagodes baianos, *funk* paulista e carioca em eventos em Brasília entre outras infinitas possibilidades de combinação num mesmo espaço festivo.

Cada praça *pop* periférica atravessa percursos socio-históricos específicos, fundos de memórias e saberes tecno-estéticos próprios e dinâmicas regionais particulares na tessitura de suas redes de produção e consumo musical, vídeo-musical e de eventos, entretanto, a partir da última década, torna-se cada vez mais destacada a intensificação de fluxos simbólicos entre estes diferentes contextos regionais, nacionais e internacionais de produção simbólica. Essas dinâmicas não planejadas parecem dar forma a tramas relacionais e comunicacionais cada vez mais extensas e densas, promovendo a potencialização do consumo e criatividade nesses mercados.

Diante dessas dinâmicas, torna-se caro o pressuposto sociológico de que “[...] do entrelaçamento de ações e intenções dos indivíduos emerge uma ordem não planejada que, enquanto tipo, é diversa da que denominamos ‘natureza’ [...]” (ELIAS, 1998, p. 251), permitindo a compreensão de que:

¹² Entrevista concedida por Hermano Vianna ao jornalista Ivan Marsiglia em 11/02/2013 disponível no link: <http://alias.estadao.com.br/noticias/geral,o-abacaxi-da-cultura-imp,-995433>.

¹³ Lista de músicas a serem executadas, em geral pelo DJ, num determinado evento.

As ações voluntárias que ocorrem dentro de uma rede de interdependências humanas, resultante da urdidura não planejada de necessidades não planejadas de muitos indivíduos não planejados, não provêm, portanto, de ações ou planos de qualquer um deles. O entrelaçamento de planos e ações de muitos indivíduos e muitos grupos, em outras palavras, resulta de processos sociais que não são planejados ou deliberados por qualquer um daqueles que contribuem para sua concretização. Esses processos são estruturados - eles podem até mesmo ser explicados -, mas a sua é uma estrutura *suigeneris*, diferente daquela dos processos físicos e biológicos. (ELIAS, 1998, p. 251).

Nesse sentido, o crescimento dos mercados artísticos *pop* periféricos e a potencialização dos fluxos comunicacionais interperiféricos – intensificados em sua articulação a novas possibilidades tecnoprodutivas e novos meios de comunicação e plataformas de divulgação dos conteúdos – contribuíram para a configuração de novas escalas de amplitude e densidade das redes de trocas simbólicas interperiféricas.

A escala de análise a partir da qual o trabalho se estruturou ao longo de dois anos teve de ser definitivamente alterada diante da amplitude dos processos em curso, logo, a estratégia técnica de monitoramento diário de diversas bancas e produtoras *pop* periféricas relativas à praça candanga fora ampliada para atingir os canais e produtoras mais populares de diferentes praças periféricas no contexto nacional.

Os critérios de definição das praças culturais nas quais realizou-se incursões de campo, possuíram diferentes naturezas, selecionou-se as duas regiões metropolitanas mais populosas do país, São Paulo e Rio de Janeiro¹⁴, Salvador pela amplitude, particularidade e consolidação de seu mercado musical, sua forte influência nacional e na região Nordeste e Brasília por sua condição emergente nos mercados *pop* periféricos nacionais e certamente por minha maior familiaridade em relação ao contexto sociocultural candango por residir na região, além de ter desenvolvido pesquisas na localidade ao longo da última década, fatores capazes de ampliar determinadas possibilidades de acesso às informações, relativas aos mercados culturais *pop* periféricos articulados no Distrito Federal.

Em termos do monitoramento das dinâmicas, informações e conteúdos divulgados nas plataformas digitais, foram selecionados canais de divulgação musical e vídeo-musical na plataforma YouTube com grande impacto cultural e forte alcance em termos de quantidade de produções, visualizações, compartilhamentos, comentários e visibilidade nacional. Abaixo a lista dos canais acompanhados:

¹⁴ Informações respectivas ao Censo Demográfico de 2010, disponíveis na página: https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/sinopse/sinopse_tab_rm_zip.shtm.

- Canal KondZilla;
- GR6 Explode;
- Tom Produções;
- Detona Funk;
- Legenda Funk;
- Deiveson Alves;
- KL Produtora;
- Dennis DJ;
- Funk Carioca;
- Backdi;
- Rap Box;
- Mussoumano;
- Haikaiss;
- Costa Gold;
- Cacife Clandestino;
- Tudubom;
- Damassaclan;
- 1 Kilo Oficial;
- Baguá Records;
- Fábio Brazza;
- Tribo da Periferia;
- OficialHungria;
- 7 Minutoz;
- Player Tauz;
- Thiago Gravações Apresenta;
- Gravei HD;
- Maycon Dionatan;
- Pagodão Universal;
- Hícaro Murilo;
- Start World;
- Portal do Arrocha;
- Pineapple StormTV.

Não se trata de um tipo de levantamento exaustivo de todo o volume de produção *pop* periférica nacional. Diante do volume de conteúdos publicados diariamente, essa tentativa compreenderia um empreendimento quixotesco, absolutamente inviável em termos do trabalho possível de ser realizado por uma pessoa. Se uma grande equipe de pesquisadores tivesse condições de mapear todas os fios das múltiplas redes *pop* periféricas nacionais por anos, muito provavelmente se encontraria “cenas” particulares não apenas em todos os estados, mas em múltiplas regiões dentro desses estados, cada qual com estéticas e linguagens musicais e vídeo-musicais próprias.

Desse modo, não se trata de mapear “galáxias” inteiras dos conteúdos, esquadrihando cada uma de suas idiossincrasias, mas da tentativa de observar, a partir de determinadas trajetórias e produções, expressões de dinâmicas particulares, entendidas em suas articulações aos contextos socio-históricos próprios a diferentes regiões do país, além de identificar e percorrer tramas de relações e fluxos de práticas e símbolos relativos às dimensões dos negócios, prestígio e diversão nas diferentes interfaces relacionais entre produtores e públicos periféricos em diferentes praças culturais.

Busca-se assim, ao longo de todo processo de pesquisa, transitar por diferentes fluxos e redes interperiféricas de produção e consumo cultural, sem pretender “esgotar” e “taxonomizar” essas dinâmicas profundamente complexas, plurais e multifacetadas, mas identificar possibilidades relacionais a partir de determinados trânsitos de práticas, símbolos, técnicas, gostos, afetos, bens, produções e trajetórias.

Como inscrito numa infinidade de letras das produções *pop* periféricas que cultuam as situações de lazer e diversão, o consumo digital desses bens musicais não pode ser dissociado dos contextos de ritualização festiva dos conteúdos. Entendido como “[...] mecanismo de consagração e instância de legitimidade das práticas culturais [...]” (FARIAS, 2011, p. 93) no plano das sociedades de consumidores, o entretenimento, em diferentes formas de expressão festiva, se articula ao peso cultural dedicado ao lazer nas sociedades urbanas do pós-Segunda Guerra. (FARIAS, 2011; MIRA, 1999, 2009).

Conforme Farias, no que diz respeito às grandes festas-espetáculo regionais ligadas às tradições culturais populares consagradas como: o carnaval carioca; a folia baiana; o circuito Junino e o Bumbá de Parintins, a

[...] construção dessa unidade institucional do entretenimento, cujas agências cada vez mais exercem monopólios amplos no gerenciamento de recursos e na

orientação das condutas, ao concentrarem capitais altamente valorizados (de informação e de prazer), se consagram como ordens de satisfação de necessidades – vicejadas em torno da diversão – infladas na rede societária de consumidores. (FARIAS, 2011, p. 94).

No plano da gestão do entretenimento *pop* periférico, estas agências destacadas pelo autor estão em pleno processo de consolidação e expansão de suas possibilidades de coordenação de recursos e condutas. O avanço desses processos de profissionalização impacta cada vez mais a dinâmica das grandes festas-espetáculo do país que passam a ser atravessadas pela potência contemporânea alcançada por toda uma série de gêneros *pop* periféricos. Ao longo dos últimos 5 anos, por exemplo, produções *pop* periféricas tem se revezado entre os principais *megahits* nacionais do período carnavalesco.

Embora os festejos regionais-espetaculares apontados por Farias, correspondam, em termos de seus trajetos socio-históricos e ancestralidades, a “[...] manifestações lúdicas e recreativas das classes subalternas [...]” (FARIAS, 2011, p. 14) tal qual as expressões culturais *pop* periféricas, algumas delas puderam ser “[...] mais tarde incorporadas ao patrimônio folclórico da nação brasileira [...]” (FARIAS, 2011, p. 14), posicionamento simbólico que difere profundamente do *status* contemporaneamente, ainda reservado a determinadas situações festivas e produções ligadas aos gêneros *pop* periféricos.

Em todas as regiões metropolitanas nas quais observou-se dinâmicas festivas diretamente, sobretudo os eventos de rua dedicados aos gêneros *pop* periféricos, tais como os fluxos, pancadões, bailes, frevos e festas de paredões, foi possível observar a circulação de narrativas que associam esses eventos às ideias do perigo, da clandestinidade, ilicitude e ilegalidade, dimensões que reforçam entre o público, quase sempre bastante jovem, um forte apelo ético-estético em torno de certos “símbolos da transgressão”, onde a pior coisa que pode acontecer durante essas modalidades de festejo, em geral, é a chegada da polícia, situação que nas comunidades periféricas de São Paulo costumam ser chamadas de “molhar o fluxo.”

Cada região estudada possui diferentes articulações entre poder público e outras instâncias privadas de gestão territorial urbana, em grande parte dos casos, ligadas ao comércio de substâncias ilícitas, evidenciando as profundas dificuldades das forças de segurança pública estaduais e nacionais em garantir o total domínio territorial em diferentes regiões metropolitanas do país. (MISSE, 2007, 2008).

Essas diferentes concertações e negociações – a despeito dos protestos de muitos moradores de regiões periféricas que convivem cotidianamente com esses eventos por vezes gigantescos, marcados pela longa duração, pelos altíssimos decibéis e pela ocupação das ruas – aliadas a outras condições de produção e expressão e aos distintos processos de formação dos patrimônios simbólico-culturais regionais que vão dar corpo a cada esteticidade *pop* periférica, configurarão possibilidades particulares de dinâmica festiva em cada localidade.

Esses gêneros alimentam a partir de sua intensa produtividade, diferentes circuitos e estilos de eventos. Do mesmo modo em que nas mediações digitais as produções *pop* periféricas de teor explícito convivem com produções atenuadas, marcadas por narrativas lícitas e implícitas, tanto periféricas quanto produzidas pelas instâncias tradicionais, os eventos e festividades possuem gradações em termos de suas dinâmicas em torno da ilicitude e explicitude, diferenças bastante relacionadas, mas não estanques, às suas configurações em locais abertos, como ruas, vielas, avenidas e praças ou “fechados”, como clubes, casas de shows, pavilhões e parques de eventos. Em metrópoles como São Paulo e Rio de Janeiro, dezenas de casas fechadas de eventos promovem festas ligadas às estéticas *pop* periféricas de maneira simultânea a outras dezenas de eventos de rua, que por sua vez, trazem maior possibilidades de predominância de estéticas explícitas e de práticas e dinâmicas ilícitas.

Embora se observem entre os eventos “abertos” ou “fechados” diferentes matizes em torno das dimensões do implícito e explícito, lícito e ilícito, e o consumo de produções organicamente periféricas e produções ligadas às instâncias tradicionais dos mercados musicais e vídeo-musicais, seria absolutamente equivocado “carimbar”, em formas particulares de eventos, determinada dinâmica enquanto unívoca, como afirmar, por exemplo, que festas de rua só se efetivam a partir do consumo de estéticas explícitas e festas em casas fechadas só permitem estéticas atenuadas.

As estéticas e práticas relativas às dimensões destacadas acima podem se expressar em qualquer configuração festiva, entretanto, o que foi possível observar nas participações de algumas dessas modalidades de eventos é que as festas de rua, em geral, dão primazia a esteticidades explícitas e periféricas, sem que, no entanto, encontrem-se fechadas a outras estéticas *pop* nacionais e internacionais, assim como outras configurações festivas, em geral “fechadas”, deram margem mais ampla a conteúdos *pop* tradicionais e narrativas em torno do lícito e implícito.

As dinâmicas em processo, no que tange às instâncias e plataformas digitais de consumo e expressão cultural respectivas às esteticidades *pop* periféricas, estão indissociavelmente enredadas às possibilidades efetivas de produção de conteúdos e montagem de eventos relativos a essas produções. Tratam-se de cadeias de interdependências em constante complexificação, especialmente a partir da autonomia galgada pela dimensão dos negócios, direcionando a ampliação e concentração dos volumes de recursos técnicos, financeiros e simbólicos, certamente, desigualmente distribuídos entre os diversos “fios” que compõe essas malhas sociais.

Ao examinarmos nos próximos capítulos diversas nuances e especificidades próprias dos mercados *pop* periféricos, processaremos a tentativa de articular questões relativas aos fenômenos tecnológicos e novas contingências digitais de alcance global, entendidas em suas interpenetrações respectivas aos universos periféricos de produção simbólica e nas questões respectivas aos processos socio-históricos particulares à diferentes localidades, em termos de suas condições socio-históricas de configuração de redes de negócios, prestígio e diversão na produção de eventos e conteúdos *pop* periféricos. Condicionamentos, apropriações e ressignificações particulares às diferentes redes locais, porém indissociáveis das dinâmicas sociotécnicas e tecnoculturais de caráter mundial.

Esta articulação entre planos teórico-metodológicos ocorre no recurso direto às questões e materiais levantados nos processos de monitoramento de diferentes redes digitais e mercados *pop* periféricos emergidos em diferentes regiões metropolitanas, a partir das entrevistas e observações de eventos e contextos de produção e consumo realizadas nessas tramas urbanas.

Estes recursos e materiais de pesquisa, embora tenham sido disponibilizados a partir de diferentes meios e articulados à dinâmicas e critérios próprios a essas mediações, não serão apartados no recurso a categorias como “mundo digital” e “mundo físico”, mas tomados a partir dos modos como se entrecruzam enquanto fazeres e práticas-simbólicas, nas maneiras como expressam arranjos sociais característicos, integrando-se a partir de diferentes formas à problemática em torno dos modos diversos como se desenham tramas de interdependências humanas em torno da conformação de possibilidades de negócios e divertimento e das formas como se estruturam segmentações e valorações em termos de prestígio social no interior dos mercados *pop* periféricos estudados.

Nesse sentido, busca-se integrar estas distintas problemáticas e camadas analíticas em cada um dos próximos capítulos, sempre lidas a partir da tríade entre configurações de possibilidades de negócios, divertimento e disputas em torno de prestígio social, seja na análise de conteúdos digitais, seja na análise de contextos de produção e consumo de eventos e produtos culturais *pop* periféricos. Evitou-se a corriqueira disposição dos capítulos onde uma longa digressão supostamente teórico-metodológica “isolada” é seguida da discussão de “casos” empíricos. Parte do presente esforço sociológico disposto consiste em integrar no fluxo textual essas distintas dimensões ou “ênfases narrativas”, na medida em que, consideramos esses planos indissociáveis, no que tange ao próprio fazer sociológico.

As diversas contribuições analíticas mobilizadas, de matrizes acadêmicas ou não, serão enredadas aos trânsitos argumentativos de maneira que viabilizem estratégias e meios de evidenciar aspectos e dinâmicas relativas aos modos de produzir sobrevivência e retornos financeiros, entretenimento e prestígio social nas tramas humanas aqui referidas por mercados *pop* periféricos.

Nessa direção, busca-se indicar ao longo de todo o trabalho aspectos socio-históricos transitados, sobretudo nas últimas décadas, e estabelecer diálogos em torno de formulações conceituais relativas às discussões sociológicas em torno dos contextos culturais e urbanos periféricos, bem como discutir as relações entre esses contextos sociais e processos de produção cultural. Esse mergulho faz-se indispensável, na medida em que, o desenho das condições socio-históricas de constituição e transformação dos contextos periféricos no Brasil nas últimas décadas, se articulam de maneira indissociável às profundas dinâmicas observáveis no plano do consumo e produção de bens culturais em diferentes localidades.

Se partimos de uma modelação metodológica, que busca afastar compreensões substancialistas do mundo social, apostando na ideia de processualidades socio-históricas, entendida a partir de seus característicos tramados de interdependências humanas (ELIAS, 1980, 1994, 2006) indissociavelmente articulados a processos específicos de conformação, reposicionamentos e sobreposições geracionais de conjuntos de compreensões práticas ou saberes incorporados (BOURDIEU, 1983, 1996, 2009) – no plano analítico das dinâmicas contemporâneas de complexificação, potencialização e adensamento das redes de trocas simbólicas e econômicas referidas por mercados *pop* periféricos – não podemos nos furtar à tentativa de remontar algumas condições de possibilidades sociais que consideramos importantes na construção da disponibilidade de bases materiais e simbólicas, mediante as

quais, processos de subjetivação e de sociabilização de saberes-fazeres relativos à produção e consumo de cultura *pop* periférica se desenvolvem em diferentes localidades.

Todavia, diante da velocidade com se estabelecem contemporaneamente fluxos comunicacionais globais a partir das novas contingências tecnoculturais, não podemos partir da compreensão de que os mercados *pop* periféricos se encontram enclausurados em limites regionais e nacionais, tanto do ponto de vista das trocas simbólicas, quanto dos intercâmbios comerciais.

Diferentes autores internacionais, destacam tais processos de circulação global das realizações musicais tecnológicas produzidas em diferentes “guetos”¹⁵ do planeta, a partir de categorias como “*global guettotech*” (GOODMAN, 2009; MARSHALL, 2007), evidenciando em suas perspectivas a pujança criativa dessas práticas culturais e ao mesmo tempo endossando, em certos sentidos, a reprodução de alguns discursos exotizantes, em termos dos critérios de avaliação desses bens culturais a partir de perspectivas anglo e eurocêntricas.

Discutir as possibilidades de posicionamento das estéticas *pop* periféricas brasileiras num contexto global, constitui tarefa fundamental, no entanto, faz-se igualmente necessário compreender as condições de posicionamento das produções nacionais, empreendidas pelos grandes grupos econômicos do setor do entretenimento musical. Para que se consiga compreender as possibilidades de posicionamento periférico, torna-se indispensável conhecer as possibilidades de alcance mundial das esteticidades e produções musicais que ocupam o “centro” do mercado nacional de eventos e música. Nesse sentido, na próxima parte, busca-se compreender as condições de posicionamento da música *pop* “central” produzida no Brasil, na “guerra global dos conteúdos”, indicada por Martel. (2012, 2015).

¹⁵ Importante considerar que, partindo da perspectiva apontada por Wacquant (2008), nem todas as favelas e periferias podem ser consideradas “guetos”, tendo em vista que nem sempre compreendem localidades onde se processam políticas de explícita “gestão étnica” do território urbano.

CAPÍTULO 2

QUAIS AS CONDIÇÕES DE POSICIONAMENTO GLOBAL DA MÚSICA *POP* BRASILEIRA?

Para indicarmos as condições de posicionamento das expressões musicais brasileiras num contexto global de acirrada concorrência, torna-se imperativa a necessidade de discutir as possibilidades e dinâmicas de inserção de produtos musicais nos espaços centrais ou *mainstream* da música *pop* mundial – marcados pela concentração de grande potencial financeiro, maior capacidade de investimento, distribuição e legitimidade simbólica global, calcada em vastos “fundos de memória *pop*”, principalmente de matriz estadunidense, construídos e consolidados por diferentes gerações, sobretudo ao longo de todo século XX. Nessa direção, entende-se a ideia de *mainstream*, que pode ser traduzida para o português como “corrente principal” ou “fluxo central”, conforme a perspectiva de Frederic Martel (2012) segundo o qual, a “[...] palavra de difícil tradução significa literalmente ‘dominante’ ou ‘grande público’, sendo usada em geral para se referir a um meio de comunicação, um programa de televisão ou um produto cultural que vise um público amplo”. (MARTEL, 2012, p. 20).

Segundo o autor, as culturas de caráter *mainstream* constituem o oposto das abordagens artístico-culturais de nichos ou contraculturais e subculturais, remetendo, por extensão, “[...] a uma ideia, um movimento ou um partido político (corrente dominante) que tem o objetivo de seduzir todo mundo”. (MARTEL, 2012, p. 20-21).

Partindo da análise das dinâmicas sociopolíticas e econômico-culturais atravessadas por múltiplas instâncias e subjetividades que dão corpos às indústrias criativas que visam “[...] falar a todo mundo [...]”, Martel identifica nas falas de centenas de interlocutores relacionados a esses mercados ao redor do mundo, o uso corrente dessa expressão, utilizada em diferentes contextos e a partir de diferentes significações, em geral, associada ao ímpeto de “[...] produzir uma cultura *mainstream*, ‘como os americanos’ [...]”. (MARTEL, 2012, p. 21).

A ampla, histórica e incomparável dominação dos mercados musicais, por parte das indústrias criativas estadunidenses – que pode ser lida a partir das dinâmicas do campo bourdieusiano e da perspectiva configuracional eliasiana, se pensarmos no privilégio dos “estabelecidos” em relação aos “*outsiders*” (ELIAS, 2000, 2004) no que tange às maiores e melhores possibilidades de acúmulo e reinvestimento de seus capitais simbólicos e

econômicos no reforço da própria condição dominante (BOURDIEU, 1996, 2003, 2008, 2009) – se revela nas maneiras como os mercados de “música latina” encontram condições de inserção nos centros do poder musical global.

No capítulo “Miami, Capital Pop da América Latina” da obra *Mainstream* (2012), Martel investiga o processo de consolidação da cidade de Miami como o centro privilegiado de produção e distribuição dos conteúdos musicais “latinos” para todo o mundo. Na compreensão dos processos de ampliação do alcance das sonoridades “latinas”, transitados sobretudo a partir do século XXI, o ritmo porto-riquenho *reggaetón* cumpre papel decisivo. O metagênero¹⁶ marcado por ritmos caribenhos sincopados primordialmente eletrônicos e estilo de canto-falado, como na música *rap*, revoluciona a “[...] cartografia tradicional da música latina, até então extremamente compartimentada em nichos [...]”, também no espectro do mercado de música latina nos Estados Unidos. (MARTEL, 2012, p. 324).

Conforme Martel (2012), o sucesso estrondoso do ritmo, pode ser explicado pelo fato de que permite, pela primeira vez, que diferentes elementos culturais de origem “latina” sejam compartilhados entre a segunda e terceira geração de populações hispânicas vivendo em território estadunidense,

[...] o estilo urbano do hip-hop representa o país onde eles vivem e o ritmo caribenho, suas raízes. O jovem latino não precisa mais escolher entre a família e a pop culture americana, entre a tradição e o “cool”. O que é resumido assim por Daddy Yankee, um porto-riquenho de 28 anos que se tornou a grande estrela do gênero: “A música permite à segunda geração sentir-se latina. O reggaetón, une as massas latinas. (MARTEL, 2012, p. 324-325).

O autor destaca que, já no início da década de 2000, a população de origem hispânica torna-se a “[...] maior minoria americana [...]”, compreendendo atualmente cerca de 45 milhões de pessoas, algo como 15% da população dos Estados Unidos, entre os quais, metade possui menos de 29 anos, nesse sentido, “[...] as produtoras de discos se polarizam nesse mercado latino potencialmente ilimitado”. (MARTEL, 2012, p. 325).

O “[...] ecossistema muito específico de Miami [...]”, marcado pela presença dos “[...] bancos mais ricos da América Latina [...]”, créditos e subvenções fiscais aos negócios do entretenimento, estúdios de gravação de excelência, ramos de distribuição das *majors* e setores especializados no trabalho jurídico da indústria musical (gestão de *copyright*,

¹⁶ Roy Shucker define a ideia de metagênero como “fusões de vários estilos” (SHUCKER, 1999, p. 142).

negociação de direitos, redação de contratos), a partir do arcabouço normativo estadunidense, a presença de grandes agências e grupos de publicidade e de inúmeras casas de shows, clubes, bares, restaurantes além das rádios, permite que, Miami tenha a massa crítica de um continente, concentrada em apenas uma cidade. (MARTEL, 2012, p. 326-327).

Segundo Jorge Fonseca, representante da Sony em Miami entrevistado por Martel, o elemento da diversidade étnica cumpre papel decisivo na centralidade adquirida pela cidade, no que diz respeito ao mercado de música latina:

Miami é a América Latina em miniatura. Só em Miami encontramos uma tal mistura étnica. Em nenhuma capital, nem em Buenos Aires, na Cidade do México, no Rio ou em São Paulo, existe tamanha diversidade. Até os negros estão muito bem integrados aqui. Além disso, Miami é uma capital gay assumida, visível, fator determinante para que os artistas se sintam bem. Miami tornou-se a capital da América Latina na música, pois é a cidade da diversidade latino globalizada. (MARTEL, 2012, p. 327).

Embora diferentes dirigentes do negócio musical na América Latina questionem a pretensão de “capital exógena da América Latina” de Miami, reconhecem que “[...] quando se fala de pop transnacional comum aos diferentes países da América Latina, as pessoas só se lembram dos nomes dos latinos americanizados ou miamizados [...]” (MARTEL, 2012, p. 328).

A partir de meticulosos planejamentos de carreira, artistas como Shakira, Ricky Martin, Gloria Estefa; e Jennifer Lopez, galgam posições *mainstream* no mercado global, sobretudo Jennifer Lopez e Rick Martin, que buscaram escapar do “nicho” da música latina atravessando diferentes *hit-parades* com o objetivo de atingir públicos mais amplos nos Estados Unidos. Mirando esse objetivo, passaram a gravar suas canções em inglês, estratégia que se revelou bem-sucedida, na medida em que, conseguiram alcançar o *status* de estrelas *pop* globalizadas constando nas “paradas ‘pop’ e não mais das “*latin*”, pois cantam em inglês. (MARTEL, 2012, p. 329).

Ao entrevistar pessoas ligadas às *majors*, em atuação no contexto brasileiro, Martel se depara com as especificidades desse imenso mercado nacional, marcado por uma variedade imensurável de estilos, uma população gigantesca, uma economia que corresponde sozinha à soma de quase todos as economias da América do Sul e Central, além de contar com um fator fundamental para o relativo isolamento da produção de sua música *pop* em relação ao mercado latino e global, somos o único país lusófono no continente.

O então dirigente da Universal Music no Brasil, José Carlos Eboli, destaca o caráter de “ilha” cultural do Brasil, sendo quase sempre entendido como “[...] um mercado à parte, como se não estivéssemos na América Latina [...]” (EBOLI em entrevista a MARTEL, 2012), o executivo também atribui ao português fator determinante para a difícil penetração dos artistas hispânicos no mercado brasileiro, assim como podemos deduzir a difícil entrada de artistas brasileiros nos mercados falantes de espanhol por ocasião dessa barreira linguística.

Subordinada ao escritório da Universal Latin America, sediado em Miami, a Universal Brasil coordena do Rio de Janeiro todas as atividades da Universal no contexto brasileiro, evidenciando que apesar do relativo isolamento do mercado musical brasileiro, a centralidade de Miami ainda se faz presente. José Carlos Eboli descreve para Martel o caminho e as necessárias estratégias de marketing para que se fabrique uma “autêntica” estrela “*latino*”. O primeiro passo é fazer sucesso regional, em seguida, lançar-se nacionalmente, etapa que dado o gigantismo e dinamicidade do mercado musical brasileiro normalmente compreende um teto às ambições da imensa maioria das estrelas *pop* brasileiras. Não são poucas as histórias de fracasso nas tentativas de internacionalização de superestrelas *pop* nacionais.

Em seguida, aponta Eboli, é preciso conquistar o mercado latino nos Estados Unidos, etapa que só considera realizável a partir de Los Angeles e Miami. Apenas mediante a conquista desse mercado, rico, altamente competitivo e compartimentado em nichos, é possível, segundo o executivo, enfrentar o mercado mexicano, “[...] o mais importante quantitativamente e o mais difícil de atingir; em seguida, se o plano funcionar, vem o resto da América Latina [...]”. (EBOLI in Martel, 2012, p. 331).

Martel identifica a extrema dificuldade de um artista brasileiro tornar-se uma “estrela pop global”, na medida em que, as instâncias *mainstream* de produção em atuação no Brasil administram um mercado nacional imenso, mas “[...] com poucas latitudes ou influências no mercado internacional [...]”. (MARTEL, 2012, p. 332). Nas palavras do executivo André Midani, personagem emblemático da indústria transnacional do disco no Brasil, as dificuldades enfrentadas pelos artistas brasileiros também estão relacionadas à ausência de um grande volume de brasileiros vivendo em território estadunidense:

Desse modo, os americanos não nos conhecem, porque não nos veem. E nossa música não vende nos Estados Unidos, exceto em nichos muito localizados. Por

que um cubano de Miami, um mexicano de Albuquerque ou um porto-riquenho de Nova York haveriam de ouvir um artista brasileiro que sequer fala espanhol? Miami talvez seja a capital exógena para Cuba ou México, mas não para o Brasil. (MIDANI in MARTEL, 2012, p. 334).

Embora Miami consiga constituir forte centralidade no mercado *mainstream* de música hispânica e hispano-estadunidense, o Brasil permanece como um mercado musical à parte, operando majoritariamente a partir de sua lógica interna, embora receba e incorpore múltiplas influências estéticas mundialmente comercializadas, faz circular uma ínfima fatia de sua gigantesca produção nacional, tanto no âmbito dos mercados *pop* latinos e latino-estadunidenses, quanto no plano global. Em termos distintos, somos grandes produtores e importadores de estéticas musicais, porém exportadores quase irrelevantes, em termos quantitativos e financeiros, no mercado continental e global.

Em relação às dinâmicas do mundo *pop* falante de língua espanhola, os mercados nacionais se mostram bastante fechados. Embora o metagênero *reggaetón*, constitua o *mainstream* da música dançante direcionada ao público jovem em basicamente todos os países das américas do Sul e Central desde os primeiros anos do século XXI, contando também com forte presença nos mercados estadunidenses e europeus, só a partir de meados de 2016 o gênero ampliou sua popularidade em território brasileiro.

Uma “onda” *reggaetón* permanece tendo forte influência nos principais gêneros *pop* nacionais como: o sertanejo; o *funk*; pagode; forró; brega; *pop rap*; e “*pop nacional*”, aqui entendido enquanto um gênero, puxada, sobretudo a partir de 2017 pelo *megahit* global “Despacito”, interpretado por Luis Fonsi e Daddy Yankee (intérprete de talvez o primeiro *reggaetón* à tornar-se um *megahit* global “Gasolina” de 2004¹⁷), que embora cantando integralmente em espanhol e provavelmente fabricado para circular principalmente nos mercados latinos de língua espanhola e latino-estadunidense, já que produzido pela divisão Universal Music Latino, tornou-se o maior *hit pop* global de 2017 alcançando a marca de mais de 5 bilhões de visualizações do clipe na plataforma YouTube¹⁸.

Uma versão posterior, gravada com uma introdução em língua inglesa interpretada pelo astro *pop* Justin Bieber, embora bastante popular, obteve apenas uma fração do alcance da canção original. A composição teve a rara oportunidade de concorrer à premiação de

¹⁷ O videoclipe da canção pode ser acessado no link: <https://www.youtube.com/watch?v=cL7doi-X Lk>.

¹⁸ O videoclipe da canção “Despacito” pode ser acessado no link: <https://www.youtube.com/watch?v=kJQP7kiw5Fk>.

música do ano no evento principal do Grammy Awards 2018¹⁹, ao contrário de constar apenas na cerimônia de premiação do Grammy Latino.

Contemporaneamente, a artista brasileira Anitta, vinculada à gravadora e distribuidora Warner Music²⁰, tenta seguir os passos apontados por José Eboli, com o projeto “xeque-mate”²¹, direcionado à internacionalização de sua carreira, com o objetivo de ocupar posições *mainstream* no âmbito do *pop* latino e global, já que conquistará com segurança o mercado nacional.

O *reggaetón* “Sim ou não”, gravado em 2016 com a participação do artista colombiano Maluma²² ainda é cantado pela artista em português, o próximo single do gênero, “Downtown,” de 2017, gravado em parceria com outro artista colombiano, J Balvin, por sua vez, aparece interpretado pela artista integralmente em língua espanhola com pitadas de “espanglês”²³ no refrão. Essa aproximação com o mercado *pop* hispânico, cujo epicentro artístico-burocrático localiza-se em Miami, expressa de maneira clara a estratégia da artista no sentido de escapar da tradicional e dificilmente contornável, do ponto de vista da observação histórica, “clausura nacional” experimentada pelos artistas *pop* do *mainstream* musical brasileiros.

Embora os esforços de Anitta e sua equipe no sentido de promover a integração do *pop* nacional a cadeias de circulação mais ampliadas estejam alcançando relativo sucesso, as iniciativas dessa natureza costumam ser raras. Podemos especular em torno de toda uma série de razões pelas quais os artistas do *mainstream* musical brasileiro não costumam correr os riscos envolvidos na tentativa de internacionalização de suas carreiras.

A barreira linguística é uma delas, é bem provável que a maior parte dos artistas *pop* do *mainstream* nacional não falem a língua espanhola e inglesa e se mostrem pouco disposto a aprendê-las, num mercado em que a velocidade, efemeridade e altos níveis de intensidade do trabalho estão em questão. O aprendizado relativamente demorado de uma língua estrangeira pode representar um investimento custoso em termos de tempo e dedicação por parte dos artistas, já que não basta interpretar as músicas em língua estrangeira, é preciso se

¹⁹ A lista completa de premiados pode ser acessada a partir do link: <https://www.grammy.com/grammys/news/2018-grammy-awards-complete-winners-list>.

²⁰ A relação contratual está exposta na página: <http://www.warnermusic.com.br/artista/anitta/>.

²¹ O projeto de conquista de espaço internacional pela artista é detalhado na seguinte matéria: <http://www.caferadioativo.com/2017/09/checkmate-anitta-ideia-genial/>.

²² O hit “Sim ou não” com quase 300 milhões de acessos está disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=7Yrghfw1eNo>.

²³ Hibridizações entre palavras e expressões das línguas espanhola e inglesa.

comunicar com fluência e naturalidade com o público alvo em participações televisivas ou no rádio, por exemplo.

A diversidade e alta competitividade envolvida no mercado interno de música *pop* no Brasil também pode sabotar planos de internacionalização, uma vez que tentativas de voos mais amplos podem ser lidas como descaso pelo público e instâncias de produção e distribuição localizadas no país, além do fato de que, a concentração de esforços nos processos de exportação podem deixar lacunas nos mercados nacionais, permitindo que outros artistas ocupem as “cadeiras vazias” que podem não ser facilmente retomadas, dada a constante busca por novidades dos mercados de música *pop* que tiveram seus ciclos de efemeridade acelerados a partir da emergência das plataformas digitais e de novos atores na concorrência musical, entre eles, produtoras e artistas organicamente integrados às dinâmicas dos mercados *pop* periféricos, que experimentam crescimento vertiginoso, sobretudo, a partir da segunda década do século XXI. A pujança do mercado musical nacional, que já expressava suas características de indústria da criatividade desde a primeira metade do século XX (MAIA, 2012), e a conseqüente alta competitividade envolvida na ocupação de espaços privilegiados no *showbiz* nacional, atuam no sentido de pressionar artistas e agentes de negócios da economia criativa nacional a investirem seus capitais simbólicos e econômicos no mercado nacional. Esse amplo espaço sociocultural é capaz de garantir altíssimo potencial de remuneração nas esferas *mainstream* do *pop* nacional e possibilidades de retornos elevados, inclusive em “nichos” menos privilegiados na ocupação de espaços midiáticos e que possuem menores volumes de partida em termos de capital simbólico e financeiro.

Se analisarmos apenas o mercado de shows e megaeventos, segundo dados da consultoria PwC²⁴ de 2014 divulgados pelo Ministério do Turismo, o Brasil apresenta posição consolidada no *ranking* do mercado de shows na América Latina, ficando atrás apenas do México e com amplas perspectivas de ultrapassar o primeiro colocado. A estimativa da consultoria em 2014 era de que o mercado de shows no Brasil cresceria 39% até 2018, mercado que gerou, em 2013, 357 milhões de reais, podendo passar a quase meio bilhão de reais em 2018 sem considerar as receitas com publicidade que elevariam esse valor a cerca de 616 milhões de Reais. Tratam-se apenas das receitas diretas ligadas aos eventos,

²⁴ As pesquisas mais recentes da consultoria relativas aos setores de “Entretenimento e mídia” podem ser acessadas em: <https://www.pwc.com.br/pt/setores-atividade/entretenimento-midia.html.html>.

se incluirmos o impacto econômico como um todo, levando em conta as áreas de hotelaria, alimentação e serviços em geral se observaria um enorme efeito multiplicador. Conforme informações da Riotur, só o Festival Rock in Rio de 2013 movimentou cerca de 1 bilhão de reais na economia da cidade²⁵.

Se pensarmos que os artistas, produtoras, gravadoras e empresários ocupantes das posições dominantes no mercado musical brasileiro abocanham grandes fatias dessa renda, é fácil compreender por que os artistas *pop* brasileiros tendem a não arriscar o sucesso e a lucratividade alcançados no país em tentativas de internacionalização, quase sempre comercialmente malsucedidas.²⁶

Para termos alguma ideia das somas envolvidas, segundo Sorocaba, artista e megaempresário do mercado musical brasileiro, apenas os 10 principais artistas do gênero nacional hegemônico, a música sertaneja do centro-sul, movimentam cerca de 300 milhões de reais no mercado de shows anualmente. Informações que parecem revelar que os números levantados pela consultoria PwC no Brasil estão subestimados, já que estamos tratando de apenas um nicho musical brasileiro.

Conforme o artista e empresário sertanejo, a conta é simples: “Dez artistas sertanejos, os principais, fazem em média de 180 shows por ano. Com média de 10 mil pessoas por show. Então aí são 18 milhões de pessoas para cada artista sertanejo.”

Segundo a série de reportagens “Bem sertanejo”, apresentada pelo famoso artista do gênero, Michel Teló, no programa Fantástico da Rede Globo de Televisão, a média de preço de contratação de cada apresentação gira em torno de 175 mil reais. Multiplicados pelas 180 apresentações estimadas por Sorocaba, temos um montante de 300 milhões de reais, relacionados apenas ao valor médio de contratação das apresentações dos 10 principais artistas de um gênero²⁷, se considerarmos um efeito cascata, incluindo toda a cadeia de consumo de bens e serviços envolvidas em torno de cada uma dessas apresentações, as somas certamente se tornariam ainda mais estratosféricas.

²⁵ As informações estão disponíveis no link: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/09/brasil-ocupa-segundo-lugar-no-mercado-de-eventos-musicais>.

²⁶ Artistas nacionais como Sandy & Junior, Ivete Sangalo, Vanessa Camargo, Victor e Leo, Naldo Benny, Restart, Cláudia Leitte entre outros, tentaram sem sucesso, em termos dos investimentos realizados, inserções nos mercados pop latinos e globais. Uma galeria com detalhes em torno de algumas dessas tentativas pode ser encontrada no seguinte link: <http://emails.estadao.com.br/galerias/gente-lembramos-artistas-que-tentaram-mas-nao-conseguiram-fazer-sucesso-internacional.32293>.

²⁷ O vídeo com a íntegra da matéria pode ser acessado em: <http://g1.globo.com/fantastico/quadrinhos/bem-sertanejo/noticia/2014/10/michel-telo-mostra-negocio-milionario-que-musica-sertaneja-movimenta.html>.

Diante dessas informações, pode-se avançar no delineamento de uma categoria central nesse esforço de pesquisa, a ideia de “*pop* periférico”. Ao longo de toda argumentação foi possível observar diferentes possibilidades de ocupação de posições centrais (ou *mainstream*) e diferentes possibilidades de posicionamento “periférico”, ou diferentes camadas de periferização dos mercados *pop* de entretenimento musical em escalas regionais, nacionais, continentais e globais.

Segundo o dicionário Aurélio, o substantivo feminino deriva etimologicamente do latim, *peripheria*, embora possua, segundo outras fontes,²⁸ antecedência na língua grega. Conforme a definição do dicionário, o termo se refere, do ponto de vista geométrico, à “[...] superfície ou linha que delimita externamente um corpo ou uma região no espaço”. Embora a ideia de “periferia” assuma múltiplos significados, cabe retermos essa significação na medida em que, se faz extremamente adequada no delineamento das dinâmicas socioculturais em questão.

Do ponto de vista sociológico, quando nos referimos a um “mercado periférico” estamos indicando que este se encontra nos limites exteriores de outros mercados presentes no espaço social. Portanto, um mercado de música *pop* periférica está posicionado, em geral, nos limites exteriores de outros mercados musicais, entretanto, não podemos partir da ideia de que estes limites se fazem intransponíveis, na medida em que os “mercados centrais” se encontram, contemporaneamente, pressionados de maneira permanente e crescente pela força exercida por mercados situados em suas periferias. Dada a velocidade com que os mercados historicamente periferizados crescem contemporaneamente, não seria disparatada a hipótese de Hermano Vianna, no sentido de que os mercados historicamente “centralizados” possam com o tempo tornar-se “a periferia da periferia”. (VIANNA, 1990, 2003, 2006, 2013).

Como destaca Morin (1969), as instâncias de produção cultural comercial destinada a públicos amplos operam segundo fórmulas padrão, porém, frequentemente, recorrem à criação-inovação no sentido de renovar a oferta de seus produtos. Conforme as produções organicamente periféricas, do ponto de vista simbólico e urbano-territorial, galgam popularidade extrema no contexto *pop* nacional, sobretudo a partir das plataformas digitais, as “equipes de produção” das instâncias centrais precisam operar profundas mudanças em

²⁸ Uma abordagem etimológica mais detalhada do termo “periferia” pode ser encontrada na página: <https://conceito.de/periferia>.

seus modelos de negócios, acelerando os processos de incorporação de tendências originalmente formatadas nos ambientes de produção cultural exteriores aos seus domínios.

Se pensarmos do ponto de vista da hierarquia global dos conteúdos musicais *pop*, o mercado *pop* latino de língua espanhola se encontra perifericamente posicionado em relação ao mercado *pop* anglo-saxão. A própria existência de uma premiação denominada Grammy Latino apartada do Grammy Awards, apresentado enquanto premiação “global” da indústria da música²⁹, porém explicitamente voltado ao mercado musical de língua inglesa, sobretudo estadunidense e britânico, revela um típico processo de periferização. O anteriormente apontado caso de “Despacito”, de longe o maior *hit* musical global de 2017, foi derrotado por uma canção muito menos popular globalmente, porém interpretado em língua inglesa.

Já o mercado musical *pop* brasileiro, se encontra periferizado em relação ao mercado “Latino” de língua espanhola. Os artistas *pop* nacionais, embora extremamente populares e nababescamente remunerados no mercado *mainstream* nacional, não conseguem o mesmo nível de alcance expandido dos artistas *pop* hispânicos (americanizados), por uma série de barreiras linguísticas, estético-culturais e econômicas. Portanto, de um ponto de vista das possibilidades de alcance dos produtos e da amplitude dos mercados, o contexto musical *pop* brasileiro constitui um mercado *pop* “periférico” em relação aos mercados de música *pop* continentais e globais. Tendo em vista que no plano da América Latina, conforme Martel, não apenas no plano dos mercados musicais, mas em termos de todas as cadeias do entretenimento *pop*, não é possível observar uma cultura *pop* latina comum a todos os países da região, posição amplamente ocupada pela “[...] cultura *mainstream* norte-americana.” (MARTTEL, 2012, p. 332).

A compreensão do posicionamento internacional (periférico) do mercado de música *pop* brasileira, embora fundamental, não representa o foco de nossa investigação. Privilegiar-se em nossa análise a investigação das condições socio-históricas de emergência e os processos de expansão mercadológica e comercial de específicos mercados *pop* no Brasil contemporâneo. Os mercados nacionais emergentes de música *pop* aqui privilegiados são entendidos enquanto “mercados *pop* periféricos”, ou seja, delineados a partir de condições e limites de consolidação e expansão, em geral, externos às tramas sociais que dão corpo aos mercados *pop mainstream* nacionais. Embora não exista uma perfeita homologia entre posições periféricas ocupadas por determinadas expressões culturais em relação aos

²⁹As categorias e premiações podem ser consultadas no site: <https://www.grammy.com/>.

mercados *mainstream* de música nacional e condições periféricas de vida e moradia, entendidas a partir das condições e limites urbanos exteriores aos “centros” das cidades brasileiras, a popularidade dos gêneros *pop* periféricos se faz profunda nas periferias urbanas do país, movimentando poderosas economias de bens simbólico-materiais. Pujança que motivou o monitoramento da vertiginosa produção e divulgação dessas estéticas nas plataformas digitais e a investigar *in loco* de dinâmicas produtivas e festivas em contextos urbanos periféricos nas cidades de São Paulo, Salvador, Rio de Janeiro e Brasília.

As disputas geopolíticas das mídias e culturas pelas posições dominantes nos mercados do entretenimento global, pesquisadas por Martel (2012), se repetem em diferentes escalas em contextos regionais e nacionais. Nesse sentido, nos limitaremos ao exame de algumas dessas contendas, acomodações e rearranjos de poder exclusivamente relacionadas aos mercados de música *pop* no contexto brasileiro. Entendidos enquanto mercados de produção, distribuição e consumo musicais onde as dimensões do “ócio e negócio”, conforme Farias (2011) ou “estético-expressivas e econômico-comerciais”, nos termos de Maia (2012) não compreendem domínios inconciliáveis, como delineadas em geral nas tradições intelectuais folclórico-modernistas e romântico-revolucionárias brasileiras, a partir das quais, em geral, a dimensão do “negócio” é entendida enquanto maculadora de uma suposta “pureza estético-ideológica nacional-popular”.

Para que se possa aprofundar no exame das processualidades socio-históricas em curso em termos da expansão das indústrias criativas musicais e vídeo-musicais periféricas no Brasil, torna-se imperativa a necessidade de discutir as diferentes abordagens da ideia de “*pop* periférico”, apresentadas por pesquisadoras e pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento nas últimas décadas.

CAPITULO 3

DINÂMICAS DO PRESTÍGIO MUSICAL NO CONTEXTO BRASILEIRO

Na obra “Vocabulário de Música Pop”, o pesquisador Roy Shucker (1999) propõe uma perspectiva bastante abrangente da expressão “música *pop*”, que segundo o autor, se faz desafiadora em termos das possibilidades de uma definição de maneira absolutamente direta e exata. (SHUCKER, 1999). De um ponto de vista cultural, Shucker indica que,

[...] toda música pop é uma mistura de tradições, estilos e influências musicais. É também um produto econômico com um significado ideológico atribuído por seu público. De certo modo, a música pop abrange todo estilo musical que possua seguidores e incluiria, portanto, muitos gêneros e estilos excluídos deste livro, particularmente as diversas vertentes da música erudita e do jazz. Naturalmente, há controvérsia quanto aos critérios para a classificação “popular”, assim como sua aplicação a determinados estilos e gêneros musicais. A venda de discos, o público de shows, o número de turnês, as transmissões pelo rádio e pela televisão são indicadores da popularidade de um estilo ou gênero musical. A música erudita possui um público amplo de apreciadores, podendo ser, portanto, considerada popular, enquanto algumas formas de música popular têm um público restrito, como o *trash* metal. (SHUCKER, 1999, p. 8).

A partir da definição apontada pelo autor, podemos vislumbrar todo um conjunto de questões atravessadas nos processos de pesquisa em torno dos universos de produção de música *pop*. As diferentes expressões musicais de “caráter *pop*” se apresentam, na visão de Shucker, como resultado de intensas misturas de estilos e tradições, além de se posicionarem em diferentes contextos socioculturais enquanto “produtos econômicos” que, em geral, são acompanhados da atribuição de significados ideológicos por parte de seus públicos. Os objetivos quase sempre explicitamente relacionados a aspectos comerciais que acompanham essas produções, não impedem que o público atribua toda uma série de significados, compreendidos por Shucker enquanto “ideológicos”, a estas produções.

Entretanto, para se estudar mercados de cultura *pop* no contexto brasileiro, devemos levar em conta as especificidades que o termo “popular” assume historicamente no plano das análises, julgamentos e classificações culturais no país, nesse sentido, a opção pelo uso da expressão transnacional “*pop*” ao longo de todo o trabalho, visa afastar as ambiguidades produzidas pelos significados que a ideia de “popular”, associada ao plano das práticas de produção e consumo cultural, tem mobilizado ao longo de muitas décadas em diferentes debates e esferas sociais no Brasil.

Na coletânea “Cultura Pop” organizada por Simone Pereira de Sá; Rodrigo Carreiro; e Rogério Ferraz (2015), o pesquisador Thiago Soares indica que no contexto da língua inglesa a abreviatura de popular, ou seja, a palavra “*pop*” assume “[...] uma característica bastante específica [...]”. (SOARES, 2015, p. 20). Conforme o autor,

[...] a palavra circunscreve de maneira um tanto quanto clara, as expressões aos quais, de alguma forma, nomeia: são produtos populares, no sentido de orientados para o que podemos chamar vagamente de massa, “grande público”, e que são produzidos dentro de premissas das indústrias da cultura (televisão, cinema, música, etc.). Seria o que, no Brasil, costuma-se chamar de “popular midiático” ou “popular massivo”. A título de exemplo, estamos falando de telenovelas, filmes produzidos dentro dos padrões de estúdio, artistas musicais ligados a um ideário de indústria da música, entre outros. (SOARES, 2015, p. 20).

Na perspectiva de Soares, pode-se observar o uso analítico de categorias como “massa”, tomada no sentido de “público ampliado” e de “indústrias da cultura”, enquanto veículos e instâncias produtoras de cultura em escala “industrial”, enfim, profissionalizadas e especializadas em torno da produção e divulgação ampla de produções culturais.

De um ponto de vista histórico-cultural, célebres categorias como “cultura de massa” e “indústria cultural” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) articuladas ao amplo espectro de questões desenvolvidas nos contextos socio-históricos e simbólicos de desenvolvimento de diferentes abordagens de teoria crítica, assumiram no contexto brasileiro, a partir de uma série de contingências, sobretudo sociopolíticas, características próprias em sua consolidação enquanto categorias nativas de caráter ideológico (MAIA, 2012) encampadas, em geral, por segmentos sociais marcados desde a década de 1940, conforme Ridenti, por uma estrutura de sentimento romântico-revolucionária, associada a concepções estritas em torno da ideia de brasilidade. (RIDENTI, 2000, 2005, 2010).

Essas concepções político-culturais, guardam profundas relações com os ideários românticos do modernismo brasileiro (CAVALCANTI, 2004), tanto vinculado ao pensamento de Mário de Andrade, marcado pela busca ideológica dos fundamentos de uma cultura nacional “folclórico-autêntica”; quanto relativo à influência de Oswald de Andrade, frequentemente “reciclada” a partir da ideia de que as expressões culturais vindas de “fora” poderiam galgar legitimidade simbólica mediante passagem pelo “filtro antropofágico” brasileiro, a partir do qual, essas influências poderiam ser “absorvidas” ou “deglutidas” a partir das “raízes culturais” de um povo brasileiro idealizado.

Nesse sentido, qualquer expressão não situada num suposto passado mitológico nacional e/ou “suja” pelos imperativos das modernas sociedades de consumidores de um lado, ou não “antropofagizada” a partir dos moldes modernistas, passa a sofrer as denúncias da ilegitimidade e inautenticidade por determinados quadros da crítica cultural e outros setores da intelectualidade que partiam, e ainda partem, na maior parte dos casos, de condições privilegiadas de posicionamento social no contexto brasileiro, compondo parcelas da população supostamente “autorizadas” mediante hierarquias de classe e gosto, a legislar em torno dos objetos culturais legítimos no contexto nacional. (ARAÚJO, 2005; FARIAS, 2005, 2007, 2011a, 2011b; FREIRE FILHO, 2001; FREIRE FILHO & HERSCHMANN, 2003, 2006, 2007; HERSCHMANN, 1997; MAIA, 2012; MIRA, 2009; ORTIZ, 1994; RIDENTI, 2000, 2005, 2010; VIANNA, 1990, 1988).

Bezerra (2009), indica a hipótese de que Mário de Andrade, de um lado, seria uma espécie de pai simbólico das expressões artísticas vinculadas ao ideário nacional-popular, como o Violão de Rua e mais tarde o Movimento Armorial, visto que o corpo de valorações ético-estéticas defendidas por tais movimentos constituiriam desdobramentos das propostas de Mário de construção de uma arte nacional paralelamente erudita e popular e Oswald de Andrade, na contrapartida, representaria o patriarca do Tropicalismo, que nos anos 60 acaba por atualizar a “[...] vertente antropofágica do Modernismo”(BEZERRA, 2009, p. 4). O referido “parentesco cultural” entre modernismo e tropicalismo é também destacado por um conjunto de autores e autoras (AMÓRA, 2004; CARVALHO, 2006; COSTA, 2009; NAPOLITANO; VILLAÇA, 1998; NUNES, 2004; PEREIRA, 2005; SOVIK, 1998), dinâmica que revela, a partir de específicos desdobramentos culturais contemporâneos, especialmente nos mercados da música no país, o peso cultural constituído pelas perspectivas modernistas do início do século.

As diferentes expressões culturais, marcadas pela influência de Mario de Andrade, articulavam, conforme Bezerra, “[...] a reivindicação de formas artísticas consideradas por seus representantes como genuinamente brasileiras” (BEZERRA, 2009, p. 4). Para que este ideal fosse atingido, seria imprescindível a aproximação do artista em relação ao “popular” territorialmente localizado no Brasil, tornando possível um contato íntimo na caracterização de uma expressão artística sensível à linguagem do povo nacional. Numa abordagem relativamente distinta, o modo antropofágico de lidar com essas questões, engendrado por Oswald de Andrade, “[...] ao mesmo tempo em que “totemiza o tabu” quando associa

metaforicamente o ritual canibalesco à identidade nacional, inaugura um jeito novo de se relacionar com a cultura estrangeira” (BEZERRA, 2009, p. 5). A visão antropofágica e seus desdobramentos no tempo, forneceriam alternativa mais flexível ao nacionalismo radical, muito embora, mantenha o Brasil como eixo, ou destino fundamental do olhar. (BEZERRA, 2009).

Coelho (1989), por sua vez, aponta o equívoco contido na tomada das correntes ligadas a estética nacional-popular e do tropicalismo como visões radicalmente distintas. Para o autor, “[...] o tropicalismo construiu uma versão alternativa das relações entre cultura e política, disputando com a esquerda no seu próprio terreno; o que explica a reação explosiva da esquerda frente à produção tropicalista, e a não menos explosiva resposta a essa reação”. (COELHO, 1989, p.162).

Nos anos 1970, por exemplo, as mesmas empresas que gravavam e distribuíaam os materiais de artistas “engajados politicamente”, representantes diretos da tradição nacional-popular, gravavam e distribuíaam as produções dos artistas “tropicalistas”, da tradição modernista antropofágica. (MIDANI, 2008).

Do ponto de vista dos consumidores, grande parte do público das estéticas ligadas ao rótulo MPB, naquele momento, integrava as classes médias do país. (NAPOLITANO, 2001, 2007, 2010). Desse modo, amplos setores da esquerda nacionalista romântica, assim como o público de gosto modernista-antropofágico, situavam-se potencialmente entre as elites culturais e econômicas do país, fatores de ordem simbólica e econômica que contribuíram sobremaneira para os processos de desvalorização e alijamento das estéticas populares rotuladas enquanto “bregas”, tanto do “cânone cultural”, quanto da “historiografia oficial” da música brasileiras. (ARAÚJO, 2002,2005).

As perspectivas modernistas, em suas diferentes formas de expressão artística, acadêmica e especialmente em termos de sua capacidade de penetração nas instâncias estatais de planejamento e execução de políticas culturais, desde o começo do século XX passam a constituir fundamentos simbólico-políticos inalienáveis da moderna tradição cultural brasileira. (ORTIZ, 1994).

Nesse sentido, quando Soares destaca as ideias de “popular massivo” e “popular midiático”, tem-se em vista a amplitude do espectro semântico do termo “popular” em seus contextos nacionais de acionamento. (SOARES, 2015). Segundo o autor, a ideia de “popular”, na língua portuguesa, pode se referir tanto ao

[...] ‘popular midiático’ [...], mas também – e de maneira mais clara e detida – ao ‘popular’ como aquele ligado à cultura popular (ou folclórica) e que na língua inglesa não se chama de ‘popular’, mas sim de *folk*. Então, ao mencionarmos a ideia de ‘cultura popular’, em língua portuguesa, estamos nos referindo a duas expressões: a da cultura folclórica, mas também, aquela que chamamos de ‘cultura pop’ ou a ‘cultura popular midiática/massiva’. (SOARES, 2015, p. 20).

Como indica Felipe Trotta, “[...] sob a rubrica do popular estão inscritas manifestações e criações artísticas extremamente variadas e muitas vezes conflitantes, que se unem a partir de uma percepção de inferioridade num contexto de assimetrias de poder”. (2013b, p. 170).

Com o objetivo de afastar o peso histórico-cultural do termo “popular” no contexto brasileiro, recorreremos à ideia nativa dos mercados musicais de “*pop*”, expressão de trânsito e significações globalmente difundidas. Busca-se acioná-la no curso de toda investigação, a partir de algumas de suas diferentes facetas e possibilidades expressivas de caráter contextual. No caso específico deste trabalho, nos debruçamos especialmente sobre as dinâmicas ligadas ao universo da música *pop* nacional.

Nesse sentido, as diversas expressões culturais de caráter *pop*, embora possam assumir, por exemplo, diferentes posicionamentos político-ideológicos, não se apresentam mediante a tomada de uma suposta contradição entre economia e cultura, ou a partir de uma suposta fricção entre os domínios “estético-expressivo e econômico comercial”, como indica Maia (2012). Compartilhamos em relação ao autor a perspectiva de que estes domínios compreendem “[...] uma estrutura de relações de longa duração socio-histórica [...]” (MAIA, 2012, p. 17) nos processos de conformação dos mercados de bens simbólicos no Brasil.

Caracterizada, portanto, por sua aberta condição de produto cultural comercializável, condição que, em geral, permite o delineamento de estratégias simultaneamente “estético-expressivas e econômico-comerciais” por parte de artistas e produtores com o objetivo de alcançar parcelas amplas de consumidores, os mercados nacionais de produção, circulação e consumo de bens simbólicos, inclusa a (e talvez primordialmente a partir da) música *pop*, conheceram processos de amplo desenvolvimento no Brasil, em especial entre os anos 1940 e 1970. (MAIA, 2012).

Determinadas dinâmicas, barreiras e dilemas enfrentados pelos principais mercados periféricos de música *pop*, contemporaneamente efervescentes, guardam profundas relações com outros processos de periferização simbólica, geográfica e socioeconômica, transitados em diferentes períodos do século passado, caso marcante das expressões musicais rotuladas

enquanto “bregas”, classificação pejorativa que indicaria o suposto “mau gosto” expresso por essas produções e que, mais tarde, seria assumida por diferentes estilos, públicos, artistas e coletivos musicais, como uma categoria esvaziada de conotações negativas.

O pesquisador Paulo Cesar Araújo, autor de “Eu não sou cachorro não – Música popular cafona e ditadura militar” (2002,2005), afasta em sua obra a ideia de que a música qualificada enquanto brega carregaria em sua estrutura musical, ou no teor de suas letras, as condições para uma classificação pejorativa.

Para o autor, o rótulo é historicamente atribuído por um público de classe média, no contexto brasileiro, a todas as manifestações culturais que não se enquadrem nos parâmetros estéticos relativos a específicos pontos de vista nacionais em torno das ideias de “tradição” e “modernidade”. De um lado perspectivas de cunho radical romântico-nacionalista, como as defendidas pelo crítico José Ramos Tinhorão, em obras como “História Social da Música Popular Brasileira”, do outro, concepções mais abertas às influências de estéticas internacionais, embora pela via do “filtro antropofágico”, como a do crítico Augusto de Campos em “Balanço da Bossa e outras Bossas”, entendidas por Araújo enquanto filiadas a uma perspectiva universal-popular (ARAÚJO, 2002) ambas encontrando legitimidade e amparo nos público de alta e média rendas e respaldo nas tradições modernistas, a primeira mais próxima do ideário de Mário de Andrade, a segunda aproximada à antropofagia Oswaldiana.

Embora um lugar de prestígio nos planos da crítica de arte e da historiografia tenha sido paulatinamente negado à determinadas estéticas musicais consumidas pelo público de baixa renda no Brasil (ARAÚJO, 2002), desde o período histórico em que as gravadoras compunham um verdadeiro oligopólio produtivo e distributivo da música no país, as gravações direcionadas aos públicos de menor renda compreendiam alguns dos produtos musicais mais lucrativos de todo o mercado.

Em sua autobiografia, o influente executivo responsável pela produção de diversos artistas, ligados às estéticas bossanovistas e tropicalistas, André Midani, revela que em alguns dos períodos de auge do negócio do disco no Brasil, artistas extremamente populares, rotulados como “cafonas” ou “bregas”, garantiam a lucratividade das empresas. Suas vendagens cobriam prejuízos oriundos das produções de baixo apelo comercial de artistas prestigiados da MPB. (MIDANI, 2008).

Araújo destaca que essas práticas já se processavam nos anos 1950:

João Gilberto, por exemplo, talvez só tenha conseguido liberdade de criação para gravar seu primeiro disco de bossa nova na Odeon, em 1958, porque lá existia um outro cantor baiano chamado Anísio Silva, que com seus boleros sentimentais chegou a vender na época a fabulosa marca de 2 milhões de discos. Não fosse isso, provavelmente a Odeon não tivesse arriscado estúdio e capital com um disco de um cantor excêntrico, desconhecido e de pouco apelo comercial.

Na Phonogram, ao longo da década de 70, faziam parte da "faixa de prestígio" nomes como Chico Buarque, Caetano Veloso e Elis Regina (selo azul, Philips), e da "faixa comercial" cantores como Odair José, Marcus Pitter e Evaldo Braga (selo vermelho, Polydor). Da mesma forma, a gravadora RCA tinha numa faixa João Bosco e Ivan Lins, e na outra cantores como Waldik Soriano e Lindomar Castilho. No fim dos anos 60, Agnaldo Timóteo era provavelmente o maior vendedor de discos da Odeon. (ARAUJO, 2002, p. 190).

A gigantesca popularidade dos artistas da “faixa comercial” indica que num contexto nacional historicamente marcado por níveis extremos de desigualdade e concentração de riqueza, como no caso brasileiro, os públicos situados entre as camadas de menor renda compreendiam grande maioria numérica em termos dos potenciais consumidores de música. Entretanto, como destacado por Pierre Bourdieu (2003), no plano de determinados mercados de bens simbólicos, as dinâmicas de cunho econômico-financeiro nem sempre compreendem os principais objetos e “capitais” em disputa. Nessa direção, no mercado musical brasileiro dos anos 1970, o prejuízo financeiro gerado por artistas “prestigiados” não os excluía, necessariamente, do “jogo”.

As segmentações de renda presentes em diferentes períodos históricos do mercado de música no Brasil, evidenciam diferentes estratégias de abordagem comercial construídas em torno dos artistas. Os “artistas prestigiados” entre os setores de renda alta e média podiam cobrar preços elevados pelos ingressos de suas apresentações e permanecerem viáveis economicamente, mesmo diante de públicos potencialmente menores.

Os artistas da “faixa comercial”, taxados como “bregas”, classificação, como já apontado, menos relativa à determinadas características estético-musicais e mais à condição social e econômica de sua maior fatia de público, embora lucrativos, não gozavam de prestígio artístico entre grande parte dos segmentos populacionais de alta e média rendas, parcelas da população entre as quais se encontravam a imensa maioria dos “algozes” da crítica jornalística e acadêmica. Suas estratégias estético-comerciais se direcionavam aos interesses e gostos de diferentes públicos conformados pela maior parte da população brasileira, situada na base da pirâmide de renda do país, condição socioeconômica de origem partilhada por grande parcela dos artistas, classificados como bregas (ARAUJO, 2002), o que ampliava suas possibilidades de afinidade e compreensão dos universos estéticos e éticos

desses amplos contingentes populacionais e, conseqüentemente, contribuía para que pudessem ofertar produtos musicais capazes de atender os critérios de gosto e julgamento estético de milhões de pessoas.

O caso das estéticas demarcadas como bregas nos mercados fonográfico-musicais do século passado, guarda profundas relações com as dinâmicas enfrentadas pelos mercados *pop* periférico contemporâneos. Embora fossem estéticas que atingiam os maiores contingentes populacionais e constituíssem frações altamente lucrativas do mercado musical, essas produções culturais de caráter *pop*, eram periféricamente posicionadas de um ponto de vista simbólico - em relação aos artistas que tinham suas produções reconhecidas como esteticamente valorosas - e consumidas majoritariamente por um público periféricamente posicionado no espaço social e urbano brasileiro.

O dinheiro não era capaz de comprar o título de nobreza musical exigido pelo público e crítica de renda elevada no mercado nacional. Logo, podemos entender a música classificada enquanto “brega” e “cafona”, produzida e distribuída por grandes grupos empresariais nas duas metades do século XX, como produções de caráter *pop* periférico. Estas estéticas *pop*, embora produzidas pelas *majors* do período, eram consumidas majoritariamente pelo público morador de periferia e “periféricamente” classificadas, do ponto de vista dos critérios legitimadores da “moderna tradição brasileira”, por parcelas populacionais quantitativamente minoritárias de alta renda e capital cultural valorizado, critérios estes, por conseguinte, emergidos a partir de específicas condições privilegiadas de posicionamento sociocultural e econômico no contexto social nacional.

Na maior parte do século XX, as principais gravadoras multinacionais e seus diferentes arranjos e articulações político-econômicas com os setores de rádio e televisão, possuíram amplo domínio da produção-distribuição e a quase exclusividade do ponto de vista da curadoria e oferta de produtos musicais no mercado brasileiro. Nesse sentido, o público possuía poucos canais de interferência em relação aos caminhos estéticos das produções, pois sua interação se limitava, entre outras poucas possibilidades interativas, ao “sim ou não pavloviano” indicado por Morin (1969). Desse modo, nos universos *pop* periféricos, não legitimados a partir do “prestígio estético”, a “consagração” ou a “danação” dos artistas se tornam ainda mais intimamente atreladas às vendagens.

Com a emergência de novos suportes, a popularização e barateamento dos equipamentos capazes de produzir cópias de conteúdos musicais, exemplo claro do *Compact*

Disc nos anos 1990 e das plataformas pioneiras de *download* de arquivos como: Napster, Kazaa, Limewire, potencializadas pelo crescimento do acesso à internet banda larga nos anos posteriores, a temática da pirataria se torna recorrente nas falas dos dirigentes dos grandes grupos de produção e distribuição fonográfica. (VIANNA, 2003).

Diante dessas questões, torna-se imperativa a necessidade de discutir determinadas processualidades socio-históricas fundamentais à compreensão de diferentes formas de desenvolvimento, afirmação e consolidação de amplos mercados de consumo, distribuição e produção de expressões culturais de caráter *pop* no país. Entretanto, o foco se direciona às expressões musicais *pop* historicamente periféricas a partir de diferentes critérios de julgamento e condições objetivas de produção e posicionamento mercadológico. “Periferias” que podem se apresentar a partir dos planos simbólicos, territoriais ou simultaneamente.

Desse modo, nos debruçaremos sobre determinados aspectos da “cultura *pop* periférica” no Brasil contemporâneo, dando especial relevo às especificidades dos mercados e expressões musicais e vídeo musicais.³⁰ Assim, se buscará detalhar a condição “periférica” dessas expressões *pop*, no sentido de se caracterizar as ideias de “mercados e expressões *pop* periféricas” e mais especificamente de “música *pop* periférica”, consideradas centrais em todo o processo de investigação.

³⁰ Lançaremos mão, em determinadas ocasiões, da expressão “vídeo musical”, pois além do formato videoclipe, existem outras modalidades de vídeos com os conteúdos musicais, caso dos *lyric* vídeos, onde a letra da canção representa o conteúdo do vídeo.

CAPÍTULO 4

CONTEXTUALIDADES E NUANCES CONCEITUAIS NO RECURSO AO PERIFÉRICO

No que diz respeito aos estudos relativos às dinâmicas da música e cultura *pop* no Brasil, a produção acadêmica se concentra de maneira marcante nos programas universitários ligados à área de Comunicação Social. É bastante provável que as consequências socio-históricas do elevado peso institucional e simbólico, das referidas tradições intelectuais folclórico-modernistas e romântico-revolucionárias brasileiras no campo das Ciências Sociais, ainda represente um entrave à investigação de universos culturais, abertamente capazes de tensionar determinados conjuntos de certezas acadêmicas, relacionadas às interfaces entre economia e cultura. O caráter absolutamente “profano” e comercial das expressões culturais de caráter *pop*, parece ainda, não atender determinadas expectativas relativas à busca de uma espécie de “sacralidade” cultural, ou de uma “verdade” perdida, capaz de transcender em sua “pureza” e “autenticidade” os supostamente “sujos” domínios da “necessidade”.

No que tange à expressão e discussão desses conflitos, no contexto das Ciências Sociais, o trabalho do antropólogo Hermano Vianna cumpre papel decisivo na maneira como os fenômenos “*pop* periféricos” ganham presença e determinada abertura nos debates socioantropológicos da cultura no Brasil.

No início dos anos 1990, poucos anos após a publicação de *Mundo Funk Carioca* (1988), Vianna publica um artigo extremamente contundente, em que discute algumas precepções relativas à ideia de cultura popular carioca e as tomadas de posição ideológica, presentes nos debates acadêmicos, então correntes, em torno das chamadas indústrias culturais e os contextos de produção e consumo de música e eventos ligados ao *funk* no Rio de Janeiro.

As querelas giravam em torno de apressadas aproximações, realizadas por determinados críticos e acadêmicos entre mundo *funk* e mídias de massa, no sentido de deslegitimá-las em termos de seu suposto caráter “acrítico”, “alienado” e reprodutor dos valores, veiculados por estas mediações. Segundo Vianna, naquele contexto, as cadeias de distribuição e consumo de estéticas *funk*, não poderia de forma alguma ser tomada enquanto uma imposição das mediações comunicativas de caráter massivo, na exata medida em que, a partir de suas próprias dinâmicas, os mercados *funk* contrariavam todo um conjunto de

teses relativas às caracterizações das “indústrias culturais”, presentes no “senso comum acadêmico” brasileiro naquele momento. Conforme Vianna, naquele início da década de 1990, parecia até mesmo “[...] haver um complô (para usar, sem pretensão de seriedade, um termo maquiavélico) dessas mídias com o objetivo de ignorar o fenômeno [...]” (VIANNA, 1990, p. 246), afastando a concepção de que as instâncias de produção e divulgação cultural de massa, transmitiam de maneira unívoca “[...] um conjunto de valores pré-estabelecidos (os valores da "classe dominante") através de todos seus produtos”. (VIANNA, 1990, p. 249).

Através da mobilização de um conjunto de exemplos, o autor indica maneiras como os participantes do circuito de bailes *funk* carioca utilizavam estratégias que passavam ao largo do óbvio e dos grandes meios de comunicação de massa, no sentido de acessarem os bens musicais desejados, caminhos que, segundo Vianna (1990), podem ser exemplificados nas verdadeiras odisséias atravessadas pelas pessoas e equipes de som, ligadas a este universo cultural no período, para aquisição dos discos que alimentavam aqueles gigantescos circuitos de festas:

Os discos que mais fazem sucesso nos bailes, na maioria absoluta dos casos, não são lançados no Brasil. As emissoras de rádio e televisão quase não dão espaço para a música *funk*. Os jornais não anunciam os bailes que, apesar de tudo isso, permanecem lotados. O desejo por *funk* parece algo interno à comunidade carioca que o consome, sem depender da ajuda ou do incentivo de instituições externas. Os organizadores dos bailes cariocas desenvolveram várias estratégias para conseguir os discos que não são encontrados no mercado brasileiro. A principal delas foi a criação de um comércio clandestino de discos importados, vindos dos Estados Unidos especialmente para animar o circuito de *funk* do Rio. Tudo é muito precário: não existem pessoas explorando de uma maneira regular esse comércio. É preciso primeiro encontrar alguém que possa viajar para Nova York ou Miami (geralmente com passagens aéreas mais baratas conseguidas através de amigos que trabalham em agências de turismo) e que aceite ser pago para comprar e trazer quilos de discos, devidamente escondidos da alfândega brasileira, para os bailes cariocas. Esses discos são geralmente lançados por pequenas e obscuras gravadoras independentes norte-americanas e só podem ser encontrados em lojas especializadas. É difícil até obter informações sobre os novos lançamentos de *funk* aqui no Brasil. (VIANNA, 1990, p. 247).

Já no início dos anos 1990, o antropólogo estava atento ao crescente desenvolvimento e barateamento de tecnologias, ligadas ao universo da comunicação e produção de conteúdos culturais. No bojo das aceleradas transformações tecnológicas identificadas, Vianna aponta para a tendência à formação e expansão de circuitos culturais, que não necessitariam passar pelos “filtros” das instâncias e mediações comunicativas tradicionais, dinâmica que se

articulária à um processo de ampliação da segmentação do consumo. Estes meios facilitariam sobremaneira o acesso a informações e bens culturais de todos os tipos podendo, portanto, “[...] atender às necessidades de cada grupo diferente de consumidores”. (VIANNA, 1990, p. 251).

A ampliação das possibilidades tecnológicas de produção, distribuição e consumo cultural, foram enxergadas por Vianna naquela década, como potencialmente disruptivas, em termos da capacidade de reposicionamento do próprio núcleo de poder das mídias tradicionais. Nas palavras do autor, já não se tratava de acreditarmos ou não “[...] nesses diagnósticos-profecias, mas de constatar que a ideia da fragmentação (e não da imposição de um padrão de consumo comum a todos os públicos) já é uma espécie de lugar-comum, mesmo dentro dos altos escalões da indústria (cultural ou não)”. (VIANNA, 1990, p. 251).

A aguda redefinição das distâncias, sobretudo em torno da circulação de informações e bens simbólicos, conforma possibilidades culturais antes inimagináveis, fazendo cair por terra, conforme Vianna, qualquer tipo de “purismo”, na interpretação dos fenômenos da cultura popular contemporânea. Deixam de fazer sentido, não apenas as preocupações com a questão da “autenticidade” bem como a necessidade de “[...] determinação do que é autêntico e do que não é [...]”, concepção que afirma estar “[...] na base da criação da ideia de cultura popular”. (VIANNA, 1990, p. 251).

O artigo de Hermano Vianna porta elementos chave para a compreensão das dinâmicas culturais que se processariam, sobretudo entre as décadas de 1990 e primeiras décadas do século XXI. As grandes instâncias de produção e distribuição de conteúdo em larga escala, já não detêm o monopólio dos meios de produção cultural, dinâmica impossível de ser observada em perspectivas clássicas do campo de estudos das culturas comerciais do século XX, como as de Adorno e Horkheimer (1985) e Edgar Morin (1969), monopólio este que constituía fator fundamental no interior dessas perspectivas teóricas, guardadas as profundas diferenças que possuem entre si.

Vianna ensaia naquele trabalho a ambiciosa ideia de que os mercados independentes e segmentados que já se mostravam profundamente populares e crescentes, num contexto basicamente pré-digital chegariam a solapar, com o passar do tempo, a hegemonia dos grandes conglomerados de produção e distribuição cultural (1990).

Embora não seja possível afirmar a absoluta concretização dessas perspectivas, dado o gigantesco potencial financeiro, tecnoprodutivo e a capacidade desses grupos se

articularem às novas plataformas e dinâmicas de mercado, na medida em que as *majors* do entretenimento se tornaram complexas *holdings* multibilionárias, compostas por empresas de diversos setores externos ao mundo do *showbiz* e, conseqüentemente, atravessadas pelos interesses em torno da lucratividade por parte de seus acionistas (Martel, 2012, 2015), torna-se bastante evidente o fato de que hoje, novos “*players*”, muitos de origem periférica, compreendida em todos os sentidos, conseguem oferecer um “bom combate” no campo da construção da visibilidade, popularidade e conseqüente ampliação do potencial financeiro, sobretudo no mercado musical e vídeo musical brasileiro contemporâneo, caso das atuais maiores produtoras de vídeos e música *funk*, que longe do artesanato e do improvisado de outros tempos, possuem planos de negócios arrojados e investem cada vez mais na profissionalização e excelência técnica das produções.³¹ A “profecia” de Vianna, parece ter sido parcialmente cumprida.

A trajetória da música “Envolvimento”, divulgada a partir de um videoclipe amador gravado por MC Loma³², artista de 15 anos, moradora da periferia de Recife, postado em seu canal pessoal no YouTube, é capaz de ilustrar de maneira contundente a força que instâncias e artistas ligados às cadeias de produção, divulgação e consumo de entretenimento *pop* periférico, tem exercido contemporaneamente no mercado musical nacional como um todo.

Postado originalmente no dia 20 de janeiro de 2018, o clipe foi repostado três dias depois, no maior canal nordestino de divulgação de *hits pop* periféricos regionais, destinados ao público jovem, Thiago Gravações³³. Dado o estrondoso comportamento viral, acelerado a partir da divulgação de um dos Youtubers mais influentes entre o público infanto-juvenil, Felipe Neto³⁴, no dia 1º de fevereiro de 2018 a cantora Anitta³⁵, vinculada à gravadora e distribuidora Warner Music, posta um vídeo ao vivo em uma de suas redes sociais, cantando a música de MC Loma.

³¹ Em entrevista concedida ao canal de Deiverson Alves, Rodrigo Gr6, maior empresário da indústria funk nacional (ao lado de Konrad Dantas) destaca os processos de profissionalização em curso no mundo funk: <https://www.youtube.com/watch?v=jLMhBf01Qe4>.

³² O clipe originalmente publicado em 20/01/2018 conta com quase 30 milhões de visualizações até o momento. <https://www.youtube.com/watch?v=pOpyq-T4fnQ>.

³³ A repostagem no canal Thiago Gravações publicada dia 23/01/2018: <https://www.youtube.com/watch?v=U6E7XxMMx7w>.

³⁴ O vídeo “ACHEI O HIT DO CARNAVAL 2018! MELHOR CLIPE” encontra-se disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=sBXtk8fiwQY>.

³⁵ O vídeo gravado pela cantora Anitta pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=LHCCA3IRWAU>.

No dia 4 de fevereiro, Loma e as Gêmeas Lactação, dupla de dançarinas que coo-estrelam o videoclipe original, participam da apresentação ao vivo de Anitta no evento pré-carnavalesco Olinda Beer³⁶, apenas cinco dias depois, o *hit* elevado a franco candidato a música do carnaval de 2018, ganha um clipe³⁷, inspirado na primeira produção amadora, realizado pela maior produtora audiovisual *pop* periférica brasileira, a KondZilla, nesse ínterim as três adolescentes pernambucanas assinaram contrato com a gravadora e produtora de outros artistas *pop* periféricos de sucesso, a Start Music³⁸, revelando a dinamicidade com que diferentes grupos artístico-econômicos, gerenciadores dos negócios do entretenimento *pop* periférico se articularam, no sentido de coordenar quase todo o processo de construção da profissionalização do conjunto.

No ano de 2003 o antropólogo Hermano Vianna, publica no jornal Folha de São Paulo o texto intitulado “Tecnobrega: A música paralela”, onde o autor indica o caráter sui generis do processo de produção e distribuição dos conteúdos mais populares, no interior do mercado tecnobrega paraense. Naquele contexto, a pirataria aparecia no discurso das gravadoras como o principal inimigo a ser combatido. No cenário tecnobrega paraense do período, o acesso aos principais sucessos musicais, executados nas grandes festas de aparelhagem da região, se dava a partir dos camelódromos.

Encantando pela musicalidade e pela estrutura peculiar de distribuição dos conteúdos, Vianna ensaia uma breve genealogia do gênero:

Não tive dúvidas e, confesso criminosamente, comprei os meus primeiros discos piratas feliz da vida. O tecnobrega é a nova evolução de um dos estilos mais populares que a música popular brasileira já produziu. Sua origem mais remota, se não quisermos ir mais longe entre antepassados seculares da tradição romântica nacional, é a jovem-guarda dos anos 60, rock básico e escandalosamente ingênuo, tocado com uma guitarra “chacumdum”, um baixo e bateria. Quando Roberto Carlos quis virar cantor adulto, acompanhado por orquestras, a jovem-guarda migrou para o interior, mas manteve público fiel entre as camadas mais pobres de nossa população, passando a ser chamada pejorativamente de brega. O brega floresceu primeiro no Goiás de Amado Batista, depois foi passear no Pernambuco de Reginaldo Rossi e acabou montando seu mais recente quartel-general no Pará. Na Belém pós-lambada, a cada ano são lançados mais de 2.000 discos diferentes de brega, em muitas gravadoras independentes. Essa música toca nas rádios locais e nas festas de aparelhagem, que são os grandes bailes da periferia paraense, com equipamento gigantesco formado por centenas

³⁶ A apresentação de MC Loma as Gêmeas Lactação e Anitta no festival Olinda Beer pode ser assistida no link seguinte: <https://www.youtube.com/watch?v=Fxg6kHfvWmQ>.

³⁷ O clipe gravado pela produtora KondZilla por ser acessado no seguinte endereço: <https://www.youtube.com/watch?v=lgJOJAmXIBw>.

³⁸ Informações disponíveis na página: <http://www.kondzilla.com/mc-loma-e-gemeas-lactacao-realizam-seus-sonhos/>.

de amplificadores, televisores, teclados, “samplers”, tudo empilhado em formato de totem tribal eletrônico. Os DJs das aparelhagens -equipes de som que levam nomes como Príncipe Negro ou Tupinambá Treme-Terra (e a terra treme mesmo com o som ensurdecedor)- tocam de tudo, de tecno a forró. Mas ultimamente o brega tem dominado os horários mais animados da festa.

Em cada vez que passei por uma festa de aparelhagem fui surpreendido por uma troca de “paradigma” tecnológico. Vi, há não menos que 15 anos, os DJs tocando vinil, depois mudaram para CD, logo em seguida para MD e hoje só usam MP3, fazendo mixagens com o auxílio de teclados, mouses e monitores de tela plana. Tinha que aparecer uma música que combinasse com tal ostentação maquínica.

Os primeiros sinais do tecnobrega foram ouvidos no verão (que no Pará se vive no meio do ano) de 2002, mas tomou realmente conta das festas de aparelhagem em 2003. É o velho brega, com batida mais acelerada, feito só com sons de computadores. Parece um Kraftwerk de palafita, produzido sob calor equatorial por quem escutou muito carimbó, cúmbia, zouk e Renato e Seus Blue Caps -e não domina ainda totalmente os recursos do “cut-and-paste” que hoje estão na base dos softwares de produção musical que podem ser baixados de graça em sites piratas da internet.

Porém é essa atitude sem-cerimônia diante das máquinas que torna a música tão interessante, mais do que muito “projeto” eletrônico-fashionista “sério” que existe por aí. (VIANNA, 13/10/2003, Folha de São Paulo).

Naquele contexto de início da década de 2000, o tecnobrega já despontava como gênero *pop* periférico pujante, sobretudo regionalmente, baseando parte de seu modelo de negócios no que as gravadoras e grupos de mídia chamavam pejorativamente de “pirataria”. Vianna chama atenção, para a velocidade das dinâmicas tecnológicas no ambiente de produção dessas expressões culturais e para a naturalidade, com que essas dinâmicas técnicas são processadas e velozmente adaptadas e acopladas às produções, tanto das festas e eventos, quanto ao próprio conteúdo dos bens musicais em circulação.

As estratégias apresentadas pelos produtores, distribuidores e artistas nesse cenário musical, indicaram com antecedência o profundo esvaziamento da rentabilidade amealhada a partir dos suportes físicos da música, como discos e CDs, concentrando nas apresentações ao vivo a principal fonte de receita, seja dos artistas ligados às *majors*, seja dos artistas ligados aos mercados *pop* periféricos, tendência que, apesar das novas estratégias de remuneração dos produtos musicais, via plataformas de vídeo e *streaming*, ainda representa fonte central de receitas no mercado musical contemporâneo. Nas palavras de Vianna:

De que então os músicos vivem, se não ganham dinheiro com vendas de discos nem as sociedades de arrecadação de direitos autorais têm o mínimo controle sobre o que toca nos programas de rádio ou nas festas de aparelhagem? Vivem das apresentações ao vivo, é claro -e nisso parecem ser pioneiros e vanguarda da música *pop* em tempos pós-Napster. As bandas do tecnobrega precisam da divulgação nas rádios, nas aparelhagens e no camelô para fazerem sucesso e serem

contratadas para shows. Por isso seus grandes sucessos são metamídia: as músicas elogiam DJs, programas de rádio (como o “Mexe Pará”) e de TV, aparelhagens, fã-clubes de aparelhagens (ainda não escutei músicas celebrando camelódromos e piratas...). E assim todo mundo encontra seu devido lugar numa nova cadeia produtiva, totalmente descolada da economia oficial. (VIANNA, 2003, Folha de São Paulo).

O caso do tecnobrega é bastante heurístico do peso cultural, sobretudo entre a juventude, que todo um conjunto de estéticas *pop* periféricas ganhariam no Brasil nas primeiras décadas do século XXI. Por apresentarem desde o início de suas articulações, extrema abertura para o avanço inexorável das tecnologias e formatos digitais em relação aos suportes analógicos, produtores e consumidores de música e eventos *pop* periféricos se posicionaram, de fato, enquanto verdadeira vanguarda (VIANNA, 2013) no cenário musical *pop* contemporâneo.

A explosão audiovisual do *funk* brasileiro nas plataformas digitais, a partir de 2010, gênero musical extremamente popular desde os anos 1990, mostra que a articulação contemporânea entre tecnologia e cultura nas periferias brasileiras, encontra bases profundas numa memória tecnopopular, ou seja, fundos de conhecimentos, simbolizações, saberes práticos de produção de bens culturais e estratégias de negócios, ligados à novas tecnologias de produção e distribuição musical e de eventos. Fundos estes, compartilhados, sobretudo, entre produtores e consumidores das periferias urbanas do país.

Nesse sentido, o atual posicionamento da marca KondZilla no mercado musical brasileiro, enquanto maior canal nacional na principal plataforma de consumo musical e vídeo musical no país não representa, necessariamente, uma espécie de surpresa. Os diversos mercados culturais *pop* periféricos do país, caso emblemático do tecnobrega, costumam estar na dianteira dos processos de assimilação de novas tecnologias e de novos modelos de negócios, intimamente ligados a diferentes suportes e formatos de distribuição e divulgação, processos estes, que já foram basicamente monopolizados e representavam um dos grandes trunfos mercadológico das *majors* no mercado musical mundial. (TROTТА; MONTEIRO, 2008).

A lentidão dos movimentos das grandes empresas, em relação ao paradigma digital e a insistência anacrônica na manutenção de seu antigo modelo de negócios – vide os milhões gastos no quixotesco *lobby* antipirataria empreendido pelas *majors* entre os anos 1990 e 2000 (MIDANI, 2008) – custaram possibilidades inestimáveis de posicionamento privilegiado,

especialmente entre as crianças, adolescentes e jovens adultos no mercado digitalizado de consumo musical.

Para além das discussões, em torno da abertura a diferentes tecnologias no ambiente das produções culturais *pop* periféricas, a pesquisadora Lydia Barros (2009), chama atenção para as ambiguidades presentes no julgamento estético e, conseqüente, posicionamento do gênero tecnobrega nas hierarquias simbólicas próprias do contexto cultural brasileiro no artigo “Tecnobrega, entre o apagamento e o culto”.

Conforme a autora, as imagens negativas e positivas, que circulam em torno do tecnobrega evidenciam, de um lado, uma forte estratificação social do gosto na sociedade brasileira, materializada na frequente suposição de intrínseco mau gosto popular e bom gosto das elites, do outro valoriza-se a independência dos esquemas de produção e distribuição e a capacidade dessas expressões, em transitar confortavelmente pelos elementos de uma cultura *pop* mundializada. (BARROS, 2009, p. 63). Segundo destaca, a conformação das estéticas abarcadas pelo rótulo “tecnobrega”, não podem ser compreendidas sem que se considere,

[...] o fluxo das mercadorias culturais globalizadas, a velocidade das apropriações de produtos e bens simbólicos e os processos de hibridização e circularidade que marcam os artefatos culturais pós-modernos. Não por acaso, é possível perceber interseções entre expressões musicais como o tecnobrega, o rap e o funk, todas elas protagonizadas por jovens “atores” das periferias urbanas, seduzidos pela cultura *pop mainstream*; (BARROS, 2009, p. 64).

Na perspectiva da autora, tanto o tecnobrega quanto as estéticas, *rap* e *funk*, trazem o protagonismo do jovem periférico, assim como expressam a sedução desses jovens por parte da cultura *pop mainstream*. Entretanto ao operacionalizar o conceito de “*pop* periférico”, a autora separa o gênero tecnobrega de outros gêneros periféricos a partir da originalidade de sua cadeia produtiva, já que no tocante a essa dimensão, o tecnobrega seria “[...] mais do que um típico produto *pop* periférico que negocia sua inserção no mercado institucional”. (BARROS, 2009, p. 64).

Partindo dessa perspectiva, pode-se interpretar a ideia de *pop* periférico acionada pela autora, enquanto mercados *pop* que pretendem alcançar a inserção no referido “mercado institucional”, desse modo, o mercado tecnobrega não seria um típico mercado *pop* periférico, pois não se posicionaria a partir da tentativa de inclusão nas dinâmicas dos

mercados *mainstream*, mas se diferencia exatamente por construir uma cadeia produtiva e um lugar independente desse centro.

São bastante evidentes determinados posicionamentos, por parte de múltiplas instâncias de produção e distribuição do tecnobrega ao longo das últimas décadas, em termos de sua independência nos mercados considerados centrais, no entanto, não é possível deduzir que todos os outros mercados *pop* posicionados nos limites externos aos centrais, necessariamente, pretendam se inserir nas dinâmicas do “centro” ou que, nenhum artista ligado ao mundo do tecnobrega acabe por ocupar posições *mainstream*, caso da estrela paraense Gaby Amarantos.

Logo, se parte da perspectiva de que, são viáveis do ponto de vista simbólico e comercial, diferentes posicionamentos por parte de artistas, produtores e distribuidores *pop* periféricos. Em determinados contextos a expressão ou performatização da independência, pode representar um importante ativo simbólico-econômico, em outros pode interferir negativamente, na imagem que se deseja construir em torno de determinadas trajetórias artísticas.

O caso do grupo de *rap* candango Tribo da Periferia, ilustra de maneira muito pertinente essas tomadas de posição. Apesar de numerosos convites para participar de programas de televisão, nas maiores emissoras do país, o grupo privilegia as estratégias digitais, sobretudo as páginas no YouTube e Instagram.

A participação em programas de TV, poderia arranhar a imagem independente e periférico-alternativa do grupo. O principal ativo simbólico-comercial do coletivo consta exatamente no sentimento de pertencimento dos fãs a uma comunidade simultaneamente ampla – o canal dos artistas no YouTube conta com quase 3 milhões de inscritos – e restrita, pois “curtir tribo” nas palavras de fãs do coletivo artístico “não é uma modinha” passageira, mas um gosto autêntico, enfim, há “verdade” e durabilidade nessa parceria. Nesse sentido a divulgação televisiva e radiofônica se torna dispensável, pois a base real e engajada de fãs, garante há anos agendas lotadas de shows por todo o Brasil.

O sentimento de proximidade em relação aos artistas e de certa exclusividade *pop* periférica, potencializado por essa estratégia de divulgação, contribui para que, como o próprio nome do grupo indica, os fãs sintam-se parte da “tribo da periferia”. Com essa tomada de posição, refratária aos meios tradicionais, os artistas conservam a organicidade de seu público e esta espécie de acordo simbólico de fidelidade. Como se trata de um grupo

com mais de uma década de estrada e que passou por diferentes fases e grandes transformações estéticas com sucesso crescente sem produzir em seu público o sentimento de “traição”, não faria sentido arriscar uma relação de tamanha cumplicidade com passos equivocados.

Já o artista de *rap* candango Hungria Hip-hop realizou com extrema habilidade o processo de entrada nos meios tradicionais de divulgação, sem perder a organicidade de seu público formador. Suas composições posteriores à entrada nesses meios de divulgação são cuidadosamente pensadas para agradar públicos amplos e cada vez mais diversos sem, no entanto, deixar de render tributos simbólicos àquelas pessoas que constituem a base sólida de seu sucesso. A “favela”, a “quebrada”, as origens humildes sempre fazem parte de suas narrativas. Um exemplo interessante consta no estrondoso sucesso “Não troco”³⁹, que conta com mais de 113 milhões de visualizações no YouTube, sem a presença de um videoclipe, um feito raro, inclusive se pensarmos numa escala *pop* global, vejamos um trecho da canção:

Preciso de tão pouco pra sorrir
Mesmo sem visitar a Disneylândia
Eu não troco por duas Miami ou Paris
A metade da minha Ceilândia
[...]
E topa esse som desse Golf sapão
Quem for trabalhar, vai virado
Se um dia a Ferrari entrar no portão
Não esqueço do meu Gol quadrado

Como apresentado na narrativa, mesmo que suas condições financeiras permitam conhecer Miami ou Paris, a menção à Ceilândia, embora não seja a cidade de origem do *rapper*, crescido na Cidade Ocidental, localizada na Região Metropolitana de Brasília, simboliza a manutenção da proximidade do artista com o universo simbólico periférico candango, o que valoriza e reforça, entre o seu público orgânico⁴⁰ inicial (a população jovem de periferia da metrópole brasiliense) a narrativa em torno da sempre referida humildade do

³⁹ O vídeo oficial está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hBecvGXZaNM>.

⁴⁰ A ideia de públicos orgânicos se baseia na categoria nativa de “tráfego orgânico” do mundo do marketing digital. Os grandes buscadores, redes sociais e plataformas de conteúdos oferecem serviços de potencialização do tráfego orgânico, ou seja, de cliques e visualizações de usuários reais a determinados conteúdos, portanto, a ideia de públicos orgânicos é tomada no curso deste trabalho enquanto expressão de envolvimento e mobilização real em torno do consumo de produções *pop* periféricas nos ambientes digitais e fora deles, como na participação de festas e eventos relacionados a esses produtos culturais. Informações sobre a ideia de tráfego orgânico podem ser encontradas em <http://www.postdigital.cc/blog/artigo/o-que-e-trafego-organico>.

artista. Apesar do alcance nacional, de parcerias importantes com artistas do *mainstream* brasileiro e músicas posicionadas nas trilhas de novelas da maior emissora de TV do país, fãs e artistas ligados ao universo *rap* de Brasília, em diversas conversas ao longo da pesquisa, sempre destacam a simplicidade do artista, o trato gentil e respeitoso com os fãs e ausência de soberba e “estrelismos”. Curiosamente, o fato do artista ser um verdadeiro pioneiro das estéticas ostentatórias periféricas, iniciando sua trajetória antes mesmo do “boom” do *funk* ostentação paulista, reforça sua imagem humilde diante do público periférico, já que as marcas, bens e situações destacadas nas letras e ostentados pelo artista nos clipes e em sua vida pessoal, são altamente valorizados nos contextos periféricos de todo o país.

CAPÍTULO 5

TRÂNSITOS ENTRE CENTROS E PERIFERIAS NO MERCADO *POP* BRASILEIRO⁴¹

Os complexos jogos simbólicos entre “centros e periferias” no plano da cultura *pop*, tais como os destacados acerca das estratégias de Tribo e Hungria, suscitam grandes discussões em torno das assimetrias, que esses trânsitos podem gerar. O perigo de narrativas condescendentes e de abertas atitudes classistas e racistas, oriundas dos posicionamentos centrais, atravessa grande parte da história dessas relações entre diferentes universos culturais no país.

No célebre texto de divulgação do programa “Central da Periferia”, programa de TV que visava apresentar os sucessos artísticos do mundo *pop* periférico nacional, Hermano Vianna constitui um verdadeiro manifesto *pop* periférico nacional, apresentando uma série de concepções fundamentais para a compreensão desses fenômenos culturais. Embora o antropólogo fale a partir do “centro”, já que o próprio integrava a equipe de pesquisa e produção do programa exibido na maior emissora televisiva do país, o texto chama atenção pelo cuidado em relação aos perigos acima destacados, em termos da recorrente construção de narrativas condescendentes, classistas e racistas quando o “centro” resolve falar sobre os fenômenos culturais periféricos. Para que se possa analisar com atenção as questões apontadas por Vianna, consideramos fundamental a reprodução integral do texto:

Não tenho dúvida nenhuma: a novidade mais importante da cultura brasileira na última década foi o aparecimento da voz direta da periferia falando alto em todos os lugares do país. A periferia se cansou de esperar a oportunidade que nunca chegava, e que viria de fora, do centro. A periferia não precisa mais de intermediários (aqueles que sempre falavam em seu nome) para estabelecer conexões com o resto do Brasil e com o resto do mundo.

De um lado, há milhares de grupos culturais, surgidos na periferia, que em seus trabalhos juntam - de formas totalmente originais, e diferentes a cada caso - produção artística e combate à desigualdade social.

Do outro lado, assistimos também ao nascimento de indústrias de entretenimento popular que já produzem os maiores sucessos musicais das ruas de todo o país sem mais depender de grandes gravadoras e grandes mídias para construir sua rede de difusão nacional. É o caso do funk carioca, do forró eletrônico cearense (as bandas têm DVD, sugerindo o surgimento de uma indústria audiovisual que não está baseada em recursos captados pela Lei Rouanet), do tecnobrega paraense, do arrocha baiano, do lambadão cuiabano, da tchê music gaúcha. Todas essas músicas são produzidas na periferia para a periferia, sem passar pelo centro. O centro apenas reclama da sua falta de qualidade musical, mas não pode mais usar o

⁴¹ Utilizamos ambas ideias no plural pois partimos da compreensão de que não há apenas um polo central de produção de cultura *pop* tampouco um só polo cultural periférico.

argumento de que o povo está sendo enganado por uma indústria cultural hegemônica, já que a tal indústria cultural hegemônica não tem a menor idéia do que está se passando - e parece ter perdido totalmente o contato com o que realmente faz sucesso - na periferia.

O tecnobrega paraense, por exemplo, desenvolveu um novo modelo de negócios fonográficos que não precisa mais de gravadoras para se desenvolver. As músicas saem direto dos computadores dos estúdios periféricos e vão parar nos camelôs e no circuito das festas de aparelhagem (que animam as noites de fim de semana dos subúrbios de Belém, com suas toneladas de equipamento de som e luz hoje com controle totalmente digital). Laptops gravam tudo o que estiver tocando e os dançarinos podem comprar o CD - com tudo que acabaram dançar - na saída da festa. O aparecimento de usos locais para as novas tecnologias é cada vez mais veloz.

O pano de fundo para essa grande transformação das periferias não é apenas brasileiro, mas reflete uma tendência global. A população urbana do mundo hoje é maior que toda a população do planeta em 1960. O número de habitantes das grandes cidades cresceu vertiginosamente num período em que a economia da maioria desses centros urbanos estava (e continua a estar) estagnada, sem gerar novos empregos. Mesmo assim a migração para as cidades não parou, e hoje - pela primeira vez na história da humanidade - há mais gente vivendo em cidades do que no campo. Calcula-se que mais de um bilhão de pessoas vivam atualmente em favelas de todos os países (os "chawls" da Índia, os "iskwaters" das Filipinas, os "baladis" do Cairo, as "colonias populares" do México, as "vilas" de Porto Alegre, os "aglomerados" de Belo Horizonte, e assim - quase infinitamente - por diante). Cerca de metade dessa população favelada tem menos de vinte anos. Quase todo mundo com trabalho informal. É muita gente, jovem. Governos e grande mídia não sabem o que fazer diante dessa situação. Muitas vezes não sabem nem se comunicar com essa "outra" população, que passa a ser invisível para as estatísticas oficiais, a não ser para anunciar catástrofes. Essa gente toda vai fazer o que com toda sua energia juvenil? Produzir a catástrofe anunciada? É só isso que lhe resta fazer? Sumir do mapa para não causar mais problemas para os ricos? Em lugar de sumir, as periferias resistem - e falam cada vez mais alto, produzindo mundos culturais paralelos (para o espanto daqueles que esperavam que dali só surgisse mais miséria sem futuro), onde passa a viver a maioria da população dos vários países, inclusive do Brasil.

Esses mundos culturais periféricos não são homogêneos. O pessoal dos grupos culturais politizados (os que usam a cultura como arma contra as injustiças sociais) geralmente tem horror aos produtos bregas das novas indústrias do entretenimento periférico, considerado alienado, alienante e reprodutor de desigualdades. As duas visões de mundo parecem incompatíveis, inconciliáveis, mas acabam produzindo, nas mesmas favelas - mas cada uma a seu modo, as novidades mais vitais (e nisso não há um julgamento estético - apesar de na minha opinião essas novidades muitas vezes serem mais interessantes também esteticamente) da cultura brasileira como um todo.

Nos exemplos acima vemos que a periferia não esperou que o centro apresentasse as novidades. Sem que o centro nem notasse, inventou novas culturas (muitas vezes usando tecnologia de ponta) que podem muito bem vir a indicar caminhos para o futuro do centro, cada vez em pânico diante do crescimento incontrolável da periferia. Quando viajo pelo Brasil, fora das zonas ricas e oficiais do eixo Rio-São Paulo (mas muitas vezes a apenas poucos passos dos seus centros de poder), fico sempre com a seguinte impressão: o minúsculo país cultural oficial, mesmo o retratado nos programas mais "populares" da mídia de massa, parece uma pequena e claustrofóbica espaçonave, em rota de fuga através de buracos negros, cada vez mais afastado do país real, da economia real, da cultura da maioria. Do lado de fora (na realidade em todo lugar), as periferias das cidades inventam com velocidade impressionante novos circuitos culturais, e novas soluções econômicas - por mais precárias ou informais que sejam - para dar sustentabilidade para essas invenções. Presto atenção especial nos circuitos festivos, que sempre atraem

multidões todos os fins de semana. Hoje, quase todas essas festas - consequência também do descaso do poder público e do desprezo dos bem-pensantes - proliferam na informalidade (quando não são literalmente criminalizadas, como é o caso dos bailes funk do Rio).

De certa forma, essa economia artística informal é produto de uma inclusão social conquistada na marra, quando a periferia deixa de se comportar como periferia, ou deixa de conhecer o "seu lugar", o lugar que o centro desejava que para sempre ocupasse (o lugar daquele que sempre espera ser incluído, que sempre acha que é do centro que virá sua libertação). O Brasil vai ter que se acostumar com essa "inclusão" forçada, de baixo para cima, feita assim aos trancos e barrancos.

Enquanto isso o centro parece não conseguir deixar de lado esta nostalgia perversa de um país que "perdemos", quando os pobres e seus costumes "bregas" eram inaudíveis, a não ser num ou noutro livro de Gilberto Freyre (e Jorge Amado, é claro), ou num ou noutro filme de Glauber Rocha, ou numa noitada no Zicartola.

O Central da Periferia quer colocar todas essas questões em discussão, trazendo essa realidade periférica - e suas festas, e seus problemas - para a TV (mesmo tendo a humildade de saber que a cultura da periferia não precisa mais da TV para sobreviver). O nome do programa já é uma provocação, já abre o debate: hoje a fronteira entre o centro e a periferia - mesmo que o centro não queira, e que invista no apartheid cultural, no aprofundamento do abismo entre um lado e outro - rebola mais freneticamente que a egüinha pocotó do funk do MC Serginho. E queremos que rebole ainda mais.

O Central da Periferia não vai descobrir nada, não vai revelar nenhum novo talento desconhecido. A grande maioria das atrações musicais do programa é formada por ídolos de massa, já consagrados pelas multidões das periferias. Ou são projetos sociais que já influenciam decisivamente a vida de suas favelas, e contam com apoios internacionais. Mas que em sua maioria nunca apareceram na TV em rede nacional.

O Central da Periferia não quer falar por esses ídolos e projetos periféricos, mas sim abrir espaço para amplificar as múltiplas vozes da periferia, para que elas converseem finalmente com o Brasil inteiro. Você não precisa gostar de nada que o Central da Periferia vai mostrar. Você só não pode ignorar que isso tudo está acontecendo, e que essa é a realidade cultural da maioria, em todo o Brasil. (VIANNA,2006, Texto de Divulgação – Central da Periferia)

No início do texto, Vianna destaca, a emergência da voz cultural periférica sem “intermediações” por parte do “centro” em todo o país, já que estabelecem por si mesmas conexões nacionais e globais a partir da construção dessa autonomia e em seguida, destaca dois polos principais de ação cultural periférica. De um lado, grupos que visam aliar “produção artística e combate à desigualdade” de outro assiste-se a emergência de “indústrias de entretenimento popular”, que já não dependem dos grandes grupos de mídia e das gravadoras.

Nessa direção argumentativa o autor destaca a emergência periférica de uma indústria audiovisual nacional independente de recursos públicos, cujo principal suporte, naquele momento, eram os DVDs musicais, mídia quase integralmente substituída pela divulgação, quase sem custos, nas plataformas digitais, revelando o acompanhamento “*up to date*” das

dinâmicas tecnológicas da cultura por parte das instâncias de produção, distribuição e consumo *pop* periférico.

O “centro” apontado por Vianna, pode ser entendido, tanto como as frações populacionais socialmente privilegiadas de maneira geral, quanto os específicos agentes e mecanismos das indústrias culturais hegemônicas (basicamente compostos por pessoas integrantes dos segmentos socialmente privilegiados). De um lado, os componentes desse centro julgam as produções culturais *pop* periféricas a partir da ideia de “baixa qualidade musical” e, de outro as instâncias culturais centrais, de um ponto de vista simbólico e econômico, não conseguem acompanhar a real dinâmica cultural periférica, seus gostos, valorações estéticas e desejos de consumo.

O pano de fundo dessas transformações reside, segundo o antropólogo, num duplo processo de caráter estrutural. Tratam-se de fatores efetivamente fundamentais, para a compreensão da enorme potência contemporânea dos gêneros *pop* periféricos. Em primeiro lugar, a contínua tendência global de urbanização e mais especificamente, de urbanização-periferizada, apontada em trabalhos como *Planet of Slums* (2006) de Mike Davis; em segundo, a juventude desses gigantescos e crescentes contingentes populacionais.

Conforme Vianna, cerca de metade da população periférica é composta por jovens, quase sempre empurrados à economia informal a partir de diferentes cenários globais de desemprego, estagnação econômica, ofertas precárias de serviços públicos, entre outros fatores.

Desse cenário, onde maiorias populacionais atravessam profundos barramentos e dificuldades, emergem não apenas resultados catastróficos, mas segundo o antropólogo, essa “energia juvenil” é capaz de produzir cultura e resistência.

Os mundos culturais periféricos são apontados enquanto não homogêneos, produzindo estratégias distintas de atuação. Dessa dualidade de perspectivas periféricas, indicadas por Vianna, ou seja, de um lado grupos culturais periféricos politizados de outro as “indústrias do entretenimento periférico”, emergiram no início do século XXI, as “novidades mais vitais da cultura brasileira como um todo”.

A extrema criatividade e dinamicidade periférica, segundo o autor, podem inclusive indicar os próprios caminhos a serem tomados pelo “centro”, que na sua perspectiva, permanecia investindo na construção de muros simbólicos (e materiais) em relação à cultura e à própria população periférica. Enquanto esse centro, acionado a partir da metáfora de uma

“espaçonave” em rota de fuga, composta pelos representantes desse “pequeno país oficial” de crenças arcaicas e preconceituosas, distanciado da realidade da maioria periférica, se debruçava sobre suas velhas questões, as periferias se articulavam de maneira veloz aos fluxos tecnoculturais contemporâneos, construindo alternativas de expressão e sobrevivência, sobretudo a partir dos meandros da economia da cultura ou economia criativa.

A ideia de “inclusão”, que carrega em larga medida o pressuposto de que, o “centro” concederia a benesse da abertura de suas portas, é acionada no sentido de expressar o fato de que, os espaços conquistados jamais viriam a partir de iniciativas do centro, e que, especialmente no que tange a uma “economia artística informal”, essas posições foram conquistadas “na marra”, efetivadas a partir da indocilidade periférica, presente no não reconhecimento da legitimidade do lugar reservado à população e à cultura periférica pelos integrantes do “centro”, os quais ainda cumprem perpetrar o papel de julgamento inferiorizante, de deslegitimação e criminalização das produções culturais periféricas.

Na parte final do texto de divulgação, Vianna indica o papel desejado pelo programa Central da Periferia em promover discussões, trazer para a TV as expressões culturais e os problemas enfrentados pela população periférica, mesmo a partir do reconhecimento de que essas expressões não necessitam da televisão, enquanto meio de divulgação. Para o autor, o centro acaba por apresentar uma posição ambígua em relação ao periférico, já que permanece investindo no “apartheid” sociocultural enquanto “rebola” ao som dos *hits pop* periféricos.

Nessa direção, o objetivo do programa não seria o de “dar voz” aos artistas periféricos, já consagrados por multidões e aos projetos sociais dessas regiões, mas sim o de abrir espaço para a amplificação do alcance dessas “múltiplas vozes da periferia” permitindo que conversem com o “Brasil inteiro” e, encerra o “manifesto” publicitário, provocando o leitor no sentido de que, embora muitas pessoas possam não gostar dessas realizações culturais, tornou-se impossível ignorá-las, já que constituem a realidade da maioria da população.

A partir da análise do texto de Vianna, saltam aos olhos as dificuldades no sentido de construir um equilíbrio narrativo, no trato das relações culturais emergidas a partir de diferentes posicionamentos socioculturais e econômicos. A tarefa espinhosa, em grande medida bem empreendida pelo autor, também chama atenção para determinadas armadilhas, no sentido do recurso discursivo a um certo dualismo encarcerador entre as ideias de centro e periferia, desse modo, cabe discutirmos alguns processos transitados, sobretudo no último

par de décadas, no sentido de evidenciar diferentes possibilidades de trânsito entre posições centrais e periféricas no plano da cultura *pop* contemporânea no Brasil.

O pesquisador da área de comunicação Felipe Trotta, em diferentes oportunidades (2013a, 2013b) destaca, a recorrência do aparecimento do termo *periferia* e o especial peso cultural que possui em sua associação à esfera musical. Na perspectiva do autor, a palavra sublinha “[...] uma disputa de valor associada à geografia, que parte da percepção de uma assimetria de legitimidade”. “Periferia” é o espaço físico e simbólico que se opõe ao “centro” (TROTТА, 2013a, p. 30), concepção muito próxima àquelas acionadas ao longo de todo o trabalho, sobretudo no que diz respeito ao caráter simultaneamente físico e simbólico do processo de oposição às dinâmicas e localidades “centrais”.

Conforme Trotta, o acionamento do “periférico” também, evidencia estratégias de narração política dos espaços geográficos hierarquizados, compreendendo uma estratégia mobilizada de forma contundente, a partir de diversos artistas e gêneros musicais em diferentes períodos históricos. (TROTТА, 2013a, p. 30).

Desse modo, assim como Lydia Barros (2009) destaca a ambiguidade nos julgamentos culturais em relação ao tecnobrega paraense, alternando-se entre o “apagamento simbólico” a partir de narrativas desqualificantes, segundo um conjunto de hierarquizações do gosto encampadas por diferentes segmentos da sociedade brasileira, e o “culto”, seja em torno do arrojo do modelo de negócios, seja de seu potencial criativo e sua abertura cosmopolita, Trotta aponta a contradição presente na convivência, entre processos de “[...] desqualificação dos lugares habitados por setores de menor poder aquisitivo – que se estende a seus moradores e suas práticas culturais – [...] com uma intensa curiosidade sobre tais práticas”. (TROTТА, 2013a, p. 31).

Conforme Trotta, diferentes setores do mercado do entretenimento, meios de comunicação, agências publicitárias entre outras instâncias, frequentemente acionam discursos que oscilam entre a “condenação” e a “aclamação” da periferia. A condenação “[...] (da sexualização, da baixa qualidade estética, da apologia da violência) e a aclamação (de seu viés cultural, de sua capacidade de integração, de sua mobilização social, de sua alegria e energia) [...]”. (TROTТА, 2013a, p. 31). Diante desse processo pendular, o autor observa um interesse crescente dos produtores de grandes grupos de mídia, em apresentar debates e narrativas, a partir de diferentes formatos (música, eventos, shows, filmes,

telenovelas, seriados) em torno do “[...] universo popular-periférico”. (TROTТА, 2013a, p. 31).

Entre esses grupos, destaca-se o núcleo televisivo produzido por Guel Arraes, considerado por Trotta “politicamente engajado”, tendo nas figuras de Regina Casé e Hermano Vianna, dois de seus principais representantes. Conforme Trotta:

Sua atuação no mercado televisivo desde a década de 1990 tem sido marcada por uma série de ações que buscam continuamente dar visibilidade à periferia e seus habitantes. Programas como *Programa Legal* (1991), *Brasil Legal* (1995), *Mercadão de Sucessos* (2005), *Central da Periferia* (2006) e o atual *Esquenta* (2013) são exemplos da atuação do grupo na grade de programação da maior rede de televisão do país. (TROTТА, 2013a, p. 32).

Essas iniciativas, que já representaram um dos poucos (ou mesmo únicos) espaços prestigiados, nas grades de programação televisiva, dedicados aos universos simbólicos e geográficos das periferias, perdem seu lugar de quase exclusividade, sobretudo a partir dos processos de diminuição das desigualdades transitados nas últimas décadas e, conseqüente, ampliação dos rendimentos reais da população periférica, permitindo que a ideia de periferia se tornasse uma “[...] espécie de marco publicitário de toda a indústria audiovisual nacional”. (TROTТА, 2013a, p. 32).

A partir da expansão do potencial de consumo de enormes contingentes da população,⁴² processo abruptamente freado a partir da profunda crise econômica atravessada, sobretudo, pelos trabalhadores do país nos últimos anos, houve um vertiginoso aumento da exposição das produções culturais periféricas pelos meios tradicionais. Na esteira desse processo, a “[...] música identificada com o universo das ‘periferias’ conquistou maior visibilidade e audibilidade midiática aparecendo, por exemplo, como vetor narrativo central de determinadas tramas de telenovelas”. (TROTТА, 2013a, p. 33).

Embora os meios tradicionais realizem processos de aproximação, conforme Trotta, caminha-se num terreno de poucas certezas, grandes contradições e ambigüidades relativas aos significados em torno do que conceitua enquanto, “[...] popular periférico de massa [...]” (TROTТА, 2013a, p. 30), ideia que se aproxima de maneira muito própria da ideia de “*pop periférico*” acionada no curso do trabalho.

⁴² Perspectivas detalhadas em torno desse processo podem ser encontradas na obra: “Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?”. Editora UFMG, 2012 de Jessé Souza e Brand Arenari.

Entretanto, é necessário considerar algumas nuances, já que o processo de forte ampliação da autonomia tecno-produtiva periférica, no campo da produção e distribuição musical é extremamente recente, logo, por longo período de tempo, as expressões culturais periféricas dependeram profundamente das mediações tradicionais, se desejassem ter sua voz amplificada, como destaca Vianna (2006). Na perspectiva do antropólogo, naquela década, a “voz direta” da periferia, mobilizada a partir da crescente autonomização e originalidade em diferentes modelos de negócios relativos aos mundos do entretenimento e das ações sociais, representavam a “novidade mais vital da cultura brasileira”.

No cenário contemporâneo, as mediações tradicionais ainda exercem incursões no mundo dos conteúdos produzidos periféricamente e, de fato, podem atuar e obter êxito na amplificação do alcance dessas produções, que no início da década de 2000, embora já alcançassem projeção nacional autonomamente por meio de diferentes estéticas e a partir de variados suportes e estratégias de distribuição, hoje dispõe de possibilidades distintas, potencialmente mais eficazes e sem a necessidade, outrora quase imperativa, de passar pelas filtragens dos veículos tradicionais. Ampliaram-se as possibilidades de construir um *megahit* nacional, e até mesmo internacional, a partir de trânsitos e financiamentos exclusivamente mediados por produtoras e veículos nativamente periféricos.

Não se busca, nessa direção, definir de maneira absolutamente exata as possibilidades de caracterização de uma produção organicamente *pop* periférica. Como destacado por Trotta (2013a; 2013b), a ideia de periferia representa, sobretudo nos últimos anos, uma espécie de marco publicitário e estratégia mercadológica dos grandes grupos de mídia e entretenimento do país. Nesse sentido, diferentes símbolos de diversos contextos periféricos de produção cultural, podem ser acionados conforme as necessidades e conveniências simbólico-comerciais desses grupos. Os públicos periféricos, são diversos e em diversas ocasiões bastante abertos às produções realizadas a partir dos mecanismos tradicionais de mercado. As identificações por parte de distintas parcelas do público morador de periferia, podem transitar facilmente por universos organicamente periféricos ou centrais. E a ideia de periferia pode ser acionada com extrema habilidade ou “forçando a barra”, apresentando visões estereotipadas e descuidadas dos universos culturais periféricos. Desse modo, uma expressão cultural *pop*, construída a partir das instâncias centrais de produção e distribuição pode alcançar grande êxito nas periferias do país, e produções realizadas a partir de instâncias organicamente periféricas, podem transitar por veículos centrais de distribuição

e divulgação. Como destacado por Martel (2012), o mercado global da música tem operado de maneira cada vez mais descentralizada de modo que, alguns artistas conseguem transitar por diferentes espaços sociais de visibilização com tranquilidade, outros constroem suas trajetórias, ou não atendem determinadas demandas e regras de um ou outro “espaço de posições desigualmente distribuídas” de maneira que, o “atravessamento” de determinadas barreiras pode constituir um passo equivocado, capaz de arranhar sua reputação junto aos públicos organicamente integrados a um circuito específico de produção e consumo.

A categoria “popular periférico de massa” (TROTТА, 2013a), pode abarcar produções emergidas a partir de diferentes pontos de partida. Uma canção, telenovela, série ou filme produzido pelas organizações Globo pode se tornar um grande sucesso de “massa” entre o público popular periférico. E uma expressão cultural popular emergida nas periferias e distribuída, a partir de mecanismos periféricos orgânicos, pode se tornar um sucesso de massa, passando, ou não, por mecanismos tradicionais.

A ideia de “*pop* periférico” se apresenta mais adequada aos nossos objetivos, pois pode destacar com maior precisão produções de caráter *pop*, ou seja, populares no sentido quantitativo e explícitas em torno dos objetivos comerciais, produzidas e distribuídas primordialmente a partir de instâncias periféricas (geográfica e simbolicamente), para atingir preferencialmente públicos moradores de contextos urbanos periféricos, podendo ocupar, de maneira simultânea, uma posição periférica do ponto de vista simbólico, no que tange a determinadas práticas e hierarquias de julgamento cultural vigentes. Ou num sentido distinto, podem representar produções *pop*, produzidas e distribuídas a partir de grupos e veículos “centrais”, mas que ocupam posições periféricas, do ponto de vista simbólico, caso por exemplo, da música rotulada como brega, num contexto pré-digital, por exemplo.

Desse modo, uma produção *pop* periférica, pode ocupar ao mesmo tempo posições periféricas geográficas e simbólicas e emergir dessas condições, e em outro sentido, podem emergir de posições centrais e ocupar posicionamentos periféricos do ponto de vista simbólico. A música *pop* sertaneja do centro-sul e o forró *pop* eletrônico nordestino, são ritmos comercialmente hegemônicos, produzidos e distribuídos majoritariamente por instâncias “centrais”, mas do ponto de vista de determinada crítica e determinadas posições artísticas e elites culturais, são gêneros considerados “bregas” (num sentido pejorativo), ou de “mau gosto”, logo, simbolicamente periferizados. Tal qual as expressões contemporâneas organicamente periféricas, como o *rap* e o *funk*, que possuem em seu DNA artístico um

caráter internacional-popular atlântico-negro, gêneros musicais muito identificados a determinados contextos étnicos e territoriais “brasileiros”, passam a expressar um maior despreendimento em relação a elementos associados a essas supostas “raízes” socioculturais, ampliando inclusive seu apelo em relação às juventudes periféricas urbanas, de gosto musical, em geral, bastante cosmopolita. Conforme Trotta:

Todas essas ambiguidades são sintomas de um determinado momento do mercado musical no qual as territorializações hierárquicas dos gêneros musicais estão em trânsito e em litígio. A música sertaneja, o pagode e o forró reprocessaram na década de 1990 suas referências locais em busca de um cosmopolitismo pop e jovem. No início da década de 2010, o contato entre vários gêneros musicais que trilharam esse caminho se intensifica, neutralizando diferenças de origem. Nesse cenário de fusões e confusões classificatórias, a música sertaneja romântica tem funcionado como um ponto de referência e de chegada para influências de surgem do forró, do pagode, do brega e de diversos outros gêneros jovens e cosmopolitas de constituíram sua história ligada a determinados locais fundamentalmente periféricos. Não é à toa que o maior sucesso de Teló – “Ai se eu te pego” – foi gravado originalmente como um forró, pela banda baiana Cangaia de Jegue em 2010. (TROTТА, 2013a, p. 38).

Do ponto de vista da “crítica periférica”, não há como apontar critérios unívocos, e definitivos acerca do julgamento em torno da legitimidade de quem pode ou não se expressar artisticamente a partir da periferia e/ou em nome da periferia (simbólica e geográfica). Artistas que se afirmam periféricos nas falas, podem ser lidos como ilegítimos e artistas que não expressam esse posicionamento discursivamente, podem ser lidos positivamente de um ponto de vista periférico a partir de atitudes, linguagens poéticas, modos de se vestir, etnicidade, entre outros fatores. Os públicos *pop* periféricos são plurais e atuam a partir de critérios muito distintos. Fãs de tecnobrega, expressam critérios em torno do julgamento da legitimidade periférica muito diferentes de fãs de *rap*, por exemplo. Tais critérios tampouco são necessariamente verbalizados, a rejeição ou a adesão direta nos espaços de consumo musical nas periferias, costumam ser duas formas de expressão muito fortes. Os artistas que não se comunicam de maneira eficiente, nesses contextos, costumam ser ignorados. Os jovens públicos periféricos, cosmopolitas e exigentes, apresentam profundas identificações em relação a todo um conjunto de imagens muito próprias, sobretudo, quando se trata dos momentos festivos. Nas palavras de Trotta:

O popular das músicas periféricas massivas no final da década de 2000 é conectado à Internet, tem smartphone, gosta de grandes festas saturadas de luzes, alto volume e muita dança. De certa forma, essas músicas querem dar adeus a um estereótipo vitimizante do popular e reprocessar posições no mundo (e no mercado) de forma

altiva, valorizando o símbolo territorial que sempre os excluiu – a periferia – e agregando sensualidade, humor e alegria como ingredientes necessários e desejáveis para os rituais de encontro social. (TROTTA, 2013a, p. 38).

Com relação a essas ritualidades festivas nas periferias urbanas, destinadas ao encontro social, sobretudo da população jovem, um importante aspecto teve grande destaque em todas as situações festivas, entre as quais se pôde participar, desde os bailes *Funk* de rua, no complexo da Penha no Rio de Janeiro, passando pelos “fluxos” de rua nas comunidades de Heliópolis e Cidade Tiradentes, pelas “festas de paredão” em Salvador e pelos “frevos” e eventos de *funk* e *hip hop* observados no Distrito Federal, uma flagrante maioria masculina se expressava nesses espaços.

Além dessa maioria numérica, do ponto de vista da participação, pude observar que os grupos de produção musical e organização dos eventos, os artistas que se apresentavam ou que eram executados nos sistemas de sons, os proprietários dos equipamentos e infraestrutura necessárias para a realização das festas eram majoritariamente homens.

A presença dessa acachapante maioria masculina nesses espaços, expressando, em grande medida, performatividades culturalmente relacionadas a uma orientação heterossexual, permite a reflexão em torno de algumas razões pelas quais contundentes denúncias realizadas, sobretudo, por parte das mulheres e das populações LGBTQI em torno de fortes e explícitos componente machistas, misóginos, homofóbicos e heteronormativos, presentes tanto nos eventos quanto nos diversos conteúdos musicais e audiovisuais, associados a essas festividades.

Uma situação recente, envolvendo essas questões é bastante reveladora de certos posicionamentos e práticas, frequentemente naturalizadas no interior de universos de produção e circulação de conteúdos *pop* periféricos, realizados e direcionados principalmente ao consumo de homens heterossexuais.

A produção “Só surubinha de leve” interpretada por MC Diguinho, entre uma série de afirmações ofensivas às mulheres, carregava em sua letra graves componentes de apologia ao estupro, explícitos sobretudo nos versos: “taca bebida, depois taca pica e abandona na rua”.⁴³

Para além da condenação personalista do MC, que certamente teve parcelas de responsabilidade na produção e divulgação do conteúdo, chamam atenção dois aspectos

⁴³ Mais informações podem ser acessadas em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/funk-com-apologia-ao-estupro-e-excluido-do-youtube-e-spotify/>.

decisivos. Em primeiro lugar, o fato de que em todo o processo de concepção e realização da produção, os componentes apologéticos à violência sexual, tenham passado incólumes aos olhares de empresários, produtores, *beatmakers* entre outros integrantes das complexas cadeias produtivas do mundo *funk* paulista; em segundo, a enorme popularidade alcançada pelo conteúdo antes da massiva denúncia, por parte das mulheres, que culminou na retirada da produção de diferentes plataformas digitais.

Essa ausência de reações pré-divulgação e a meteórica popularização do conteúdo, sobretudo entre o público de jovens e adolescentes do sexo masculino, revelam a urgência dos debates e profundas mudanças, em relação a todo um conjunto de práticas e simbolizações violentas, misóginas, LGBTQfóbicas e heteronormativas pouquíssimo discutidas em diferentes universos *pop* periféricos nacionais onde se observam a dominância masculina em todas as instâncias de produção e distribuição, apontando para a forte dimensão estrutural densamente arraigada a conjunto amplo de práticas machistas, no contexto da sociedade brasileira. (OLIVEIRA, 2017).

Desse modo, torna-se fundamental discutir algumas questões, relativas às possibilidades de expressão e posicionamentos das mulheres e das populações LGBTQI, no plano das dinâmicas culturais *pop* periféricas contemporâneas.

CAPÍTULO 6

QUESTÕES DE GÊNERO E DIVERSIDADE NOS MUNDOS *POP* PERIFÉRICOS

No curso de toda a pesquisa multimidiática, em torno do amplo conjunto de materiais produzidos a partir das tramas de interdependências humanas que dão corpo aos mercados *pop* periféricos que integrariam o trabalho, pôde-se perceber a completa predominância masculina tanto nas equipes de produção musical e audiovisual, quanto na “linha de frente” desses produtos, ou seja, a imensa maioria dos conteúdos investigados eram protagonizados por artistas do sexo masculino. Não foi difícil perceber nas investigações *in loco*, seja em contextos de produção musical, seja nos momentos festivos, que aquela predominância nos mecanismos de produção e distribuição possuía impacto decisivo na forma como os conteúdos das produções musicais e os eventos se estruturavam.

Em todas as situações festivas ligadas aos gêneros *pop* periféricos que se pôde investigar, observadas nas cidades do Rio de Janeiro, Salvador, São Paulo e Brasília, a baixa participação das mulheres nos esquemas de montagem dos eventos chamava atenção. Os homens pareciam dominar largamente a maior parte dos meios de produzir as músicas e eventos *pop* periféricos observados, fator que facilitaria a percepção da enorme sonegação das perspectivas femininas nos conteúdos das produções.

Nas dinâmicas ritualísticas dos eventos foi possível perceber tanto a baixa presença de diversidade de orientações sexuais entre o público, quanto a clara delimitação de um espaço autorizado de agencialidade às mulheres: a expressão pela via da dança. O vigor e, em diversas ocasiões, o virtuosismo das performances de dança apresentadas por garotas, geralmente reunidas em pequenos grupos de amigas, parecia contrastar e, em certo sentido, tentar preencher no espaço festivo a literal ausência de vozes femininas emitidas nas enormes aparelhagens de som.

O silêncio das mulheres na maioria dos clipes de *funk*, *rap*, *brega funk*, pagodes baianos entre outros gêneros *pop* periféricos monitorados nas plataformas digitais, revelou questões decisivas acerca das condições de posicionamento de pesquisa e, por conseguinte, acerca dos modos como ao longo de quase todo o processo de trabalho se tangenciou o olhar quase integralmente às produções *pop* periféricas essencialmente masculinas e explicitamente marcadas por conteúdos direcionados ao público heterossexual.

Importantes frações desses conteúdos fazem ecoar todo um conjunto de crenças e práticas machistas, sexistas, misóginas, especialmente a partir de diferentes imagens e narrativas de “dessubjetivação” (CAFFÉ, 2007), mercantilização e objetificação do corpo feminino, além de expressarem fortes componentes heteronormativos, ideia compreendida a partir da perspectiva destacada por Miskolci (2009) ao apontar que,

[...] a heteronormatividade expressa as expectativas, as demandas e as obrigações sociais que derivam do pressuposto da heterossexualidade como natural e, portanto, fundamento da sociedade (CHAMBERS, 2003; COHEN, 2005, p.24) Muito mais do que o aperçu de que a heterossexualidade é compulsória, a heteronormatividade é um conjunto de prescrições que fundamenta processos sociais de regulação e controle, até mesmo aqueles que não se relacionam com pessoas do sexo oposto. Assim, ela não se refere apenas aos sujeitos legítimos e normalizados, mas é uma denominação contemporânea para o dispositivo histórico da sexualidade que evidencia seu objetivo: formar todos para serem heterossexuais ou organizarem suas vidas a partir do modelo supostamente coerente, superior e “natural” da heterossexualidade. (MISKOLCI, 2009, p. 156-157).

No que tange às desigualdades, em termos dos potenciais de investimento, entre as esferas centrais e periféricas de produção e distribuição musical, que deram a tônica de grande parte das relações entre esses posicionamentos por décadas, parece haver um processo de reprodução dessas assimetrias sob novas configurações de mercado e a partir de outras formas de dominação com a emergência de ricas produtoras e distribuidoras *pop* periféricas pós-contexto digital. Tanto nas esferas *mainstream* quanto nas mais poderosas esferas de produção e distribuição *pop* periférica no Brasil, o dinheiro e os outros meios de produzir parecem altamente concentrados nas mãos de homens, o que favorece a reprodução de lógicas de silenciamento e sonegação do olhar feminino, ou mesmo de intensa formatação das possibilidades expressivas de artistas mulheres, a partir dos desígnios de investidores e equipes de produção majoritariamente masculinas e heterossexuais nesses contextos produtivos.

Todavia, um conjunto de fenômenos concomitantes à emergência desse *pop* periférico, marcadamente masculino e heterossexual, evidenciavam a força que as mulheres e diferentes parcelas da população LGBTQI passaram a apresentar grandes volumes de produções em que suas vozes e perspectivas se colocavam de maneira direta no cenário musical e vídeo musical contemporâneo no país. Essas produções também se encontram articuladas a outros circuitos de eventos, nos quais esses públicos sentem maiores possibilidades de expressão livre dos sentimentos, desejos, afetividades e certamente correm

menores riscos de sofrer violência. Muitas mulheres heterossexuais relataram se sentir mais tranquilas e seguras em relação ao assédio de homens heterossexuais em eventos produzidos com o foco nos públicos LGBTQI, podendo dançar e se divertir com maior liberdade. E os públicos “queer” termo que, em português, conforme Teixeira (2016),

[...] aproxima-se de “estranho” e/ou “desviado”, por entender que o adjetivo “gay” não os contempla, já que este privilegiaria homossexuais masculinos brancos, de classes altas e ocidentais negligenciando outras identidades e práticas homoeróticas, especialmente aquelas étnicas, não ocidentais e/ou periféricas cujos corpos carregam a marca da transexualidade, da ambiguidade de gênero, da etnia e da raça. (TEIXEIRA, 2016, p. 181).

podem celebrar a diversidade e os conteúdos musicais, aos quais se identificam, sem as ameaças e julgamentos frequentemente presentes em eventos dirigidos ao público heterossexual, tendo em vista o fato de que, o país está entre as nações com os maiores índices de feminicídio e assassinato de pessoas LGBTQI⁴⁴, logo, do ponto de vista da segurança, a “aliança” entre contingentes de mulheres heterossexuais e parcelas da população LGBTQI, no plano do consumo de conteúdos e participação de eventos específicos, representa um processo de mútua proteção em relação a fontes comum de opressões machistas.

Parte dos conteúdos veiculados nesses eventos, expressam relações extremamente particulares em relação àqueles produzidos pelas esferas do *mainstream* musical global, sobretudo a partir de apropriações e ressignificações profundamente originais do universo do “olímpo *pop*” mundializado, especialmente no que tange ao universo das divas *pop*, mulheres poderosas no contexto da indústria musical, que veiculam diferentes mensagens e significações e mobilizam intensas paixões e identificações, primordialmente, entre as mulheres e o público “queer”.

Nesse sentido, uma reflexão acerca do universo das divas *pop mainstream* se torna fundamental, para que se possa avançar em relação às discussões respectivas à emergência de novos posicionamentos *pop* periféricos, marcados pela voz direta das mulheres e das populações LGBTQI no país. É importante destacar que alguns gêneros do *mainstream* musical brasileiro possuem maior abertura à presença de mulheres, todavia, no que tange ao gênero popular hegemônico nacionalmente, o sertanejo do centro-sul, a presença das

⁴⁴ A sigla busca contemplar um espectro amplo de expressões da diversidade sexual, incluindo Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, pessoas Queer e Intersexuais.

mulheres sempre fora profundamente minoritária. A demanda por parte de amplas parcelas do público por vozes e pontos de vista diretos das mulheres no universo sertanejo, agudamente reprimida ao longo de décadas, pôde ser melhor atendida pela emergência do fenômeno “feminejo”, onde duplas e artistas solo mulheres alcançaram enorme êxito, sobretudo no curso dos últimos três anos. Artistas como: Marília Mendonça; Simone e Simaria; Nayara Azevedo; Maiara e Maraisa, dominaram as paradas de sucesso por todo o país, evidenciando as barreiras construídas e a verdadeira “reserva de mercado” aos artistas homens, vigente nesse universo cultural por longos períodos.

As *majors* nacionais e internacionais do mercado musical tem investido na ampliação e na diversidade do *casting* de artistas mulheres, incorporando ao seu portfólio: artistas negras; mulheres de origem periférica; trans; gordas; lésbicas, sobretudo a partir da cooptação de trajetórias de destaque em universos *pop* periféricos e de artistas cujo sucesso inicial fora organicamente construídos a partir das plataformas digitais. Na matéria "O momento é delas!" publicada no jornal Correio Braziliense em 5 de maio de 2018, a jornalista Adriana Izel destaca, entre outras trajetórias, importantes artistas negras do cenário *pop* nacional contemporâneo, cujas abordagens estéticas, percursos artísticos, construções de imagem e vivências se expressam de maneira muito diversa.

Jovens artistas negras de grande sucesso assinaram contratos com grandes gravadoras e selos prestigiados no mercado nacional e global. Para ficarmos em apenas alguns exemplos podemos destacar as artistas: Ludmila (Warner Music); Jojo Maronttinni (Universal Music); Iza (Warner Music); Drika Barbosa (Laboratório Fantasma – selo independente); entre outras, que a partir de diferentes perspectivas e tomadas de posição, articulam práticas e discursos de empoderamento e diversidade profundamente contundentes no efervescente cenário *pop* nacional. Todavia, a contundência e diversidade desses posicionamentos não passaria incólume a críticas rasteiras e desqualificantes.

A autora Sarah Thorton (1995) destaca que num conjunto de domínios da cultura juvenil, as expressões femininas são frequentemente julgadas e retratadas como frívolas e inautênticas, enquanto as produções masculinas parecem deter uma espécie de monopólio dos julgamentos positivos, em torno da autenticidade, sendo consideradas sérias, verdadeiras e sinceras. Tendência também identificada por McLeod (2001) no exame das valorações distintivas entre produções de artistas mulheres e artistas homens, apresentadas nas críticas

culturais veiculadas em mídias impressas especializadas no universo *pop*, desde os anos 1970.

Na investigação dos percursos e processos de atribuição de autenticidade à prática artística das divas *pop*, Mozdzenski (2016) indica que, “[...] não é surpresa constatar que o pop feminino foi ignorado pela crítica por muito tempo, desde a sua criação nos anos 1960 [...]” (MOZDZENSKI, 2016, p.152), enquanto algumas artistas mulheres de outros gêneros, como *rock* tradicional, *folk* e *rap*, por exemplo, puderam desfrutar de reconhecimento “[...] pelo público e pela crítica como artistas autênticas, o mesmo não pode ser falado das divas pop [...]”. (MOZDZENSKI, 2016, p.152).

Diante da constatação dessa assimetria de julgamento, em relação às artistas de *pop music*, o pesquisador aponta a dimensão contextual da atribuição de autenticidade cultural, tomada enquanto “[...] construção sociocognitiva e discursiva”. (MOZDZENSKI, 2016, p.154).

Partindo dessa compreensão o autor propõe, a partir da categoria de “semblantes midiáticos” tomada de empréstimo de outras perspectivas, analisar a forma como as divas *pop* realizam aproximações em relação ao público e como constroem sua persona midiática. Nesse sentido, o autor identifica,

[...] dois semblantes midiáticos básicos: a imagem que a pop star cria para se aproximar dos fãs (‘semblante de engajamento’) e a que ela apresenta de si mesma como alguém singular (‘semblante de personalidade’). Na primeira situação, temos tanto aqueles casos em que a cantora afirma ter passado por dificuldades iguais ou semelhantes às dos seus seguidores (‘identificação’), quanto aqueles momentos em que ela abraça uma causa social alheia (‘solidariedade’). Já na segunda situação, a estrela pop pode desejar dar ênfase quer à área em ela se destaca artisticamente, cantando, dançando, atuando ou apresentando um programa na TV, por exemplo (‘competência’), quer a comportamentos ‘genuínos’ e traços ‘verdadeiros’ de seu caráter (‘credibilidade’). (MOZDZENSKI, 2016, p.154).

De um lado se apresenta a capacidade da artista *pop* em construir laços em relação à sua comunidade de fãs, ou “fandom” na gíria nativa, de outro a constante necessidade de provar sua competência artística e afirmar sua personalidade e peculiaridade diante de julgamentos desqualificantes e excessivamente rigorosos, num ambiente de alta competitividade que frequentemente questiona a qualidade propriamente artística do trabalho proposto.

Nessa direção, aponta o autor, a autenticidade *pop* também resulta de um “[...] efeito de sentido produzido a partir dos discursos e ações da diva *pop*”. (MOZDZENSKI, 2016, p.156). Enfim, as divas *pop* “[...] agenciam um estar no mundo pautado pela ideia de feminilidade empoderada, consciência corporal, diversão, entretenimento e aspectos políticos ligados a mulheres e homossexuais”. (CUNHA; SOARES; OLIVEIRA, 2016, p. 95). Logo, além de divertir-se e proporcionar diversão aos seus públicos, essas mulheres,

[...] querem mostrar que também são poderosas, talentosas, criativas, sensíveis, interessantes, fortes, altruístas. E que nos inspiram a todo o momento em sua coragem, inventividade, determinação, originalidade e resiliência. Lady Gaga, Adele, Beyoncé, Rihanna, Kylie Minogue, Jennifer Lopez, Miley Cyrus, Katy Perry, Britney Spears, Pink, Selena Gomez, Demi Lovato... são, cada uma à sua maneira, divas *pop* autênticas porque persistem e triunfam mesmo numa sociedade tão conservadora como a nossa atual. (MOZDZENSKI, 2016, p. 157).

Embora a discussão proposta por Mozdzenski, se detenha de maneira mais específica ao plano das divas *pop* mundialmente famosas, sobretudo aquelas de origem anglo-americana, as mesmas dinâmicas de questionamento da autenticidade e qualidades artísticas, se reproduzem nos planos dos mercados emergentes das divas *pop* nacionais.

Em entrevista ao jornal El País⁴⁵, realizada na Espanha durante o festival “Primavera Pop”, a artista Anitta, indica sofrer pesadas críticas sobretudo por ser mulher e jovem:

Como mulher, tudo é mais difícil, não podemos envelhecer, não podemos fazer o que queremos [...]. Tudo isso é muito confuso para mim [...] tenho minha empresa, meu escritório. Quando comecei por conta própria, muitas pessoas me disseram que isso não funcionaria. Por quê? Por ser mulher? Por saber dançar? Por ser bonita e dançar bem não posso ser inteligente? (ANITTA, 2018, El País, tradução nossa).

Uma das linhas a partir das quais operam processos de desqualificação das produções *pop* femininas contemporâneas passa por diferentes operacionalizações do discurso folclórico-modernista brasileiro, marcado, entre outras características, por ênfases nos planos da tradição e da nação, já que estas produções *pop* estão diretamente imbricadas em fluxos culturais de caráter global, expressando fortes marcas de um cosmopolitismo estético. (REGEV, 2013). Nesse sentido, a denúncia em torno da ausência de autenticidade dessas

⁴⁵ A entrevista pode ser acessada no link: https://elpais.com/elpais/2018/05/07/tentaciones/1525712530_285126.html. Último acesso 12/05/2018.

produções, também guarda íntimas relações com o histórico arranjo entre masculinidades hegemônicas e discursos nacionais, como aponta Braidoti (2002).

Tendo em vista essa articulação, torna-se possível entrever algumas das razões pelas quais importantes parcelas do público feminino heterossexual e do público *queer*, encontram menos barreiras e melhores condições de identificação em relação a determinadas produções *pop* globais ou produções nacionais esteticamente cosmopolitizadas. Além disso, a histórica sonegação de espaços de poder gerencial às mulheres no mundo do entretenimento, inclusa a indústria da música, e a enorme concentração dos meios de distribuição e produção musical em mãos masculinas, acabam por restringir os processos identificativos de grandes parcelas do público feminino e LGBTQI às únicas faces visíveis de toda essa cadeia produtiva. Elas acabam por concentrar a visibilidade no meio musical, tornando-se modelos globais de figuras femininas empoderadas.

Todavia, as posições femininas altamente dominantes, do ponto de vista da ocupação de espaços no *mainstream* global, não são capazes de suprir as intensas demandas por representatividade, diversidade e democratização da visibilidade nos espaços do entretenimento. Assim como as expressões musicais e audiovisuais *pop* periféricas, profundamente marcadas por perspectivas e redes de produção e distribuição masculinas e heterossexuais, ganham condições de expansão no cenário contemporâneo, outros *pop* periféricos, que passam a ganhar condições objetivas de pleitear e construir a ampliação de sua visibilidade. Essas expressões carregam, inclusive, alto potencial de transição de posicionamentos periféricos, para posições *mainstream*, especialmente quando seus conteúdos são passíveis de encaixe nos veículos midiáticos tradicionais, sobretudo, quando não apresentam conteúdos explícitos e narrativas da ilicitude.

Do ponto de vista do público, esses movimentos permitem que se observe outras dimensões da articulação entre as ideias de masculinidade e autenticidade, já que, em geral, quando uma artista *pop* periférica, identificada ao público feminino e/ou diferentes parcelas do público LGBTQI transita entre espaços periféricos e centrais, não se assiste com a mesma frequência acusações acerca de “traição” das origens e esvaziamento da autenticidade, ao contrário, a ocupação desses espaços de alta visibilidade é celebrada por importantes parcelas desses públicos, sobretudo pela importância da representatividade simbólica e reconhecimento, historicamente sonegados às mulheres e pessoas LGBTQI em incontáveis domínios da realidade social brasileira e global. Em determinados domínios de produção

pop periférica masculina, majoritariamente dirigidas ao público heterossexual, a simples abordagens de temáticas românticas e dançantes, comumente estereotipadas enquanto femininas e o próprio direcionamento lírico à figura da mulher, podem despertar avalanches de críticas e acusações de esvaziamento da autenticidade, como as recentemente sofridas por Mano Brown ao lançar o disco solo “Boogie Naípe”, tematizando o universo simbólico do *soul-funk* romântico. Desse modo, em diversos nichos *pop* periféricos, temáticas e posicionamentos que possam simbolizar “contaminações” por dimensões socio-historicamente construídas do “feminino”, carregam possibilidades de “macular” expressões atravessadas por valorações relativas ao monopólio masculino do discurso do “autêntico”.

Talvez isso ajude a explicar algumas das razões pelas quais o trânsito em relação ao *pop mainstream*, e o próprio uso da expressão “*pop*” para se referir a determinadas expressões musicais *pop* periféricas masculinas, pode soar como uma ofensa, dada a forte identificação de grandes parcelas das mulheres heterossexuais e dos públicos LGBTQI em relação ao universo musical do *pop mainstream* global e nacional, também marcadas por relações relativamente “bem resolvidas” entre o *pop* periférico, orgânico desses grupos sociais, e as esferas *mainstream* do entretenimento. O ato de “se vender” ao mercado, abrindo mão de suas crenças ético-estéticas seria (em domínios culturais específicos), uma forma de feminilização e logo perda de prestígio nesse mercado.

O caso do *pop funk* brasileiro é bastante heurístico, de uma articulação peculiar entre instâncias de produção hegemônicas e estéticas e posicionamentos *pop* periféricos.

Nessa direção, o pesquisador Rafael Ribeiro da Silva (2017), ao analisar diferentes performances e estratégias de posicionamento da artista Anitta nos últimos anos, identifica a configuração de novos agenciamentos e processos de eclosão das performances e falas femininas no mundo *funk*. (SILVA, R.R., 2017). O autor destaca aspectos da historicidade desses processos, no sentido de evidenciar que a trajetória da artista carioca pode representar a culminância de um processo socio-histórico de dimensão mais alongada, cheio de percalços.

A construção da narrativa em torno do “lugar privilegiado” de um “*pop funk*” no contexto nacional contemporâneo, marcado pelo caráter híbrido, relacionado à intensificação da recursividade a determinados conteúdos estéticos e expressões, associadas aos espaços sociais e aos imaginários do *pop mainstream* globalizado (SILVA, R. R., 2017), não se dá num vácuo histórico.

Ao longo das últimas décadas diferentes “ondas *funk*” de caráter *pop* atravessaram o país, especialmente àquelas associadas ao “tradicional” gênero *pop* periférico “*funk melody*”, marcado por teores *soft*, eroticidade moderada, narrativas românticas, batidas leves e dançantes.

Nesse sentido, a profunda consolidação contemporânea do *pop funk*, enquanto gênero ao mesmo tempo específico e híbrido em relação ao recurso estético a um conjunto de referências *pop* globalizadas, articula importantes condições, a partir das quais, artistas como Anitta possam se lançar em empreitadas, no seu caso bem-sucedidas, de construção de uma carreira internacional. Essas condições encontram alicerces na conformação ao longo do século XX e XXI de específicos fundos de memória sociocultural, de matriz primordialmente urbana, periférica e cosmopolitizada, quase sempre atravessados por diferentes níveis de aproximação e distanciamento, em relação aos meios de produção e distribuição musical hegemônicos.

A força contemporânea do *pop* feminino no mercado musical brasileiro é inquestionável, basta observarmos as estatísticas relativas à categoria “Principais artistas”, apresentadas pelo YouTube Charts, serviço de medição de diferentes variáveis do consumo musical, desenvolvido pela plataforma. De acordo com o *ranking*, a cantora Marília Mendonça ocupa a primeira posição há 86 semanas, com 50,5 milhões de visualizações no período compreendido entre 4 e 10 de maio de 2018, Anitta ocupa a sexta posição com 29,5 milhões de visualizações e a dupla Maiara e Maraisa a oitava com 27,5 milhões.⁴⁶

Outro segmento que ganha cada vez mais espaço nas plataformas digitais, são as produções musicais e audiovisuais, apresentadas por cantoras transexuais e *drag queens*, tendência que também dialoga de maneira cosmopolita com todo um conjunto de estéticas *mainstream* do *pop* global. Performances “populares periféricas”, que conforme Cunha, Soares e Oliveira (2016) se articulam “[...] a pertencimentos e agenciamentos que se fazem entre ser local e ser global não como instâncias opostas – e binárias –, mas naquilo que se faz por adição, simultaneidade [...]” (2016, p. 84).

As pesquisadoras e o pesquisador destacam as performatividades vídeo-musicais das artistas transexuais; Títica, natural de Angola; e da brasileira MC Xuxu, que conforme apontam, é, “[...] representante de um movimento de MCs transexuais de funk brasileiro, ao

⁴⁶ As estatísticas podem ser conferidas no endereço: <https://charts.youtube.com/charts/TopArtists/br/20180504-20180510>. (Último acesso: 21/05/2018).

lado de nomes como MC Transnitta e Mulher Banana”. (CUNHA; SOARES; OLIVEIRA, 2016, p. 87). Crescida na região periférica de Juiz de Fora em Minas Gerais, a cantora e compositora,

[...] assume a influência de cantoras pop como Wanessa e Beyoncé em seu trabalho, e utiliza a internet como a principal ferramenta de divulgação [...] sua trajetória se estabelece em um momento peculiar das relações de gênero no país. Enquanto o movimento organizado avança em algumas pautas, travestis e transexuais ainda são rotineiramente alvo de violência e assassinatos nas ruas. Com acesso precarizado à educação, moradia e trabalho”. (CUNHA; SOARES; OLIVEIRA, 2016, p. 87).

Diante dessa contextualidade, Cunha, Soares e Oliveira (2016), enxergam nos “gêneros musicais periféricos” a potencialidade de representação de grupos subalternizados e minoritários, além de permitirem, a construção de reflexões, novas referências e interpretações em torno “[...] das questões da vida privada e da esfera íntima, no caso, orientações sexuais e identidades de gênero que se tornam assunto político e público especialmente no fim do século XX”. (CUNHA; SOARES; OLIVEIRA, 2016, p. 92). Desse modo, a partir do mergulho em referências *pop* mundializadas, as artistas *pop* periféricas transexuais, “[...] concedem maior visibilidade a práticas identitárias e experimentações performáticas que possibilitam a ruptura de posturas fixas de papéis sexuais, se aproximando e também se afastando de lógicas binárias”. (CUNHA; SOARES; OLIVEIRA, 2016, p. 95).

A periferia inscrita nesses corpos implica em jogos ambivalentes com estereótipos, tentativas de inserção e rejeição, bem como de novas determinações, a partir da manipulação da moda e da aparência, revertendo estigmas e apresentando novos corpos que são formas políticas de inscrição tanto na cidade quanto em uma cidadania atravessada pelo consumo. (CUNHA; SOARES; OLIVEIRA, 2016, p. 95).

No artigo “Globalização sexual e seus potenciais criativos: etnias, (trans)sexualidades e pop-stars”, o pesquisador Marcelo Teixeira (2015), dirige o foco de sua análise não às,

[...] mulheres cantoras alçadas à condição de divas gays globais, ainda que a importância dessas sobre a construção de uma identidade e imagética gay global não possa ser desprezada: este artigo é sobre pop stars queer, aqui entendidos como aqueles sobre os quais estigmas de raça, corpo, gênero e sexualidades os classificariam como “abjetos”, conforme Butler (BUTLER, 1993[2011], p. XIII). (TEIXEIRA, 2015, p. 181).

Conforme o autor, estes “*pop-stars queer*” são capazes de tensionar estereótipos de gênero e confrontar diferentes políticas sexuais vigentes em diferentes partes do globo, a partir de sua simples existência dentro e fora de suas respectivas fronteiras nacionais. (TEIXEIRA, 2015).

Nessa direção, o autor apresenta uma breve história da relação entre música *pop* e diversidade de expressões da sexualidade, evidenciando a relação de longa data entre essas expressões artísticas, sobretudo nos contextos anglo-americanos, “[...] com efeminação, bissexualidade, androginia e homossexualidade, conformando uma tradição de desafio aos estereótipos estéticos, performativos e políticos de gênero”. (TEIXEIRA, 2015, p. 182). No caso do Brasil,

[...] a Tropicália flertaria com a androginia, especialmente por meio de Caetano Veloso, pavimentando o caminho que levaria à ambiguidade sexual transgressora de Ney Matogrosso (FAOUR, 2006). Em comum aos astros ingleses, norte-americanos e brasileiros estava a afronta aos parâmetros socialmente aceitos de masculinidades, alargando comportamentos e estéticas correntes. (TEIXEIRA, 2015, p. 182).

Conforme Teixeira (2015) as estéticas disco, o *punk-rock* e o *pós-punk*, também apresentariam trajetórias artísticas marcadas pela ambiguidade sexual, logo, a partir dos anos 80,

[...] com a ascensão da cultura *clubber*, centrada em boates, festas, música eletrônica e atavicamente relacionada com subculturas LGBTs, uma miríade de artistas sexualmente ambíguos foi exposta, beneficiada pela contemporânea expansão da Internet, tornando a cultura *clubber* indissociável de dissidências sexuais e de novas propostas comportamentais e estéticas [...]. Assim, a rede de influências estéticas e sexuais do pop-rock, estabelecida desde o final da década de 60, ganhou velocidade e abrangência conforme a circulação de imagens e informação se expandia, globalizando a transgressão e a displicência com estéticas normativas de gênero e de sexualidades. (TEIXEIRA, 2015, p. 183).

A MTV teria papel fundamental na ampliação da projeção global, sobretudo do *star-system* anglo-americano, abrindo “[...] diversas filiais por todos os continentes, alargando mundialmente o espectro expositivo para a indústria da música pop”. (TEIXEIRA, 2015, p.183). Todavia, é com o advento da *internet*, que a “[...] a exposição global de artistas populares alcançaria patamares jamais alcançados pela MTV [...]” (TEIXEIRA, 2015, p. 183), o que aponta para a impossibilidade de ignorar o impacto da circulação local e global de identidades sexuais e diferentes performatividades de gênero, na medida em que passam

a constituir potentes símbolos identitários com profunda influência na formação de subjetividades. (TEIXEIRA, 2015).

Nesses fluxos, ritmos musicais regionais (kuduro, chalga, música judaica) são remixados com cenas do imaginário queer (tanto local quanto global) e com corpos transgressores de estereótipos de gênero formando uma retórica visual para potencialidades culturais, sociais e eróticas ao mesmo tempo em que confere cosmopolitanismo ao artista local queer: desta maneira, Aziz é tanto africano quanto cigano, Titica tanto negra quanto europeia, Dana International tanto judia quanto latino-americana. Suas identidades, ao mesmo passo em que são permeadas por estes fluxos transnacionais, também permeiam outras em formação dentro e fora das fronteiras de seus países. (TEIXEIRA, 2015, p. 189).

Na perspectiva do autor, ser “[...] diva também é ser política, ao mesmo tempo em que ser local é ser global [...]” (TEIXEIRA, 2015, p.190), desse modo, a circulação global dessas imagens e produções musicais *queer* carregaria o potencial de expandir noções de cidadania *queer* e potencializar processos de avanço dos direitos civis das populações LGBTQI (ainda circunscritos a alguns países do mundo), já que estariam indissociavelmente “[...] implicadas na formação de uma possível cidadania sexual global para aqueles corpos que desafiariam estereótipos de gênero e sexualidade vigentes em diversas sociedades mundo afora”. (TEIXEIRA, 2015, p. 190).

Nesse sentido, a trajetória recente da *drag queen* Pablló Vittar, no contexto brasileiro é capaz de ilustrar de maneira vívida o potencial estético-político da emergência de artistas, marcados pela diversidade sexual, a cantora mobiliza afetos e profundas identificações de um lado e mentiras, difamações e críticas extremas, sobretudo, por parte de grupos ultraconservadores atuantes nas redes sociais. Conforme Rose de Melo Rocha e Danilo Postinguel, a artista “[...] toma para si um narrar autobiográfico constituído do caminho ambivalente e intersticial que entrelaça sua trajetória pessoal, subjetiva – marcada por *bullyings* e afirmações identitárias complexas –, ao percurso midiático trilhado – do entretenimento e da musicalidade”. (ROCHA; POSTINGUEL, 2017, p. 5).

A partir de uma construção de gênero nômade – a artista declarou em diferentes oportunidades não ver problemas em ser identificada a partir do artigo “a” ou “o” – Pablló incorpora em sua musicalidade “[...] diferentes estilos e citações musicais e na união tensiva e irônica entre entretenimento, *show business* e contestação subalterna”. (ROCHA; POSTINGUEL, 2017, p. 5). Dona de um raro carisma, o que talvez desperte sentimentos ambíguos em muitos de seus críticos, sua expressividade performático-musical, pode

transitar com extrema fluidez e naturalidade do *soul* das divas estadunidenses ao tecnobrega paraense, articulando ativismo à ocupação de espaços nos mercados do entretenimento e assegurando, presença cativa nas pistas de dança do país e de muitas partes do mundo.

Cabe apresentar, uma breve trajetória da artista nos últimos anos, para contextualizarmos sua estratégia de posicionamento no mercado *pop* contemporâneo:

A carreira meteórica da *drag queen* brasileira Pablu Vittar, conduziu-a, aos 22 anos, a uma presença intensiva na cena midiática e nas redes digitais, tanto em veículos do *mainstream* massivo quanto em espaços *cult*-alternativos – os próprios, como seu *vlog*, e em outros inúmeros, sejam ou não de “vittar-fãs”. Entre seus feitos, recordes de visualização de vídeos no YouTube, de seguidores no Instagram, figurando por vezes entre os top 10 semanais brasileiros do Spotify, além de protagonizar programas televisivos e campanhas publicitárias. Pablu Vittar, outrora Pablu Knowles, e Phabullo Rodrigues da Silva em sua origem, ganha visibilidade justamente a partir do YouTube, em 2015, com “Open Bar”, versão do hit “Lean On” de Major Lazer e DJ Snake, com participação especial da cantora dinamarquesa MØ. Posteriormente são colocados em circulação por Vittar novos samples, realizadas parcerias e participações especiais com DJs, cantores e cantoras do rap, do funk e do pop, como Anitta, e um sucesso é emplacado no Carnaval de 2017, fugindo tanto à tradição do samba tipo exportação, quanto da exploração sexista de corpos femininos cisgêneros em sua construção audiovisual. Essa polivalência e ecletismo, marcados por uma reflexividade auto-irônica e estilizada, que a levam, no momento atual, a pesquisar ritmos e sonoridades brasileiras, também podem ser vistos em seus shows. (ROCHA; POSTINGUEL, 2017 p. 1-2).

Rocha e Postinguel (2017), situam a trajetória de Pablu no contexto das mídias com “funções pós-massivas”, nas quais as expressões artísticas operam por nichos. Diferente das mídias massivas, que ofertam um conteúdo de maneira, no plano pós-massivo, conteúdos e produções, “[...] são destinadas a comunidades de usuários e/ou segmentos específicos de consumidores”. (ROCHA; POSTINGUEL, 2017, p. 8). Assim como Vittar, uma série de artistas *queer* como: “Rico Dalasam, Lia Clark, Linn da Quebrada, Mulher Pepita, Jaloo e Liniker são filhos desta cena de descompressão comunicacional e de espriamento não exatamente dos conteúdos, mas de formas conteúdo, formatos e afetos midiáticos e digitalmente espriados”. (ROCHA; POSTINGUEL, 2017, p. 8). Esse ambiente de descompressão comunicacional, contribuiria, portanto, na instauração de “[...] uma cultura planetária, mais interativa e dinâmica, que enseja trocas, influências mútuas e requer maior cooperação dos envolvidos”. (ROCHA; POSTINGUEL, 2017, p. 8).

Embora essas novas arquiteturas comunicacionais, com aberturas pós-massivas, permitam a construção de carreiras artísticas a partir de caminhos antes interditos, não podemos ignorar os trânsitos entre massivo e pós-massivo na construção de trajetórias

artísticas no contexto contemporâneo, caso emblemático do percurso de Pablo Vittar. Nesse sentido, não se pode apostar, com total segurança, na formatação de um ambiente de produção e distribuição cultural plenamente pós-massivo ou apressadamente definidos, a partir da suposição de condições de posicionamento totalmente redefinidas pela via de trânsitos “pós-periféricos”. (ROCHA; SILVA; PEREIRA, 2015; ROCHA; POSTINGUEL, 2017).

Apostar na total implosão dos esquemas tradicionais, a partir da ampliação das possibilidades de emergência de trajetórias “de baixo para cima”, ou de “fora para dentro” a partir do decreto de uma realidade cultural plenamente “pós-massiva” e “pós-periférica”, carregaria grandes possibilidades de produzir, a partir do plano simbólico-discursivo, o apagamento das profundas desigualdades em termos das condições objetivas de posicionamento no espaço social, tanto do ponto de vista das disparidades em termos de acesso à infraestrutura técnica e financeiro-comercial, quanto do ponto de vista das hierarquizações e assimetrias simbólicas de posicionamento social.

Sérias dificuldades são encontradas em torno do vaticínio de um contexto cultural pós-periférico, se as posições “centrais” ainda investem boa parte de seus “capitais”, no sentido de conservar assimetrias. Por outro lado, a pressão do ponto de vista periférico no plano da cultura, jamais fora tão intensa e jamais artistas posicionados periféricamente nos mercados do entretenimento dispuseram de condições tão favoráveis à potencialização de suas múltiplas politicidades, vozes e discursos, que num contexto de quase total concentração dos meios de produção e distribuição, estavam irrevogavelmente “[...] reprimidos pelas ilhas de edição das mídias de função massiva”. (ROCHA; POSTINGUEL, 2017, p.10). Na tenaz provocação final de Rocha e Postinguel, se situa a transição para o próximo capítulo: “[...] afinal, pode o pop ativar o solo pantanoso e deteriorado da grande política?”. (ROCHA; POSTINGUEL, 2017, p.15).

CAPÍTULO 7

ESTÉTICAS ATLÂNTICAS NEGRAS, GLOBALIDADE, NACIONALIDADE E MASCULINIDADES

Para se delinear algumas características contemporâneas do conjunto de fenômenos e processos referidos por mercados *pop* periféricos, deve-se levar em conta amplas dinâmicas simultaneamente socioculturais e políticas de caráter global. Nesse sentido, não podemos partir de perspectivas reducionistas, caras a toda uma série de produções do conhecimento, calcadas em modelações eurocêntricas nas quais são “[...] separados faculdades e modos de experiência e de conhecimento, na realidade exercidos conjuntamente, e faz ver, isolados entre si, elementos da realidade que não existem separadamente”. (QUIJANO, 1992, p. 74).

Logo, profundas transformações nas possibilidades de prática política e cultural transitadas, sobretudo, a partir da segunda metade do século XX e nas próprias fronteiras lógicas que visam separar processos complexos, simultâneos e multifacetados em dimensões “fatiadas” da realidade, impactarão sobremaneira nas múltiplas formas com que os arranjos entre distintas estratégias e formas de negócio, diversão e prestígio social se articularão, no plano das expressões artístico-culturais populares, por todo o mundo.

Nesses novos cenários, marcados por contingências e intercursos inéditos entre trajetórias pessoais e arranjos socio-humanos, os trânsitos entre distintas dimensões socialmente articuladas, sobretudo a partir da consolidação generalizada de padrões digitais de produção, circulação e consumo de bens culturais e a segurança em torno do recurso a determinados princípios, balizadores das análises ligadas a esses universos de práticas e significações, passam a sofrer agudos reposicionamentos.

Algumas dessas redefinições passam pelo fato de que estamos diante de grandes volumes de jovens produtores e consumidores culturais “nativos digitais” (PRENSKY, 2001), ou seja, pessoas que nasceram em contextos socioculturais onde as tecnologias digitais já integravam a maior parte das dimensões da vida cotidiana, pessoas que não só nasceram diante dessas tecnologias como assistiram processos acelerados de consolidação de novos padrões de amplo impacto econômico e sociocultural, como o advento da web 2.0, enquanto as gerações “imigrantes digitais” (PRENSKY, 2001), compostas por pessoas que conviveram com padrões pré-digitais e assistiram a transição para os padrões digitais,

possuem formas diferentes de compreender e transitar por determinadas formatos, plataformas e mediações culturais.

Por mais que a população jovem nativa digital compreenda grande volume do consumo e trânsito orgânico por essas formas e meios, orientando boa parte dos investimentos por parte dos grandes impérios corporativos do mundo digital, (MARTEL, 2015) as “gerações imigrantes” dispõe, em geral, de maiores recursos financeiros e transitam com maior frequência pelo consumo de formatos e plataformas menos utilizados por nativos digitais, como o rádio e a TV, garantindo a viabilidade contemporânea de mercados de consumo cultural exaustivamente declarados como “mortos”, a partir de apressadas perspectivas.

Diante da simultaneidade geracional em questão, e da simultaneidade entre diferentes padrões de consumo cultural, não podemos sucumbir ao diagnóstico de que as práticas culturais juvenis contemporâneas se pautam, exclusivamente, pelo descarte veloz de trajetórias e produções artísticas, na exata medida em que a possibilidade de contato com a memória e a genealogia de produtos e bens artísticos, historicamente vinculados à matrizes estéticas atualmente destacadas, também se configura como uma possibilidade potencializada pelas contingências tecnoculturais (KELLNER, 2001) da era digital.

Obviamente, não se trata de um ambiente de convivência plenamente pacífica e sem fricções geracionais entre “velhos” e “novos” conteúdos culturais e formas de consumo, fricções presentes em contextos histórico-culturais bastante distintos como as enfrentadas por Mozart, destacadas no trabalho de Elias (1995), todavia, não podemos esquecer que a disponibilidade historicamente inédita dos conteúdos, sobretudo a partir do crescente domínio das plataformas de *streaming*, permite que produções das mais distintas características e períodos, convivam com a avalanche diária de novas produções musicais, audiovisuais e vídeo musicais, fomentando novas possibilidades combinatórias, novas condições de posicionamento diante de bens culturais, novas formas e estratégias de distinção e prestígio a partir do consumo cultural e do gosto estético e novas formas de identificação diante dessas expressões.

Nas próximas páginas se tematizará algumas dinâmicas dos mercados de produção, circulação e consumo de estéticas atlânticas negras no contexto do Distrito Federal, com foco dirigido ao mercado *Rap*, na medida em que se acredita que os processos em curso nesse específico mercado cultural são capazes de ilustrar sobremaneira o ambiente

sociocultural contemporâneo, entendido enquanto profundamente fertilizador de formas diversas de aproximação e distanciamento em torno das produções artísticas populares.

Em princípio, se discutirá questões socio-históricas de caráter global em torno dos processos de redefinições identitárias do ponto de vista das identificações subjetivas e socioculturais, em seguida, se partirá dessas reflexões para a análise das maneiras como algumas dessas dinâmicas se configuraram no contexto cultural e sociopolítico nacional, impactando, sobremaneira, nos modos como as produções culturais negras conformadas nos fluxos transatlânticos, puderam se posicionar nos cenários de produção, circulação e consumo de bens culturais, sobretudo musicais, nos mercados nacionais. As trajetórias socio-históricas, tecnológicas, políticas e econômicas que dão forma a distintos mercados regionais de música *rap* no Brasil, efervescentes ao longo das últimas quatro décadas no país, imprimem marcas profundas nas maneiras e possibilidades de expressão em circulação na atual configuração ampliada e crescente desses mercados culturais pós padrões digitais.

No estudo das expressões ligadas às culturas negras transatlânticas, sobretudo aqueles dedicados à discussão dos processos de produção, circulação e consumo dessas expressões nas periferias urbanas do país, pode-se observar a frequência da identificação de produtores e consumidores do repertório estético próprio dessas manifestações à expressão de um conjunto de práticas e simbolizações marcadas pelo recurso identitário. (ABRAMOVAY, 1999, 2010; AMORIM, 1997; ANDRADE, 2007; D'ANDREA, 2013; MAGRO, 2003; OLIVEIRA, 2017; ROSA, 2006; TAVARES, 2009, 2010).

Nesse sentido, torna-se imprescindível a tentativa de investigar determinadas possibilidades e dinâmicas socio-históricas confluentes na configuração de algumas das complexas e multifacetadas significações construídas em torno da ideia “identidade”, para que possamos caracterizar o recurso analítico a essas compreensões no delineamento das questões centrais a esse trabalho. A estratégia se faz incontornável na medida em que, distintas formações socioculturais identificadas enquanto expressões identitárias se apresentam como eixo privilegiado por parte de múltiplas perspectivas acadêmicas em torno das práticas e simbolizações referidas à produção, consumo e circulação de bens culturais populares ligados aos fluxos de matrizes atlânticas negras no contexto brasileiro.

De um ponto de vista etimológico, a palavra identidade deriva do termo latino *identitate*, podendo ser traduzida como “o mesmo”, em relação aos significados em língua portuguesa o dicionário Aurélio apresenta as seguintes possibilidades: 1. Qualidade de

idêntico; 2. Os caracteres próprios e exclusivos de uma pessoa: nome, idade, estado, profissão, sexo, etc. O dicionário Houaiss expande a última definição, acrescentando identidade às coisas, correspondendo a um “[...] conjunto de características e circunstâncias que distinguem uma pessoa ou uma coisa e graças às quais é possível individualizá-la.” Pode-se observar que a ideia tanto pode remeter a qualidades idênticas, portanto, às similitudes, correspondências, semelhanças entre pessoas, grupos, objetos, quanto pode significar exatamente aqueles elementos capazes de distinguir, ou individualizar pessoas e coisas. Enfim, partilhamos elementos de identidade (enquanto qualidade de idêntico), em relação a todo um conjunto de grupos e pessoas e possuímos elementos de identidade, capazes de nos conferir características próprias, enfim, individualizantes.

Todavia, faz-se incontornável discutir algumas das profundas significações erigidas em torno da ideia, sobretudo quando compreendida em seus usos sociopolíticos, indissociáveis, por sua vez, de amplas e agudas redefinições de caráter histórico-cultural processadas nas últimas décadas.

Como indica Stuart Hall, a “[...] demasiadamente complexa [...]” ideia de identidade, encontra-se ainda muito pouco desenvolvida e muito pouco compreendida, nas ciências sociais contemporâneas, não permitindo o estabelecimento de afirmações conclusivas em torno de sua teorização. (HALL, 2006, p. 8).

O autor apresenta afinidades em relação à concepção de que se operam no plano contemporâneo processos de descentramento das identidades modernas, que se tornam cada vez mais descoladas e descentradas em relação aos padrões culturais modernos de ênfase territorial, nacional e de classe.

Operando com os ambíguos desdobramentos que os significados da palavra “identidade” podem assumir, Hall busca discutir os impactos de intensas e recentes dinâmicas socio-históricas, tanto no que se refere às relações entre identidade e posicionamentos de sujeito, quanto em relação às identidades culturais, entendidas enquanto “[...] aspectos de nossas identidades que surgem de nosso ‘pertencimento’ a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais”. (HALL, 2006, p. 8).

A posição de sujeito em grande parte das perspectivas iluministas, ou pré-sociológicas, baseava-se, conforme Hall,

[...] numa concepção de pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo

“centro” consistia num núcleo interior, que emergia pela primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo – contínuo ou idêntico a ele – ao longo da existência do indivíduo[...]. (HALL, 2006, p. 10-11).

O “sujeito sociológico”, por sua vez, permite a compreensão, a partir das perspectivas construídas por outras disciplinas e pelas ciências sociais, de processos relacionais e interpenetrações entre interioridade e exterioridade, profundamente distintos das concepções essencialistas de sujeito do iluminismo, embora marcadas até a primeira metade do século XX por uma “reciprocidade estável” e dualizada, entre estrutura social e individualidade. (HALL, 2006, p. 31-32).

Nesse sentido, essa suposta correspondência, relativamente estabilizada entre formações socioculturais e expressões subjetivas, guardaria profundas afinidades sociopolítica em relação a concepções identitárias marcadas, por exemplo, pelo recurso à macro identificações culturais, como as de caráter nacional ou de classe. Esta concepção mais social dos sujeitos foi capaz de implicar o indivíduo “[...] enredado nas maquinarias burocráticas e administrativas do estado moderno [...]” em posições mais localizadas e definidas no “[...] interior dessas grandes estruturas e formações sustentadoras da sociedade moderna”. (HALL, 2006, p. 30).

As modernas narrativas em torno das identidades culturais nacionais forjam, em torno de suas específicas dinâmicas históricas, imagens unificadas acerca de seus símbolos e práticas. Entretanto, uma formação cultural nacional, segundo Hall, “[...] nunca foi um simples ponto de lealdade, união e identificação simbólica. Ela é também uma estrutura de poder cultural”. (HALL, 2006, p. 59). Definidas territorial e culturalmente a partir de longos processos de conquista violenta e igualmente violentas dinâmicas de supressão de diferenças culturais, as nações jamais conseguiram fazer desaparecer, em torno da mitologia da “família nacional”, as profundas diferenças regionais, de classe, de gênero, étnicas, linguísticas, diversidades sexuais entre outras. Nesse sentido, Hall propõe outra forma de pensar as culturas nacionais, ou seja, para além da ideia de unificação. Segundo o autor:

Deveríamos pensá-las como constituindo um *dispositivo discursivo* que representa a diferença como unidade ou identidade. Elas são atravessadas por profundas divisões e diferenças internas, sendo “unificadas” apenas através do exercício de diferentes formas de poder cultural. Entretanto – como nas fantasias do eu “inteiro” de que fala a psicanálise lacaniana – as identidades nacionais continuam a ser representadas como unificadas. (HALL, 2006, p. 61-62).

No plano histórico dos processos de modernização, as culturas nacionais têm dominado a ideia mesma de “[...] modernidade [...]” e as “[...] identidades nacionais tendem a se sobrepor a outras fontes, mais particularistas, de identificação cultural”. (HALL, 2006, p. 67).

Todavia, o autor identifica poderosos deslocamentos das identidades culturais de caráter nacional na segunda metade do século XX, na sua concepção um “[...] complexo de processos e forças de mudança, que, por conveniência, pode ser sintetizado sob o termo globalização [...]” (HALL, 2006, p. 67), estão na base dessas agudas redefinições socioculturais.

Embora a globalização não compreenda um conjunto de fenômenos recentes, conforme Hall, “[...] geralmente se concorda que, desde os anos 70, tanto o alcance quanto o ritmo de integração global aumentaram enormemente, acelerando os fluxos e os laços entre as nações.” (HALL, 2006, p. 67-68).

Na esfera das lutas sociopolíticas, emergem durante os anos sessenta novos movimentos sociais e novas formas de articulação política “[...] juntamente com as revoltas estudantis, os movimentos juvenis contraculturais e antibelicistas, as lutas pelos direitos civis, os movimentos revolucionários do ‘Terceiro Mundo’, os movimentos pela paz e tudo aquilo que está associado com ‘1968’ [...]”. (HALL, 2006, p. 44). Na esteira desses processos históricos, cada uma dessas articulações,

[...] apelava para a identidade social de seus sustentadores. Assim, o feminismo apelava às mulheres, a política sexual aos gays e lésbicas, as lutas raciais aos negros, o movimento antibelicista aos pacifistas e assim por diante. Isso constitui o nascimento histórico do que veio a ser conhecido como a política de identidade – uma identidade para cada movimento. (HALL, 2006, p. 45).

Na mesma dimensão em que, se pluralizam as possibilidades de identificação e lutas político-identitárias, as dinâmicas entre localidade e globalidade se complexificam de maneira acelerada diante de uma configuração redefinida de espaço-tempo, mediada, sobretudo, pelas tecnologias comunicacionais e de transporte. O “local” já não pode ser confundido com “[...] velhas identidades, firmemente enraizadas em localidades bem delimitadas. Em vez disso, ele atua no interior da lógica da globalização”. (HALL, 2006, p. 78). É mais provável, que esses processos produzam simultaneamente “[...] novas identificações ‘globais’ e novas identificações ‘locais’”. (HALL, 2006, p. 78).

No plano das novas identidades, emergidas nos fluxos globalizantes, Hall mobiliza o exemplo das,

[...] novas identidades que emergiram nos anos 70, agrupadas ao redor do significante *black*, o qual, no contexto britânico, fornece um novo foco de identificação tanto para as comunidades afro-caribenhas quanto para as asiáticas. O que essas comunidades tem em comum, o que elas representam através da apreensão da identidade *black*, não é que elas sejam, cultural, étnica, linguística ou mesmo fisicamente a mesma coisa, mas que elas são vistas e tratadas como “a mesma coisa” (isto é, não-brancas, como o “outro”) pela cultura dominante. [...] Entretanto, apesar do fato de que esforços são feitos para dar a essa identidade *black* um conteúdo único ou unificado, ela continua a existir como uma identidade ao longo de uma larga gama de outras diferenças. Pessoas afro-caribenhas e indianas continuam a manter diferentes tradições culturais. O *black* é, assim, um exemplo não apenas do caráter político das novas identidades, isto é, de seu caráter posicional e conjuntural (sua formação em e para tempos e lugares específicos) mas também do modo como a identidade e a diferença estão inextricavelmente articuladas ou entrelaçadas em identidades diferentes, uma nunca anulando completamente a outra”. (HALL, 2006, p. 86-87).

Na perspectiva de Quijano, a ideia de identidade não pode ser desligada de entidades histórico-sociais, na medida em que se trata de “[...] uma categoria relacional, intersubjetiva e histórica”. (QUIJANO, 1992, p. 73). Logo, a ideia configura-se enquanto partes e modos de relações historicamente estabelecidos, passíveis de modificação e cancelamento em meio às “[...] diversas formas organizadas de existência social. Não é propriedade ou atributo de entidades isoladas; nem é algo dado, preexistente a sua própria história, que deveria ser descoberto e assumido”. (QUIJANO, 1992, p. 73).

Conforme o autor, no contexto da América Latina, a questão identitária se estabelece a partir da violenta destruição das culturais nativas no curso do processo colonial. Dos escombros sociais e a partir das populações sobreviventes o domínio colonial fora imposto, produzindo novas sociedades coloniais, que mesmo após processos de independência política, não efetivaram a “[...] descolonização das relações de poder dessa sociedade”. (QUIJANO, 1992, p. 74).

Segundo o autor, constaria na persistência da desigualdade de poder nas relações entre europeu e não-europeu, calcada em hierarquizações em torno de diferenças físicas e culturais, a base da questão da identidade em contextos de colonização, como a América Latina. (QUIJANO, 1992, p. 74). Tal hegemonia eurocêntrica legitimaria os processos de aplicação forçada do paradigma formal e mistificado europeu de nação e estado-nação, no

contexto de sociedades cuja especificidade é inseparável do entrelaçamento entre colonialidade e a heterogeneidade histórico-estrutural. (QUIJANO, 1992, p. 75).

Políticas de extermínio físico e cultural atingiriam em cheio as populações indígenas e, não menos, as populações descendentes dos africanos trazidas à força. Nesse sentido, Quijano aponta que o modelo europeu de nação, tomado enquanto “[...] coletividade *étnica, racial e culturalmente* homogênea levou as oligarquias da Argentina e do Chile, paralelamente aos Estados Unidos, a tentar *homogeneizar* sua população”. (QUIJANO, 1992, p. 75). Processos de homogeneização, que certamente não poderiam evitar “[...] brutais e massivas violências [...]” (QUIJANO, 1992, p.75), persistentes até nossos dias. Nesse sentido, segundo o autor, seria necessário operar uma libertação da questão da identidade em relação ao paradigma europeu de nação e estado-nação. (QUIJANO, 1992, p. 75-76).

Para Quijano, essas dinâmicas, calcadas na desigualdade e assimetrias no exercício do poder, são contemporaneamente atravessadas pela introdução de um elemento novo, o apogeu da “[...] globalização do poder e do mundo da espécie humana”. (QUIJANO, 1992, p. 78). Esse apogeu implicaria em duas processualidades, paralelamente entrelaçadas e contraditórias:

Em primeiro lugar, a mundialização ou globalização cultural, isto é, a formação de um universo comum de significações a todas as sociedades/culturas, a todos os homens e mulheres do mundo. Em segundo lugar, a presença maior e mais evidente das diferenças, diversidades e especificidades histórico-culturais entre a população mundial. A atual tecnologia da comunicação (incluindo transporte e informação) e a estrutura do poder mundial são os fatores impulsionadores decisivos dos processos simultâneos de globalização e diversificação. (QUIJANO, 1992, p. 78).

Ao passo que os povos historicamente dominadores ganham possibilidades de alcançar a hegemonia planetária de suas produções culturais, caso flagrante da cultura norte-americana, esse fator não pode ser tomado enquanto “[...] único, solitário, unilateral ou unidirecional”. (QUIJANO, 1992, p. 78). Na exata medida em que estas sociedades podem ampliar sua influência e domínio, conforme lançam mão da precedência tecnológica fundamental na expansão de suas redes mundiais de poder e comunicação, também se veem “[...] mais obrigados, queiram ou não, a estabelecer pontes entre os significados e os signos de todos os outros; isto é, fazer circular os produtos culturais de todos os grupos de todo

o mundo. Nesse processo, tudo entra em mudança, em combinações múltiplas e constantes, multidirecionais”. (QUIJANO, 1992, p. 78).

Em termos distintos, embora se mantenham fortes articulações hegemônicas em torno dos processos de mundialização, não podemos tomar essa configuração, enquanto “[...] equivalente inevitável de homogeneidade”. (QUIJANO, 1992, p. 78-79).

Nessa nova contextualidade, as identidades não podem ser tomadas como um simples “[...] ensimesmamento no *nacional*, no *aborígene* etc., inclusive quando o *si-mesmo* tiver plena consistência e autonomia original como as que, precisamente, não distinguem a atual experiência histórico-cultural latino-americana”. (QUIJANO, 1992, p. 79). A tentação de compreender as identidades contemporâneas por essa chave costuma confundir “[...] o problema da autonomia com a separação, com o isolamento, com o enclausuramento”. (QUIJANO, 1992, p. 79).

Não mais passíveis de estabelecimento antecipado, em relação à história prévia e local, as identidades, tanto coletivas quanto individuais do mundo contemporâneo, só podem ser referenciadas e compreendidas em seu atravessamento pelas dinâmicas globais, indica Quijano. A circulação de múltiplas modalidades de significações no plano global, torna-se inevitável. Interdições em torno dessas possibilidades se constituiriam de maneira “[...] indesejável e inautêntica porque implicaria privar-se, ou, pior, privar a outros, do acesso aos produtos do restante da humanidade”. (QUIJANO, 1992, p. 79).

Entendidas enquanto “[...] modo e momento mutáveis de cristalização das relações produzidas, reproduzidas e modificadas no processo de mundialização e globalização das relações entre todos os membros da humanidade [...]” (QUIJANO, 1992, p. 79), as identidades dão corpo a combinações cada vez mais diversas entre saberes e fazeres, articuladas a partir de diferentes contextos socioculturais e respectivas territorialidades.

Na concepção de Canclini, os processos que começam a ser descritos em torno da ideia de globalização, correspondem à passagem das identidades modernas “[...] territoriais e quase sempre monolíngüísticas [...]”, consolidadas a partir da subordinação de etnias, povos e regiões ao espaço, “[...] mais ou menos arbitrariamente definido chamado nação [...]” (CANCLINI, 1999, p. 59), para identidades pós-modernas, marcadas por sua característica multilíngüística e transterritorial.

Estruturam-se menos pela lógica dos Estados do que pela dos mercados; em vez de se basearem nas comunicações orais e escritas que cobriam espaços

personalizados e se efetuavam através de interações próximas, operam mediante a produção industrial de cultura, sua comunicação tecnológica e pelo consumo diferido e segmentado de bens. (CANCLINI, 1999, p. 59).

Conforme o autor, as clássicas definições de identidade, referidas a particularidades territoriais, urgem ser complementadas com uma definição sociocomunicacional. (CANCLINI, 1999, p. 59-60). Essas redefinições teóricas, deveriam significar, no plano das políticas identitárias, que estas não apenas se ocupem de patrimônios históricos, mas que desenvolvam estratégias a respeito dos “[...] cenários informacionais e comunicacionais onde também se configuram e renovam as identidades”. (CANCLINI, 1999, p. 60).

Diante dessas contingências, pensar a figura do cidadão mais como habitante da cidade do que da nação se torna fundamental, na medida em que se encontram enredados nas culturas urbanas locais, que por sua vez são atravessadas tanto por múltiplas expressões e tradições culturais nacionais quanto “[...] reorganizadas pelo fluxo transnacional de bens e mensagens”. (CANCLINI, 1999, p. 60). No bojo dessas transformações, os símbolos e expressões culturais marcados pelo emblema identitário nacional não se extinguem, mas se convertem em fórmulas “[...] para designar a continuidade de uma memória histórica instável, que se reconstrói em interação com referentes culturais transnacionais”. (CANCLINI, 1999, p. 60).

A partir da análise de contextos empíricos, Canclini distingue quatro circuitos culturais, em que processos de atravessamento de lógicas transnacionais e arranjos regionais operam de maneira distinta: o histórico-territorial, relativo às práticas culturais, saberes e expressões ligadas ao patrimônio histórico e à cultural popular tradicional. O circuito cultural das elites, em geral historicamente constituído enquanto patrimônio nacional, mas se distingue do anterior por abranger “[...] as obras representativas das classes altas e médias [...]” (CANCLINI, 1999, p. 62), o terceiro circuito identificado pelo autor diz respeito ao espectro da “[...] comunicação de massa [...]”, relativo à dimensão dos grandes espetáculos de entretenimento articulados às mediações de largo alcance como rádio, cinema, vídeo e televisão, por fim, o autor aponta o circuito dos sistemas restritos de informação e comunicação destinados “[...] a quem toma decisões (satélite, fax, telefones celulares e computadores)”. (CANCLINI, 1999, p. 62).

Diante das dinâmicas contemporâneas, respectivas à circulação e interpenetração de expressões culturais, mediadas em grande medida por redes e plataformas digitais de

comunicação, pode-se perceber que o modelo delineado pelo autor não alcança determinados processos aceleradamente transitados nas primeiras décadas do século XXI.

Farias (2010) destaca a sensibilidade de Canclini em torno das transformações socioculturais do presente, vislumbradas nos fluxos entre questões próprias dos contextos locais e processos de caráter global, entretanto, conforme Farias, Canclini se contradiz na medida em que, em dado momento se “[...] propõe a demonstrar que os conflitos e lealdades sociais passam hoje, cada vez mais, pela dimensão significativa da aquisição e uso de bens materiais ou não [...]” (FARIAS, 2010, p. 29) e posteriormente, na conclusão da obra “Consumidores e cidadãos” o autor sugere, que as pesquisas subsequentes, deveriam se voltar para o confronto entre duas tendências culturais, de um lado as negociações de caráter racional e crítico e de outro o “[...] simulacro de um consenso induzido pela mera devoção aos simulacros, de outro”. (CANCLINI, 1999, p. 243 *apud* FARIAS, 2010, p. 29).

Ao propor essa dualidade, ao passo que reconhece a vigência social dos simulacros no plano das significações sociais “[...] afirma que a opção por um ou outro ponto de vista implica em corroborar um projeto democrático ou afiançar o modelo autoritário de coesão comunicativa político-cultural da sociedade”. (FARIAS, 2010, p. 29).

Na perspectiva de Farias, são atenuadas as próprias nuances tangentes à relação entre consumidores de produções “imateriais” e instancias de produção e gestão das mediações respectivas a esses bens. Os aspectos que expressam essas nuances são considerados pouco trabalhados pelo autor, permitindo que, em determinados momentos, se façam deslizar imagens de “[...] uma massa ignara manipulada ou de um hedonismo individual exacerbado, para o contexto das objetivações de identidades, cujos teores manifestam negociações hermenêuticas diversas entre tradições e reivindicações de grupos e os interesses mercantis, ou incursões ideológicas de segmentos hegemônicos”. (FARIAS, 2010, p. 29).

No desenho indicado por Canclini, em torno das quatro instâncias capazes de diferenciar os circuitos de caráter transnacional e as modalidades de integração regional, nas quais os consumidores integrados à gramática do bem-estar e respectivas ritualizações sociais canalizam o compartilhamento de significados, conformando, na prática, “comunidades de sentido”, Farias considera que a não restrição de fronteiras étnicas e linguísticas e a própria dificuldade de referência rígida a uma territorialidade geopolítica, que supostamente estaria plasmada nessas expressividades, fazem com que as instâncias

regionais e transnacionais assinaladas por Canclini, se expressem num “[...] feixe de comprometimentos bem mais complexo [...]” (FARIAS, 2010, p. 29), do que define o autor.

Nesse sentido, as indagações em torno das possibilidades de integração de diferentes perfilações e arranjos humanos, nessa nova configuração global, permanecem em aberto em suas contrapartidas mais dramáticas. Essas lacunas permitem que as iniciativas políticas e as sociologias da globalização possam debruçar-se “[...] sobre a agenda de temas que descreve problemas comuns as partes diversas do planeta, embora matizados pelas singularidades locais, dando conta, assim, do caráter peculiar dos extensos entrelaçamentos sociais que hoje definem a socialidade humana”. (FARIAS, 2010, p. 30).

Operando, por vezes, com um “[...] padrão comum latino-americano [...]” de pouca definição, Canclini produz, segundo Farias, uma oposição entre a globalização e as identidades populares presentes nos países do continente. (FARIAS, 2010, p. 31). Nessa esteira, Canclini processa dicotomizações entre formas de debate e posicionamento: “[...] de um lado, um cidadão formado (e informado) pela manutenção da ‘boa’ produção cultural interna; de outro, a meramente apolítica e ‘modesta liberdade do zapping’, em razão do domínio das estruturas do entretenimento mundial”. (FARIAS, 2010, p. 31).

Conforme Farias, as dimensões mais marcantes e significante dos processos multiculturais contemporâneos e seus impactos nas paisagens metropolitanas do continente sul-americano e de outros, talvez resida na “[...] heterogênea mixagem de formas identitárias mutantes [...]” (FARIAS, 2010, p. 33), dinâmicas estas, capazes de apontar para a importância dos debates em torno da multiplicidade de modernidades fora do contexto europeu e norte-americano, sem que, no entanto, se incorra no equívoco de reiterar modelações de caráter universalista. Pois dotados de uma historicidade irredutível ao hipotético advento de uma modernidade científico-produtivista europeia, ou mesmo de um descentramento pós-moderno, os conglomerados identitários metropolitanos formados por áreas definidas como periferias, são demonstrativos do fato de que as relações sociais estão, inexoravelmente, contemporâneas entre si, a despeito dos modelos histórico evolucionistas com evidente evocação eurocentrista. (FARIAS, 2010, p. 34).

Estariam situadas na atenção conferida às próprias caracterizações e qualificações intrínsecas aos bens da cultura popular, as maiores possibilidades de avanço da discussão “[...] teórica e política sobre a lógica mercantil dos usos e a cidadania mundial, aliada à identidade de consumidores”. (FARIAS, 2010, p. 34). Bens culturais populares que ao

povoar a cotidianidade das sociedades, figuradas no arranjo entre estrutura social urbano-industrial e de serviços e sociedade de consumidores, consagram a naturalização de formas de vida emergidas desse arranjo, expressando-se enquanto o real plausível e palpável. (FARIAS, 2010, p. 34-35).

Estas produções populares são capazes de provocar e borrar as classificações distintivas, calcadas nas fronteiras do formalismo esteticista e ascético “[...] perfazendo o predomínio de modos e estilos de vida ambientados na cidade, ao favorecer figuras de identidade, além ainda de aportar maneiras de ser e de se reconhecer, mas igualmente de estimar”. (FARIAS, 2010, p. 34).

Nesse sentido, partimos do entendimento das dinâmicas estéticas, identitárias e sociopolíticas, em trânsito no ambiente dos mercados de produção cultural popular periférica, inclusas àquelas identificadas às formas culturais negras transatlânticas, enquanto expressões indissociáveis do arranjo contemporâneo entre “[...] estrutura social urbano-industrial e de serviços e sociedade de consumidores [...]”, destacado por Farias (2011, 2010).

Partindo da particularidade, com que se dão processos nacionais no plano da gestão de bens e memórias culturais, seja diante do cenário histórico “sólido moderno” (BAUMAN, 2001, 2008), profundamente vinculado à perspectiva das identidades enquanto expressão cultural nacional, seja diante da aceleração dos fluxos globais de cultura, cabe destacar a perspectiva de Gilroy, no que tange à circulação transnacional de culturas negras e a problemática da “autenticidade”, indissociável de múltiplas discussões em torno das questões identitárias.

Conforme o autor, no compasso de aquisição de novas bases tecnológicas pela cultura de massas, a música negra ganha condições de configurar um fenômeno efetivamente global, potencializando e ampliando os significados em torno das problemáticas da autenticidade e das origens culturais. (GILROY, 2001, p. 199-200).

O problema ganha maiores proporções, na medida em que, determinadas expressões locais, originais e populares de cultura negra são identificadas como autênticas e outras formas e expressões culturais de matrizes análogas, porém posicionadas hemisférica ou globalmente “[...] têm sido desconsideradas como inautênticas e, por isto, carentes de valor cultural ou estético, precisamente por causa de sua distância (suposta ou real) de um ponto de origem prontamente identificável”. (GILROY, 2001, p. 199-200).

Conforme a música negra se fragmenta, prolifera e se subdivide numa miríade de expressividades, a polarização entre “progresso” e “diluição”, presente em muitos debates em torno da cultura negra, se apresenta para Gilroy como absurda, ao passo que estas dinâmicas pluralizantes também contribuem para a ampliação da carga adquirida pela questão da autenticidade, revelando a profunda dotação de significados políticos contidos nessas discussões. (GILROY, 2001, p. 200).

Para o autor:

Os efeitos das negações, por parte do racismo, não só da integridade cultural negra, mas da capacidade dos negros de sustentarem e reproduzirem qualquer cultura digna do nome, são aqui claramente visíveis. O lugar preparado para a expressão cultural negra na hierarquia da criatividade gerada pelo pernicioso dualismo metafísico que identifica os negros com o corpo e os brancos com a mente é um segundo fator importante. Entretanto, para além dessas questões gerais reside a necessidade de se projetar uma cultura racial coerente e estável como meio de estabelecer a legitimidade política do nacionalismo negro e as noções de particularidade étnica sobre a qual ela tem passado a recorrer. Pode-se dizer que esta reação defensiva ao racismo assumiu seu apetite evidente pela mesmice e simetria a partir dos discursos do opressor. O romantismo e o nacionalismo cultural europeu contribuíram diretamente para o desenvolvimento do nacionalismo negro moderno. (GILROY, 2001, p. 201).

O percurso de esteticidades negras, como o samba no Brasil no curso do século XX, é revelador dos processos de luta de diferentes populações negras em torno da construção da legitimidade dessas expressões culturais.

Conforme aponta Dimitri Fernandes, o longo processo de transformação de determinadas concepções ultranacionalistas negras, no contexto sociopolítico do projeto varguista da década de 1930 calcado na ideia de unificação nacional e em concepções ideológicas que responsabilizavam as próprias populações negras pelo apagamento de suas “más qualidades”, inclusa a prática do samba, desembocou em determinadas formas de “[...] idealização exitosa que celebrava a nova estética representada pela cultura africana nos anos 1970-80” [...] num processo “longo e áspero, repleto de idas e vindas assentadas na conformação da sociedade civil brasileira”. (FERNANDES, 2014, p. 164).

Diante da profunda popularidade do gênero nos anos 1930, o samba passara a mobilizar intensas discussões “[...] em variados patamares.” (FERNANDES, 2014, p. 164). Se de um lado um conjunto de intelectuais ligados à administração Vargas e, de certo modo, subalternamente posicionados, expressavam, por interpretações ligeiramente diferentes, que

a incorporação do gênero à família musical brasileira deveria passar pela “redenção” dos “aspectos negativos” que carregaria em sua própria origem, na medida em que tudo o,

[...] que remetesse à face “bárbara”, “suja”, “miserável”, “feia”, “indecente”, “sensual” ou “africana” deveria ser sistematicamente apagado em prol do “salão”, do “bom gosto”, da “inteligência”, “dos altos pendores líricos”, da “higiene”, em suma, dos marcadores geralmente valorados ao lado da “civilização” - branca. (FERNANDES, 2014, p. 165).

Em outra ponta, artistas e intelectuais como Mario de Andrade, reunidos em torno das ideias modernistas e vinculados ao Ministério da Educação e Cultura do governo Vargas, advogavam em torno de uma “[...] harmonização entre a herança cultural dos elementos branco e negro: cada qual possuiria seu quinhão na divisão do trabalho artífice das manifestações culturais populares brasileiras”. (FERNANDES, 2014, p. 165).

No curso dos anos 1940-50, diante do novo patamar de popularidade que o gênero fora alçado, a dualidade ressaltada pelo pesquisador se rearranjaria em favor de uma das concepções. No plano do “[...] ideário Nacional-Popular engendrado no governo Getúlio Vargas o formato higienizado passou a representar o carro-chefe no domínio da canção nacional”. (FERNANDES, 2014, p. 167).

Fernandes ressalta que,

[...] nenhum dos dois lados jamais sustentou qualquer espécie de positividade valorativa que atasse o samba unicamente aos negros naquela conjuntura política de intenso clamor pela unificação simbólica da nação e decorrente escamoteação das tensões sociais, sobretudo da que provinha da condição de subalternidade que distintas raças ou etnias apresentassem. Até a década de 1940 imperavam em diversos setores da sociedade – sobretudo entre os próprios negros e seus porta-vozes – nada além das seculares condenações preconceituosas que vinculavam o que o Brasil tinha de atrasado aos negros. (FERNANDES, 2014, p. 168).

O pesquisador aponta que as organizações sociais ligadas à questão negra, entre as décadas de 1940-50, não atribuíam primazia aos esforços no sentido de trazer para suas fileiras manifestações culturais populares “[...] nas quais relevante contingente de negros tomava parte – como desfiles das escolas de samba ou as religiões afro brasileiras. Mais preocupados com a integração – ou a assimilação – da população negra na representação de nação surgida a partir de 1930, tais movimentos viram-se de repente isolados da cena política, tanto por forças do espectro da direita quanto do da esquerda institucionalizada”. (FERNANDES, 2014, p. 169-170).

A trajetória de Abdias Nascimento é profundamente heurística desse processo. Ao tratar da atuação da Frente Negra Brasileira, posta na ilegalidade em 1937 pelo Estado Novo, Nascimento e Nascimento (2000) enfocam o fato de que este evento não representou, naquele momento, a interrupção do protesto afro-brasileiro. Segundo os autores, a FNB representava “[...] a maior expressão da consciência política afro-brasileira da época”. (NASCIMENTO; NASCIMENTO, 2000, p. 206). Embora a luta neste período histórico fosse marcada por “[...] um caráter integracionista, à procura de um lugar na sociedade ‘brasileira’, sem questionar os parâmetros euro-ocidentais dessa sociedade nem reclamar uma identidade específica cultural, social ou étnica”. (NASCIMENTO; NASCIMENTO, 2000, p. 206).

Por sua vez, quando fundado o Teatro experimental do Negro, embora continuasse a tradição de luta político-social, este já trazia em seu bojo a “[...] reivindicação da diferença [...]”. (NASCIMENTO; NASCIMENTO, 2000, p.206). Entretanto, torna-se flagrante, ao longo da apresentação dos diferentes momentos de sua trajetória de luta, o recorrente fechar de portas à esquerda e à direita no plano da política tradicional, relativo ao reconhecimento da especificidade da luta negra. A instauração do regime militar em 1964 minaria de vez as bases das maiores organizações negras do período, promovendo um longo interregno de alternativas institucionais, equivalentes por mais de dez anos. (DOMINGUES, 2007; FERNANDES, 2014).

Na perspectiva de Fernandes, o Brasil “[...] veio a conhecer um movimento negro institucional em nível nacional e unificado em torno de demandas autônomas de caráter afirmativo apenas em 1978 [...]” (FERNANDES, 2014, p. 172), na figura do Movimento Negro Unificado.

No plano da música popular, a ditadura militar impactaria nos processos de reposicionamento do destaque conferido ao samba, embora a partir de uma chave diversa,

[...] de símbolo nacional na Era Vargas ele passava a um status mais definido, o de emblema de resistência dos grupos de esquerda incomodados com os rumos tomados pela política nacional. Tratava-se da época de se pôr em defesa das conquistas sociais de décadas anteriores, dentre as quais o samba desempenhava o papel de síntese autêntica das classes inferiores, logo, do Brasil verdadeiro, oposto à modernização conservadora e alienada promovida pelo governo militar. Os fundadores do samba, tanto os do morro quanto os da cidade foram perfilados à revelia em um só bloco e convocados a assumir posição inédita, a de guardiães da integridade e da pureza cultural ameaçada. Cartola, Ismael Silva, Pixinguinha, Donga, João da Baiana e outros que jamais se envolveram de forma direta com a política se prestaram a representantes da estética combativa que se inaugurava. A

luta que invadiu a esfera musical girava em torno dos termos “comercial-inautêntico-internacionalista-burguês-alienado”, de um lado, e “artesanal-autêntico-nacionalista-proletário-engajado”, de outro. Tal flerte entre a esquerda nacionalista em geral e o samba acabou subsidiando as posições que vieram a ser assumidas pelo novo movimento negro da década de 1970, catapultado desde o início por setores de esquerda e extrema-esquerda. (FERNANDES, 2014, p. 173).

Cabe destaque a trajetória do crítico, jornalista e bacharel em direito, José Ramos Tinhorão que já defendia nas décadas de 1950-60, posições muito parecidas às que se tornariam consagradas a partir da década de 1970.

O autodidata em marxismo criou uma escola de análise histórica da música popular que logrou influenciar tanto os estudos acadêmicos quanto os artistas, biógrafos, jornalistas e outros personagens que refletiam sobre as condições de produção da música popular brasileira. A defesa das formas musicais puras e autenticamente brasileiras porque pertencentes às classes dominadas figura como constante na volumosa obra do jornalista-historiados. O samba autêntico, nesse sentido, expressaria a condição sublime da arte popular, pois teria provindo dos dominados, da criatividade intacta e não deturpada dos negros, mestiços e pobres – os legítimos produtores culturais, aqueles que ainda não teriam sofrido o processo da civilização, do internacionalismo burguês que marcariam a classe dominante e seus correspondentes produtos artísticos. (FERNANDES, 2014, p. 173).

É possível observar nessas dinâmicas um conjunto de deslocamentos em relação ao posicionamento do samba no mercado nacional das autenticidades. De símbolo nacional integracionista embranquecido à gênero representante do Brasil autêntico e emergido a partir das lutas do povo negro e pobre, a partir dos anos 1970 – num outro arranjo de forças e demandas sociopolíticas – onde o próprio Movimento Negro Unificado mobilizava posicionamentos contundentes, seja em torno “[...] da afirmação cultural e identitária, fosse no domínio propriamente político”. (FERNANDES, 2014, p. 176).

Esses processos guardam profundas relações com algumas questões destacadas na perspectiva de Gilroy (2001). Ao identificar dinâmicas hierarquizantes dos níveis de autenticidade entre produções culturais, conformadas a partir de diferentes arranjos de práticas e memórias, o autor aponta a primazia dada às manifestações que suposta, ou efetivamente, guardassem tradições e formas de expressão locais e “originais”, em paralelo às produções identificadas como artificiais e carentes de valor, por sua direta imbricação em trânsitos e memórias de caráter internacional-popular (ORTIZ, 2006), aqui referidas principalmente como estéticas atlânticas negras.

Pode-se observar que, sob condições de posicionamento absolutamente distintas, tanto no período varguista, quanto nas dinâmicas pós-golpe de 1964, o beneplácito conferido a determinadas expressões do universo cultural relativo ao samba, passa diretamente pelo “elemento nacional” que ora permitia sua “integração”, mediante o esvaziamento do seu caráter étnico, ora partia das condições de origem “nacional” articuladas às contingências de caráter social e racial, enquanto fontes de legitimidade e autenticidade.

Dinâmicas socio-históricas transitadas a partir de cenários e condições distintas, mas que carregam importantes afinidades processuais, podem ser encontradas em processos muito recentes de reconhecimento de algumas trajetórias artísticas da música *rap* no Brasil, a partir de determinadas subjetividades artísticas canônicas da MPB e de segmentos da crítica, situados entre as elites econômicas e culturais do país.

Embora alguns dos artistas extremamente talentosos, que tem ocupado algumas posições de mediação em relação a essas aproximações por parte de pessoas e instâncias representantes do cânone nacional, sejam portadores de histórias indissociavelmente articuladas às estéticas, eventos e ao mundo *rap* de maneira geral, não estejam necessariamente situados entre os mais populares entre os públicos orgânicos do *rap* na atualidade, algumas de suas produções e atitudes artísticas, carregam específicos elementos ético-estéticos passíveis de alta valorização no interior de determinados segmentos da crítica cultural romântico-modernista, entre outros segmentos da elite artístico-cultural do país, na medida em que, articulam em seus trabalhos “cosmopolitismo, nacionalidade e regionalidade”, “modernidade” e “tradição”, requisitos que, conforme Araújo (2002), compreendem uma das formas de acesso à legitimidade cultural no país e possível integração ao cânone da música nacional.

Artistas como Emicida, Criolo e RAPadura, a partir de diferentes posicionamentos artísticos, conseguiram concretizar tarefas extremamente difíceis ao receberem, simultaneamente, o reconhecimento de seu notório virtuosismo enquanto músicos, poetas e intérpretes, a partir de determinados critérios caros às elites culturais do país e em termos de suas habilidades, enquanto *rappers*, no plano das duras disputas por legitimidade técnica e simbólica no mundo *rap* nacional.

Obviamente, não é possível agradar a todas as pessoas. Pôde-se presenciar, uma situação inusitada em uma apresentação do *rapper* Emicida, no festival de celebração da cultura *hip-hop* “Elemento em Movimento”. O evento marcado por uma grande estrutura e

um amplo conjunto de shows, oficinas e atividades, aconteceu na “Praça do Trabalhador” ao lado da Administração Regional de Ceilândia, em novembro de 2014.⁴⁷

Nesse ano, o *rapper* fazia grande sucesso nacional e públicos vindos de outras regiões administrativas foram até Ceilândia, região estigmatizada por estereótipos em torno da violência, imagens estas, diretamente atravessadas por fortes componentes de racismo e preconceitos de classe. Por representar um dos berços do *rap* nacional, havia uma forte carga simbólica em torno da apresentação do *rapper*, polvilhada de grandes expectativas. No contexto candango, Emicida parecia ser mais popular entre a população mais jovem, de uma maneira geral, e entre os públicos de classe média e alta tanto de Ceilândia, quanto de outras regiões administrativas, algumas delas, conhecidas pela alta renda de seus habitantes.

O público mais jovem se concentrou de forma densa na frente do palco, enquanto alguns adultos e jovens adultos, entre os quais, fãs de *gangsta rap* mais ortodoxos, se afastaram do palco, entretanto, logo antes do início do show a maior parte dos que se afastaram permaneceu na praça de maneira um pouco dispersa, algumas pessoas expressando certa curiosidade. Emicida entra no palco com uma simpática camiseta de uma ONG local, escrita “I love CEI” acompanhado de uma grande banda, instrumentos elétricos, acústicos, eletrônicos, *nipe* de metais, *backing vocals*, enormes *sets* de percussão e claro, o DJ no comando de *pick-ups* e computadores de última geração. O enorme grupo de músicos não foi visto com bons olhos por uma parte do público presente, a tradição do acompanhamento exclusivo de *beats* eletrônicos no mundo *rap* ceilandense é muito forte, o uso de banda soou para algumas pessoas como uma espécie de descaracterização de um dos elementos “sagrados” do *rap*.

O show inicia com muita energia, um repertório variado de composições próprias e composições de outros artistas de diferentes universos musicais, a banda executava o *set list* com bastante suingue, manifestando fortes influências do *jazz* africano, do *soul-funk*, MPB e samba. Uma grande parte do público posicionado de maneira mais distante do palco manifestou pouca simpatia pelo repertório. Poucos aplausos, alguns protestos “vim aqui pra escutar peso, doido”, “cadê os *rap*”, “esse show é de MPB”, e a frase mais emblemática que pude escutar, “esse cara tá tirando a Ceilândia” e antes que o show terminasse, muitas pessoas foram embora. Tive a impressão de que Emicida notou a insatisfação de parte do

⁴⁷ Outras informações sobre o festival podem ser acessadas em: <http://g1.globo.com/distrito-fe-de-ral/musica/noticia/2014/11/festival-no-df-tem-shows-gratuitos-de-emicida-e-planta-raiz.html>. (Último acesso: 21/05/2018).

público e deu uma espécie de guinada no repertório, cantando alguns clássicos do *rap* paulista, o que provocou algum aumento do entusiasmo, mas de maneira geral, uma parte importante dos fãs “ortodoxos” de *gangsta rap* não se sentiu contemplada. Para recorrermos a uma gíria corrente no cenário *hip hop*, parte do público ceilandense não “pagou simpatia”.

Como indica Ricardo Teperman (2015), por vezes, “velha e nova escola” entram em conflitos ético-estéticos no mundo *rap*. Grupos como Racionais MCs, rompem com a tradição conciliatória historicamente amalgamada às narrativas da “verdadeira música brasileira”, sobretudo do ponto de vista das relações raciais, mas em grande medida, essa não-conciliação, passa pela adoção radical de específicos estilos e musicalidades internacionais-populares de circulação atlântica negra.

Os mergulhos de alguns *rappers* em determinadas tradições musicais nacionais, bastante associadas ao longo da história a narrativas da “democracia racial” e da “mestiçagem pacífica” parecem não ser bem recebidos por algumas parcelas dos públicos orgânicos de música *rap* no Brasil. Uma parte importante dos símbolos associados à MPB, trazem imagens de processos de embranquecimento e tentativas de distinção e “enobrecimento cultural”, sobretudo por parte de algumas parcelas das classes médias brancas do país. Em termos populares, para grandes contingentes dos públicos periféricos, a tradição da música popular brasileira soa bastante “metida a besta” e denota, no comportamento de seus consumidores, um ímpeto flagrante de distinção cultural, tomada de posição, em geral, malvista por partes importantes das populações periféricas.

Essas tensas relações também passam pelas menores vivências e identificações, por parcelas importantes dos jovens públicos periféricos, em relação a arcabouços de memórias e práticas socioculturais de matrizes rurais e tradicionais (ou tradicionalizadas), tratam-se de gerações não apenas organicamente urbanas, mas organicamente urbano-periféricas, logo, o cotidiano contato cultural e grande parte dos processos sociais e formação de memória cultural passam por símbolos, imagens e produções indissociáveis da vida urbana, sua atmosferas e seus imaginários. Essa memória urbana, também se torna inseparável do domínio simbólico, entre os jovens públicos periféricos das ideias de juventude, tecnologia, globalidade, modernidade e modernização. Mergulhos em determinadas “tradições”, sobretudo no universo do entretenimento musical periférico, carregam a possibilidade de soar anacrônicos, cacofônicos e caretas, ou simplesmente portam o risco de não gerar identificações em relação a determinados públicos.

Teperman destaca que,

[...] nos últimos anos, houve uma relativa aproximação do rap e dos rappers com a canção brasileira, “tal qual a conhecemos”. Apesar de esforços de artistas como RAPadura, Marcelo D2 e Rappin Hood para fundir o rap e gêneros musicais marcadamente brasileiros como o samba e o baião, talvez seja Criolo quem de fato inseriu o rap numa linha de continuidade da tradição da música popular brasileira. A hipótese é reforçada pela maneira como o artista recebeu a benção de medalhões como Chico, Caetano e Milton Nascimento.

Essa inserção do rap na tradição da canção brasileira não é apenas um evento estético [...] reverbera transformações sociais e políticas e diz respeito também às novas configurações dos meios de produção na música (como a relação com gravadoras, agentes, produtores e patrocinadores)”. (TEPERMAN, 2015, p. 146-147).

Se direcionarmos o olhar à profunda identificação dos segmentos populares negros no Brasil, desde os anos 1960 até a atualidade, às estéticas *black*, sobretudo de matriz estadunidense, podemos compreender a expressão profunda, a partir da prática de enormes contingentes dessa população, do sentimento de não integração de seu gosto às grades de classificação romântico-modernistas (CAVALCANTI, 2004), canonicamente referendada pelos quadros definidores da legítima cultura brasileira (FARIAS, 2005, 2007, 2011).

Exemplo dessa dinâmica pode ser encontrado na trajetória dos eventos ligados ao *soul* e ao *funk* nos anos 1970, sobretudo no Rio de Janeiro. Entre abertas perseguições de caráter político por parte do regime militar a determinados eventos e coletivos, a famosa matéria publicada em 1976, no *Jornal do Brasil*, pela jornalista Lena Frias, intitulada “*Black* Rio – O Orgulho (Importado) de Ser Negro no Brasil” (ALVES, 2010; ESSINGER, 2005; PALOMBINI, 2009; RIBEIRO, 2010; VIANNA, 1987, 1988), ilustra os processos de deslegitimação cultural, atravessados por essas manifestações no período. A reportagem, como destaca Ribeiro, (2010), “[...] atribui, finalmente, aos bailes *black* uma conotação de movimento cultural, e que já se disseminava pelo país afora”. (RIBEIRO, 2010, p. 166). No entanto, na concepção de Essinger (2005, p. 35-36), a matéria de Frias chamou uma atenção não desejada, tanto por parte de instâncias repressivas do governo ditatorial, quanto dos setores conservadores da intelectualidade brasileira.

A ideia, expressa no próprio título da matéria, de um “orgulho importado”, negaria de antemão a possibilidade de qualquer incorporação dessas práticas culturais ao domínio da cultura nacional legítima, vide as críticas e perseguições sofridas pelas manifestações culturais atlânticas negras, sobretudo as expressões eletrificadas e eletrônicas em trânsito no contexto de expansão global das culturas populares de massa, especialmente as anglo-saxãs,

emergidas ou não a partir de contextos periféricos (de vivência e/ou de condições de produção e divulgação cultural) globais, sobretudo a partir da segunda metade do século XX.

Determinados quadros ortodoxos da esquerda nacionalista, majoritariamente formados por pessoas brancas e supostamente autorizadas a classificar os bens culturais em dadas esferas e contextos socioculturais no período, rechaçariam seu caráter “alienado”, internacional, consumista, tecnológico, não-artesanal e anglófono, já os quadros à direita, apelariam primordialmente às narrativas de caráter moralista, e do “risco”, dinâmicas de desqualificação que permanecem contemporaneamente a partir de outros arranjos e configurações sociais, e também a partir de velhos símbolos e práticas.

Basta mencionar as recorrentes prisões arbitrárias de *rappers* e artistas de *funk* mesmo após a fama e riqueza, condições materiais que supostamente blindariam seus portadores desse tipo de abordagem, a criminalização das situações festivas de rua ligadas a essas estéticas, a criminalização dos estilos e formas de se vestir, sobretudo masculinos, ligados às estéticas *funk* e *rap* (SILVA, 2009), entre outra série de situações, tais como a recente sugestão legislativa, que visava criminalizar o gênero musical *funk* no Brasil.

O forte componente crítico, que integrava grande volume dos conteúdos das primeiras gerações produtoras música *rap* no contexto nacional, cabe destacar, realizadas no curso da transição para o período democrático contemporâneo, supostamente seria capaz de dirimir a “má vontade classificatória” de enormes contingentes da crítica cultural e das próprias políticas culturais de Estado em relação a essas esteticidades, todavia, a afirmação de identidades negras não articuladas aos processos de construção dos repositórios de memória cultural legítima, assentadas na narrativa do nacional-popular autêntico e, firmemente localizadas territorial, simbólica e temporalmente, parecem enfrentar profundos embates desde suas primeiras conformações até nossos dias.

Redes transnacionais de saberes e produções artísticas negras foram capazes de potencializar diferentes politicidades. Formas de expressão política que passam por múltiplas dimensões, por vezes críticas, estéticas e identitárias, expressas, por exemplo, na diversidade das práticas, usos, símbolos, modas, eventos e conteúdo da poderosa cena *funk soul* global e nacional dos anos 1960-70-80, contexto cultural que seria desqualificado à época, por intelectuais, críticos, jornalistas e artistas em razão de sua condição “importada”.

Os processos de afirmação identitária – postos num contexto de organização política, artística e cultural negra não necessariamente balizada pelas demandas de legitimação

fincadas no paradigma do nacional “autêntico” – tomarão direções muito próprias no contexto cultural contemporâneo, especialmente quando novas possibilidades técnicas de produção e reprodução simbólica tornam-se viáveis. Uma verdadeira avalanche criativa periférica e majoritariamente negra se processará nas últimas décadas em todo o país.

Gilroy aponta que, os grupos subordinados pelo pensamento racial e seu conjunto de estruturas sociais distintas, nas margens das “[...] histórias oficiais da modernidade [...]” (GILROY, 2007, p. 30) e sob as mais abstrusas situações e condições, foram capazes de construir “[...] tradições complexas de política, ética, identidade e cultura”. (GILROY, 2007, p. 30). Nessa direção, torna-se fundamental discutir, numa perspectiva socio-histórica, importantes posicionamentos respectivos aos duros embates e processos de consolidação da autonomia política e identitária de diferentes formas de luta e expressão cultural negras no contexto brasileiro.

Um forte exemplo das tensões políticas, enfrentadas pelas organizações negras no contexto do regime militar pode ser encontrado nos embates entre o Comitê Democrático Afro-Brasileiro e a política da UNE, que sob o recorrente argumento do racismo às avessas, na década de 1960, apontavam para a não admissão por parte de setores da esquerda brasileira do fato de que “[...] os negros tivessem seus problemas específicos, suas reflexões autônomas, e suas lutas próprias dentro da sociedade brasileira”. (NASCIMENTO; NASCIMENTO, 2000, p. 211.)

À direita, com o golpe militar e a imposição do AI 5, a questão racial torna-se questão de segurança nacional. Em nova ocasião, a “nação” não poderia admitir a livre expressão das demandas particulares da luta negra.

Nascimento e Nascimento (2000, p. 218) apontam a perniciosa vigência das teorias da harmoniosa convivência entre as raças no Brasil e da mestiçagem étnica e cultural que definiria a população brasileira, como fermento para novas formas de subsunção das especificidades da luta antirracista pela chamada “questão social” que, supostamente, estando resolvida, faria a discriminação “[...] sumir magicamente, e quem não acreditasse nisso era racista às avessas”. (NASCIMENTO; NASCIMENTO, 2000, p. 218).

A ética da superioridade branca, escamoteada nos mecanismos da política tradicional sob a forma da narrativa da integratividade, fazia reforçar a “[...] necessidade fundamental da independência do movimento negro ao definir e buscar soluções para os seus problemas específicos”. (NASCIMENTO; NASCIMENTO, 2000, p. 221).

Perspectivas políticas como a do quilombismo, que ao buscar nas raízes da experiência histórica da luta específica dos africanos nas Américas, e particularmente no Brasil, o modelo para a articulação de uma ideologia capaz de orientar a prática política não apenas para a comunidade negra, mas para a reconstrução de um projeto de nação efetivamente multicultural. A forma independente como as populações escravizadas lutaram e articularam formas de ação comunitária comporiam, para os autores, um requisito fundamental da verdadeira prática democrática. (NASCIMENTO; NASCIMENTO, 2000, p. 221-222).

Impacta observar que já nos anos noventa, iniciativas como a criação de secretarias de Estado especificamente direcionadas à questão racia ainda enfrentavam problemas de legitimação, sob os mesmos argumentos de outrora, tais como o do “racismo às avessas”. Nesse sentido, o forte crescimento nos anos 1980 e 1990 das ONGs afro-brasileiras, revelariam o “[...] vazio deixado pelo Estado ao não executar políticas públicas voltadas para essa população”. (NASCIMENTO & NASCIMENTO, 2000, p. 226.)

A trajetória de Abdias Nascimento, revela de modo objetivo, a violência com que a construção da nacionalidade brasileira, já num contexto republicano, fora heterofobicamente construída, refratária à toda diferença. (GUIMARÃES. 1999, p. 52). Nesse sentido, um traço particular do racismo brasileiro repousa na forma como a ideia de nação brasileira permitiu que “[...] uma penumbra cúmplice encobrisse ancestralidades desconfortáveis”. (GUIMARÃES. 1999, p. 48).

O complexo sistema de hierarquização social, constituído por diferentes gradações e articulações entre classe, cor, origem e educação formal, ancorado em dicotomias que teriam sustentado por três séculos a ordem escravocrata, tais como: elite/povo; e brancos/negros, perpetuaram-se num movimento de mútuo reforço simbólico e material. (GUIMARÃES. 1999, p. 49).

Nos braços das doutrinas liberais, em voga no século XIX, a pobreza podia ser justificada pelas ideias de incapacidade e inferioridade abrindo amplas margens políticas para a legitimação da condição de pobreza dos segmentos negros do Brasil e para o aniquilamento cultural de sua ancestralidade africana. (GUIMARÃES, 1999, p. 49).

Sendo a concepção de “branco” no Brasil, fundada sob uma diferente concepção de raça, que prescindia de uma exclusiva mistura étnica de povos europeus, abarcando como brancos, mestiços e mulatos claros que pudessem exibir “[...] os símbolos dominantes da

europicidade: formação cristã e domínio das letras [...]” (GUIMARÃES, 1999, p. 50), as regras de pertencimento operaram uma separação entre mestiços e pretos, os últimos, enquanto aqueles que possuem pele mais escura e que passaram a carregar o peso maior da discriminação social. Nesse sentido, o grau de branquidão tanto “cromática quanto cultural”, garantiria aos mestiços de pele mais clara, privilégios reservados aos brancos. (GUIMARÃES, 1999, p. 51).

Discutir o projeto nacional brasileiro torna-se fundamental para compreendermos as dinâmicas raciais no país, visto que, no Brasil “[...] as regras de pertença nacional suprimiram e subsumiram sentimentos étnicos, raciais e comunitários. A nação brasileira foi imaginada numa conformidade cultural em termos de religião, raça, etnicidade e língua”. (GUIMARÃES, 1999, p. 52). A negação da ancestralidade negra e indígena conforma-se em critério decisivo para o embranquecimento e, por conseguinte, o reconhecimento da pertença nacional.

A condição de incorporação, relativa dos segmentos negros da população à cidadania pós-abolição, dá-se pela via do maior ou menor potencial de embranquecimento desses setores. O foço criado entre os passíveis de integração ao mundo dos direitos e os não passíveis realiza, na prática, duas formas de cidadania.

Em termos materiais, na ausência de discriminações raciais institucionalizadas, esse tipo de racismo se reproduz pelo jogo contraditório entre uma cidadania definida, por um lado, de modo amplo e garantida por direitos formais, e por outro, uma cidadania cujos direitos são, em geral, ignorados, não cumpridos e estruturalmente limitados pela pobreza e pela violência cotidiana. O racismo se perpetua por meio de restrições fatuais da cidadania, por meio da imposição de distâncias sociais criadas por diferenças enormes de renda e de educação, por meio de desigualdades sociais que separam brancos de negros, ricos de pobres, nordestinos de sulistas. (GUIMARÃES, 1999, p. 59).

Perpetuadas as “[...] condições anômicas de existência [...]” (FERNANDES, 2008, p. 113) no plano urbano, mediante as profundas barreiras colocadas pela importação de mão de obra branca europeia, a ausência total de políticas integrativas, a incongruência entre uma estrutura de personalidade, forjada no plano das relações tradicionais e o *ethos* burguês-capitalista da sociedade industrial de classes, torna-se flagrante o modo como a realidade cidadina impôs à população negra do período as experiências dramáticas do “[...] exercício nos domínios da liberdade”. (FERNANDES, 2008, p. 113).

Clóvis Moura delineará algumas características dessa “cidadania relativa”. (MOURA, 1977, p. 23). Em primeiro lugar, os preceitos jurídicos que protegem o cidadão não são garantidos às pessoas negras. (MOURA, 1977, p. 23). Nas cidades, essa população se aglomera em regiões com baixíssimas condições de habitabilidade (ARCE, 1999) e os mecanismos do Estado aparecem tão somente na sua face repressiva.

Realiza-se um duplo processo de expulsão, do centro de produção material e da “[...] camada que produz as ideias e a cultura tradicional [...]” (MOURA, 1977, p. 27), onde o intelectual negro vive o dilema de branquear-se para ser aceito ou permanecer contestador, e o negro marginalizado luta pela sobrevivência.

Dois tipos de negro – o contestador e o marginalizado – seriam assim os exemplos típicos de mau cidadão [...] O mau cidadão negro seria, desta forma, o radical, contestador ou descontente, que se insere nas diversas organizações ou grupos que procuram dinamizar a realidade social a fim de integra-lo definitivamente no nível de cidadão, ou o que foi atirado, por um longo e inexorável processo de marginalização ao alcoolismo, à prostituição, ao crime, à mendicância e outras formas de comportamento social assimétrico. (MOURA, 1977, p. 27).

A narrativa ideologicamente construída em torno da imagem do “bom escravo”, marcado pela passividade, passa a ser complementada, no plano republicano, pela narrativa do “mau cidadão”, escamoteando assim, as “[...] barragens históricas e razões justificatórias [...]” (MOURA, 1977, p. 28) capazes de impedir a massiva ascensão social da população negra brasileira.

O sentimento de frustração da não possibilidade de inclusão, mediante condições objetivas rigidamente impostas ao negro no Brasil, segundo Moura, pode ser descarregada na criminalidade, ou na identificação com grupos de resistência negra, especialmente os estadunidenses, abrindo margens para a organização de grupos específicos negros. (MOURA, 1977, p. 24).

A reiterada negação de direitos a população negra brasileira, ancorada nas mais distintas formas simbólico-práticas de distinção e discriminação, faz explodir não apenas no período pós-abolição, mas durante todo o período escravagista, a potência associativa-organizacional das comunidades negras por todo o país.

Moura, identifica essa “tendência associativa”, enquanto resultado da própria situação objetiva do espaço social. “Foram inúmeras as formas através das quais o negro se

defendeu social e biologicamente, criando anteparos à brutalidade da escravidão e depois, ao seu processo de marginalização que se seguiu à Lei Áurea”. (MOURA, 1977, p. 160).

“Enquanto processo de dinâmica organizacional contínua [...]”, (MOURA, 1977, p. 161) a formação de grupos específicos negros, seja pré ou pós-abolição, nunca foi interrompida. A ideia de grupo específico, conforme o autor, diz respeito a todo o grupo composto, portador de uma marca diferenciadora, que é separado por “[...] barreiras e técnicas de peneiramento no processo de interação, ele adquire consciência dessa diferença, passa a encarar sua marca como valor positivo e sente-se um grupo específico”. (MOURA, 1977, p. 165).

Embora não exista uma barragem formal-institucionalizada no plano contemporâneo, esses grupos se formam a partir da permanência, no plano das práticas, de um “[...] comportamento convencional restritivo e seletivo que vê no negro a simbolização daquilo que é o polo negativo dos valores brancos e do sistema capitalista” (MOURA, 1977, p. 169) e podemos acrescentar, do próprio sentimento de pertença à nação brasileira.

O foco na questão étnico-identitária, apresentado por múltiplas perspectivas contemporâneas no que tange ao mundo *hip hop*, permite entrever o processo socio-histórico de construção do lugar dessas problemáticas nos estudos em torno da articulação entre as especificidades da questão negra no Brasil e as tramas de interdependências, engendradas por populações majoritariamente negras, jovens e periféricas, em torno da produção, distribuição e consumo de produções artístico-culturais. Ganha relevo, o caráter independentista das formas de associação negra no contexto nacional e a tensa relação dessas formas associativas em relação à múltiplas políticas, quase sempre marcadas por diferentes formas de violência física e simbólica perpetradas pelo poder público nacional ao longo da história.

Não apenas os produtores, mas o próprio público das expressões culturais marcadas por posturas independentistas, contundentes e identitárias negras – que, em muitos casos, se manifesta refratário às matrizes culturais e narrativas nacionais-populares socialmente legitimadas que carregam as marcas de processos violentos de apagamento e silenciamento por ideologias do embranquecimento, como a da “democracia racial” – é criminalizado por expressar sua identificação a esses estilos.

Diferentes estilos *gangsta rap*, construídos nos processos iniciais de formação e adensamento dos mercados *rap* nacionais, marcados pela contundência político-identitária e

pelo realismo narrativo em torno das situações vivenciadas por grandes contingentes da população jovem, negra e periférica, constituirão profundas marcas nas dinâmicas contemporâneas das expressões transitadas na atual configuração ampliada e altamente diversa de expressões ligadas às matrizes simultaneamente técnicas, artísticas, simbólicas e políticas da cultura *hip hop* no contexto brasileiro.

CAPÍTULO 8

DINÂMICAS NACIONAIS DO MERCADO *RAP*, UM OLHAR A PARTIR DO DF

Tendo em vista essas questões, discutiremos algumas características dos processos destacados no capítulo anterior em alguns de seus reflexos, entendidos a partir do contexto da região metropolitana do Distrito Federal. Apontaremos algumas discussões em torno de determinados processos socio-históricos e contingências, especialmente, àquelas relativas às condições de posicionamento por parte de diferentes masculinidades negras na região. Condições entendidas enquanto indissociáveis das formas de expressão artístico-cultural ligadas à música *rap* e à cultura *hip hop* que se dinamizariam nesse contexto urbano.

Cabe situar alguns desses processos, em trânsito no curso de várias décadas, a partir da breve discussão em torno das formas como se estruturaram determinadas condições sociais de classificação das produções artístico-culturais da população negra no contexto nacional e regional. O desenrolar desses processos terá profundo impacto nas maneiras como as sonoridades de matriz atlântica negra eletrônica, como a música *rap* e outras produções majoritariamente negras, populares e periféricas, serão posicionadas e interpeladas no contexto contemporâneo dos mercados fonográficos e audiovisuais nacionais. Dinâmicas estas, relativas aos mercados de bens simbólicos, que estarão diretamente imbrincadas nas densas tramas sociais estruturantes das próprias condições de posicionamento das populações negras e periféricas no contexto social brasileiro.

Para compreender o processo de constituição de um *ethos black*⁴⁸ candango, cujas diversas formas de expressão atravessam as últimas quatro décadas, torna-se indispensável articular as dinâmicas que se desenrolariam no plano dessas específicas manifestações culturais na cidade ao contexto nacional modernizador, representado pela própria construção de uma nova capital.

⁴⁸Bourdieu aponta a noção de *ethos* como, “[...] disposição geral e transponível que sendo o produto de um aprendizado dominado por um tipo determinado de regularidades objetivas, determina as condutas ‘razoáveis’ ou ‘absurdas’ (as loucuras) para qualquer agente submetido a essas regularidades”. (Bourdieu, 1983, p. 55). Quando nos referimos a um *ethos black*, estamos situando as estéticas ligadas à música popular negra norte-americana como um conjunto de possibilidades culturais objetivadas e, por conseguinte, moduladoras do horizonte dos, como destaca o autor, absurdos e razoáveis, no que tange à expressão do gosto, no caso, pela expressão do estilo e pela montagem e participação de festas *black* por parte de todo um conjunto de pessoas no contexto metropolitano brasileiro.

Tendo em vista essa dinâmica, partimos da compreensão de que no que tange ao contexto brasileiro, os percursos históricos das culturas populares no século XX encontram-se profundamente atravessados pelas dinâmicas modernizantes de urbanização, industrialização e pela consolidação de indústrias culturais e mercados de bens simbólicos como instâncias dominantes nos processos de produção e distribuição desses conteúdos. (ORTIZ, 1994).

No caso específico das estéticas ligadas ao universo cultural do *hip-hop*, os processos serão marcados pela atualização de um repertório mnemônico internacional-popular, no contexto nacional (ORTIZ, 2006), consumido e distribuído de maneira independente (VIANNA, 1988), por populações majoritariamente negras, pobres e moradoras de periferia.

O peso conferido às questões identitárias, no que se refere à abordagem de manifestações culturais não chanceladas pelos mecanismos simbólico-institucionais repositionados e reconfigurados no percurso de modernização cultural da segunda metade do século XX em diante, não se constituiu num vácuo socio-histórico. Conforme apontam importantes perspectivas, as condições de expansão de mercados culturais segmentados no contexto brasileiro – inclusos aqueles identificados às produções atlânticas negras majoritariamente estadunidenses – expressam as particularidades dos arranjos entre perspectivas simbólicas e práticas políticas de caráter autoritário em torno da ideia estado-nação. Essas posições, levadas a cabo pelo regime ditatorial brasileiro em sua articulação direta com instâncias privadas de produção e distribuição dos conteúdos culturais, darão corpo a configurações que se processariam não apenas no Brasil, mas em diferentes contextos da América Latina. (CANCLINI, 1999; MARTIM-BARBERO, 1997).

Por meio de um conjunto de iniciativas mobilizadas pelo regime ditatorial brasileiro, são viabilizadas instâncias de promoção da atividade artístico-cultural, assim como são criados mecanismos facilitadores da aquisição dos meios técnicos de produção cultural massiva, a partir de investimentos tanto de grupos internacionais quanto nacionais. (ORTIZ, 1994).

A constituição desse mercado nacional de bens simbólicos e de uma abrangente estrutura de comunicação massiva nacional carregava o profundo atravessamento de um conjunto de interesses políticos, no sentido da exploração estratégica das potencialidades integrativas permitidas pela expansão do alcance dessas mediações. (ORTIZ, 1994). Este específico arranjo entre mercados e Estado nacional, possibilitou uma rápida expansão das

indústrias da cultura no Brasil, nas décadas de 1960 e 1970, permitindo que se expandisse, ao mesmo tempo, tanto o volume de produções, quanto seu alcance, marcado, sobretudo, pela emergência de novos modelos racionalizados de gestão empresarial. (ORTIZ, 1994).

Na década de 1970, específicos processos de hibridação cultural, que consistiriam na expansão, racionalização e integração sistêmica das indústrias culturais e na inserção desse mercado em circuitos culturais mundiais, seriam também acompanhados pela emergência de um conjunto de movimentos juvenis de caráter identitário. (ZAN, 2005).

Apostando num caráter de forte direcionamento processual por parte das instâncias industriais do entretenimento, Alves (2010) interpreta o surgimento desses movimentos a partir da ideia de estratégias de fomento da produção e consumo de bens musicais articulados à formação de públicos segmentados conforme determinados padrões musicais, principalmente nos grandes centros urbanos como Rio de Janeiro e São Paulo. Alves (2010, p. 38) aponta ainda que, na necessidade de suprir um mercado em “[...] constante expansão e concomitantemente mirando a formação e o alcance de distintos segmentos do público jovem, as gravações apostaram na música internacional (especialmente na *black music*) e nas canções compostas em inglês por brasileiros”.

Vianna, (1988, 1990) por sua vez, destaca as redes e circuitos independentes de consumo e circulação de *black music* no contexto carioca e nacional desde os anos 1960-70, evidenciando os limites das possibilidades de exercício de controle total e de um completo direcionamento do consumo dessas esteticidades por parte do arranjo político-cultural entre regime autoritário e grandes corporações nacionais e multinacionais do entretenimento. As culturas populares negras eletrificadas, eletrônicas, de matrizes transnacionais e de conteúdos majoritariamente produzidos no contexto estadunidense, em ebulição e expansão, especialmente a partir da segunda metade do século XX no Brasil, não passariam despercebidas às políticas autoritárias, tanto do regime ditatorial quanto do período pós-redemocratização.

As estéticas ligadas ao universo da música popular negra estadunidense, tais como: a música *soul*; o *funkadelic*; a *disco music*, já possuíam, desde o início dos anos 1970, intensa circulação em eventos realizados com grande regularidade em diversas regiões do Distrito Federal. A força desse circuito de eventos parece ter raízes em intensos fluxos de bens simbólicos entre os moradores da cidade e de outros estados do país, sobretudo em relação ao Rio de Janeiro, onde, concomitantemente, a cena *soul* carioca vivia o auge de sua

efervescência. (ALVES, 2010; PALOMBINI, 2009; RIBEIRO, 2010a., 2010b; VIANNA, 1987, 1988; 1990).

A tradição dos bailes *black* candangos dos anos 1970 criou, em larga medida, as bases e condições para que nos anos 1980 se estruturasse um amplo circuito de bailes identificados a todo um mosaico de estéticas profundamente marcadas pelo paradigma eletrônico vigente na *black music* do período. Esteticidades que iam desde o *funk* (eletronicamente sintetizado), o *break beat*, *Miami Bass* e *electro*, até que, mais tarde, um estilo musical ganharia profunda autonomia em termos de identificação com o público, a música *rap*.

Por volta da metade dos anos 1980 começam a aparecer programas de rádio exclusivamente dedicados à circulação de todo este conjunto de estéticas *black*, conhecidas dos frequentadores dos bailes em Brasília. O mais famoso desses programas de rádio, o Mix Mania, apresentado por DJ Celsão, carioca de Nilópolis que se muda para a cidade em 1984, representou um verdadeiro marco no que tange a uma série de dinamicidades que se processariam no contexto dos eventos *black* pela cidade.

É bastante provável que a divulgação massiva, até então nunca experimentada por esse conjunto de estéticas e seus respectivos eventos nessas localidades, tenha permitido uma forte expansão das casas dedicadas à realização dos “sons”⁴⁹. Se entre o fim dos anos 1970 e início dos anos 1980, a cena *black* teria se concentrado primordialmente no arranjo Taguatinga-Ceilândia⁵⁰, o imenso sucesso dos programas de rádio, sobretudo o Mix Mania de Celsão, contribuiriam para uma multiplicação de lugares dedicados às festas *black* candangas.

Celsão divulgava o seu imenso acervo musical principalmente em seu programa de rádio. Todavia, o *Disc Jockey* (DJ), também circulava por todo o Distrito Federal (DF): do Pandiá – no Setor Militar Urbano (SMU) – à Danny Danceteria – no Gama –; passando pela Sociedade Desportiva Sobradinhense (SODESO) – em Sobradinho –; pelo “Clubinho” – no Guará – e pela Kremilin – no Cruzeiro – e; claro, pelas tradicionais casas de eventos de Ceilândia e Taguatinga (Quarentão, Primão, Paradão, City e Primavera), realizando mixagens ao vivo caracterizadas por impecáveis transições rítmicas e interpolações musicais. Famoso pela técnica e pela precisão com que mixava os maiores sucessos, Celsão

⁴⁹ Forma como os participantes se referiam aos eventos ligados à *black* em Brasília entre os anos setenta e noventa.

⁵⁰ Regiões Administrativas vizinhas, situadas entre as mais populosas do contexto metropolitano brasiliense.

utilizava o grande prestígio pessoal de seu programa e seu vasto repertório para garantir públicos cada vez maiores a esses eventos.

As estratégias de Celsão e outros DJs, evidenciam a centralidade que o disco de vinil ocupou no processo de “[...] propagação da chamada cultura *hip-hop*. Afinal, é seu principal produto, no sentido comercial, e circula na mais poderosa e abrangente rede de sociabilidade dos nossos tempos: o mercado”. (TEPERMAN, 2015, p. 25).

O formato do disco permitiu que além das produções musicais, outros elementos pudessem se difundir. A forma de se vestir dos artistas, assim como os grafites que compunham o cenário das capas, filmes, gravações de shows e videoclipes, agregavam significados aos áudios. (TEPERMAN, 2015, p. 25).

Entre a segunda metade dos anos 1980 e primeira metade dos anos 1990, algumas dinâmicas se efetivam de maneira quase concomitante a determinados processos desenvolvidos no contexto estadunidense. Uma verdadeira virada nos protocolos de expressão e nos gostos em trânsito pela cena *black* candanga se processa. O movimento *hip hop* e suas múltiplas formas de expressão, ou seja, o *rap* enquanto dimensão musical, o *break*, enquanto estilo de dança, e o *grafite*, enquanto forma de expressão gráfica, passam a adquirir imenso alcance em todo o contexto candango.

No ambiente dos bailes *black* candangos, assim como em boa parte das localidades em que, as estéticas *black* populares transitavam no plano nacional, na virada dos anos 1970 para os 80, a palavra “*rap*” era pouco usada.

O estilo que hoje poderíamos identificar como *rap* se confundia com outros gêneros de música dançante como disco e soul, e servia, sobretudo de trilha sonora para os bailes *black* e para o *break*, promovidos por uma miríade de equipes de baile e grupos de dançarinos. O fortalecimento dos movimentos sociais com o fim da ditadura civil-militar brasileira (1964-85) criou o terreno fértil para a politização do *rap*. Disseminado pelas rádios comunitárias, o gênero funcionou como um catalisador das chamadas posses (como a Aliança Negra) e de movimentos urbanos (como o da estação São Bento do metrô em São Paulo). (TEPERMAN, 2015, p. 10).

As interpretações consagradas das origens etimológicas da palavra *rap*, em geral, apontam para a ideia de que a expressão conformaria uma sigla para *rhythm and poetry* (ritmo e poesia). Como indica Teperman, trata-se de um lugar-comum, que independente da veracidade de seu conteúdo, merece estranhamento, na medida em que diversas interpretações concorrem para explicar o vocábulo, sem perder de vista, as maneiras com

que cada uma das significações será capaz de engendrar distintos alinhamentos ideológicos e diferentes impactos nas formas como o *rap* se localizará num determinado contexto social. (TEPERMAN, 2015, p. 13).

A palavra *rap* integra os dicionários de língua inglesa há períodos bastante anteriores aos anos 1970, quando o gênero musical passa a se constituir. Seu uso enquanto verbo remonta ao século XIV e alguns dos sentidos mais usuais se aproximam de “bater” ou criticar de maneira loquaz. (TEPERMAN, 2015, p. 13). Pista importante para compreendermos essa polissemia, consta na forma como o líder Pantera Negra H. Rap Brown assina sua autobiografia, usando a palavra antes mesmo de estar associada ao estilo musical.

O intelectual e ativista, era conhecido pela habilidade com que participava de brincadeiras de desafios verbais chamadas *the dozens*. Tipo de jogo de palavras marcado por tiradas jocosas e eloquentes. Num trecho presente em sua biografia, Brown afirma: “*That’s why they call me Rap, cause i could rap.* (É por isso que me chamavam de Rap, por que eu sabia rapear)”. (TEPERMAN, 2015, p. 14).

Embora esses jogos de palavras não sejam exclusivos das comunidades negras estadunidenses, possuindo diversas formas de expressão ao redor do mundo e remontando a tradições ancestrais, “[...] parece muito provável que o gênero *rap* tenha ganhado esse nome como extensão do uso da palavra *rap*”. (TEPERMAN, 2015, p. 15).

Todavia, a poderosa ideia da sigla “*rhythm and poetry*” possui ampla aceitação mundial e funciona, convenientemente, para línguas de matriz latina como o espanhol, francês e português (R para ritmo e P para poesia). Desse modo, a definição assume intenso caráter político na medida em que defende a ideia de que as letras de *rap* são uma expressão poética, “[...] em oposição a críticos conservadores, que fazem questão de reservar o privilégio da denominação ‘poeta’ para autores que se filiem a tradições canônicas”. (TEPERMAN, 2015, p.16).

É comum, na fala cotidiana, a interpolação do significado da palavra *rap*, enquanto gênero musical, à expressão *hip hop*. Conta-se que durante improvisos vocais frequentemente realizados nas festas de rua promovidas por jovens afro-americanos, caribenhos e latinos nas regiões periféricas de Nova York,

[...] o DJ e MC Lovebug Starski teria criado uma espécie de refrão: *hip hop you dont stop that makes your body rock* (quadril, salto, não pare, isso faz seu corpo balançar. Associar a palavra *hip* (que pode ser traduzida por quadril, mas que também quer dizer “segundo a última moda” à palavra *hop* (pular ou dançar) era

uma maneira graciosa de dizer: não pare de mexer os quadris, não pare de dançar, “essa é a última moda”. A expressão *hip-hop* dava o recado e soava bem. (TEPERMAN, 2015, p. 19).

Apesar de o vocábulo ter provavelmente surgido a partir de um *rap*, palavra que se tornou circunscrita ao fazer musical, a expressão *hip-hop* viria a abarcar *escopo* bastante amplo, englobando as dimensões da moda, dança, grafite, estilização da vida e prática política, delineando o que se costuma chamar de “movimento *hip-hop*”. (TEPERMAN, 2015, p. 20).

Entre o fim dos anos 1980 e início dos 1990 o *Disc Jockey* (DJ) e produtor musical brasileiro conhecido como Raffa, concentrou seus esforços na produção musical dos principais grupos de *rap* da cidade como o “Câmbio Negro” de Ceilândia, que gravaria em 1993 o disco *Sub-Raça*, uma produção de grande sucesso na cidade e no circuito *black* de todo o país.

Grupos como o “Câmbio” abririam espaço para que o *rap* crescesse de maneira intensa, sobretudo nas regiões administrativas afastadas da região central de Brasília. A “expressão da revolta negra”, como destacado por Levi, um dos interlocutores de pesquisa, encontrara as possibilidades técnicas e ético-estéticas para sua reprodução. Embora não existam informações exatas acerca da tiragem de discos, segundo Tavares (2010), conta-se aproximadamente com a produção de mais de vinte discos gravados por grupos candangos já no início dos anos 1990. Para efeitos comparativos, Amorim (1997) aponta cerca de cinquenta grupos de *rap* atuantes na cidade no ano de 1997.

Estas informações demonstram a força com que durante os anos 1990, Brasília consolidaria sua posição enquanto potência produtora de *rap* no contexto nacional, especialmente em relação ao estilo *gangsta*. Contemporaneamente, seria muito difícil especular sobre a quantidade de grupos, que facilmente ultrapassam a casa das centenas – entre amadores, semiprofissionais e profissionais.

O adensamento dessas redes de trocas simbólicas, o acúmulo de materiais e referências multimidiáticas, a presença dos primeiros programas de rádio locais dedicados a essas estéticas, como o lendário programa de Celsão, e mais uma vez, a lenta popularização das possibilidades técnicas de gravação e produção de música eletrônica, permitiram que os promotores de eventos e um público que consumia vorazmente estéticas norte-americanas, conseguissem finalmente realizar as primeiras produções locais nos anos 1990, profundamente influenciadas pelo rolo compressor eletrônico na música negra mundial e

pela força com que o movimento *hip-hop* e a música *rap* passam a adquirir em toda a zona de influência das expressões do Atlântico Negro pelo mundo.

O longo desenvolvimento de um mercado local, alicerçado em múltiplas expressões artísticas negras, mundialmente veiculadas, produz marcas profundas e permanentes nos processos de construção mnemônica e socialização de artistas e consumidores de *rap* em todo o Distrito Federal e região metropolitana.

Estas produções falavam de maneira direta às parcelas empobrecidas e criminalizadas da população brasiliense, demarcando e amplificando sua representatividade sociocultural, o que contribuiria para gerar forte identificação e intensos sentimentos de lealdade ética e estética. Esses sentimentos fomentariam a construção de circuitos segmentados de eventos, festas e shows de *rap*. Em boa parte da região metropolitana de Brasília ainda é comum que se desencoraje alguém a comparecer a um evento de *rap* sob o argumento de que “só vai ter maloqueiro”.

As estéticas identificadas como *gangsta*, marcam de maneira profunda o cenário *rap* candango, constituindo uma centralidade que se faz presente, inclusive, nas narrativas de pesquisadores de outras localidades. Cabe destacar, um trecho do trabalho de Teperman relativo ao Distrito Federal:

Em Brasília a cena do rap é bastante ativa desde o final dos anos 1980. O distrito de Ceilândia, a pouco mais de vinte quilômetros do Distrito Federal⁵¹, foi berço de dois importantes grupos: Cirurgia Moral e Câmbio Negro, que marcaram época como representantes do chamado *gangsta rap*. (TEPERMAN, 2015, p. 97),

O processo de formação da região metropolitana do Distrito Federal, marcado pela institucionalização territorial da desigualdade a partir da remoção das populações trabalhadoras, responsáveis pela construção de Brasília, para áreas marcadas pela precária ou inexistente oferta de bens públicos, de condições infraestruturais de habitação, possibilidades de exercício de direitos fundamentais e pela distância geográfica dos centros de poder e melhores oportunidades de trabalho (OLIVEIRA, 2017; RIBEIRO, 2008; TAVARES, 2009), acompanha o violento processo nacional de exercício da dominação por parte dos segmentos privilegiados e pela via de dispositivos hierárquico-autoritários, capazes de perpetrar modelações da ritualidade cotidiana das pulsões calcadas, “[...] na legitimidade conferida ao imperativo do recurso privado à força, exultando a emergência de modos de

⁵¹ Tecnicamente Ceilândia compreende uma Região Administrativa, não um distrito.

organização que tanto expressam resistência quanto repõem em seus termos a brutalidade.” (FARIAS, 2015, p. 62).

É nessa direção, que as manifestações culturais populares acabam por expressar as tensões de ordem simbólica e material articuladas nos múltiplos fluxos socioculturais nas quais as populações que as atualizam encontram-se enredadas. A ideia de “popular” pode apontar de maneira metafórica para “[...] o indeciso, ou seja, à própria ambiguidade dos atravessamentos reverberando em provocações, alternâncias e alterações tanto afetando os ideários de pureza quanto potencializando diferenciações. (FARIAS, 2015, p. 57).

Recorrentemente, as expressões “é nois”(sic), “firmou”, “fechado”, “só quem é”, são acionadas no sentido de expressar a integridade e a legitimidade da adesão a um determinado modo de viver a cultura *hip-hop*, por parte de alguns consumidores dessas esteticidades. A linguagem fortemente cifrada e por vezes, localizada, contribuía na tentativa de evitar aproximações e apropriações indesejadas, reforçando a identificação e a coesão ético-estética entre artistas e consumidores dessas produções que no contexto *candango*, em geral, partilhavam a condição de homens, jovens, negros e moradores das periferias de Brasília.

Conforme destaca Oliveira:

Os ensinamentos promovidos pelas crônicas, principalmente, da primeira geração do RAP, emergem da necessidade de proteção, de corpos negros para corpos negros, as narrativas eram destinadas àqueles que adentravam pelos caminhos da criminalidade, contando histórias que reafirmavam o ditado popular aprendido nas comunidades, “o mundo do crime tem três caminhos: morte, cemitério ou cadeira de rodas”. (OLIVEIRA, 2017, p. 100).

As narrativas da transgressão, frequentemente acionada nas letras do *rap* *candango* e interdependentemente articuladas a horizontes de possibilidades marcados pela lida cotidiana com múltiplas precariedades, fertilizam plataformas de expressão capazes de denotar uma miríade de sentimentos e afetos mutilados em que o apelo às transgressões heroicas dentro das possibilidades marginais disponíveis, que podem “[...] propiciar reconhecimentos equívocos a demandas negligenciadas pelo ajuste nacional entre Estado e capitalismo”. (FARIAS, 2015, p. 70).

O conjunto de símbolos e práticas, a partir dos quais grandes parcelas dos produtores e consumidores de *rap* comunicam-se na região metropolitana do DF, são impactados de maneira decisiva por condições de posicionamento violentamente assimétricas constituídas

na configuração urbana brasiliense, fundada a partir de uma base narrativa “modernizante”, produtora de

[...] movimentos articulados de expulsão, suburbanização, metropolização e periferização pelos quais passaram os tantos grupos, implicaram encontros entre heterogeneidades socioculturais que se vão interpenetrando, fundindo modelos de sociabilidades e de formatos de expressão, os quais irão gerar perfis inusitados a nichos de convivência e sistemas de práticas. (FARIAS, 2015, p.70).

Diante de reelaborações e reposicionamentos histórico-mnemônicos e da persistência de contingências sociais marcadas pelo acesso desigual aos direitos civis e alternativas de consumo, a violência passa a exercer forte papel de coordenação da sociabilidade periférica. Estes equilíbrios desiguais de forças sociais, enraizados sempre mais no plano das estigmatizações, passam a constituir-se enquanto importantes “[...] matérias-primas do estilo periférico que conforma a cena constituída no discurso público e nos fluxos de imagens sonoro-musicais e audiovisuais”. (FARIAS, 2015, p. 77).

De difícil separação, desde sua gestação, as dimensões da ludicidade e do compromisso político, presentes nos contextos culturais em que se produz e consome música *rap*, geram frequentes disputas em torno dos termos dessa suposta contradição. Viu-se, por exemplo, que a expressão *hip-hop* está etimologicamente ligada à dança, à festividade e ao movimento dos quadris, o que não impediu que a expressão passasse a remeter, posteriormente, a um movimento cultural bastante politizado. (TEPERMAN, 2015). Esse conjunto diverso de manifestações culturais são indissociáveis dos processos diaspóricos de “[...] ressignificação, de agenciamento da luta, da inserção social do negro por meio da ludicidade e da estética.” (TAVARES, 2009, p. 74).

As próprias maneiras como as estéticas *rap* estadunidenses foram apropriadas e ressignificadas no contexto brasileiro, estão articuladas às chaves simbólico-interpretativas e processos de configuração sociocultural diferentes daquelas forjadas nos contextos periféricos do atlântico norte. Na perspectiva de Tavares,

[...] isso significa que jovens negros afro-americanos, como no Brasil, em função de outros movimentos migratórios e acesso a bens culturais simbólicos, como o hip hop e o rap norte-americano, estabelecerão outros elementos constituidores de uma identidade geracional em torno do hip hop nas grandes metrópoles brasileiras. Portanto, a formação de geração jovem em torno do hip hop não ocorre simplesmente num processo de assimilação de novos valores numa perspectiva de centro e periferia. (TAVARES, 2009, p.79).

Essas expressões, conforme o autor, seriam capazes de apresentar “[...] respostas a partir da subalternidade imposta pela colonialidade de um sistema mundial de valores e produtos simbólicos centrados numa modernidade ocidental”. (TAVARES, 2009, p. 79). Recriando estilos, quadros de pensamento e “[...] estratégias de ação nas esferas simbólicas, políticas e econômicas de um sistema em escala mundial”. (TAVARES, 2009, p. 79).

“Sob essa perspectiva da racionalidade ocidental ou da política estratégica de cunho universalista e eurocêntrica” (TAVARES, 2009, p. 80), movimentos marcados por seu caráter étnico e mobilizados por minorias sociais, são ainda “[...] classificados como pré-políticos ou pseudopolíticos”. (TAVARES, 2009, p. 80).

Esta compreensão é particularmente importante na construção deste trabalho, na medida em que, ao se referir às expressividades, simultaneamente constituídas e constitutivas de um mercado *rap* candango, fala-se de múltiplos circuitos de trocas, alianças, disputas e compartilhamentos de recursos técnicos, econômicos e simbólicos, a partir dos quais, diferentes saberes e fazeres mobilizados por distintas gerações tem conformado maneiras específicas de gerir esses bens culturais, permitindo novas articulações e importantes redefinições em torno dos diferentes objetos e fontes de disputa, num mercado onde diversão e posicionamento estético-político são constitutivos de suas particularidades. Nesse sentido, não se opera com a oposição entre formas de expressão e afirmação política de caráter étnico-identitárias, estéticas e artísticas e a política estratégica, cognitivista, “universalista e eurocêntrica” como indicado por Tavares (2009).

Essas concepções, promovidas a partir de práticas, que posicionam as expressões culturais negras, inclusas as politicidades de caráter estético, em condição de inferioridade “[...] na hierarquia da criatividade [...]”, como apontado por Gilroy, guardam profundas relações com “[...] o dualismo metafísico que identifica os negros com o corpo e os brancos com a mente”. (GILROY, 2001, p. 201).

As primeiras produções locais de música *rap* trazem a profunda marca de alguns estilos estadunidenses hegemônicos, no contexto dos fluxos culturais atlânticos de caráter majoritariamente negro e interperiférico entre o fim dos anos 1980 e anos 1990, especialmente, aqueles identificados às diferentes estéticas nomeadas “*gangsta*” das costas Leste, Oeste e do Sul do Estados Unidos, nas quais as batidas eletrônicas e os vocais, quase sempre executados em tons graves, se articulavam a temas de forte compromisso com a denúncia das mazelas sociais, com a narrativa da vida violenta das periferias urbanas, com

a denúncia do racismo e da desigualdade entre pessoas negras e brancas e com a difícil relação dos jovens negros, latinos, caribenhos e de outras partes do mundo, com os dispositivos de controle estatal materializados nas figuras da polícia, escola, justiça e sistema prisional.

As letras também relatam o cotidiano das ruas, gangues, do tráfico de drogas, algumas se dedicavam à ostentação de bens de luxo e à narrativa da festividade e divertimento, encontrando claras condições de identificação em nível mundial com imensos segmentos populacionais, sobretudo em relação à população masculina, jovem e negra em situação de ampla negação de direitos sociais e cidadania e submetidas a condições, em geral, precárias de infraestrutura urbana e disponibilidade de serviços públicos de qualidade.

Porém, as dinâmicas respectivas às estéticas *rap* no contexto estadunidense se tornam basicamente incomparáveis em relação às contingências diversas atravessadas na consolidação de diferentes culturas *hip hop* espalhadas pelo mundo. Se partirmos das discrepâncias comparativas em termos do volume da economia nacional, do peso cultural e ampla logística de distribuição global da cultura norte-americana, agressivamente amplificada no contexto do pós-segunda guerra, (HOBSBAWN, 2010; MORIN, 1969) e cujas empresas e instâncias permanecem francamente consolidadas enquanto detentora dos maiores potenciais de investimento no setor musical, (MARTEL, 2012) questões estas, diretamente articuladas ao nível de profissionalização e diversificação da oferta de produtos culturais, nos densos e complexos mercados de bens simbólicos conformados nesses processos, a hegemonia estadunidense se torna bastante compreensível.

Somam-se a esses fatores, as particularidades do processo colonial e formação nacional estadunidense, que produzirá especificidades na organização política, identitária e nas demandas e lutas por parte da população negra, processos que se refletem diretamente nas maneiras como se articularam questões étnico-raciais e formação de mercados de produção cultural no contexto dos Estados Unidos. (MARTEL, 2012).

Práticas ostentatórias, coletivos e trajetórias artísticas, produtoras de conteúdos relativos a narrativas da diversão-hedonista e do consumo de bens de luxo⁵², no que diz respeito à cultura *rap* e *hip hop* estadunidense, se dinamizaram paralelamente às práticas narrativas e de composição musical de bases “pesadas” e rimas marcadas, pelo teor de

⁵² O documentário “Fresh Dressed” (2015) disponível no catálogo do serviço de *streaming* Netflix, discute a ostentação de bens de luxo pela população periférica majoritariamente jovem e negra no contexto de emergência e expansão das estéticas *Hip-Hop* em Nova York.

denúncia sócio-política, dimensões, que enquanto tendências simultaneamente estético-políticas, naquelas contextualidades culturais, não se apresentavam como necessariamente antagônicas, pois ao passo que manifestavam-se diferenças marcantes em termos de abordagens temáticas nesses mercados culturais emergentes, também se engendraram interpolações dessas diferentes características sonoras e temáticas, nas práticas de variados grupos musicais. (TEPERMAN, 2015).

Para efeitos comparativos, conforme aponta DJ Raffa (2007), produtor da maioria dos primeiros discos de *rap* do Distrito Federal, no contexto da primeira geração de produtores de *rap* no contexto do DF, as temáticas ligadas à ostentação e ao luxo não se faziam presentes, como no contexto americano. Tendência também identificada nas produções pioneiras no contexto de São Paulo. (TEPERMAN, 2015).

Todavia, é preciso problematizar a naturalização da categoria “*gangsta rap*”, na medida em que seu uso no contexto internacional e nacional corresponde a específicas dinâmicas histórico-culturais. Nesse sentido, busca-se lançar mão de importantes reflexões e levantamentos socio-históricos mobilizados pela historiadora Eliane Oliveira na dissertação “Do *gangsta* às minas, O RAP do Distrito Federal e as Masculinidades Negras (1990 a 2015)” de 2017. Segundo a pesquisadora:

A associação de *rapper* ao gangster foi construída pela mídia, mas apropriada pelos movimentos Hip Hop, configurando-se hoje como uma categoria do RAP. A palavra gangster é de origem inglesa, até o final do século XIX esteve relacionada a políticos desonestos, já no início do século XX, após a institucionalização da Décima Oitava Emenda da Constituição Americana (1919-1933), a Lei Seca, o nome passou a designar pessoas ou organizações envolvidas com atividades ilícitas como contrabando, jogos, prostituição, tráfico de drogas (BENOSKI, 2009). [...] No final dos anos de 1980, a mídia norte-americana nomeou a música produzida pelos cantores negros Tupac Shakur e The Notorius B.I.G, N.W.A.61, Dr. Dre, Ice Cube Snoop Dogg, entre outros, como *gangsta*. As canções retratavam as violações de direitos ocorridas nos bairros onde os cantores moravam, o tráfico de drogas, crimes etc. (OLIVEIRA, 2017, p. 68).

A autora mobiliza a fala do rapper X, integrante do lendário grupo de *rap* candango Câmbio Negro, no sentido de questionar a atribuição do rótulo “*gangsta*” às produções das quais participava

Quando saiu Sub Raça tinha palavrão do começo ao fim e as batidas eram mais pesadas eram mais pancadas e chegava e se tinha que falar vai se fuder vai, se fuder mesmo. Muita gente falava pow o Câmbio Negro é gangster Rap. Bicho eu não sou gangster Rap, eu falo a real, e se falar a real é ser gangster, eu sou, mas eu não me intitulo isso é um título que a mídia criou a indústria fonográfica criou

sacou, então no começo diziam que a gente era gangster, passou um tempo que começou a surgir vários outros grupos tocando pesado e com letras pesadas, ácidas, batida pesada e aí o Câmbio Negro deixou de ser gangster. Não o Câmbio Negro é consciente e hoje em dia muita gente diz que o Câmbio Negro é “Cult” sacou, então rótulos são rótulos (Entrevista concedida à Eliane Oliveira em: 27/02/2016). (OLIVEIRA, 2017, p. 68-69).

Observa-se na fala do artista, processos de autonomização da atribuição de significados às práticas artísticas realizadas pelo Câmbio Negro, visto que as pessoas identificavam suas produções às significações em torno da ideia de “*gangsta rap*” em trânsito naquele contexto histórico-cultural. Trata-se de uma categoria que não porta, necessariamente, um conjunto fechado de significações em torno de determinados saberes, fazeres, éticas e estéticas artísticas, mas que podia ser atribuída a diferentes estilos de produções a partir de critérios diversos. X afirma que, conforme outros grupos emergiram “tocando pesado e com letras pesadas” a classificação relativa ao gênero ao qual o grupo era identificado sofreu alterações, mostrando às precárias possibilidades de atribuir práticas e significados unívocos às formas de classificação musical, sempre enredadas em complexas tramas de interdependências humanas, articuladas em torno do consumo, distribuição e produção desses bens.

Nesse sentido, partilha-se a concepção de que, antes de um corpo fechado de práticas e símbolos políticos e artístico-culturais, os estilos *gangsta* constituem referências na cena *Rap-DF*, sobretudo, a partir de 1993, ano em que vários grupos foram formados. (OLIVEIRA, 2017, p. 76).

Entre eles, o grupo *Álibi*, com o álbum, “*Abustre*”, 1995, composto pelo ex-integrante do grupo *Câmbio Negro*, o DJ *Jamaika*, e o seu irmão *Rivas*. O grupo *Cirurgia Moral*, com o álbum “*Cérebro Assassino*”, do *rapper* *Rei*. Os dois discos foram sucesso e transformaram o *RAP Gangsta* em uma espécie de identidade do *RAP-DF*. As músicas produzidas pelos grupos são referência na história da música *RAP* internacional, o grupo *Álibi*, inclusive, teve duas músicas incluídas na trilha sonora do filme: *Collateral Damage* (Efeito Colateral), EUA, 2002, de *Andrew Davis*. (OLIVEIRA, 2017, p.76).

As periferias urbanas do Distrito Federal, definitivamente não passariam incólumes à explosão global de grupos e artistas estadunidenses identificados pela denominação *gangsta rap* como: *Public Enemy*; *Tupac Shakur*; *Dr. Dre*; *Easy-e*; *Snoop Dog*; *Notorious B.I.G*; *Coolio*; *NWA*, entre diversos outros. Num cenário em que as tecnologias de gravação e reprodução musical, assim como as possibilidades de acesso direto aos discos e vídeos eram bastante difíceis sobretudo para a população jovem de baixa renda, os bailes e festas

dedicadas ao estilo e os pouquíssimos programas de rádio da época, representavam algumas das principais possibilidades de acesso a esses bens musicais.

O caráter eletrônico dessas produções, por sua vez, era capaz de contribuir nos processos de elaboração e difusão dos materiais artísticos, além do fato de que, as sonoridades eletrônicas foram capazes de promover maiores identificações em relação à população jovem para a qual esses estilos gozam, desde aquele período, de grande popularidade. (TAVARES, 2009).

As limitações técnicas e financeiras que por ventura se apresentassem, não impediram que as primeiras produções locais surgissem já no início da década de 1990, posicionando os artistas de *rap* candango na vanguarda do estilo *gangsta* nacional ao lado de importantes artistas de São Paulo e Rio de Janeiro.

Os artistas, em sua quase totalidade, jovens, negros e moradores de periferia, formatariam não apenas uma forma própria de expressão musical *rap*, mas todo um estilo de vida e um amplo repertório de atitudes, simultaneamente éticas e estéticas, diante da realidade social. Importante destacar que a maior parte dos grupos e artistas de *rap* candango do período, hoje considerados ícones históricos do *rap* nacional, como: Jamaika; GOG; X; Japão; Rivas; Guindart 121; Vera Verônica; Código Penal; Atitude Feminina; Cirurgia Moral; entre outros, continuam em atividade, convivendo de maneira intensa como os novos grupos e artistas solo, em grande medida responsáveis por decisivas mudanças nos protocolos e moralidades em trânsito no mercado *rap* local.

Construído em contextos de grande exclusão socioespacial, o *rap* traz a marca profunda das tensões raciais e sociais fazendo dessas tensões e marcas sua bandeira, o que não impediu sua vigorosa disseminação por todo o mundo. A maior parte dos artistas e fãs de *rap* ainda convive cotidianamente com estigmatizações, acusações de que suas produções “[...] não são música [...]” e inclusive processos judiciais sob a alegação de que suas letras e comportamentos incitam a violência e a criminalidade. (TEPERMAN, 2015, p. 7).

Os diferentes processos biográficos, condições e contextos regionais de produção, circulação e consumo de música *rap* se articularão a diferentes abordagens estéticas, crenças, saberes e fazeres, inclusive dentro de um mesmo bairro, ou entre bairros de uma mesma cidade, caso da poderosa Nova York⁵³ e dos mitológicos Bronx, Harlem e Brooklyn.

⁵³ Conferir a série documental Hip Hop Evolution (2016), disponível na plataforma de *streaming* Netflix.

No próprio contexto candango pode-se observar em diferentes narrativas, relativas às variadas dinâmicas dos mercados de consumo e produção de eventos e bens culturais ligados à música negra urbana, eletrônica e periférica ao longo das últimas décadas do século XX e primeiras décadas do século XXI, a expressão de trajetos e vivências ora predominantemente compromissadas com a diversão, tomada enquanto finalidade primordial do envolvimento com atividades ligadas ao mundo *rap* e a expressão de trajetos e vivências em que o consumo de produções musicais, eventos e outras formas de diversão, constituem um compromisso simultaneamente estético, identitário e sociopolítico. Como se poderia afirmar que não há ética e outras formas de expressão política nas primeiras disposições de vivência festiva e tendências de gosto referidas ou que, não há interesse pelo divertimento no consumo de eventos e produções de *rap* consciente (ou de mensagem)⁵⁴?

Além disso, assumir que estéticas como o *rap* nacional “consciente”, ou “de mensagem” e os *traps*⁵⁵ contemporâneos, denunciados por vezes como “fúteis”, “superficiais”, marcados por letras expressivas de um “consumismo vazio” habitam mundos inconciliáveis, seria esquecer que, na prática, essas estéticas emergiram a partir de contextos urbanos marcados por políticas de exclusão e diferentes formas de racismo institucionalizado e pela convivência cotidiana de grande parte de seus públicos orgânicos, em relação a todo um conjunto de precariedades. Também é preciso considerar que no plano da ritualização festiva, essas estéticas podem conviver num mesmo evento, além de poderem ser consumidas com maior ou menor grau de exclusividade por diferentes grupos e gerações ligadas à música *rap*.

Tratam-se de níveis diferentes de aproximação e distanciamento geracional. Níveis diferentes de abertura ou fechamento para determinadas esteticidades. Pôde-se conhecer adolescentes de 17 anos, absolutamente resistentes às recentes guinadas estéticas do *rap* candango e fiéis às produções dos anos noventa e início dos anos 2000 e integrantes das primeiras gerações de produtores e consumidores de música eletrônica atlântica negra no DF totalmente abertos à experimentação e ao diálogo em relação às esteticidades emergentes.

⁵⁴ Diferentes formas de referência às produções *rap* de fortes teores de denúncia social e/ou que trazem mensagens edificantes e de conscientização.

⁵⁵ Estilo de *rap* emergido no Sul dos Estados Unidos que compreende um conjunto de abordagens estéticas bastante distintas do rap nova-iorquino e californiano, por exemplo, uma expressão vocal mais lenta e cadenciada. Trata-se da escola de rap contemporaneamente hegemônica globalmente, gerando inclusive discussões em torno de sua independência enquanto gênero distinto do rap. A palavra *trap* significa literalmente “armadilha” na língua inglesa e corresponde a uma gíria sulista para se referir aos pontos de venda de drogas.

Não é possível dizer, por exemplo, que as sisudas e densas sonoridades e narrativas de determinadas produções *gangsta rap* internacionais e do rap nacional consciente ou de mensagem não são dançáveis, tampouco que não são dançadas nas festividades observadas, embora de maneira, em geral, bastante comedida por parte dos rapazes, que costumam chamar de “gingado” esse estilo de dança. Frente a algumas dessas dinâmicas, torna-se possível entrever importantes aspectos referentes a determinadas disputas e cisões respectivas à temática da legitimidade estéticas nos mercados *rap* nacionais, incluso o do Distrito Federal, na medida em que, também se processam no entrecruzamento entre distintas vivências, memórias e concepções, especialmente em torno das masculinidades negras nos contextos periféricos do Brasil e do DF. (OLIVEIRA, 2017; ROSA, 2006, TAVARES, 2009).

Antes mesmo que o *rap* se tornasse uma lucrativa faceta do mercado musical global, a relação entre produção cultural e usos mercadológicos, gerava tensões e sentimentos de ambiguidade em determinados produtores e consumidores envolvidos em suas tramas no contexto estadunidense. Na exata medida em que as instâncias de mercado possibilitavam a ampliação do alcance dos elementos culturais reconhecidos como desejáveis e legítimos, “[...] havia o temor, justificado, de que se perdesse o controle sobre a produção de significados [...]”. (TEPERMAN, 2015, p. 26). Esses tensionamentos atravessam a história do *hip-hop* desde seu surgimento e estão presentes até os dias de hoje.

Um forte elemento dinamizador, e nesse sentido, profundamente capaz de fomentar novos arranjos, expressividades, possibilidades mercadológicas e ao mesmo tempo de evidenciar profundas tensões sociais e raciais gerando ricos debates e posicionamentos, tem sido a proliferação da cultura de batalhas de MCs por todo o Brasil.

Na perspectiva de Teperman (2015), tal qual os filmes dos anos 1980 que abordavam os elementos da cultura *hip-hop* influenciaram gerações no Brasil e no mundo, a película *8mile* (2002), espécie de biografia ficcional em torno da trajetória do *rapper* branco norte-americano, Eminem teve grande influência no processo de popularização da cultura de batalhas de MCs no Brasil nas últimas décadas.

Tratam-se, essencialmente, de duelos de rimas improvisadas, jogo que se apresenta sob inúmeras formas, a partir de diferentes tradições culturais ao redor do mundo ao longo de toda a história humana (TEPERMAN, 2015). No caso do Brasil, clássicos exemplos podem ser encontrados nos desafios de coco, embolada, repente, e mesmo no samba de

partido alto, tradições que, obviamente, operam a partir de distintas lógicas e construções estéticas.

No contexto das batalhas de MCs, um conjunto de habilidades são julgadas, sobretudo pelo público. A velocidade do raciocínio do rimador, a originalidade das rimas, a capacidade de concatenar a métrica e o conteúdo ao *beat*, e principalmente o *flow*, ou seja, a “assinatura expressiva” dos rappers. O *flow* de um artista, resulta do arranjo entre a particularidade dos timbres que aciona, sua dicção e cadência rítmica, ou seja, trata-se da fluência e peculiaridade com que se expressa pelo canto-falado.

Em conversas com batalhadores, a vivência das batalhas e o treino constante são consideradas as principais formas de desenvolver uma fluência que soe natural, ou seja, uma fluência que evidencia o processo de incorporação do conhecimento, tornando o pensamento rápido a partir de rimas, um saber plenamente disposicional. Ideia comum no universo dos batalhadores é a de que, “se pensar demais, já errou”, enfim, boa parte das rimas precisa “brotar” no processo da fala, já que é preciso prestar atenção ao conteúdo da rima adversária, pois esta oferecerá os subsídios para que se brinque ou “desconstrua” a fala do outro. Há diversas modalidades de batalha. Batalhas estilo-livre ou com temáticas pré-definidas pelo júri ou público, “batalhas de conhecimento” abordando temáticas específicas de conteúdo social, político, entre outros, “batalhas de pederastia” em que o objetivo principal é ofender o adversário entre diversas outras formas de disputa.

As disputas se organizam, em geral, a partir da divisão dos MCs em chaves eliminatórias, até que restem apenas dois batalhadores na final. Nas batalhas de rua, o público geralmente decide por aclamação o MC vitorioso, em algumas competições, o formato pode ser híbrido a partir da presença de um júri especializado. Batalhas famosas se espalham por todo o Brasil, com grande destaque em capitais como Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Recife, Curitiba e Brasília, entre outros contextos metropolitanos.

Em vários desses contextos urbanos, as variadas localizações dos encontros e a intensa dinâmica dos rimadores pela cidade tornou possível a aproximação de jovens de diferentes bairros, classes sociais, faixas etárias e características étnico-raciais. A cena de batalhas de Brasília exemplifica essa dinâmica, a outrora famosa “Batalha do Museu”, (os pontos mais “quentes” das batalhas costumam se alternar com o tempo. Atualmente o maior encontro de rimadores da cidade, a “Batalha do Relógio”, acontece na Praça do Relógio no

centro da RA de Taguatinga) era realizada na região central do Plano Piloto, no conjunto arquitetônico do Museu da República, muito próximo à rodoviária central, ponto que favoreceu a possibilidade de que jovens de toda a região metropolitana pudessem “duelar” a partir das rimas.

O rico circuito de batalhas da cidade, e de todo o Brasil, se desenvolveu de maneira concomitante à ampliação das facilidades em disponibilizar vídeos nas principais plataformas digitais. A princípio, de maneira bastante amadora, uma série de batalhas extraordinárias de todo o país passam a ser filmadas e postadas, em geral, pelo público, principalmente na plataforma YouTube. Muitos vídeos se tornam fenômenos de popularidade, permitindo que o ambiente das batalhas se constituísse enquanto um circuito a parte de entretenimento audiovisual ligado à cultura *hip-hop* na internet, alcançando, inclusive, públicos que não possuíam qualquer proximidade com os elementos do mundo *hip-hop*. O virtuosismo de determinados MCs e a alta exposição alcançada no ambiente de batalhas, contribuiu de maneira decisiva para que muitos transitassem para carreiras musicais ou mesmo tivessem a oportunidade de ampliar o alcance de carreiras musicais paralelas.

Uma série de MCs, tais como: Emicida; Marechal; Froid; Criolo; Max B.O; Nocivo Shomon; Nauí MOVNI; Djonga; BK; Orochi; Choice; Xamã; Predella; Diomedes Chinaski; Funkeiro; Baco Exu do Blues, entre inúmeros outros artistas ligados ao mundo das batalhas de rima, em diferentes partes do país, construíram carreiras musicais de grande sucesso. A reputação nas batalhas contribuiu para que muitos artistas conhecidos tão somente nos circuitos locais de batalhas se tornassem nomes populares nacionalmente.

É provável que em nenhum outro momento da história, o guarda-chuva de estéticas ligadas ao *rap* tenha alcançado tamanha diversidade, complexidade e popularidade no Brasil, sobretudo entre diversos públicos jovens, os mais ávidos consumidores de materiais audiovisuais nas plataformas digitais. Há inúmeros canais no YouTube em que a forma musical, “*rap*”, extremamente aberta e democrática - bases musicais (eletrônicas ou acústicas) associadas ao canto majoritariamente falado (pode haver canto melódico) - é explorada a partir das finalidades mais diversas.

Canais como 7 Minutoz⁵⁶ e Tauz⁵⁷, estão entre os maiores canais nacionais de *rap* no YouTube, e o conteúdo de suas produções é composto essencialmente de *raps* dedicados à personagens de franquias de seriados e filmes de super-heróis, personagens e jogos de videogame, personagens de animações e quadrinhos orientais entre outros inúmeros conteúdos ligados ao universo *geek-pop*, possuindo grande apelo, sobretudo, em relação ao público infantil e adolescente.

Em outras frentes do mercado da música, investidores poderosos tem se aproximado do universo *rap*, privilegiando em inúmeras ocasiões o investimento nas carreiras de artistas brancos de classe média e alta, em várias ocasiões, sem qualquer história de aproximação em relação aos elementos e vivências de “rua”, ativos simbólicos fundamentalmente interligados à cultura *hip-hop* no país.

Nesse sentido, se apresentam justificados temores por parte de intelectuais, ativistas e grandes contingentes da população negra e periférica, respectivos à perda do controle dessas populações, em torno da produção de significações (TEPERMAN, 2015) legítimas nesse universo cultural em expansão, já que essas pessoas construíram historicamente as bases dessa expressão cultural no Brasil e desde então, tem carregado uma série de estigmas em relação à associação ao mundo *hip-hop*.

Em frequentes debates, especialmente intensos nas plataformas digitais, se discute a extrema e crescente popularidade das significações, produções simbólicas e práticas culturais construídas pela população negra e o concomitantemente baixo reconhecimento dessas historicidades e trajetórias humanas marcadas por lutas intensas numa realidade sociocultural na qual a defesa de determinadas expressões culturais, sobretudo por parte de homens e mulheres negras, ainda implica riscos em torno da própria manutenção da vida, expressões culturais entre as quais, indubitavelmente, se inclui a música *rap*. Em outros termos, os artistas, empresários e público brancos ficam com o bônus do “boom” do mercado *rap* nacional e não arcam com o ônus de carregar consigo os símbolos da cultura *hip-hop*.⁵⁸

Os históricos processos de criminalização da cultura negra no contexto brasileiro, com grande ênfase em torno das estéticas *funk* e *rap* nas últimas décadas, mostram dimensões de suas múltiplas facetas brutais na persistência e expansão de práticas de

⁵⁶ O canal pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/user/7minutoz>. (Último acesso em 21/05/2018).

⁵⁷ O canal pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/user/TauzOficial>. (Último acesso em 21/05/2018).

⁵⁸ Importantes informações acerca das questões do racismo e processos de embranquecimento no rap brasileiro podem ser encontradas na matéria: https://www.vice.com/pt_br/article/bj3ze3/rap-brasileiro-racismo-nabrisa. (Último acesso em 21/05/2018).

extermínio perpetradas por instâncias públicas e privadas, sobretudo dirigidas aos jovens negros do sexo masculino.

No percurso de quase uma década de pesquisas, relacionadas ao universo de produção de eventos e conteúdos culturais em contextos periféricos, salta aos olhos a absoluta maioria masculina em toda a cadeia produtiva de festas e de outras realizações culturais, como a gravação de álbuns, músicas e vídeos. Diante do levantamento da historiadora Eliane Oliveira em torno dos álbuns de *rap* gravados por artistas candangos entre 1990 e 2015, é flagrante a baixa presença de grupos femininos e artistas solo mulheres. (OLIVEIRA, 2017, p. 22). O cenário produtivo dos mercados *rap* candangos parece se processar numa arena de esmagadora maioria masculina. Não é difícil perceber que os conteúdos da maioria absoluta das produções parecem se dirigir primordialmente a outros homens, sobretudo aos homens negros moradores das regiões periféricas de Brasília.

A partir de análises econométricas com base nos microdados do Censo Demográfico do IBGE e do SIM/MS, o Atlas da Violência (2017), publicação realizada através de parceria entre IPEA e Fórum Brasileiro de Segurança Pública, aponta que de cada 100 pessoas que sofrem homicídio no Brasil, 71 são negras, entre essas pessoas, os jovens negros do sexo masculino compreendem a maioria absoluta. De acordo com o levantamento, em 2012, o risco relativo de um jovem negro ser vítima de homicídio era 2,6 vezes maior do que um jovem branco.

Segundo o levantamento “Os jovens do Brasil – Mapa da violência 2014”, patrocinado pelo Governo Federal e organizado pelo pesquisador Julio Waiselfisz o número de vítimas, entre os brancos, no conjunto da população, diminuiu de 19.846 em 2002 para 14.928 em 2012, o que representa uma queda de 24,8%. Entre os negros, no mesmo período, as vítimas aumentam de 29.656 para 41.127, um crescimento de 38,7%.

O dramático quadro contemporâneo, conforme Oliveira (2017), guarda profundas relações com os mecanismos repressivos, formatados no início do período republicano, calcados na manutenção, desde o período escravocrata, de práticas extrema violência socioinstitucional em relação à população negra,

O Código Penal de 1890 foi a personificação do esforço das elites brasileiras em manter o controle social por meio da continuidade do projeto de repressão desenvolvido no período da escravização, seguido da Lei da Vadiagem, como ficou conhecida a lei que manteve o controle estatal sobre os ex-escravizados, já que os negros e negras, em sua maioria, não detinham bens de consumo, não foram incluídos nos campos de trabalho assalariado e seus corpos representavam uma

ameaça aos valores da sociedade branca e racista. À polícia caberia a manutenção das relações sociais escravocratas, antes exercidas de modo particular pelos senhores proprietários de escravizados, agora sob o domínio estatal. (OLIVEIRA, 2017, p. 100).

A historiadora nos mostra que já entre o fim do século XIX e início do século XX, a indisponibilidade de bens e meios de sobrevivência básica autorizava o exercício da repressão violenta perpetrada pelos mecanismos de controle estatal em relação aos corpos negros. Partindo das repercussões socio-históricas dessas políticas e dos processos de atualização e ampliação de diferentes formas de violência ao longo do século XX e XXI, a autora evidencia densas relações históricas entre masculinidades, consumo e o fenômeno da ostentação, presente em diferentes estéticas populares negras:

Nesse sentido, a necessidade de ostentar muito presente no RAP Gangsta e até mesmo em outros movimentos musicais como *funk*, pode estar ligada à memória de escravização e a busca pela masculinidade hegemônica, já que o direito ao consumo simbolizava privilégio, os pés descalços, por exemplo, eram a representação de que ali tratava-se de um escravo, não consumir era sinônimo de desumanização. Nesse sentido, calçar-se tornou-se sinônimo de liberdade no Brasil escravocrata. (...)A emergência de vestir os pés ficou marcada na memória da população negra que descende de um país escravocrata. Um dos principais acessórios do estilo RAP é o tênis de marca, *Nike*, *Adidas*, *Puma* ou sandálias como a marca *Kenner*. (OLIVEIRA, 2017, p. 101).

Diante dos incrementos na renda e conseqüente expansão das possibilidades de consumo, processadas no contexto brasileiro nas últimas décadas, inclusive entre as populações negras e moradoras de periferia, as teses que advogam em torno da ideia de que resolvidas as questões de natureza socioeconômica, desaparecem automaticamente todos os processos de violência e exclusão, inclusos aqueles respectivos à dimensão racial, mostram enorme fragilidade.

Sabe-se que a extrema concentração e a persistente desigualdade de renda, marcantes no contexto brasileiro, estão longe de ser solucionadas, tampouco se tomada em seus entrelaçamentos com outras variáveis como gênero e raça, todavia, as tensões raciais, diretamente refletidas em grande parte das produções festivas, artísticas e formas de consumo *pop* periféricas, parecem ainda mais profundas se pensarmos que mesmo diante de uma melhora no plano da renda, as pessoas negras viram o risco de serem assassinadas crescer ano a ano, a ponto de ser possível afirmar, a partir de diferentes levantamentos, que um jovem negro do sexo masculino corre hoje risco análogo ou maior de ser assassinado,

dependendo da região do país, em relação aos jovens negros que compuseram, por exemplo, a primeira geração produtora e consumidora de música *rap* no país.

Contraditoriamente, na medida em que se processam poucas mudanças, ou expressivas piores no contexto brasileiro – do ponto de vista da garantia do respeito, segurança e sobrevivência da jovem população negra, sobretudo masculina e de origem periférica, tradicional e organicamente articuladas às várias redes de produção, circulação e consumo de estéticas *rap* pelo país ao longo das décadas – grandes transformações se processam em torno dos mercados de cultura *rap* no Brasil, especialmente na última década, sobretudo do ponto de vista da ampliação das possibilidades de retorno financeiro, dos processos de profissionalização, da ampliação do peso sociocultural, da vertiginosa pluralização de abordagens, sonoridades, esteticidades, do aumento sem precedentes do volume de produções e de maneira geral pela complexificação, expansão e adensamento das redes socio-humanas que dão corpo a esse novo mundo *rap* nacional.

O compartilhamento de condições objetivas de existência, por grande parte da população jovem, moradora de periferia, no caso da população negra, tensionadas pela permanência no contexto brasileiros de diferentes formas e práticas de racismo, dá corpo à processos de cultivo de memórias, saberes e práticas, que estão na base de identidades, entendidas como conjuntos de condições e significações compartilhadas, constituídas e expressas na forma de saberes práticos ou categorias de percepção, esquemas classificatórios, ou princípios de “[...] visão e divisão, que sendo produto da incorporação da estrutura de diferenças objetivas, está presente em todos os agentes”. (BOURDIEU, 1996, p. 23).

Ao contrário de apostarmos no cenário de uma incontornável fragmentabilidade dos usos e disposições, que desemboca numa espécie de mosaico de eventos desconexos, presente em inúmeras perspectivas calcadas numa reflexividade mimético-estética e alegórica (LASH, 1997, p. 163-76), a partir dos desdobramentos socioculturais do desmonte do ambiente de certezas de uma modernidade sociológica como as posições e sentidos de nação e classe, nos termos de Hall (2006), nos perguntamos em torno das efetivas possibilidades viabilizadas a partir de diferentes percursos e possibilidades socio-históricas de articulação de processos de transmissão e compartilhamento de saberes, crenças e “certezas” sociais nas diversas localidades em que mercados de entretenimento popular se dinamizam no Brasil.

A aposta numa fragmentabilidade amorfa, vazia de significações compartilhadas no exercício das práticas de criação, divulgação e consumo de estéticas *pop* periféricas, seria tornar opacas as intensas lutas populares nas quais, muitas vezes, estão implicadas questões de “vida ou morte” em torno da constituição de possibilidades de exercício artístico autônomo, e os próprios desdobramentos que essas lutas, nem sempre traduzidas na forma de retóricas expressamente políticas, possuem no delineamento do complexo quadro contemporâneo de articulação entre diferentes propostas estéticas e mercados culturais *pop* periféricos regionalmente e mundialmente.

Conforme Tavares, no que tange ao *rap* no contexto brasileiro, tomado “[...] em relação a outros gêneros de música popular de identidade negra, como o samba, o pagode, o axé, entre outros, [...] assume um discurso ao mesmo tempo de orgulho do povo negro e de crítica ao racismo, denunciando, num tom autobiográfico, sua revolta contra a ordem estabelecida”. (TAVARES, 2009, p. 81).

Os grupos ligados à cultura *hip hop* constituem uma nova forma de rebelião conformando possibilidade de situação efetiva do jovem negro no espaço público, conferindo “[...] um caráter de visibilidade as aspirações dos diferentes grupos que englobam”. (TAVARES, 2009, p. 81).

O movimento *hip-hop* seria identificado, segundo o autor, no bojo dos “[...] movimentos alternativos, contraculturais, subculturais ou marginais, ou ainda movimentos underground. São caracterizados por uma luta travada no campo da representação simbólica, da significação e da estética. Grupos sociais que não detêm o poder, nem cultural, nem econômico, desafiam a ordem hegemônica, expressando-se geralmente por meio da música, da dança, das vestimentas, das artes visuais e da linguagem escrita”. (TAVARES, 2009, p. 81).

Num ambiente de profunda concentração dos meios de ampla divulgação cultural pré-expansão das redes digitais de alta velocidade, no contexto brasileiro, onde há pouquíssimo tempo as produções de caráter audiovisual só eram passíveis de circulação ampliada a partir da mediação televisiva, as possibilidades de circulação de bens culturais audiovisuais ligados ao *rap* nacional encontravam pouquíssimas portas e possibilidades de expressão a partir dessas mediações.

As filtragens realizadas pelas equipes de produção da mediação televisiva, necessariamente barram teores explícitos (de múltiplas naturezas) e narrativas em torno de

práticas e mercadorias ilícitas, sobretudo quando se tratam de canais abertos e programações que buscam um heterogêneo público geral (MORIN, 1969), além de possuírem, em relação aos anunciantes, restritivos contratos comerciais (JOST, 2010) que impedem a associação de marcas e produtos a determinadas temáticas. Nesse sentido, em diferentes ocasiões, fricções explícitas se processam na tentativa de docilizar conteúdos oriundos de matrizes musicais marcadas pelos recursos ao ilícito e explícito, como na apresentação em que MV Bill, importante *rapper* carioca, não abre mão de cantar ao vivo no Programa do Faustão, um show dominical de variedades, uma crítica a integrantes do elenco da Rede Globo presente em uma de suas mais famosas composições⁵⁹, ou a espécie de censura que os *funkeiros* passam ao apresentarem suas canções de maior sucesso nesse tipo de programação, caso de MC G15, que só pôde apresentar-se no mesmo programa da maior emissora de televisão do país, a partir da mutilação dos teores explícito-ilícitos do *megahit* nacional “Deu Onda”.⁶⁰

A possibilidade de disponibilizar conteúdos audiovisuais explícitos, inclusive em torno de narrativas da ilicitude, fora do ambiente televisivo, só se concretiza de maneira generalizada no curso da última década no contexto brasileiro, processo que se potencializou com a compra da plataforma de vídeos YouTube no fim de 2006, pela Google, na esteira de dinâmicas sociotécnicas, transitadas nos ambientes da chamada *web 2.0*⁶¹, termo que, embora possa se apresentar como espécie de atualização em termos das especificações técnicas da *web*, se refere mais a transformações nas maneiras como desenvolvedores e usuários passam a encarar a rede mundial de computadores, sobretudo a partir do estouro da bolha financeira, gerada em torno das corporações de internet no início dos anos 2000. Na clássica definição de O’Reilly (2005), a *web 2.0* corresponde ao entendimento da rede enquanto plataforma abrangente de dispositivos conectados, as principais aplicações nesse novo ambiente dizem respeito àquelas capazes de aproveitar ao máximo as dimensões intrínsecas dessa rede-plataforma, entregando modalidades de *software* em constante atualização e redefinidos a partir do intensivo aproveitamento da gigantesca produção de dados por parte dos próprios usuários através de uma “arquitetura de participação”.

⁵⁹ O vídeo da apresentação de MV Bill no programa Domingão do Faustão pode ser acessado pelo link: <https://www.youtube.com/watch?v=4BEGSHg8TJA>.

⁶⁰ O vídeo da apresentação de MC G15 no programa Domingão do Faustão está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oWK4IG8J7A>.

⁶¹ A definição consagrada de *web.2.0* pode ser encontrada no seguinte endereço.: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.

O YouTube representa, nesse sentido, um profundo êxito corporativo compreendido a partir dessa nova arquitetura tecnocultural do ambiente *surface* da *web*. A plataforma de vídeos foi capaz de “monetizar”, ou seja, remunerar financeiramente as produções disponibilizadas pelos usuários, a partir do retorno de mídia que essas produções eram capazes de oferecer aos anunciantes que, conforme os conteúdos, puderam diminuir os riscos de investimentos em publicidade ao concentrar recursos em produções que se dirigissem diretamente aos nichos de mercado desejados.

Essas estratégias de remuneração foram capazes de potencializar financeiramente inúmeras expressões culturais por todo mundo, dinâmica que no ambiente pré-digital e pré *web* 2.0 seriam absolutamente impossíveis, dada a extrema concentração dos meios de divulgação, sobretudo de conteúdos audiovisuais, na figura da mediação televisiva, ainda profundamente poderosa na definição da “pauta musical” *pop* no Brasil.

Inéditas fontes de recursos permitiram, que produtoras de conteúdo audiovisual *pop* periférico, sobretudo as que participaram do início desse processo – algumas delas capazes de aproveitar a lacuna em torno de conteúdos explícitos nas plataformas tradicionais, caso flagrante da KondZilla – conseguissem amear bases gigantescas de inscrições nos canais, bases estas, capazes de gerar altíssima visibilidade e remuneração garantida, em geral, fracionada entre canais, instâncias e equipes de produção, agentes e artistas. Esses processos estão na base do que estamos caracterizando por mercados *pop* periféricos no contexto brasileiro contemporâneo.

CAPÍTULO 9

TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E A EXPANSÃO DOS MERCADOS *POP* PERIFÉRICOS

No plano das intensas dinâmicas contemporâneas em que se supõe o retrocesso das “[...] estruturas sociais [...]” como classe e nação, e o avanço de novas “[...] estruturas de informação e comunicação [...]” (LASH, 1997, p. 136) na coordenação dos afetos, identificações e posicionamentos, cabe discutirmos, a partir da perspectiva de Scott Lash, as questões relativas às dinâmicas entre perdedores e vencedores nesse novo arranjo sociocultural, lidas a partir das reflexões em torno das condições contemporâneas de consolidação de amplos mercados *pop* periféricos.

Conforme o autor, nas economias sociais orientadas para a regulação individualizada, ou de mercado⁶², os “[...] fluxos, não apenas da informação e das comunicações, mas também do dinheiro, articulam-se fundamentalmente, não com a produção, mas com os sistemas de consumo [...]” (LASH, 1997, p. 155). Nessa direção, Lash identifica três maneiras a partir das quais, a classe trabalhadora reflexiva se vincula às estruturas comunicativas e informacionais: “[...] como consumidores recentemente individualizados; como usuários dos meios informatizados de produção [...] e como produtores de bens de consumo e produção que funcionam como meios de consumo e produção dentro das estruturas de I&C”. (LASH, 1997, p. 156-157).

As classes médias expandidas, no contexto da modernidade reflexiva se tornam especialistas e operadoras das estruturas de I&C, num paradigma produtivo ligado à “[...] rotatividade da produção de bens informacionais [...]” (LASH, 1997, p. 157), nesse novo arranjo social a acumulação de capital torna-se cada vez mais acumulação de informação, conformando a “[...] força orientadora da modernidade reflexiva [...]” onde a “[...] classe trabalhadora aumentada (e reduzida) da modernidade reflexiva, assim como sua classe média expandida, encontra sua base neste deslocamento informacional do motor da história”. (LASH, 1997, p. 157-158).

⁶² Lash analisa o contexto das “[...] economias sociais anglo-americanas [...]” (1997, p. 155), todavia, podemos recorrer a essa modelação na análise do contexto brasileiro, na medida em que as políticas econômicas brasileiras se orientaram nas últimas décadas para um modelo de desenvolvimento baseado no recuso a instrumentos de potencialização do consumo, tanto dirigidos às classes médias quanto às novas classes trabalhadoras (SOUZA, 2013).

No curso dessas dinâmicas, uma terceira classe se encontraria profundamente excluída do acesso às estruturas da I&C, constituindo o “[...] proletariado clássico da modernidade simples [...]” enquanto os grandes “[...] perdedores da reflexividade [...]” (LASH, 1997, p.158). Essas dinâmicas se referem sobretudo a arranjos sociais, bastante distintos do contexto brasileiro, tanto no diz respeito às condições de posicionamento no sistema global, quanto em relação ao quadro econômico do país, sobretudo em seus arranjos produtivos e composições em torno das posições de classe e renda. Nos contextos referidos por Lash:

Outras instituições estruturais de regulamentação também saíram do que está se tornando o “gueto impactado” – os grandes sindicatos industriais, agências do welfare state vítimas de cortes nos gastos públicos, a Igreja, a respeitável classe média negra e a classe trabalhadora – e, muito efetivamente a família. O resultado disso não é a individualização mas a anomia e um déficit de regulamentação. (LASH, 1997, p. 158-159).

Em grande parte dos contextos urbanos periféricos brasileiros, o referido “[...] déficit de regulamentação [...]” não constitui uma nova caracterização social conformada a partir do desmonte do ambiente de certezas da “[...] modernidade simples [...]”, mas uma condição permanente da urbanização desigual a partir de “[...] processos de segregação espacial e racial [...]” (CARRIL, 2009, p.55), que guarda amplas relações de continuidade com os processos históricos do período colonial, nesse sentido, a condição social do negro brasileiro, que compõe a maior parte da população moradora de periferia no Brasil, se institui no processo de escravidão mantendo-se como parte “[...] contínua das bases de produção e de reprodução do capital na agricultura e, mais tarde, no espaço urbano”. (CARRIL, 2009, p. 55).

Desse modo, ao invés de um ambiente de substituição de uma lógica de regulamentação por outra, o que se observa numa diversidade de contextos urbanos brasileiros é o prolongamento socio-histórico de “[...] um déficit de regulamentação socioeconômica [...]” (LASH, 1997, p. 159). A conceituação em torno da “nova classe baixa”, destacada por Lash, não compreende uma nova faceta da composição do quadro social brasileiro – dada sob condições bastante distintas dos desdobramentos processados nas sociedades anglo-americanas – embora contemple amplos segmentos da população, sobretudo em áreas metropolitanas com presença de parques industriais. O que não se pode

afirmar no plano contemporâneo é à ideia de um completo alijamento dessas populações em torno das estruturas de I&C.

Num contexto em que a própria esfera pública “[...] se torna cada vez mais presente nas estruturas de I&C, a exclusão em relação a elas transforma-se em exclusão da cidadania, na verdade, a exclusão política e cultural da sociedade civil”. (LASH, 1997, p. 161). A nova classe baixa da modernidade reflexiva, conforme o autor, “[...] está privada das obrigações e dos direitos do que hoje não é mais cidadania social, mas predominantemente cultural”. (LASH, 1997, p. 161).

Ao passo que Lash parece generalizar a experiência social dessa “nova classe baixa”, chama atenção em seguida, para a importância de observar as maneiras particulares em que as populações dos guetos não são excluídas das estruturas de I&C. Essa não exclusão pode ocorrer de duas maneiras, de um lado via presença de sistemas educacionais comparativamente abertos e de outro,

[...] por meio da televisão, incluindo via satélite e a cabo, o rádio, os aparelhos de vídeo e coisas semelhantes, a nova classe baixa pode não estar no limite da manipulação da informação, mas muito certamente está nas comunicações, e especialmente na comunicação por símbolos e imagens, na recepção das estruturas de I&C. Esta disparidade – entre a aquisição das habilidades de processamento dos símbolos e o acesso ao fluxo dos símbolos nas estruturas I&C, entre o acesso ao envio dos símbolos e a sua recepção – tem sido e continuará sendo cada vez mais uma mistura poderosa para a crítica política e cultural heterodoxa por parte dos negros, das mulheres, de outras minorias étnicas. (LASH, 1997, p. 163).

Consta exatamente na dimensão não apenas receptiva, mas amplamente produtiva e tecnologicamente sofisticada dos mercados metropolitanos de entretenimento *pop* periférico brasileiro, uma novidade capaz de fragilizar algumas certezas em torno da suposição de um completo descompasso entre aquisição de habilidades de processamento e manipulação simbólica e a recepção ou acesso a esses bens e símbolos globalmente veiculados por parte de populações supostamente alijadas dos processos de manipulação das estruturas de informação e comunicação.

Profundamente articuladas a um conjunto de “sistemas peritos do entretenimento periférico”, respectivos ao domínio de diferentes tecnologias de ponta em áreas diretamente ligadas à produção de eventos, música, filmes e vídeos musicais, essas especializações se desdobram em múltiplos saberes e áreas de atuação, como eletroeletrônica, iluminação, robótica, cinematografia e fotografia digital, manipulação de *softwares* e dispositivos de

produção e edição de vídeos, imagens e sons, tecnologias ligadas à sonorização automotiva, montagem e configuração de equipamentos e redes de sonorização, marketing digital, gestão de redes sociais e serviços financeiros de monetização de conteúdos em plataformas de divulgação, entre outra infinidade de setores em constante complexificação e profissionalização, implicados no uso intensivo de tecnologias digitais de comunicação e informação.

Os amplos processos de circulação desses saberes na articulação de redes adensadas de serviços e informações ligadas aos setores do entretenimento periférico, chamam atenção para importantes indagações respectivas às condições sociais e tecnoculturais capazes de dar corpo à essas articulações, marcadas pela incessante sofisticação e atualização dos recursos tecnossimbólicos empregados na produção de eventos e dos conteúdos.

Ao contrário de nos entregarmos à narrativa de um individualismo calcado num desejo “[...]heterogêneo e contingente [...]” marcante nas perspectivas dos “[...] mestres da dúvida [...]”, orientadas “[...] sob a estrela da reflexividade estética, sob a estrela de uma crítica mimética do conceito [...]” (LASH, 1997, p.174), busca-se evitar a “deriva” desconstrutiva, que apenas repete em ciclos cada vez mais rápidos, perspectivas de adiamento e negação da significação, em modelações teóricas “[...] cada vez mais kitsch para substituir a anterior, no modelo de estilos rapidamente mutáveis”, (LASH, 1997, p. 175). Nos aproximamos da perspectiva apontada por Lash de que, grande parte dos modelos calcados na incessante desconstrução de “[...] formas de controle [...]” do ponto de vista de um individualismo da “[...] contingência [...]” e da “[...] ambivalência [...]”, conduzem à uma impossibilidade crônica do “nós”, cuja condição de existência, baseia-se no compartilhamento de significações. (LASH, 1997, p. 176).

Ao contrário de dirigirmos o foco de análise à tomada de ritualizações e produções culturais enquanto *bricolages* mediadas por conjuntos supostamente desconectado de significantes (LASH, 1997, p. 177-178), busca-se entender “as comunidades culturais, o “nós” cultural”, enquanto “[...] coletividades de práticas estabelecidas compartilhadas, significações compartilhadas, atividades de rotina compartilhadas envolvidas na obtenção do significado”. (LASH, 1997, p. 177).

Nos termos de Lash (1997, p. 180), a ideia de comunidade, tomada “em qualquer sentido substancial”, precisa ser “mundial”:

Deve ser enraizada em significações compartilhadas e em práticas estabelecidas. Essas práticas envolvem outros seres humanos. E também envolvem coisas, que não são “objetos”, mas [...] ferramentas, engrenagens, incluindo a linguagem e os instrumentos informacionais entre os quais habitamos e aos quais tanto nos dedicamos. No “nós”, as atividades do dia-a-dia estão envolvidas na produção de bens substantivos, que em si são também significações. Embora as atividades sejam guiadas por esses bens substantivos cujos critérios são fixados internamente por uma dada prática, esta orientação não é determinada por regras, mas pelo exemplo dessas práticas presentes e tradicionais. (LASH, 1997, p. 180).

Desse modo, desvia-se o foco das “[...] encenações de poder [...]” dos atos de fala, onde os significados são “[...] cronicamente contestados [...]”, para a atenção ao desenvolvimento comunicacional “[...] bem-sucedido [...]” de práticas coletivas comuns. (LASH, 1997 p. 180). Com base nessa orientação metodológica, busca-se discutir profundas transformações nas expressões *pop* periféricas mundialmente veiculadas. Nesse sentido, o próprio recurso à expressão “*pop*” cujas significações, se dirigem à articulação entre mecanismos de amplificação de alcance quantitativo e à profunda capacidade de comunicabilidade em larga escala dos símbolos e significações que suas produções artísticas mobilizam, está dirigida à tentativa de entendimento dos bens, estilos, estéticas e significações que se apresentam enquanto potencialmente comuns. Nesse sentido, as características “periféricas” dessas expressões *pop*, são entendidas enquanto distintas dos significados compartilhados pelos públicos e produtores, ligados às estéticas *underground*, orientadas para a comunicação restrita. As “periferias” à que recorreremos, nesse momento, dizem respeito às tramas de interdependências socio-humanas, configuradas nos trânsitos entre condições estruturais de produção, circulação e consumo de esteticidades relacionadas aos contextos reais das periferias urbanas e à condição simbolicamente periférica dos conteúdos em circulação nesses mercados, que ao contrário da leitura pela via da inferioridade tecnossimbólica em relação aos conteúdos “centrais”, se encontram periféricamente, (por vezes estratégica e/ou contingencialmente) posicionados, em muitos casos, dada a própria natureza dos conteúdos que fazem circular, marcados em diversas ocasiões pelo recurso à expressão explícita em relação a uma diversidade de práticas, símbolos e significações. Não se trata de uma periferia *pop* subsumida ao *pop* hegemônico, mas de outras redes de instâncias produtoras de entretenimento visando o maior público possível.

Uma imagem a que se pode recorrer, é a de que determinados mercados *pop* periféricos são contemporaneamente paralelos aos mercados *pop* hegemônicos, não situados

hierarquicamente, no plano da capacidade de alcance, do emprego de recursos tecnológicos de produção e obviamente em termos de suas características estéticas, abaixo das produções alavancadas pelo capital acumulado ao longo de muitas décadas, pelas grandes produtoras e distribuidoras nacionais e transnacionais. Afinal, como aponta a letra de “É o terror”, clássico *gangsta rap* candango composto pelo aclamado *rapper* Genival Oliveira, o GOG, “periferia, meu cumpadi, é a maioria”.⁶³

Trotta e Monteiro (2008) indicam que o mercado musical passa por agudas redefinições a partir das novas configurações tecnológicas ligadas às maneiras de produzir e consumir música. Conforme os autores, novas estratégias de distribuição dos conteúdos musicais têm obtido, “[...] razoável êxito na diversificação de ofertas musicais disponíveis, potencializando um mercado de ‘nichos’ [...]”. (TROTТА; MONTEIRO, 2008, p. 1).

O aumento das “[...] facilidades tecnológicas promovidas pela digitalização [...]” promovera a possibilidade de que se tornassem comercialmente viáveis “[...] universos culturais com públicos numericamente reduzidos [...]” (TROTТА; MONTEIRO, 2008, p. 1), desse modo, os autores identificam nos debates em torno dessas questões uma ênfase “[...] na abordagem de fenômenos musicais notadamente periféricos e de baixo grau de circulação que de fato, têm demonstrado o alcance do novo mercado musical [...]” (TROTТА; MONTEIRO, 2008, p. 2), entretanto, podemos observar, a partir de dinâmicas muito recentes, que não apenas produções ligadas a universos culturais de público reduzido tem se tornado comercialmente viáveis, mas universos culturais que já dispunham de extrema popularidade periférica, antes da disponibilidade de recursos digitais, caso dos mercados *funk* e *rap* no Brasil. Basta observarmos os números bilionários de acesso aos maiores canais de *funk*, por exemplo.

Em seguida, os autores apresentam a perspectiva de que, o novo mercado musical possui íntima ligação com o universo da música “independente”, ideia que apontam ser capaz de abarcar grande heterogeneidade estética, embora frequentemente demarcada por diferentes abordagens pela ocupação de “[...] uma certa posição periférica no mercado – seja como estratégia política consciente ou como contingência profissional”. (TROTТА; MONTEIRO, 2008, p. 2). Nesse sentido, decidem privilegiar novos atores do mercado de música “[...] que estão ocupando não os espaços periféricos ou as brechas de mercado, mas

⁶³ A composição “É o terror” pode ser acessada pelo link: <https://www.youtube.com/watch?v=oRQJ4hqOdU0>

posições hegemônicas na circulação musical”. (TROTTA; MONTEIRO, 2008, p. 2). Entretanto, o que podemos assistir hoje é que estratégias digitais e “espaços periféricos ou brechas de mercado”, também se consolidam enquanto posições hegemônicas no mercado *pop* nacional, partindo exatamente dos elementos que carregam enquanto diferenças fundamentais em relação à boa parte das produções autorizadas a circularem nas fechadas redes de produção e divulgação tradicionais.

Nos contextos de análise dos mercados *pop* periféricos contemporâneos também podemos partir da concepção de que uma posição de caráter “independente” pode se configurar tanto como contingência, quanto estratégia. Em determinados circuitos culturais *pop* periféricos, o posicionamento “independente” em relação às redes hegemônicas de produção e circulação dos conteúdos, seja ele efetivo ou performatizado, é condição importante de identificação por parte do público e, por conseguinte, retorno financeiro nas plataformas digitais e no mercado de apresentações ao vivo, entretanto, no plano de outra gama de expressões, que também estamos nos referindo como *pop* periféricas, a não popularização do conteúdo e a não circulação ampliada, configuram contingências indesejáveis, mesmo que esse êxito comercial se dê nas redes interperiféricas de produção, divulgação e consumo, que dependendo de suas especializações técnicas e estéticas e diferentes configurações socioculturais de gosto, não oferecem, por exemplo, barreiras a conteúdos explícitos de qualquer natureza. Redes periféricas de interdependências que, como destacado anteriormente, além dos intensos fluxos de memória e *know-how* de produção cultural reunidos nas últimas quatro décadas, consolidaram, especialmente a partir da última década, condições técnicas e financeiras de construir marcas e canais digitais de divulgação de amplo alcance.

O posicionamento periférico de mercado, nesse contexto, não pressupõe necessariamente uma posição independente em relação às instâncias de mercado *pop* hegemônico, muitos artistas de grande sucesso nos mercados *pop* periféricos, por exemplo, não encontrariam problemas em participar de programas de Rádio e TV, todavia, uma grande quantidade desses conteúdos não encontra possibilidades de circulação nessas plataformas, permitindo que se instaure uma diversidade de *mainstreams* periféricos em diferentes praças culturais do país, entendendo o “periférico”, seja no que diz respeito aos contextos urbanos de habitação, seja em relação à sua posição simbólico-periférica diante de mercados culturais

tradicionalmente constituídos enquanto “fluxos centrais” a partir do domínio de redes hegemônicas de produção e circulação cultural.

Alguns mercados pop periféricos operam a partir de uma posição diferenciada, pois ao partir de diferentes bases estéticas, sociais e culturais, alcançam públicos tão volumosos quanto as produções veiculadas nas mediações tradicionais e patrocinadas, pelo velho dinheiro transnacional da indústria do entretenimento. Não por dispor de “faltas” em relação ao “fluxo central”, mas por possuir qualidades distintas.

Desse modo, os autores acabam por associar políticas de independência e estratégias digitais enquanto perspectivas de mercado não passíveis de constituir posições *mainstream* em comparação aos níveis de popularidade das produções vinculadas às mediações e redes de negócios da indústria tradicional. Embora o artigo em que indicam essa concepção tenha sido escrito há cerca de uma década, período bastante recente, os autores não puderam observar os atuais níveis de exposição alcançados por mercados “independentes” e/ou *pop* periféricos num contexto em que as estratégias digitais já não ocupam uma posição necessariamente marginal em relação às estratégias das mediações tradicionais, sobretudo entre o jovem público nativo digital.

Nesse sentido, os autores tematizam os mercados do forró cearense, do brega do Pará e do *Reggae* no Maranhão, enquanto exemplos de mercados de música movidos à novas tecnologias “[...] que têm efetivamente alterado o alcance do próprio mainstream da música (historicamente protagonizado pelos grandes conglomerados internacionais”. (TROTТА; MONTEIRO, 2008, p. 2). Esses mercados e expressões musicais, conforme apontam, compreendem manifestações “[...] alijadas de uma legitimidade estética avalizada pela crítica musical” (TROTТА & MONTEIRO, 2008, p. 2) agregando:

Dezenas de milhares de pessoas semanalmente, utilizando uma estrutura empresarial que dialoga com as esferas consagradas de difusão musical, como o rádio, mas que tem seu alcance amplificado através de um inusitado conjunto de dispositivos comerciais, substancialmente diferentes dos empregados pelos chamados independentes. Pode-se pensar aqui em um conjunto de práticas musicais cuja enorme penetração comercial em algumas regiões configura não apenas um segmento lucrativo desse mercado independente, mas um novo mainstream do mercado musical”. (TROTТА; MONTEIRO, 2008, p. 2).

Durante quase todo o século XX, o mercado musical possuiu grande interface em relação ao mercado de discos (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR., 2006). Coordenado por “[...] grandes empresas transnacionais do ramo do entretenimento [...]” o “[...] mercado de

música, então, passou a ser dividido comercialmente a partir dos números alcançados por cada artista e disco”. (TROTТА; MONTEIRO, 2008, p. 3). Nesse cenário, inúmeros artistas tiveram suas trajetórias marcadas pela relação direta entre sucesso e alto potencial de vendabilidade ao longo de todo esse período: a partir de diferentes “[...] estágios de consagração comercial [...]”, se estabelece um contexto amplo de classificações, baseadas na dimensão quantitativa das vendas. (TROTТА; MONTEIRO, 2008, p. 3). Essa configuração de mercado permitiu que artistas independentes das *majors* se organizassem em torno de gravadoras menores, “[...] buscando comercializar seu repertório através de espaços reduzidos de mercado, não contemplados pela música produzida nas grandes gravadoras”. (TROTТА; MONTEIRO, 2008, p. 3).

Essas pequenas empresas de gravação permitiriam aos artistas, maior autonomia em relação às grandes companhias do disco, que conforme Shucker, (1999), reduzem ao mínimo a autonomia artística a partir do planejamento prévio de cada etapa da produção e comercialização.

No entanto, observa-se o processo de formação de instâncias produtoras de música independente institucionalizada, que operando de maneira associada ou bastante semelhante aos esquemas da *majors*, são capazes de performatizar a independência no sentido de galgar a ampliação da legitimidade estética, vinculando qualidade ao valor moral da autonomia criativa. (TROTТА; MONTEIRO, 2008).

Tratam-se de posicionamentos bastante distintos, daqueles identificados em grande parte dos mercados entendidos, em nossa perspectiva, enquanto *pop* periféricos, na medida em que não parecem recorrer necessariamente ao estabelecimento dessa relação entre legitimidade e autonomia artística. Certamente, há mercados *pop* periféricos que se valem dessa relação, entretanto, a maior parte das expressões parece mais direcionada à busca do alcance da maior quantidade possível de pessoas. Alcance que pode, na atual configuração digitalizada de produção e divulgação cultural, ser atingido inclusive por produções *pop* periféricas que associem autonomia e legitimidade, caso de muitas expressões ligadas à música *rap* no Brasil.

Nesse sentido, a concepção de Cardoso filho e Janotti Jr. (2006), em torno dos significados de *mainstream* e *underground*, onde associam a consagração comercial e estética ao maior distanciamento dos contextos de produção e dos consumidores, no plano das instâncias hegemônicas e a maior aproximação entre público e produtores, no contexto

das instâncias promotoras de circulação restrita, “*underground*”, ou “independente” se distancia da compreensão que buscamos evidenciar.

Essa maior aproximação entre as dimensões da produção e consumo, seria supostamente potencializada pela ideia da “autonomia”, que estaria na base das estratégias de legitimação e reconhecimento nesses mercados. (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR, 2006; TROTTA; MONTEIRO, 2008). A grande transformação reside no fato contemporâneo de que, determinados mercados periféricos, seja no plano simbólico, seja no sentido de que emergem de condições e contextos urbanos periféricos, não alcançam públicos restritos, mas públicos gigantescos. Boa parte dos maiores canais digitais de música *pop* periférica não fazem suas contas na casa dos milhares, mas dos milhões de visualizações e interações, contexto que potencializa as condições para que as apresentações ao vivo em que essas estéticas são veiculadas, também se multipliquem, associando a remuneração digitalizada das produções pelos mecanismos da plataforma YouTube à renda das festas e shows, caso emblemático da produtora de funk paulista GR6 que produz disputados bailes como o “Baile do Poderoso” nos quais os principais artistas agenciados pela empresa, de extremo sucesso nas plataformas digitais, como MC Pedrinho, MC Livinho, entre outros, se apresentam ao vivo gerando enormes retornos financeiros.

Trotta e Monteiro (2008) argumentam que as instâncias de produção e divulgação do novo *mainstream*, materializado em sua análise nos mercados musicais do forró eletrônico, do brega paraense e do *reggae* maranhense são assim caracterizados, por não utilizarem estratégias, que no contexto da década passada compreendiam características dos mercados independentes, entre elas a expressão de uma crença na ideia de autonomia artística e o uso de interfaces digitais, que naquele momento constituíam ferramentas de alcance de públicos reduzidos.

Os autores identificam um deslocamento da lucratividade no mercado musical, do negócio do disco para o mercado das apresentações ao vivo, tendência que permanece extremamente pujante atualmente, tanto entre os artistas vinculados às *majors* quando entre os artistas *pop* periféricos.

Naquele contexto, Trotta e Monteiro consideravam as previsões de que as novas tecnologias representariam vetores de maior democratização da oferta da música, em detrimento dos grandes conglomerados transnacionais do entretenimento, uma “[...] utopia um tanto ingênua, que indica certo deslumbramento com as reais possibilidades da atual

configuração tecnológica em diversificar o consumo de música”. (TROTТА; MONTEIRO, 2008, p.11).

Se olharmos para o contexto contemporâneo, podemos constatar que esses grupos ainda dispõem de gigantesco poder cultural e grande capacidade de influenciar amplos processos de formação de gosto, sobretudo por disporem de vastos recursos para investimentos tanto na produção quanto na distribuição dos conteúdos. Entretanto, é exatamente no plano da difusão – considerada pelos autores, no contexto da década passada, como a dimensão mais agudamente controlada pelas *majors*, constituindo a fonte principal de seu poder – que as maiores transformações se processaram na última década.

As *majors* deixaram de ser as principais intermediárias dos processos de difusão, dando lugar ao oligopólio das grandes corporações de tecnologia informacional como Google; Amazon; Facebook; Apple; Netflix; Spotify; entre outros, senhoras absolutas no contexto das transformações tecnoculturais da *web 2.0*, calcadas no princípio da interface entre plataformas permanentemente abertas à atualização, exatamente a partir da intensa produção de dados e conteúdos por parte dos usuários.

Ao contrário da estreita porta das *majors*, agora as megacorporações do mercado digital dependem de volumes cada vez maiores de produções culturais para nutrir suas plataformas. De dimensão mais cara do mercado do entretenimento musical, a difusão, no espectro das plataformas digitais, passa a ser não apenas infinitamente mais barata, quanto pode ser inclusive remunerada, dependendo da popularidade amealhada pelo conteúdo produzido. Obviamente, as produções agora disputam espaço entre volumes oceânicos de informação e conteúdo de entretenimento não apenas vinculados ao mercado musical e vídeo musical, mas há um mercado ampliado de imagens e sons, com forte presença concorrencial das produções financiadas pelo dinheiro dos grandes grupos dos antigos mercados do entretenimento e das plataformas de produção e divulgação emergidas nessas transformações, também capazes de concentrar prestígio e melhores oportunidades de exposição.

O que importa reter é que os grandes conglomerados da música foram atingidos em seu núcleo, abrindo ampla margem para que ao contrário de uma aposta ingênua, os mercados musicais e de eventos já assentados em amplos fundos de memórias e saberes coletivamente compartilhados em contextos pré-digitais e também novas abordagens estéticas periféricas, em diferentes sentidos, tivessem a oportunidade de que o alcance de

suas produções fosse extremamente potencializado, sobretudo nos formatos audiovisuais, conteúdos em relação aos quais uma gigantesca demanda periférica se encontrava reprimida. Especialmente em relação as estéticas periféricas de conteúdo explícito.

Os circuitos hegemônicos de produção e distribuição de bens tecnoculturais, como aponta Morin (1969), operam a partir de uma espécie de tensão, entre esquemas tecno-administrativos padronizados e a necessidade de ofertar produtos renovados, logo, é necessário que se incorporem produções, a princípio, posicionadas fora desses circuitos já estabelecidos. Todavia, em diversas ocasiões torna-se imperativo, para que se ampliem as possibilidades de alcance dessas produções, que se realize uma média entre a dimensão inventiva destas novas formas e os “[...] modelos congelados [...]” (MORIN, 1969, p. 55), consagrados e financeiramente seguros.

É bem provável que a aposta de autores como Vianna (1990), numa completa dissolução do esquema “tradicional” da cultura de massas e suas instâncias de produção e distribuição dominantes, que se desenrolaria a partir da fragmentação dos mercados de bens simbólicos possibilitada em larga medida pelas dinâmicas técnicas contemporâneas acabe por revelar-se pertinente, porém distante das dinâmicas em trânsito na atualidade.

Cabe destacarmos que estes grupos, principalmente os responsáveis pelo setor fonográfico, viveram o pior momento financeiro de sua história com os avanços dos mercados lícitos e ilícitos de *downloads*, sem que, por outro lado, como destaca Martel (2012), os artistas por eles produzidos e distribuídos deixem de amalhar níveis de consagração global poucas vezes experimentados por artistas independentes, tudo com base em eficientes estratégias de *marketing*, hoje primordialmente, estratégias de *marketing* digital.

Por sua vez, o pesquisador Michel Nicolau Netto (2009) aponta que a tomada da ideia de uma indústria fonográfica como uma instância de poder única e isolada no cenário contemporâneo é uma proposição deslocada no tempo. Se até as últimas décadas do século XX essas empresas eram capazes de controlar basicamente toda a cadeia produtiva da música, hoje encontramos um cenário distinto, no qual, quase sempre, os novos dispositivos tecnológicos como a internet e os celulares se apresentam como decisivos nos remodelamentos do consumo musical mundialmente. (NETTO, 2009, p. 128).

No entanto, seguindo as tendências econômicas do período, as empresas fonográficas já realizavam amplos processos de mudança em suas estruturas administrativas e produtivas

tais como a realização de enxugamentos do número de trabalhadores e terceirização da produção a partir da década de 1990. (NETTO, 2009, p.128). Num contexto de avanço incontornável das dinâmicas globalizantes e de permanente avidez por expansão dos lucros, esses processos de reestruturação das empresas revelam que estas “[...] já não davam conta de suas demandas e precisavam repartir o controle da produção para que se tornassem competitivas”. (NETTO, 2009, p. 129). Essa flagrante diminuição da estrutura das corporações do mercado fonográfico representaria um importante indício “[...] de que haviam demandas econômicas e sociais às quais essas empresas não mais podiam dar respostas”. (NETTO, 2009, p. 130).

Conforme os processos globalizantes tornaram-se mais agudos, conquistar a homogeneidade dos públicos passa a constituir tarefa cada vez mais complexa, visto que, as empresas em seu antigo modelo já não conseguiam dar conta de suprir a demanda social por maior oferta de bens musicais. A tensão entre variação do produto e necessidade de homogeneização do mercado de consumo, representa um conjunto de dinâmicas objetivas que a indústria teve que lidar. Nessa direção, o desenvolvimento tecnológico se apresenta como capaz, tanto de responder satisfatoriamente a essa tensão, quanto de responder “[...] à demanda pelo barateamento (ou mesmo gratuidade) do consumo de música”. (NETTO, 2009, p. 131).

É nesse processo que a tecnologia, sobretudo àquela ligada à produção e reprodução musical, deixa de encontrar-se posicionada de maneira meramente subsidiária dos interesses das gravadoras “[...] tornando-se um ator competitivo, dono de seu próprio modo de negócio aparentemente mais adaptado à contemporaneidade”. (NETTO, 2009, p. 132).

As tecnologias deixam de ser um meio a partir do qual a indústria atuava, para se tornar uma indústria em si, operando enquanto mediadora direta entre o produto cultural e o consumidor e tornando-se a própria matéria, a partir da qual os realizadores musicais se debruçaram, caso flagrante da música eletrônica. (NETTO, 2009, p. 133).

Nesse sentido, o autor aponta as seguintes transformações no mercado fonográfico a partir dessas dinâmicas:

- 1). As gravadoras e o desenvolvimento tecnológico, no caso da música, não mais pertencem a campos coincidentes, ou seja, a tecnologia não é mais apenas um meio de desenvolvimento da indústria fonográfica, mas também um espaço autônomo, capaz de gerar conflitos;
- 2) O modo tradicional da indústria fonográfica não mais é capaz de atender as demandas sociais e de mercado, e com isso, não pode mais se sustentar sozinho no campo do comércio de música.
- 3). Essas demandas sociais

se veem atendidas pelo desenvolvimento tecnológico, o que levará a cercá-la de discursos positivos; 4) O novo espaço de atuação da tecnologia só pode transmutar em ação empresarial legal se em acordo com as gravadoras, ainda que este acordo seja feito, agora, em forma de negociação entre campos diferentes. O resultado dessas transformações é um só: a indústria fonográfica e o desenvolvimento tecnológico vão precisar buscar ações coordenadas que beneficiem, reciprocamente, seus interesses. (NETTO, 2009, p. 131).

Novas plataformas de consumo musical, como as lojas virtuais de *download*, novos dispositivos de execução musical e a popularização dos aparelhos celulares, conseguiram responder de maneira mais eficaz as demandas socioeconômicas por uma ampliação da variedade musical. Entretanto, esses novos modelos também sofrem o impacto das pressões por gratuidade do acesso à música, traduzido no aparecimento de outros canais, as vezes marcados pela ilicitude, de acesso a esses bens. (NETTO, 2009, p. 137-138).

Outra estratégia importante do mundo das gravadoras nesse cenário de mudanças profundas foi a de “[...] buscar acertos econômicos com os sites de conteúdos gerados pelos usuários”. (NETTO, 2009, p. 139). Basta pensarmos na plataforma YouTube comprada em 2006 pela Google, pelo valor de US\$ 1,65 bilhão. (NETTO, 2009).

Para o autor, torna-se impossível negar a relação entre avanço tecnológico e uma maior fragmentação dos poderes, em direção a uma ampliação da oferta de bens culturais e a uma maior possibilidade do público acessar os próprios meios de produzir esses bens. (NETTO, 2009, p. 147). No entanto, o problema dessas análises constaria no momento em que são traduzidas equivocadamente em valores sociais. “Então, fragmentação de poderes passa a significar falta de controle organizado; diversidade de oferta significa livre inclusão de todos os tipos de música; maior participação do público se torna democracia e liberdade”. (NETTO, 2009, p. 147).

A pluralização das possibilidades de oferta musical, ampliada pelas novas mídias, não significa a inclusão de todas as expressões musicais. Embora de naturezas distintas, essas plataformas possuem filtros. Um exemplo dessa dinâmica é que, o próprio meio exige o domínio técnico de determinados processos. Desse modo, não são todos os tipos de música que beneficiarão nesse cenário, visto que os novos filtros beneficiarão determinadas abordagens musicais, sobretudo aquelas que já dispunham de uma sistematicidade racionalizada de produção num contexto anterior às novas mídias, relegando a todo um conjunto de produções musicais à necessidade de “[...] buscarem sua adaptação, ainda que

pela própria mudança essencial em seu processo criativo, sendo que tal ação, ainda assim, não pode ser empreendida por todos”. (NETTO, 2009, p. 148).

No caso de mercados musicais urbano-periféricos, como o *funk* e o *rap*, os filtros referidos pelo autor não representaram, necessariamente, entraves, mas na maior parte dos casos foram rapidamente incorporados às dinâmicas desses mercados e utilizados como verdadeiras alavancas, sobretudo no processo de distribuição. É provável que determinadas estéticas e alguns de seus respectivos portadores de saberes populares folclóricos, tradicionais e tradicionalizados encontrem maiores dificuldades de ultrapassar essas filtragens e barreiras, no entanto, pesquisas específicas são necessárias no sentido de confirmar essa hipótese.

É nessa direção que se torna imprescindível compreender o novo cenário de alguma desconcentração mercadológica, não como um desaparecimento de instâncias de controle do acesso ao produto musical e dos conteúdos. Conforme o autor, a “[...] internet é um espaço de acesso condicionado, e não livre, como se propõe. Contudo, é também, no caso da música, e do acesso a bens culturais em geral, um espaço controlado por grandes corporações”. (NETTO, 2009, p. 155).

As novas empresas que controlam os negócios midiáticos digitais se apresentam, como organizações cada vez mais concentradas e capazes de gerenciar os processos de descarte e consagração, definindo claros padrões de consumo cultural. (NETTO, 2009, p. 156).

É nessa direção que se torna problemática, uma aposta num heroísmo democratizante das novas mídias digitais, sobretudo do ponto de vista do público, na medida em que suas plataformas são controladas por “[...] grandes grupos empresariais que, tal e qual, buscam o lucro como fim de sua atividade”. (NETTO, 2009, p. 158).

Ocorre que os enunciados do tipo, “o público tem o poder”, o público é o rei” servem, na verdade, de alerta para a necessidade de uma estrutura de poder mais complexa que permita a criação de um espaço que seja, ao mesmo tempo, amplo e monitorado. Amplo do ponto de vista de criar produtos em que haja a possibilidade de atuação real do público; monitorado ao gerar estruturas limitadas para esta atuação e ao as hierarquizar do ponto de vista da consagração. (NETTO, 2009, p. 158).

As possibilidades de produzir, distribuir e acessar conteúdos nesses espaços se tornam possíveis desde que todo um conjunto de regras e padronizações seja seguido. O

volume das produções deve passar pelas novas instâncias corporativas que possuem relevância em termos de acessos e consequente capacidade de gerar consagrações. Elas determinam desde os formatos digitais passíveis de circulação, quanto as maneiras de acessar esses bens. (NETTO, 2009, p. 158). Os níveis de liberdade do público são limitados e gerenciados por espaços controlados onde as determinações corporativas exercem ampla dominância. “Portanto, se os desenhos de um quadro são feitos pelo público, a tela e as tintas já estão determinadas”. (NETTO, 2009, p. 159).

Tais determinações engendram processos de distribuição desigual das possibilidades de exposição dos bens culturais. “Aqueles músicas ou aqueles vídeos que aparecem na primeira página dos sites de conteúdo gerado pelo usuário não estão lá aleatoriamente, mas tendo em vista estratégias comerciais”. (NETTO, 2009, p. 159).

Tal qual nas plataformas radiofônicas e televisivas, determinados sites de acesso gratuito e legal, condicionam e restringem a oferta de música a partir dos interesses dos anunciantes. Logo, esses grupos direcionam seus investimentos àquelas expressões musicais que se relacionam com a imagem que as empresas buscam construir em torno de si. (NETTO, 2009, p. 159).

Para o autor, independente da plataforma midiática, os processos de criação cultural não operam livremente, no sentido de que se encontram limitados pelas possibilidades encontradas num campo simbólico. Somos assim, “[...] restringidos criativamente por estruturas mentais acostumadas a signos que se consagram a partir de instancias que se legitimaram em virtude do seu acúmulo de diferentes capitais”. (NETTO, 2009, p. 160).

É nesse contexto que emergem fortes discursos de legitimidade em torno das novas mídias e que serão adotados por outros atores envolvidos no processo. Exemplo claro, segundo o pesquisador, consta na impossibilidade de desvincular a ascensão da música eletrônica de discursos laudatórios em torno da tecnologia. (NETTO, 2009, p. 160).

Ao contrário de uma efetiva fragmentação de poder, se evidenciam novas formas de organização e controle, profundamente marcadas por tendências oligopolistas, nas quais poucos grupos concentram as plataformas de mediação e produção musical. Com base nessas coordenações,

[...] através de ações solidárias desses grupos com a indústria fonográfica, temos um cenário ao mesmo tempo mais complexo, do ponto de vista das negociações entre diferentes interesses, e mais coordenado em vista de garantir exclusividades a essas empresas nos benefícios deste novo cenário. (NETTO, 2009, p. 161).

Esses novos oligopólios midiáticos permitiram, de maneira astuciosamente adequada a um contexto de avanço dos processos de segmentação cultural, que não apenas os grandes grupos pudessem pagar por espaços publicitários de exposição. Redes sociais como o *Facebook* permitem que aqueles que disponham de recursos financeiros, na busca de ampliar o alcance de suas produções, paguem para que suas publicações apareçam para um maior número de pessoas. Logo, precisa-se ter clara a perspectiva de que, ao contrário de um ambiente de oportunidades infinitas, acompanham-se processos de ampliação das desigualdades em termos das possibilidades de exposição de conteúdos culturais em diferentes escalas nos ambientes midiáticos digitais. As novas tecnologias de mídia permitiram mudanças profundas em diversos segmentos da produção cultural. Basta pensarmos na velocidade com que as informações passaram a circular nos mercados jornalísticos, cada vez mais dependentes das plataformas digitais.

Em variados circuitos de produção econômica e simbólica, surgem especialistas em redes sociais e por diversas ocasiões, as pautas construídas nos fluxos das novas mídias se tornam as pautas legítimas e de destaque nos mecanismos tradicionais de mídia, artistas que se destacam na internet passam cada vez mais a alimentar e renovar os quadros de mídia tradicional, os próprios processos eleitorais passam a ser decisivamente influenciados pelas dinâmicas das redes. É nesse sentido que os processos de segmentação aprofundados pelas plataformas digitais e suas instâncias de controle passaram a servir como amplos testes estatísticos, capazes de orientar investimentos de todas as ordens, sobretudo, aqueles relativos à esfera publicitária.

Com base no fluxo ininterrupto de dados e informações disponibilizadas pelos usuários nas redes, as mais diferentes abordagens mercadológicas tornam-se possíveis, apontando para a questão de que a emergência de novos núcleos de poder não representou uma efetiva democratização do acesso aos meios de produzir conteúdo.

Em relação ao rádio e a televisão, por exemplo, as novas mídias possuem importantes vantagens comparativas, em termos de possibilidades de retorno midiático, seja pela intensidade do seu consumo por parte de um volume crescente de pessoas, seja pela quase impossibilidade de escapar de determinadas abordagens publicitárias em determinados espaços digitais, embora esses conteúdos comerciais se encontrem mais diluídos por um volume informacional ampliado em relação às mídias tradicionais.

Nas trilhas de Castells (1999), torna-se impossível dissociar o nível de hegemonia e articulação global, dos mercados financeiros, na contemporaneidade, dos avanços tecnológicos nas áreas da informática, microeletrônica e das redes de comunicação global. É nessa direção que os astronômicos volumes financeiros aplicados nos setores tecnológicos, manifestam tendências de constante ampliação, bem como claras tendências à extrema concentração das atividades em poucas megacorporações do setor.

Para além de um processo mecânico de substituição de plataformas midiáticas por outras, o que se assiste a partir dos trânsitos contemporâneos entre mídias digitais e o consumo de produções fonográficas e televisivas, é a articulação de um complexo interdependente de mídias comunicativas. Nas tramas desse complexo, intensos fluxos informacionais e imensas possibilidades de lucratividade se abrem às grandes corporações, oriundas de diferentes mercados e matrizes de produção econômica e simbólica, todavia, é no curso desses processos que específicas apropriações das possibilidades técnicas de produção de conteúdos, tem contribuído para pluralizar a oferta de bens culturais no contexto brasileiro e mundial.

CAPÍTULO 10

VALORAÇÕES E SIGNIFICADOS LEGÍTIMOS EM ALGUNS CONTEXTOS *POP* PERIFÉRICOS

Subtrair as perdas, calcular os ganhos.
Pois o melhor da praia é partir do sonho
E rei sem majestade é só um homem comum
Nego Isaura dizia:
Eu não sou boy, só não sou otário
Luxo pra quem corre, lixo pra quem tá parado
Quero o melhor frevo, quero o melhor carro
Eu não sou playboy não, só não sou otário (5x)
(*Não sou otário – Tribo da Periferia*)

Entre as diversas trajetórias artísticas que atravessaram os processos de construção das questões e inquietações que permeiam os caminhos desta pesquisa, o grupo brasileiro Tribo da Periferia, certamente, ocupa lugar decisivo. Sua marca revela-se profunda em tantas dimensões, de maneira que não foi possível sonegar essa presença constante e desafiadora no próprio título do trabalho. A frase “eu não sou *boy*, só não sou otário” é capaz de expressar de forma absolutamente clara uma gama complexa e multifacetada de estruturas de sentimentos e crenças que atravessam as mais diferentes manifestações culturais que estão sendo aqui referidas por “*pop* periférico”.

A negação da condição de *boy*, forma reduzida da expressão *playboy*, que longe de ter um significado unívoco costuma ser modulada conforme seus diferentes contextos de uso, seguida da afirmação de não ser um “otário”, carrega consigo profundas tensões e verdadeiras décadas de intensos debates e disputas que atravessam não apenas o ambiente sociocultural de produção de música e eventos nos contextos periféricos e centrais da Região Metropolitana de Brasília, mas que podem ser percebidas a partir de distintas processualidades socio-históricas, formas e expressões culturais particulares às localidades observadas em diferentes “praças” metropolitanas que também integram esse esforço de pesquisa.

No caso dessa composição, Duckjay – produtor, compositor, *rapper*⁶⁴, cantor, *beatmaker* e *frontman*⁶⁵ da Tribo – forma carinhosa como os fãs apelidam o grupo do qual participa (Tribo da Periferia), parece referir-se a um significado bastante comum no uso da

⁶⁴ Aqui diferenciamos a categoria “*rapper*” de cantor não no sentido de promover hierarquias simbólicas entre as funções, mas no sentido de evidenciar suas diferenças. Duckjay transita com tranquilidade seja pelo universo das improvisações e rimas no formato de canto-falado quanto nas dinâmicas de canto melódico.

⁶⁵ Figura de maior destaque num conjunto artístico.

expressão “*boy*”, sobretudo, no contexto metropolitano periférico candango. Trata-se daquela pessoa que supostamente não trabalhou para conquistar espaço, respeito, prestígio, dinheiro, entre outros bens móveis, imóveis e simbólicos, ou seja, a expressão usada em sentido pejorativo se dirige àquelas pessoas nascidas em condição de privilégio, não apenas em termos de renda, mas em relação a todo um conjunto de regalias e vantagens às quais a maior parte das pessoas não dispõe, facilidades estas, intensamente concentradas pelas frações populacionais de maior renda da sociedade brasileira, majoritariamente composta por homens brancos.

Todavia, é possível ser “*playboy*” e não ser otário, ou seja, mesmo aqueles nascidos em condição de privilégio social diante de extremas e múltiplas desigualdades no Brasil, podem não ser considerados um *boy otário*⁶⁶ quando num contexto periférico, desde que não haja como tal. Se não é possível contornar a condição de origem privilegiada é possível comportar-se de maneira que essas vantagens não se tornem meios de humilhar, desrespeitar, produzir distanciamento social e cultural, ou para utilizarmos ideias acionadas com muita frequência nos shows, entrevistas, falas do público e dos artistas e no próprio conteúdo das produções *pop* periféricas, é necessário ter humildade⁶⁷, é preciso “saber chegar”, não ser um “folgado”⁶⁸.

Se a ideia de “humildade” compreende um ativo cultural fundamental nesses mercados da diversão, como entender a verdadeira explosão do recurso à ostentação de bens e experiências, nas músicas e vídeos musicais das mais variadas estéticas *pop*-periféricas, produzidas em absolutamente todas as regiões do país, em especial a partir da segunda década desse século? A hipótese chave para que se possa entender essa suposta contradição passa diretamente por outra ideia frequentemente acionada nesse conjunto de ambiências culturais, trata-se na noção de “merecimento”.

⁶⁶ A expressão *boy otário* costuma se referir, em geral, a pessoas do sexo masculino que não sabem respeitar os limites da sociabilidade em contextos periféricos, “invadindo” os contextos sem comportar-se com a devida humildade e parcimônia necessárias a um desconhecido. Tentativas de expressar superioridade a partir da condição socioeconômica, do lugar de moradia e de comportamentos considerados “folgados” e invasivos são características frequentemente associadas a um “*boy otário*.”

⁶⁷ Em basicamente todas as localidades investigadas, a ideia de humildade não aparece enquanto oposição à posse e ostentação de bens como carros, roupas, bebidas, dinheiro, mas se refere a um conjunto de comportamentos. Ser humilde nas periferias passa inclusive pelo compartilhamento de gostos culturais, estéticos, pelo gosto por determinadas marcas e produtos. A atitude humilde evidencia-se pelo esforço de integração, de não-distinção em termos dos símbolos e práticas em jogo. O excesso de cortesia e formalidade no diálogo pode ser interpretada como tentativa de distanciamento e expressão de superioridade, por exemplo.

⁶⁸ A “folga” pode se apresentar a partir de comportamentos bastante diversos. Expressão de intimidade excessiva, invasão de espaço individual e coletivo, contato físico abrupto numa situação festiva, “dar em cima” de cônjuges e parceiros ou parceiras alheias são atitudes consideradas “folgadas” em diferentes níveis.

Quando Duckjay afirma: “[...] luxo pra quem corre, lixo pra quem tá (sic) parado [...]” nos mostra que desde que exista esforço, questão traduzida na ideia de “corre”⁶⁹, não há culpa em relação ao gozo do luxo, assim como o preço de estar “parado”, ou seja, inerte diante da própria condição, é o próprio “lixo”. Esse duro paralelo apresentado por Duckjay pode ser observado de maneira ainda mais contundente em outras composições. Vejamos alguns trechos de “Moleque Business”⁷⁰ do álbum de grande sucesso nacional, “3º Último”:

[...]
Pra nós um bom plano, pra quebrada um bom dia
Vida longa pros que corre, punição aos parasita
Se prepara pra essas fita, pensa e se capacita
Mostra aí quem você é pra esses cu que desacredita
[...]
Eu sou moleque business
Sou espelho dessas ruas estreitas, quebrada é o crime
[...]
Eu sou moleque business
Ilegal mais frente que os que nos rejeita, assim que nós vive
[...]
Vamo tramar, ninguém aqui quer mais tomar cerveja
Nobreza que floresceu no meio da pobreza
Moleque hoje investe nos frevo, e que assim seja
Uísque, cocaína, Isaura separa as nota
Malandro, quer carro bom com som e com as roda
Quebrada aqui tá foda hein, vaza quem se incomoda
Maconha e sexo fi, nunca sai da moda
Perfeito, sabedoria é um dom precioso
Abuse, merecimento vale mais que ouro
E esse é meu tesouro hein
O que você falou
Do moleque que ia morrer aos dezenove
Demorou
[...]
Moleque business
Sempre bom negociador
Assim que cresce, foda-se o opressor
Moleque business
Ensina separar quem tem valor por amor
Só se compensar sentir dor
[...]
Todos sonham com a mais perfeita felicidade
Fartura, amor, dinheiro, dignidade
E os filhos na faculdade um triplex na cidade
Mas tudo vem de acordo com a sua realidade
Eu... por enquanto ostento só a lealdade

⁶⁹ A expressão “corre” pode se referir a situações variadas. O “corre” pode se referir à atividade de tráfico de drogas, Exemplo: “Fulano entrou pro corre”, pode se referir genericamente à ideia de trabalho ou estar ocupado. Exemplo: “Não posso ir hoje, estou no corre”, pode se referir à ideia de trajetória. Exemplo: “Muitas pessoas não conhecem meu corre”, entre outras possibilidades.

⁷⁰ Música e letra podem ser acessadas na íntegra em: <https://www.vagalume.com.br/tribo-da-periferia/moleque-business.html>.

É o que vale nesse mar de traidor e piranhagem
Quero o que é meu neguim, nem adianta
Pô, não tô aqui pra aparecer e nem meter banca
Tirar uma onda nos tira, do nosso jeito
Nada que comprometa o conceito
Respeito, cada beco no no
Cada frevo, nem tudo na vida é dinheiro porra
Salve o gueto
Olha o ouro branco, comercio infalível
Em mãos erradas mata o efeito é mesmo incrível
Isso é indiscutível o errado é sempre o próximo
Negócio é negócio, mais aqui não tem divórcio.
[...]

No trecho **“Vida longa pros (sic) que corre, punição aos parasita (sic)”** encontramos a ideia que seria reiterada no álbum seguinte, em “Não sou otário”. O que há de melhor é representado pelo desejo de vida longa aos que são atividade⁷¹, aos que correm,⁷² enquanto o parasitismo, por outro lado, merece ser punido. Entretanto, essa “atividade” não diz respeito apenas ao trabalho em mercados ilícitos, mas diz respeito a uma atitude diante da vida. Nas estrofes seguintes, **“Se prepara pra essas fita, pensa e se capacita/ Mostra aí quem você é pra esses cu que desacredita”**, “as fitas” não dizem respeito apenas às atividades ilícitas, mas às contingências e desafios da vida em geral, exigindo reflexão e capacitação, para que, como destacado na estrofe seguinte, as realizações possam ser mostradas àqueles que desacreditaram do corre (no sentido de trajetória) particular às vivências de cada “moleque *business*. ”

Ao mesmo tempo que os “corres” são particulares, podendo transitar por mercados lícitos e ilícitos, Duckjay nos mostra nas estrofes, “Eu sou moleque *business/ Sou espelho dessas ruas estreitas, quebrada é o crime”, que a atitude *business*, ou seja, a disposição dos “moleques” para os negócios, sejam eles lícitos ou ilícitos, está diretamente ligada às situações e determinações vivenciadas nas quebradas⁷³, condições objetivas que produzem os “espelhos” que às refletem.*

O traço antimoralismo é marcante nas composições do artista, há bastante cuidado em seu trabalho, no sentido de não emitir julgamentos precipitados em relação às trajetórias

⁷¹ Os/as “atividades” são pessoas consideradas dispostas, dinâmicas, proativas em qualquer domínio de trabalho, inclusive nos mercados ilícitos.

⁷² Aqui a expressão se refere de maneira abrangente às pessoas que estão “em movimento” em busca de melhores condições de vida.

⁷³ Sinônimo bastante usual de referência a contextos periféricos de moradia. Exemplo: “Vamos chegar lá na minha quebrada”. Também usado na forma abreviada “quebra”.

daquelas pessoas, que por infinitas razões, se aproximaram da prática de atividades criminalizadas.

Embora os significados da estrofe **“Ilegal, mas/mais frente que os que nos rejeita, assim que nós vive”**, não estejam completamente evidentes para mim, e infelizmente não pude perguntar sobre o trecho ao próprio Duckjay quando tive a oportunidade de visitar o estúdio e casa Kamika-Z,⁷⁴ é possível especular em torno de algumas interpretações. A ideia de “frente” pode ser entendida como “estar além” daqueles que os rejeitam, pode se referir a “bater de/fazer frente”, ou seja, antagonizar em relação àqueles que promovem essa rejeição. Em basicamente todos os registros escritos da canção encontrados na internet encontra-se a palavra, “mas”, todavia, na análise do áudio, escuta-se “mais”, o que também pode alterar toda a compreensão.

Mesmo diante de tantas possibilidades de interpretação, parece que o compositor indica que, embora se desenvolvam atividades ilegais, esse é um modo de vida legítimo, pois se há luta pela sobrevivência e pela dignidade, independente das vias, há legitimidade. Em outros termos, pode-se observar não apenas nesse trecho, mas em diversas produções da Tribo, a expressão de um profundo pragmatismo.

Nas estrofes **“Vamo tramar, ninguém aqui quer mais tomar cerveja/ Nobreza que floresceu no meio da pobreza/ Moleque hoje investe nos frevo, e que assim seja/ Uísque, cocaína Isaura separa as nota/ Malandro, quer carro bom com som e com as roda / Quebrada aqui tá foda hein, vaza quem se incomoda/ Maconha e sexo fi, nunca sai da moda/ Perfeito, sabedoria é um dom precioso/ Abuse, merecimento vale mais que ouro/ E esse é meu tesouro hein/ O que você falou /Do moleque que ia morrer aos dezenove/ Demorou”** o autor afasta a culpa diante do gozo de experiências e bens de luxo e também de itens ilícitos, acionando, em nova oportunidade, a ideia de “merecimento”.

As pessoas que cresceram em meio à “pobreza” teriam o direito à fruição e ao próprio gosto “nobre”, a princípio, contraditoriamente florescido nessa contextualidade. Merecer desfrutar de “nobres” prazeres representa um grande valor não apenas na perspectiva da Tribo, mas de uma grande diversidade de estéticas *pop* periféricas, assim como a sabedoria nesse desfrute. O merecimento está intimamente ligado à condição de origem, o que torna

⁷⁴ Produtora musical e marca associada ao coletivo de artistas ligados ao grupo Tribo da Periferia. Integram a “banca” Kamika-Z, grupos e artistas solo como 3umSó, CTS, Belladona, Look, entre outros.

mais compreensível o lugar do *boy* nas narrativas do grupo, já que esta figura, representaria aqueles que se deleitam sem ter lutado, independente da via lícita ou ilícita, para conquistar essa legitimidade.

Cabe um destaque à expressão “Isaura”, frequentemente acionada por Duckjay nas letras. De acordo com a interpretação de Doctor Zumba, integrante dos Grupos MOVNI e Artigo 2, amigo de Duckjay e importante interlocutor de pesquisa, Duckjay lança mão de “neologismos que possuem significados contextuais”, portanto, a expressão “Isaura”, ou “Nego Isaura”, pode se referir ora a coisas, ora a pessoas. Em determinados contextos, por exemplo, o artista pode estar se referindo à maconha, ao usuário ou à uma pessoa ou personagem genérico acionado numa composição.

No trecho, **“Todos sonham com a mais perfeita felicidade/ Fartura, amor, dinheiro, dignidade/ E os filhos na faculdade um tríplex na cidade/ Mas tudo vem de acordo com a sua realidade/ Eu... por enquanto ostento só a lealdade/ É o que vale nesse mar de traidor e piranhagem”**, encontramos mais uma vez a ênfase colocada não apenas na disponibilidade de bens, ou na “fartura” do ponto de vista material, mas no cultivo de valores considerados indispensáveis como amor, dignidade e lealdade. Portanto, não é necessário “atravessar o corre”⁷⁵ dos outros, já que o reconhecimento de dimensões socialmente objetivas, em relação ao enfrentamento de barramentos e problemas diversos nos processos de subjetivação nas periferias, narrados pelos artistas em diversas produções musicais, não isentam essas subjetividades de “responsabilidade” por suas atitudes. Nos versos, **“Quero o que é meu neguim, nem adianta/ Pô, não tô aqui pra aparecer e nem meter banca/ Tirar uma onda nos tira, do nosso jeito/ Nada que comprometa o conceito/ Respeito, cada beco “no no”⁷⁶/ Cada frevo, nem tudo na vida é dinheiro porra / Salve o gueto”**, se observa mais uma vez, a autorização simbólica ao ato de “tirar onda” desde que de um jeito específico, de maneira que não comprometa o conceito, ou seja, o “nome na

⁷⁵ “Atravessar o corre” diz respeito ao ato de interferir e/ou atrapalhar os negócios ou a trajetória de outra pessoa.

⁷⁶ Gíria comum na região metropolitana de Brasília. Forma abreviada de “novidade”, utilizada, em geral, para expressar concordância. Exemplo numa situação de diálogo: “– Fulano comete altos vacilos. – No no, (ou novidade) Só essa semana foram vários”.

rua”⁷⁷, o respeito que o domínio do “proceder”⁷⁸, enfim, das condutas apropriadas, é capaz de conferir àqueles que vivem a realidade das quebras.⁷⁹

No fim dessa parte da composição, Duckjay adverte, **“Olha o ouro branco, comércio infalível /Em mãos erradas mata, o efeito é mesmo incrível/ Isso é indiscutível, o errado é sempre o próximo/ Negócio é negócio, mais aqui não tem divórcio”**, o “errado”, em outros termos, a tomada do caminho da ilicitude, está sempre à espreita de enormes contingentes de jovens pobres, majoritariamente negros do sexo masculino e moradores de periferias, embora a lógica pragmática seja novamente acionada, a partir da ideia de que “negócios são negócios”, o autor afirma que, ao contrário de outras atividades comerciais, esse tipo de negócio não permite saídas, ou como define, não existe a possibilidade de “divórcio.”

Os trechos destacados são capazes de ilustrar de modo bastante incisivo a recorrência de determinadas dinâmicas observadas em diferentes praças de produção de música *pop* periférica e dos respectivos eventos relacionados a essas estéticas, dinâmicas que se expressam através de complexos arranjos, articulações, disputas, concessões, interdições, encontros e desencontros, engendrados entre as dimensões do lícito e ilícito, e sobretudo entre as dimensões socioculturais do implícito e do explícito.

Sob condições verdadeiramente inéditas, transitadas no último par de décadas, em termos de possibilidades financeiras e técnicas de produção e divulgação dos conteúdos, um volume oceânico de obras musicais e audiovisuais, dirigidas de maneira primordial ao público das periferias das grandes cidades brasileiras, flui por diferentes plataformas digitais diariamente. Produções, que na maior parte dos casos, são realizadas nas próprias periferias, quase sempre por pessoas que vivem nesses contextos periféricos. As fraturas no oligopólio produtivo e distributivo, conduzido com mão de ferro pelas grandes empresas fonográficas e de comunicação por várias décadas, permitiram que infinitos mercados de consumo e produção de conteúdo de diversão popular se visibilizassem de maneira vertiginosa por todo o país.

⁷⁷ Na oportunidade em que foi possível conversar com Duckjay, o artista destacou a importância e os desafios de manter um bom “nome na rua”, ou seja, ser respeitado por suas escolhas artísticas e atitudes por seus fãs e pessoas conhecidas. Decisões mal planejadas, como a participação em um determinado programa de TV que não corresponda às perspectivas artísticas do grupo, podem, segundo Duckjay, arranhar esse nome construído com muita luta e determinação.

⁷⁸ Comportamento esperado, ou atitudes consideradas corretas num determinado contexto. O “proceder” nas ruas, nos negócios, no encarceramento. (BIONDI, 2010).

⁷⁹ Forma abreviada de “quebrada”.

Muito embora não apostemos na ideia ingênua de um ambiente de indeterminações ou de plena liberdade de criação e divulgação de conteúdo – é bastante evidente a “passagem de bastão” do imenso poder político, simbólico e econômico, desfrutado por décadas pelo oligopólio das *majors* (MARTELL, 2012), aos grandes impérios corporativos digitais no que tange à gestão de volumes incalculáveis de produção cultural em nível global (NETTO, 2009) – não é possível comparar o nível de concentração técnico-produtiva das possibilidades de produção musical e audiovisual de outrora ao ambiente contemporâneo. A simples existência de arquivos digitais, facilmente intercambiáveis, de plataformas de divulgação como o YouTube e a disponibilidade quase universal do meio primordial de acesso a esses bens, o *smartphone*⁸⁰, representam uma novidade radical no mundo das produções musicais e audiovisuais.

Embora indispensáveis e diretamente articuladas ao conjunto de condições socialmente objetivas de fermentação e expansão dos mercados *pop* periféricos, cabe privilegiarmos, nesse momento, o delineamento de alguns dos problemas centrais que permeiam todo o esforço de investigação sociológica desenvolvido ao longo desse trabalho. Nesse sentido, torna-se incontornável discutir a partir dos conteúdos em questão, a compreensão das dinâmicas relativas aos mercados *pop* periférico contemporâneos no contexto cultural brasileiro.

O uso corrente da palavra *pop*, no que tange à produção musical e audiovisual, não se refere, em geral, há um conjunto fechado de esteticidades, mas há um amplo guarda-chuva de formas de expressão artística popular, cujas aspirações comerciais são quase sempre explícitas. No universo *pop*, o êxito comercial é indissociável do plano do prestígio e das próprias condições de expressão artística, já que se trata de uma arte calcada na popularidade do artista, sobretudo, no sentido de alcance quantitativo de fãs/consumidores, logo, o peso cultural e a hegemonia dos grandes artistas *pop* internacionais e nacionais é diretamente proporcional ao número de pessoas que consomem seu trabalho, alcance este, quase sempre indissociável da disponibilidade de condições financeiras, simbólicas, técnicas e logísticas de produção e divulgação dos conteúdos.

⁸⁰ Segundo dados da PNAD contínua 2018, 92,7% dos brasileiros possuíam telefones celulares em 2017, e 69% utilizaram o *smartphone* como meio principal de conexão à internet, um crescimento de 8,7% em relação à 2016 (60,3%). Em 2017 70,5% dos domicílios tinham acesso à internet totalizando 49,2 milhões de domicílios, um crescimento de 4,2% ou de 5,1 milhões de domicílios em relação à 2016.

Diante desse cenário, parece soar contraditória a relação entre produções de caráter *pop* e contextos urbanos periféricos, já que, supostamente, os artistas provenientes desses contextos sociais não dispõem do amplo conjunto de condições para produzir e distribuir seus conteúdos e amealhar o consequente êxito artístico-comercial, é nesse ponto que as características próprias aos mercados de produção *pop* periférica se tornam visíveis, configurando algumas das hipóteses fundamentais deste trabalho: as produções *pop* periféricas ampliam cada vez mais seu alcance a partir da exposição de temáticas e estéticas interditas aos artistas *pop* vinculados ao “dinheiro velho” dos antigos esquemas oligopolizados de produção, como as grandes gravadoras e produtoras e respectivos meios tradicionais de divulgação, como o rádio e a televisão. Esses meios não permitem, por exemplo, que palavrões, narrativas de práticas criminalizadas, divulgação do uso de drogas ilícitas e narrativas sexuais de caráter explícito sejam veiculadas. Não que todos os artistas *pop* periféricos explorem essas temáticas em suas produções, mas consta exatamente nessa larga “avenida simbólica”, deixada pelo mercado tradicional de produção musical e audiovisual, o principal caminho de conquista da visibilidade e alcance desses artistas, assim como a fonte de sua potencialidade de produção de identificação em relação ao público.

As narrativas em torno de práticas consideradas ilícitas estão presentes, seja em diversos estilos de *rap* nacionais, seja em diferentes abordagens estéticas *funk* ou mesmo em alguns subgêneros do bregafunk, *tecnobrega* e do pagode baiano, entre outra infinidade de estéticas *pop* periféricas. O recurso a essas temáticas e símbolos, expressos simultaneamente em dimensões estéticas e políticas, na medida em que emergem de determinadas condições e contribuem para criar outras possibilidades de posicionamento social num “[...] terreno humano revolvido pelas injustiças sociais, pelas humilhações étnicas seculares e pelo refreio arbitrário das aspirações que, na adição, solapam a possibilidade de um olhar projetado para o futuro”. (FARIAS, 2015, p. 70).

As “narrativas da transgressão”, frequentemente acionadas em toda uma gama de estéticas *pop* periféricas, encontram-se, portanto, interdependentemente articuladas a horizontes de possibilidades marcados pela vida cotidiana com múltiplas contingências próprias da vida em contextos urbanos marcados por profundas lacunas e precariedades em termos de acesso a bens e direitos sociais. Tal articulação entre condições objetivas de existência e específicas condições de produção e consumo estético fertilizam plataformas de expressão, são capazes de denotar uma miríade de sentimentos e afetos mutilados em que o

apelo às transgressões heroicas, dentro das possibilidades marginais disponíveis, que podem “[...] propiciar reconhecimentos equívocos a demandas negligenciadas pelo ajuste nacional entre Estado e capitalismo”. (FARIAS, 2015, p. 70).

O conjunto de símbolos e práticas a partir dos quais grandes parcelas dos produtores e consumidores de música, vídeos *pop* periféricos e dos eventos relacionados a essas produções artísticas comunicam-se, em diferentes regiões metropolitanas do país, são impactados de maneira decisiva pelas condições de posicionamento violentamente assimétricas, constituídas nos diversos processos de configuração dos arranjos urbanos nacionais fundados, em diversas ocasiões, sobre a narrativa modernizante produtora de,

[...] movimentos articulados de expulsão, suburbanização, metropolização e periferização pelos quais passaram os tantos grupos, implicaram encontros entre heterogeneidades socioculturais que se vão interpenetrando, fundindo modelos de sociabilidades e de formatos de expressão, os quais irão gerar perfis inusitados a nichos de convivência e sistemas de práticas. (FARIAS, 2015, p. 70).

As narrativas mitológico-nacionais da integração e dos pacíficos trânsitos culturais interétnicos e interclasses, não são capazes de abarcar as heterogeneidades, nas quais licitude e ilicitude se combinam, na construção de alternativas de sobrevivência nas periferias urbanas do país. Arranjos ambíguos que passam a exercer “[...] cada vez mais a coordenação de largas parcelas da humanidade, no compasso da aceleração dos trânsitos de várias naturezas”. (FARIAS, 2015, p. 73).

Estes sistemas de práticas, conformados a partir de múltiplos atravessamentos culturais, limites, memórias e matrizes simbólicas, engendram específicas modulações capazes de operar de maneira transversal e opositiva em relação à natureza centralizadora dos modelos culturais legitimados pelos dispositivos do Estado-nação. Essas distintas formas de posicionamento social acompanham processos de expansão,

[...] do leque das moralidades e dos sentidos de pertencimento mediante as alterações nos círculos de convivência, nas teias de troca, nos repertórios de significados e justificações a respeito da distribuição do conforto e do sofrimento, nas linguagens e enfim no escopo das imagens de mundo. (FARIAS, 2015, p. 73).

Diante de específicos reposicionamentos mnemônicos e contingências sociais, marcadas pelo acesso desigual aos direitos civis e alternativas de consumo, a violência passa a exercer forte papel de coordenação da sociabilidade periférica. Estes equilíbrios desiguais

de forças sociais, enraizados sempre mais no plano das estigmatizações, passam a conformar-se enquanto importantes “[...] matérias-primas do estilo periférico que conforma a cena constituída no discurso público e nos fluxos de imagens sonoro-musicais e audiovisuais”. (FARIAS, 2015, p. 77).

Numa composição de interdependências, marcadas por violentos processos de cerceamento de direitos, cumprem papel decisivo no remodelamento das possibilidades de expressão estética nos mercados *pop* periféricos, processos de ampliação das possibilidades de acesso ao consumo de mercadorias e serviços, tecendo redes capazes de aproximar diferentes frações sociais, no que diz respeito às expectativas de qualidade de vida, marcadas pela demanda concomitante por “[...] acesso aos direitos civis com a participação nas agendas do consumo de bens materiais e imateriais, os quais permitem conjugar, no cotidiano, muitos estilos e referências étnico-culturais”. (FARIAS, 2015, p. 78).

O fenômeno da “ostentação periférica” representado no *funk* paulista, cuja altíssima visibilidade conquistada no início dos anos 2011, influenciou produções de infinitos mercados da diversão em todo o país, expressa de maneira contundente novos arranjos de coordenação das estímulos, baseados na ampliação das possibilidades de integração via consumo, potencializando a emergência de expressões musicais e comportamentos, inclusive, menos sensíveis às abordagens marcadas pela denúncia das mazelas sociais.

Diante dessas dinâmicas, lançamos mão do princípio metodológico, que relaciona de maneira inextricável a conformação de “[...] disposições duravelmente inculcadas [...]” (BOURDIEU, 1983, p. 63) às “[...] estruturas características de um tipo determinado de condições de existência [...]” (BOURDIEU, 1983, p.64), no sentido de caracterizar esses fenômenos culturais. O público orgânico dessas expressões artísticas, em geral, partilha das condições de origem da maior parte dos artistas *pop* periféricos, logo, trata-se de um público absolutamente hábil em identificar tentativas de êxito periférico alavancadas e artistas *fake*⁸¹, ou seja, que não sejam capazes de expressar em suas produções as profundas demandas por identificação entre arte e vida, presentes no consumo e produção dessas estéticas.

Os meios de produção e distribuição tradicionais, embora conservem e até mesmo tenham expandido seu já imenso alcance nos últimos anos – no que se refere ao retorno financeiro e ao direcionamento da pauta artística *pop* nacional, sobretudo a partir de sua total

⁸¹ Artistas considerados “fabricados” ou “artificiais”, que não possuem uma trajetória nos mercados artísticos, ou no caso dos mercados periféricos, que não possuem vivências reais nos contextos de produção e consumo dessas estéticas e modos de vida.

associação aos altamente lucrativos mercados sertanejos,⁸² – só estão socialmente autorizados à associar suas marcas aos conteúdos expressivos considerados lícitos e implícitos, basta se observar as verdadeiras odes ao consumo de álcool⁸³ presentes em um volume gigantesco de produções dos mercados *pop* sertanejos, assim como o uso “liberado” do duplo sentido nessas produções. Na contrapartida desses limites, grande parte dos *megahits pop* periféricos dos últimos anos abordam em seus conteúdos práticas consideradas explícitas e ilícitas.

Um exemplo flagrante desse jogo de possíveis e impossíveis, pode ser encontrado na estratégia de mercado de “Deu Onda”, interpretada por MC G15 e produzida por Jorgin Deejhay, o *Lyric Vídeo* da canção originalmente postado no Canal GR6 Explode⁸⁴ do YouTube, conta com a versão original totalmente explícita e o videoclipe postado, posteriormente, no Canal KondZilla⁸⁵, dispõe de uma versão editada.

As frases “que vontade de foder” e “meu pau te ama”, da primeira gravação, são substituídas por “que vontade te ter” e “o pai te ama”, na versão do videoclipe. Aspecto curioso é que o verso, “não preciso mais beber e nem fumar maconha” foi mantido, o que mostra que o potencial ofensivo da menção a uma droga ilícita no país, nesse caso, foi considerado um problema menor do que o conteúdo sexualmente explícito.

A decisão de produzir duas versões parece ter sido extremamente acertada do ponto de vista comercial já que, enquanto a versão explícita conta com pouco mais de 30 milhões de visualizações, a parcialmente editada representa um dos vídeos musicais mais assistidos da internet brasileira, com mais de 300 milhões de visualizações até o momento.

A parcela do público consumidor para o qual a imensa maioria das produções *pop* periféricas parecem ser direcionadas são os jovens, incluídas as crianças, adolescentes e jovens adultos. Absoluta maioria jovem que pôde ser diretamente constatada em todos os eventos relacionados a essas estéticas observados em diferentes regiões metropolitanas pesquisadas.

⁸² Algumas questões e informações relativas ao mercado sertanejo contemporâneo podem ser encontradas na matéria: <https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/sertanejo-universitario-desconhece-palavra-crise-e-reina-absoluto-no-mercado-87515/>.

⁸³ Os exemplos podem ser encontrados literalmente aos milhares, um caso emblemático pode ser encontrado na canção “Não paro de beber” do artista mineiro Gustavo Lima cujo refrão brada “eu vou morrer, eu vou morrer, eu vou morrer, mas eu não paro de beber.”

⁸⁴ A versão explícita está disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=u-fSm-xGeF0>.

⁸⁵ A versão editada da canção está disponível no link: <https://www.youtube.com/watch?v=1YxcW8jtFw0>

Grande parte dos jovens moradores de periferia foram capazes de acompanhar o incremento real na renda de suas famílias, sobretudo na primeira década desse século⁸⁶, e acompanharam também, a expansão do acesso a redes de internet de alta velocidade, móveis e residenciais, processo concomitante à profunda e vertiginosa consolidação das principais plataformas digitais de divulgação de conteúdos culturais audiovisuais enquanto instâncias dominantes em nível global, sobretudo o YouTube.

Desse modo, a maior parte do consumo musical e audiovisual, por parte dessa parcela da população, se dá a partir de dispositivos móveis, como *tablets* e *smartphones*, logo, tratam-se de consumidores que transitam organicamente pelo consumo digital enquanto fonte primordial de acesso, inclusive, desde a primeira infância, produzindo os números assombrosos dos principais canais produtores e divulgadores de conteúdos *pop* periféricos nacionais, a exemplo do já mencionado canal KondZilla, que com mais de 30 milhões de inscritos, entre os quais grande parte recebe em tempo real as novas produções, representa o maior canal de música e vídeos musicais do Brasil e um dos maiores do mundo.⁸⁷

O público jovem periférico parece conciliar com bastante tranquilidade o consumo de realizações oriundas dos mecanismos tradicionais de financiamento, produção e divulgação de música e vídeo e o de produções vinculadas aos emergentes mercados *pop* periféricos. Questão que também pôde ser acompanhada nas observações diretas dos eventos nas periferias das praças metropolitanas estudadas.

Conteúdos de artistas produzidos por grandes gravadoras dividiam *playlists* com aqueles produzidos por agências periféricas emergentes com bastante naturalidade e nenhuma contradição aparente, tanto para as pessoas envolvidas na montagem dos eventos, quanto para as pessoas que estavam curtindo o fluxo, o frevo, o baile, a social, o paredão, o furduncinho.⁸⁸ O que chama atenção é exatamente a centralidade ocupada pelas produções *pop* periféricas nesses eventos.

⁸⁶ Informações detalhadas sobre essa dinâmica podem ser encontradas na obra “Fases da desigualdade no Brasil” (2017) coordenada pela pesquisadora Tereza Campello. O trabalho busca apontar os avanços brasileiros na redução da desigualdade no período compreendido entre 2002 e 2015.

⁸⁷ De acordo com dados do portal SocialBlade dedicado ao levantamento de estatísticas do YouTube e outras redes, o canal KondZilla é o 4º mais influente do mundo segundo o ranking geral do próprio portal, e 2º colocado na categoria “Canais de Música”, em termos de números absolutos trata-se do maior canal de música do Brasil e da América Latina e o 24º no ranking mundial geral em número de inscritos e 23º em número de visualizações até o momento. Os dados podem ser acessados na página: <https://socialblade.com/youtube/c/konzilla~>.

⁸⁸ Diferentes formas populares de se referir à “festa” pelo Brasil.

Quando chamamos atenção para o princípio metodológico *bourdieiano* da relação, entre disposições duravelmente inculcadas, ou saberes e fazeres do corpo, e as respectivas condições socialmente objetivas de construção dessas disposições, temos a intenção de indicar incrementos nas possibilidades de expressão das disposições para o consumo e produção de bens culturais capazes de produzir reconhecimento imediato, ou mais próximos das realidade cotidianas e extra cotidianas vivenciadas por enormes parcelas dos jovens moradores das periferias metropolitanas. Incrementos estes, tomados em sua articulação direta e indissociável ao desenvolvimento e expansão de condições técnicas, simbólicas, políticas e financeiras de produção desses bens culturais nas próprias periferias nas últimas décadas. Condições objetivas que se encontram articuladas de maneira intensiva à mobilização de práticas e símbolos capazes de produzir profundos processos de identificação entre público e artistas, mediante suas respectivas produções.

A jovem população das “quebradas” expressa a partir da voracidade do consumo de sons, imagens e estilos *pop* periféricos, o desejo de reconhecer-se nas produções, seja em termos de sua própria imagem, seja no que diz respeito aos seus valores, sonhos de consumo entre outras aspirações. Essas demandas pelo consumo de imagens e valores, articuladas à específicas condições objetivas de existência, geralmente escamoteadas ou narradas sob a rubrica da falta e da precariedade, hoje possuem condições de atendimento, expressas, por exemplo, nas longas cenas de diversão e ostentação de bens de luxo por artistas majoritariamente negros em meio aos becos e vielas de comunidades e periferias, filmadas em altíssima qualidade audiovisual por produtoras como a Kond e GR6⁸⁹.

A maneira como se pôde conhecer o trabalho da Kondzilla, no ano de 2012, um ano após as primeiras gravações da produtora, ilustra o sentimento de novidade radical e o impacto sentido por jovens fãs de *funk* diante daquelas produções. Sou professor de Sociologia no Ensino Médio da Secretaria de Educação do Distrito Federal e nesse momento desenvolvia um projeto na escola onde trabalhava, tratava-se de uma oficina cuja temática principal consistia na discussão e audição de música de periferia com foco no *rap* e *funk*.

Ainda posso recordar as risadas e brincadeiras dos estudantes diante da minha expressão embasbacada ao me apresentarem clipes de MC Guimê, MC Rodolfinho, Boy do

⁸⁹ O Canal GR6 Explode, segundo maior do país dedicado ao gênero *funk*, conta com aproximadamente 10 milhões de inscritos, ocupando a 162ª posição no ranking mundial em número de inscritos e 154ª em visualizações, ocupando a 31ª posição em nível de influência pelo ranking do portal SocialBlade. Os dados podem ser acessados em <https://socialblade.com/youtube/user/gr6explode>.

Charmes entre outros artistas. A surpresa foi imensa, tive a sensação de que minha cabeça ia “explodir” perante aquela novidade absolutamente radical. A estética, as cores, as letras, tudo era muito novo naquele momento, até então, profundamente marcado pelo artesanato e amadorismo no que dizia respeito às produções em vídeo nos mercados *funk* (não produzido por gravadoras) nacionais. No mesmo dia mostrei os clipes para amigos e familiares e nos meses seguintes pude discutir o fenômeno com os participantes do grupo de pesquisa Cultura, Memória e Desenvolvimento, o qual integro, no Seminário anual promovido pelo coletivo⁹⁰.

Naquele momento concluía a dissertação de mestrado cuja temática girava em torno das relações entre tecnologia e dinâmicas ético-estéticas no processo de formação e transformação da cena *black* candanga ao longo das décadas de 70,80 e 90⁹¹ e acompanhava de perto as produções de *rap* e *funk* desde 2008, quando passei a pesquisar festas *funk* nas periferias de Brasília⁹² para o projeto de iniciação científica que desembocaria na monografia de graduação, e tive plena certeza de que múltiplas seriam as consequências engendradas por aquelas clipes da KondZilla, especialmente a partir de sua ênfase na temática ostentatória, que já aparecia em outras produções de *funk* desde os anos 1990, mas não enquanto um verdadeiro subgênero, na medida em que se assistia nos contextos *funk* na segunda metade da década de 2000 uma hegemonia dos gêneros “proibidos”, tanto de *funks* criminais quanto do gênero “putaria”⁹³.

No curso dos anos de 2010 e 2011, período em que Konrad Dantas inicia suas produções, eram intensos e bastante disseminados os sentimentos de euforia e otimismo⁹⁴ nos mais diferentes segmentos populacionais do país. As perspectivas alimentadas por milhões em torno da sustentação de uma trajetória firme de expansão da economia, do emprego, dos salários e ganhos reais das famílias e consequente ampliação das potencialidades de consumo, faziam parecer que as narrativas hiperbólicas do consumo de luxo soassem muito mais próximas do que jamais se imaginara a enormes contingentes de

⁹⁰ O trabalho “Contando os Plaquês de Cem, Dentro de um Citroën: Kondzilla produções, funk ostentação e as dinâmicas na balança estético-moral do cenário funk nacional”, foi apresentado em 2012 no Seminário do CMD na Universidade de Brasília.

⁹¹ A dissertação deu origem ao livro “Entre garotos e suas equipes - Consumo tecnocultural e dinamicidade ético-estética na cena black-brasiliense”. ed. Novas Edições Acadêmicas, 2015.

⁹² A monografia de graduação deu origem ao capítulo “Dos frevos motocar aos funks chiques: diversão e consumo nas dinâmicas do ethos funkeiro brasiliense”. In: Edson Silva de Farias; Maria Celeste Mira. (Org.). Faces Contemporâneas da Cultura Popular. 1ªed.Jundiaí: Paco, 2014, p. 271-320.

⁹³ O subgênero “*funk* putaria” é dedicado a narrativas de conteúdo sexual explícito.

⁹⁴ Segundo dados do IBGE, o PIB nacional cresceu 7,5% no ano de 2010 e 2,7% em 2011.

jovens, sobretudo aqueles moradores das grandes periferias das regiões metropolitanas do país.

Como bem ilustram alguns trechos de uma das primeiras produções da KondZilla:

Querido na balada
Bem-vindo no puteiro
Até que eu cheguei longe
Eu sou simples sou guerreiro

Não é imaginação
É a realidade
Já virou passado
miséria, necessidade

Não traz felicidade
Mas afasta a tristeza
E talvez minha humildade
Seja minha maior riqueza (2x)⁹⁵,

Essas ideias pareciam corresponder, em cheio, às aspirações de fruição e ascensão social de um público voraz. Curiosamente, ou nem tanto, a forte queda subsequente do crescimento econômico assistida nos anos seguintes impactou de maneira direta os próprios conteúdos das músicas e clipes.

Dado o consumo e produção em escala industrial, artistas, DJs, agentes, produtores e *beatmakers* vivem uma pressão diária, no sentido de ler as tendências, cada vez mais efêmeras, seja para “surfear numa nova onda”, seja para afastar-se delas em busca de um diferencial que instaure novos referenciais estéticos, que, por sua vez, rapidamente se tornarão obsoletos. Logo, quando a maré conjuntural “virou”, sobretudo a partir de 2013, não fazia mais sentido, conforme o relato de artistas do mundo *funk* paulista e o monitoramento das produções, pesar a mão nos conteúdos ostentação, que passaram a aparecer mais diluídos nas produções. Músicas e videoclipes passam a aproximar-se de diferentes temáticas, tais como a exaltação do ambiente de favela e dos contextos festivos, assim como também se acompanha a recuperação de espaço por parte do subgênero “putaria”.

Os milhões de visualizações dos primeiros vídeos eram acompanhados de bastante desconfiança por algumas pessoas ligadas ao mundo do entretenimento periférico. Segundo

⁹⁵ O videoclipe da canção “Onde eu chego eu paro tudo” de Boy do Charmes pode ser acessado no link: <https://www.youtube.com/watch?v=9HB4j9t-y6s>

alguns relatos de pesquisa, muitos pensaram que seria um “voo de galinha” e aquelas estéticas logo saturariam e a própria KondZilla perderia prestígio, que naquele momento só crescia entre fãs e aspirantes a uma carreira musical.

Nenhum diagnóstico poderia ser mais equivocado do que as visões de cunho mais pessimista. O assombroso e crescente total de 10 bilhões⁹⁶ de visualizações do canal, falam por si. A produtora tornou-se uma grife. Garantia de excelência e de alta visibilidade aos mais diferentes gêneros musicais populares, conservando ainda, evidente preponderância de produções ligadas às estéticas *funk*, já que conta com a observação atenta de um volume gigantesco de fãs e profissionais de dentro e fora do mundo *funk*, que acessam as novas produções basicamente em tempo real. A produtora foi capaz de descolar-se do rótulo “*funk* ostentação”, expandindo cada vez mais o leque de possibilidades de expressão musical e audiovisual disponíveis.

Mesmo diante da emergência de novas forças culturais e econômicas, a poderosa via, antes de mão única, representada pelas grandes empresas “tradicionais” de produção e divulgação de conteúdos musicais ainda dispõe de meios privilegiados de promover a expansão do alcance de seus produtos artísticos. Entretanto, agora dividem espaço com instâncias que cresceram à parte dos esquemas tradicionais, sobretudo no início do verdadeiro “garimpo” da legitimidade e do pioneirismo no uso das plataformas digitais, explorando, sobretudo, a oferta (antes basicamente artesanal) e a demanda (antes bastante reprimida pela menor facilidade de acesso e menor disponibilidade desses bens) dos conteúdos alicerçados nas narrativas do ilícito e do explícito. Novas instâncias que conseguiram consolidar, e concentrar, potência financeira e autorização simbólica, no que concerne ao investimento em determinados tipos de produção.

A extrema concentração dos meios de produzir e distribuir conteúdo, vivenciada pela maior parte dos artistas populares antes dos incrementos produzidos pelo acesso aos equipamentos de produção e plataformas de divulgação digital, e a quase completa capacidade de definir a pauta nacional de veiculação de música comercial, por parte das grandes empresas do setor, cegaram essas instâncias dominantes para a baixíssima representatividade sentida pelos jovens moradores de periferia em suas produções.

A produção de música identificada a determinadas esteticidades, especialmente àquelas de matriz atlântica negra (GILROY, 2000) e de caráter eletrônico, não constitui

⁹⁶ Informações disponíveis em: <https://socialblade.com/youtube/c/kondzilla~>.

exatamente uma novidade no contexto das periferias urbanas brasileiras, onde as primeiras produções aparecem principalmente a partir da segunda metade dos anos 1980⁹⁷, entretanto, quando foram capazes de atingir um alto grau de visibilidade, tornava-se basicamente impossível não associar-se à alguma grande gravadora ou distribuidora para garantir que o trabalho prosseguisse e alcançasse maior visibilidade, visto que, além das apresentações ao vivo, as rádios e os programas de televisão, constituíam plataformas incontornáveis de divulgação àqueles artistas que almejassem atingir êxito comercial, ou seja, tornar-se um sucesso *pop*.

As práticas do *jabá*⁹⁸ e do apadrinhamento, que persistem de outras formas na atual conjuntura artístico-comercial, eram ainda mais centralizadas e apenas pouquíssimos artistas eram capazes de transitar do *underground* periférico ao *mainstream* midiático, então superconcentrado em pouquíssimas oportunidades de exposição.

Não que esses caminhos tenham se tornado simples, ou mesmo livres de intermediações no plano contemporâneo, o que parece bastante explícito é que a possibilidade da “aposta” se tornou mais democrática. Se antes, apenas alguns poucos figurões e “mecenas” da indústria fonográfica, radiofônica e televisiva eram capazes de proporcionar e autorizar o investimento num determinado artista, hoje, esses mercados ganharam contornos ainda mais especulativos, dado o violento incremento de novos “apostadores”. De mãos dadas a esse fenômeno, acompanha-se uma verdadeira multiplicação de canais de divulgação digital de maior ou menor alcance quantitativo e/ou maior ou menor prestígio, de estúdios, DJ’s, agentes, produtoras e respectivos orçamentos para todos os tipos de bolsos.

O caso de MC Fioti, artista e produtor musical que ostenta o título de clipe de *funk* mais visto da história do gênero, com o *megahit* “bumbum tan-tan”. Contando atualmente com cerca de 1 bilhão de visualizações e grande sucesso internacional em localidades improváveis como a Indonésia, onde a música permanece “estourada”, o caso é bastante emblemático de novos equilíbrios de poder na indústria da produção de música e vídeos *pop* nos mercados nacionais.

Totalmente produzido em estúdios de empresas do próprio universo *funk*, no caso, a WM produtora, a qual Fioti encontra-se até última informação vinculado e inteiramente

⁹⁷ Conforme o trabalho “Se liga no som” de Ricardo Teperman, Claroenigma, São Paulo, 2015.

⁹⁸ Oferta de dinheiro por parte de agentes e gravadoras para a divulgação de conteúdos em meios de comunicação de grande alcance. Prática comum sobretudo nas plataformas de Rádio e TV.

divulgado por canais digitais – a princípio pelo Detona Funk, um dos maiores e mais populares do país, até então principalmente dedicado aos formatos “música” e *lyric* vídeos e mais tarde pela KondZilla, no formato videoclipe – o *hit* chamou atenção de instâncias do mercado fonográfico tradicional, segundo informações apuradas pelo portal VICE de cultura *pop* mundial e divulgadas na matéria de Amanda Cavalcanti: “Seria ‘Bum Bum Tam Tam’ o maior funk da história?”⁹⁹

Cabe destacar o trecho integral da matéria que se refere a essa aproximação:

Fioti e sua turma da RW (Lan, Mirella, CL e Gabriel Medeiros) assinaram um contrato que os tornaram parte do catálogo da Warner Music, o que rendeu mais algumas ondas positivas para "Bum Bum Tam Tam", como o remix (bem mais ou menos, inclusive) **feito pelo Jason Derulo**. Dentro da gravadora, conhecida por ter contratado também os talentos Anitta, Ludmilla e Guimê, os funkeiros se tornarão a nova aposta do selo, mas é possível também que o caminho inverso seja feito. Contratado pela Warner lá por 2015 pelo sucesso de "**Na Ponta Ela Fica**", o belo-horizontino Delano **lançou apenas uma faixa** desde que se tornou parte da gravadora — não seria difícil supor, então, que as contratações acontecem justamente como uma tentativa de cortar as asas daqueles que estão produzindo os maiores hits do Brasil, os artistas de funk. (Amanda Cavalcanti, 2017).

A hipótese levantada pela jornalista, de que o contrato assinado entre os artistas e um dos maiores conglomerados globais de entretenimento (MARTELL, 2012) poderia representar uma tentativa de “cortar as asas” dos atuais maiores *hitmakers* do mercado *pop* nacional, não soa despropositada ou fruto de uma teoria conspiratória. Como em qualquer ramo de negócios, a prática predatória de assimilar grupos empresariais menores para “domesticar” potencialidades concorrenciais é bastante conhecida no mundo corporativo em todo curso da história das economias de mercado. A autora encerra sua matéria emitindo a seguinte opinião:

"Bum Bum Tam Tam" concretizou o óbvio e ululante de que o funk é, de fato, o futuro (e o presente) da música pop no Brasil, deixando pra trás quase todas as faixas que tentaram chegar perto de seu pódio. Mas Fioti fez mais que isso: o MC e produtor mostrou que o gênero não precisa da assepsização ou benção que lhe é concedida pelas grandes gravadoras ou televisão de tempos em tempos. O funk já há décadas anda com as próprias pernas, e "Bum Bum Tam Tam" ganhou merecidamente o privilégio de poder ser símbolo disso.

⁹⁹ A matéria pode ser acessada em: https://www.vice.com/pt_br/article/ne3k8m/bum-bum-tam-tam-vo-utube-mc-fioti.

Uma das principais hipóteses sustentada nesse trabalho, vai exatamente na direção de apontar que, na maior parte das ocasiões, o sucesso alcançado pelos artistas integrados às dinâmicas de mercados *pop* periféricos relaciona-se, em grande medida, à possibilidade de comunicação explícita e direta com seu público, composto majoritariamente por jovens moradores das periferias metropolitanas do país. Logo, os processos de “domesticação”, perpetrados por grandes grupos tradicionais do *show business*, independente dos supostos fins almejados por essas corporações, podem representar uma verdadeira morte simbólica desses artistas para seus públicos iniciais, formados no curso de suas trajetórias nos mercados organicamente periféricos, ou seja, mercados alicerçados numa forte base popular periférica, capaz de oferecer a legitimidade a determinadas práticas e conteúdos artísticos. Uma trajetória ilustrativa dessa dinâmica mencionada por Amanda Cavalcanti pode ser a de MC Guimê.

Com a gigantesca popularidade nacional alcançada pelas estéticas *funk* ostentatórias, sobretudo a partir de 2012, quando o fenômeno rompe definitivamente os muros do estado de São Paulo, alguns (poucos) artistas foram prontamente assimilados pelas instâncias *mainstream* do mercado nacional de entretenimento. Guimê, certamente, tornou-se o artista ligado àquela primeira geração a realizar o mais rápido e definitivo movimento nessa direção. O extremo sucesso de “Plaquê de 100”, talvez o maior *hit* da primeira “onda ostentação”, tornou-se verdadeiro símbolo daquele conjunto estético.

A voz rouca e afinada, o talento para a composição e para as rimas improvisadas não passaram despercebidos aos empresários das grandes gravadoras/produtoras, rendendo em 2013 uma parceria com o *rapper* Emicida¹⁰⁰, que se tornaria provavelmente a canção mais icônica relacionada ao megaevento esportivo realizado pela FIFA no Brasil no ano seguinte, a Copa do Mundo de Futebol. Uma ascensão meteórica que tornou o artista, e hoje também empresário de sucesso, presença garantida nos mais diferentes veículos midiáticos hegemônicos. No entanto, observa-se da ponte pra cá¹⁰¹ as profundas mudanças estéticas que foram sentidas pelos fãs, que rapidamente reposicionaram sua carreira no plano do “*mainstream* periférico”¹⁰². Dificilmente, as músicas contemporaneamente produzidas por

¹⁰⁰ O videoclipe pode ser acessado no link: <https://www.youtube.com/watch?v=bWnS2dIDgQA>.

¹⁰¹ A expressão foi popularizada nacionalmente através de uma canção homônima do grupo de rap de São Paulo, Racionais MCs. No contexto empregado no texto, a expressão pode ser interpretada como “a partir do contexto periférico”, ou “a partir do ponto de vista periférico”.

¹⁰² A expressão *mainstream* em seu uso nativo nos setores de produção cultural se refere, em geral, às frações dominantes das esferas dominantes do mundo artístico-cultural, no caso da expressão *mainstream* periférico

Guimê “estralariam” nos fluxos das periferias de São Paulo, ao contrário das composições completamente indóceis de MC Lan, artista de maior sucesso no mundo *funk* nesse momento.

A dimensão alcançada pela carreira de Guimê e o peso de sua trajetória e relações traçadas são capazes de blindar o artista de uma completa desidratação de sua popularidade junto ao público periférico, entretanto, artistas com menor alcance podem ser facilmente vítimas de um rápido, e por vezes incontornável, processo de esquecimento, como o caso do artista mineiro citado pela jornalista.

A autorização simbólica conferida aos artistas *pop* periféricos em torno da expressão de determinados símbolos e comportamentos, embora possa representar a ideia de uma plena “liberdade artística” sob determinado prisma – assim como determinados níveis de ilicitude e explicitude são interditos aos artistas *pop* ligados aos mecanismos tradicionais de produção e divulgação artística – também pode constituir profundos limites, na medida em que, determinadas abordagens estéticas podem ser prontamente identificadas, por grandes contingentes do público consumidor *pop* periférico, como pouco comunicativas ou representativas, no sentido de tipos de acordos tácitos entre público e alguns artistas *pop* periféricos, podendo gerar falhas, as vezes incontornáveis, nos processos de identificação por parte de amplas parcelas do público munido de específicos esquemas práticos de compreensão, que permitem reconhecer, em frações de segundos, “fraudes” simbólicas e estéticas, “traições” e esvaziamento do caríssimo ativo mercadológico da autenticidade periférica, diante do crivo instantâneo desses códigos-corpo, ou crenças-corpo.

Seguindo as trilhas eliasianas, ao abordarmos diferentes níveis sociais de envolvimento e alienação¹⁰³, no caso específico dessa proposta de pesquisa, em relação à produção e consumo de estilos *pop* periféricos, refere-se simultaneamente às características humanas e às situações em que as pessoas estão efetivamente envolvidas num determinado contexto social. (ELIAS, 1998, p.48). Para o autor, este par de ideias, refere-se aos seres

nos referimos às trajetórias artísticas que alcançaram centralidade e extrema popularidade nas redes de produção e consumo cultural periféricas.

¹⁰³ O tradutor Álvaro de Sá, destaca a escolha do termo alienação em detrimento da ideia de “distanciamento” na medida em que esta permite uma compreensão mais ampla do significado proposto por Norbert Elias, conforme síntese do tradutor, a ideia de alienação diz respeito às implicações sociais que permitem as “pessoas se afastarem tanto das opiniões padronizadas e da coerção emocional dos fatos e, de dentro deles, utilizar suas potencialidades, principalmente as advindas do conhecimento, para transpor as situações dilemáticas”. (1998, p. 7).

humanos “[...] incluindo seus movimentos, seus gestos e suas ações, não menos do que seus pensamentos, seus sentimentos, seus impulsos e o controle deles”. (ELIAS, 1998, p. 48). Em suma, estas ferramentas buscam delinear os processos de autorregulação, assim como aquilo que é regulado.

Ambos os conceitos diriam respeito aos “[...] diferentes modos segundo os quais os seres humanos se regulam no que podem, aliás, ser mais alienados ou mais envolvidos”. (ELIAS, 1998, p. 48).

Conforme Elias, “[...] os padrões sociais de autorregulação individual podem representar maior alienação ou maior envolvimento, bem como seu conhecimento ou sua arte”. (ELIAS, 1998, p. 48). Logo, estes modelos de autorregulação individual, são constituídos de maneira interrelacional, articuladas a determinadas condições simbólicas e materiais socialmente constituídas.

É nessa direção, que se coloca o desafio de reconstituir, elementos decisivos dos processos socio-históricos de formação de subjetividades artísticas e de consumidores que se encontravam e, em diversos casos, continuam engajadas na sustentação de formas de expressão cultural intensamente “envolvidas” na produção, distribuição e consumo de conteúdos musicais e audiovisuais, nos quais as fronteiras entre arte e modos de vida devem apresentar-se borradas, mantendo, de fato, ou de maneira convincentemente performatizada, intensa coerência expressiva entre si. O desafio fundamental de pesquisa se articulou a partir da dinâmica de investigação dos processos de conformação das condições de expressão de diferentes formas de posicionamento em relação à produção, distribuição e consumo de produções culturais no contexto da trama relacional dos mercados *pop* periféricos nacionais.

A malha de relações em constante adensamento, ampliação e complexificação, que dá corpo ao conjunto de expressões aqui abarcadas pela ideia de *pop* periférico, tem sido capaz de produzir, em nossa perspectiva, equilíbrios de poder simbólico identificados, majoritariamente, por baixas condições de distanciamento e intensos respaldos aos comportamentos marcados pela externalização de intenso envolvimento às pressuposições, ao mesmo tempo simbólicas e práticas, constituídas a partir das condições objetivas de constituição dessas próprias tramas. (ELIAS, 1998).

A recusa ao “esteticismo formalista” pela imensa maioria das produções *pop* periféricas estudadas, pode ser um indício importante da viabilidade metodológica da mobilização dessas categorias. Em determinados nichos de mercado *pop* periférico quanto

maior a capacidade de o artista mostrar-se “fechado”¹⁰⁴, ou construir a “perfeita ilusão” desse compromisso em relação ao conjunto de estéticas e valores almejados e esperados por seus públicos, maior seu êxito comercial.

Frequentemente a expressão, “os verdadeiros”, é acionada a partir das falas de fãs, empresários e artistas enredados às tramas relacionais dos mercados *pop* periférico, ou seja, “os verdadeiros” são aqueles que estão sinceramente posicionados nesses mercados, ou suficientemente hábeis para convencer a maior parte de pessoas nesse sentido, pois é preciso, antes de mais nada, “acreditar” no que se faz.

Nessa direção, identifica-se uma baixa tolerância a comportamentos identificados como “falsidade”, “duas caras”, “caguetagem (sic)”, “leva e traz”, calúnias, mentiras entre outros. Em diferentes praças metropolitanas foi possível identificar o extremo cuidado de artistas e produtores em relação à construção e manutenção de sua imagem em relação ao público considerado orgânico, que quando correspondido em suas demandas e expectativas, não só contribui para conservar a base quantitativa, indispensável no mundo dos milhões de *likes* necessários na selva concorrencial *pop* periférica nas plataformas digitais, como também alavancam as carreiras dos artistas, promovendo-os gratuitamente pelas ruas e redes sociais.

Por representarem valores estético-comportamentais profundamente estimados por seus apoiadores, a sensação de responsabilidade diante do “proceder” dos artistas em relação aos fãs é considerada muito importante. Duckjay, por exemplo, afirmou durante longa conversa¹⁰⁵ ter recusado vários convites para participações na TV, no sentido de não dar margens para arranhar o nome e trajetória imensamente respeitados e honrados na “rua”, conquista apontada pelo artista como muito relevante, difícil de alcançar e conservar.

Uma entrevista realizada por Felipe Branco Cruz, para o portal UOL com MC Guimê¹⁰⁶ no fim de 2016, período de lançamento do seu primeiro álbum, formato pouco utilizado pelas produtoras periféricas dedicadas ao *funk*, pode dar alguma dimensão de determinadas naturalizações e questionamento enfrentados pelos artistas que transitam entre

¹⁰⁴ Fechar com o público significa representá-lo, o que significa, entre outras coisas, não trair ou negar os símbolos e práticas que estabelecem aproximações entre público e artistas.

¹⁰⁵ Tive a rara oportunidade de em meados de 2015 encontrar os artistas Look, Fidalgo e Duckjay da banca Kamika-Z em visita à casa e estúdio de gravação da produtora em Planaltina-DF. Pude desfrutar desse verdadeiro privilégio através do convite dos amigos do Grupo MOVNI, Afrorranga, Nauí e Doctor Zumba cujo primeiro disco, enquanto conjunto, fora produzido por Duckjay.

¹⁰⁶ A entrevista pode ser acessada no link: <https://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2016/11/10/em-novo-disco-mc-guime-da-guinada-ao-pop-e-avisa-nunca-tive-barreiras.htm>.

o mundo *pop* periférico e o mundo *pop* tradicional. Vejamos alguns trechos selecionados da introdução de Felipe Branco:

MC Guimê, o principal representante do funk ostentação, também é pop. Depois de estourar há quatro anos com "Plaquê de 100", ele agora lança seu primeiro disco de estúdio, "Sou Filho da Lua" [...] O álbum pouco lembra o estilo musical que alçou Guimê à fama e traz, entre outras, participações de artistas como Marcelo D2, Negra Li, Emicida, Claudia Leitte e Rael, além da cantora carioca Lexa, noiva dele e que acompanhou a entrevista. "O pop é próximo do meu trabalho porque o pop no Brasil é o que toca na rádio e TV. Como artista, quero que minha música seja ouvida. O artista tem que se adaptar a tudo que está rolando. É uma lei da arte", ele afirma. A guinada ao pop de Guimê é uma evolução natural de seu trabalho, já que nos anos anteriores ele já havia flertado com o samba, hip-hop e sertanejo. Mas algo não mudou: a ostentação. A festa de lançamento de seu álbum, marcada para a próxima semana em São Paulo, foi orçada em R\$ 500 mil, de acordo com um comunicado divulgado pela própria assessoria do artista. [...] Aos 24 anos, Guilherme Aparecido Dantas é amigo de Neymar, já colocou seu nome em um hino não-oficial da Copa do Mundo de 2014, música em abertura de novela da Globo e conquistou cadeira VIP na São Paulo Fashion Week, principal evento de moda do país. "Sou bem recebido na quebrada, na favela e numa casa de milhões de reais em qualquer lugar do Brasil Não é porque eu vim debaixo que eu tenho que ficar embaixo. Eu vim debaixo e eu tenho que ir para cima, cada vez mais para cima. Nós temos o direito. Ninguém veio para sofrer. E tudo que eu plantar honestamente, eu vou usufruir".

No texto introdutório, o jornalista define o artista como "principal representante do funk ostentação" e em seguida expressa a ideia de que *funk* e música *pop* constituem instâncias plenamente separadas e não habitam o mesmo universo simbólico. Já que o artista "também" é *pop*. O autor reafirma essa crença ao indicar que o álbum do artista pouco lembra o estilo musical que o projetou nacionalmente e, em seguida, cita a lista de participações, marcada, majoritariamente, por *rappers* do cenário *pop* nacional ligados às *majors*. Em seguida, Guimê apresenta a própria visão em torno do que constituiria o *pop* enquanto gênero abrangente, sendo aquele conjunto de expressões que estão no rádio e TV.

Em seguida, afirma o desejo artístico de ser ainda mais ouvido, enfim, em ampliar a base de público a partir dos esquemas tradicionais de produção e divulgação e aponta a necessidade dos artistas se adaptarem às contingências e a diferentes esteticidades, ideia traduzida na expressão "tudo que está rolando". A capacidade de adaptação é tomada pelo artista como uma "lei da arte". De fato, é possível observar nas carreiras mais longevas do universo *pop* uma evidente disposição desses artistas em adaptarem-se às dinâmicas estético-mercadológicas do momento, no sentido de permanecerem atualizados enquanto produtores de mercadoria artística vendável.

Expressando de maneira aberta determinadas crenças em torno da atribuição de valor cultural à diferentes produções, o jornalista afirma que a “guinada ao *pop*” realizada pelo artista representaria uma “evolução natural de seu trabalho”, diante da experiência prévia do artista em relação a outros gêneros. Em seguida, o jornalista cita uma espécie de currículo do artista, em termos de suas relações e realizações e finaliza sua introdução mobilizando uma fala do artista, na qual afirma transitar com tranquilidade seja pelas quebradas, seja por mansões milionárias, sendo bem recebido em qualquer ambiente por todo Brasil. Logo depois, o artista aponta que pelo fruto do trabalho honesto, tem o direito de usufruir de uma vida confortável, evitando o sofrimento, afirmando que pretende melhorar ainda mais sua vida.

Ao acompanharmos os desdobramentos da entrevista será possível observar a cobrança de uma espécie de “eterno retorno” à narrativa da condição de origem - econômica e artística –na tônica de quase todas as perguntas realizadas por Felipe Branco. A pressão sofrida pelos artistas cujas carreiras tem início nos mercados *pop* periféricos e transitam para o mundo das *majors*, opera, nesse sentido, a partir de múltiplas direções. De um lado, parcelas do público de base absolutamente aptas à identificação de processos de assepsia simbólica, de outro, instâncias da mídia hegemônica que classificam seu trabalho a partir de uma perspectiva evolutiva, um “antes e depois” do qual, supostamente, se passa da barbárie à qualidade estética. O caráter enfático de algumas respostas de Guimê parece expressar desconforto em relação a alguns desses questionamentos.

A sensação, ao observar dezenas de entrevistas concedidas por artistas *pop* periféricos, é a de que, dificilmente, estes podem ser entendidos apenas como “artistas”, são sempre abordados a partir da condição de artistas da periferia, periferia que pode ser entendida tanto como localidade geográfica urbana, quanto posição social desprivilegiada, fronteira, externa, ou seja, localizada nas bordas, ou “fora” do “verdadeiro” espaço simbólico *pop*, este sim, legitimável por diferentes veículos de comunicação. Entre os meios de comunicação tradicionais os artistas que realizarem esse trânsito, supostamente “evoluíram”, alcançaram como uma espécie de benção o posicionamento legítimo. Suas condições de origem nos mercados das expressões parecem nunca deixar de ser uma questão.

Vejamos alguns outros trechos importantes da entrevista, no sentido de observação dessas questões:

Você já está com uma carreira estabelecida e tem uma base de fãs que te segue. Por que lançar um disco agora?

MC Guimê - Era uma das coisas que faltavam na minha carreira. Cada dia é um dia de fazer o que tem feito e planejar o que deve ser feito amanhã. Cada dia é um dia de fazer o que tem feito e planejar o que deve ser feito amanhã. Muitas coisas ainda faltam para fazer, mas o disco era o principal fator. Com ele, virão outras coisas. Vai ter o novo show também. Eu queria tomar esse caminho na minha carreira.

Seu disco soa mais pop e menos funk. Você está mudando seu estilo?

MC Guimê - Sempre fui muito eclético. Eu não tenho limites quando se fala em música. Desde o começo da minha carreira, quando cantava "Tá Patrão" e "Plaquê de 100", eu já tinha feito parcerias com a galera do samba. Então eu sempre fui um MC, sempre fui funkeiro, sempre tive o dom do rap, nunca tive barreiras. O pop é próximo do meu trabalho porque o pop no Brasil é o que toca na rádio e TV. Como artista, quero que minha música seja ouvida. O artista tem que se adaptar a tudo que está rolando. É uma lei da arte.

Você é cantor e compositor, mas toca algum instrumento também?

MC Guimê - Como artista, eu canto e componho. Graças a Deus, minhas composições são boas, de qualidade e fazem muito sucesso. "País do Futebol" e "Suíte 14" servem de exemplo. Saí de Osasco e gravei com Zezé Di Camargo & Luciano, fiz clipe com o Neymar. Mas eu não toco nenhum instrumento. Sei tocar na bateria eletrônica, mas tenho vontade de aprender violão, cavaquinho e bateria. Meu foco é escrever. Sou compositor e cantor. Não tento fazer mil e uma coisas.

Você se considera politicamente incorreto?

MC Guimê - Eu procuro ser politicamente correto para mim. As pessoas podem até me julgar, mas eu nunca vou me desagradar para agradar o próximo. Em nenhum momento eu desmereço as mulheres. Sinceramente, tem uma pá de coisas que não estão corretas por aí. A minha parada é o meu trabalho e ouve quem quer.

Você veio da periferia e canta o funk ostentação, circula entre os ricos e nas quebradas. Onde se sente mais à vontade?

MC Guimê - Me sinto à vontade na minha casa, de samba-canção e chinelo, com a minha mulher. Na rua, com o povo, todos são iguais. O que muda é só o lugar. É uma verdade do Brasil e do mundo que, com dinheiro, você chega em alguns lugares que você não chegaria sem [dinheiro]. Foram sonhos realizados. Nunca tinha andado de avião antes do funk. Aprendi a circular em todos os lugares. Sou bem recebido na quebrada, na favela e numa casa de milhões de reais em qualquer lugar do Brasil. Não é porque eu vim de baixo que eu tenho que ficar embaixo. Eu vim de baixo e eu tenho que ir para cima, cada vez mais para cima. Nós temos o direito. Ninguém veio para sofrer. E tudo que eu plantar honestamente, eu vou usufruir [...]. A vida já me deu perrengues demais. Eu mereço, sim, ter uma vida legal e bacana. O dinheiro com a festa valeu porque o disco foi lançado.

Na primeira pergunta o artista indica que, embora já parta de uma base sólida de fãs, o lançamento de um álbum representaria um passo importante em sua carreira, expressando o fato de que a extrema popularidade não é capaz de satisfazer, plenamente, todas as aspirações de um artista, tratando-se de um caminho amplamente desejado por Guimê. A pergunta em torno do porquê lançar um disco seria absolutamente inimaginável, fosse a entrevista concedida por qualquer artista de trajetória por gêneros considerados legítimos no

mercado *pop* brasileiro. Porque não seria um passo natural lançar um álbum, dadas as qualidades artísticas de Guimê? Por que o artista não teria motivos para tal, se o melhor dos cenários para o lançamento de um trabalho musical consta exatamente em dispor de uma ampla base de fãs? Talvez a pergunta diga mais coisas sobre o jornalista do que sobre o artista.

Na pergunta seguinte, Felipe Branco, mais uma vez, separa em instâncias inconciliáveis *funk* e *pop*, causando problemas de interpretação acerca do significado atribuído, na matéria, à própria ideia de *pop*. Se não se trata de um gênero em si, dotado de características estéticas próprias, por que o *funk* não poderia ser *pop*? Mais importante. Por que seria necessário afastar-se do *funk* para tornar-se mais *pop*?

O *pop* parece ter, em determinados momentos de sua abordagem, características estéticas circunscritas – embora o próprio jornalista permita que na introdução tomemos por “*pops*” artistas oriundos de matrizes musicais bastante distintas que participaram do álbum de Guimê, como, Cláudia Leitte e Marcelo D2 – dada a própria natureza da pergunta, acerca da mudança de perspectiva supostamente expressa no novo trabalho do artista.

O artista responde o questionamento, em torno da suposição de mudança de estilo, afirmando o próprio ecletismo, dizendo não possuir limites criativos, destacando a própria versatilidade através do relato de trânsitos por outros gêneros desde o início de sua carreira e sua expertise nesses diferentes estilos. A partir desse ponto, define sua compreensão, já destacada na introdução da matéria, acerca da natureza do *pop* nacional.

O jornalista questiona, em seguida, as habilidades musicais do artista, que expressa interesse em aprender a tocar uma série de instrumentos e que, além disso, sabe manusear a bateria eletrônica, mas aponta que o foco de sua prática musical se direciona ao canto e à composição. Nos parece que os questionamentos em torno das habilidades musicais do artista o levam a reafirmar seu talento nessa seara, ao rememorar suas composições de maior sucesso fora do mundo *funk* como “País do futebol” e “Suíte 14”, grande *hit* entre o público sertanejo.

A entrevista segue com uma pergunta acerca de comportamentos politicamente incorretos. Embora não mencionado explicitamente, talvez o entrevistador se refira a práticas como o uso de maconha, hábito jamais negado por Guimê, que fora inclusive detido, após a

fama, por posse da planta para consumo¹⁰⁷. Guimê afirma buscar ser politicamente correto de acordo com suas próprias convicções e não para corresponder às expectativas alheias, embora destaque evitar temas que considera equivocados, como aqueles que promovem a desvalorização feminina e aposta na ideia de liberdade do público para consumir ou não suas produções.

Em nova oportunidade, o entrevistador questiona Guimê em torno de suas relações com o universo periférico e seu trânsito por contextos socioeconômicos contrastantes. Como destacado no trecho posto na introdução da matéria, o artista afirma ter aprendido a transitar por qualquer um desses contextos, sendo bem recebido em todos os lugares, afirmando o merecimento de sua ascensão social, já que partiu de condições socialmente desfavoráveis.

Na matéria de Amanda Cavalcanti para a *Vice*, destacada anteriormente, que caminha por diferentes direções da matéria publicada no Portal UOL, o sucesso de MC Fioti e outra série de artistas, a princípio fora do esquema das *majors*, representaria não apenas a capacidade do gênero *funk* de prescindir de processos de assepsia simbólica, geralmente realizados por esses grupos empresariais, mas de assumir a dianteira simbólico-produtiva da música *pop* brasileira. A tese é ambiciosa, mas não despropositada diante dos resultados alcançados, seja pelo nível atingido em termos de infraestrutura tecno-produtivas das instâncias orgânicas do mundo *funk*, seja a partir da novidade, representada pela formação, consolidação, expansão e concentração de capital financeiro, por parte dessas bancas¹⁰⁸, processos que certamente se retroalimentam.

Conforme os gêneros *pop* periféricos se fortalecem mercadologicamente no país, e ampliam sua autonomia enquanto fenômeno estético-musical alcançando novos públicos e diferentes patamares de prestígio, inclusive articulando conciliações com estéticas “legitimamente integradas” ao panteão artístico nacional-popular, tensões e problematizações emergem em relações às narrativas marcadas pelo paradigma da eficácia desses gêneros, sobretudo o *rap*, enquanto fenômeno de classe e raça. (TEPERMAN, 2015).

Na medida em que os perfis dos canais de expressão estilizada, sofrem transformações a partir da concorrência de novos elementos; disputas em torno das retenções e vicissitudes, constitutivas dos repertórios mnemônicos e sistemas de práticas de diferentes

¹⁰⁷As declarações do MC em torno do ocorrido podem ser acessadas no link: <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/05/mc-guime-fala-apos-detencao-por-porte-de-drogas-as-sumo-o-que-faco.html>.

¹⁰⁸No mundo da produção *pop* periférica, sobretudo nos mercados ligados ao *rap*, a expressão “banca” se refere às produtoras e/ou coletivos artísticos organizados a partir de afinidades estéticas, comerciais, ideológicas.

gerações em contato, encontram amplo terreno de desenvolvimento (FARIAS, 2015). Os mercados *pop* periféricos não estão imunes a essas dinâmicas.

De acordo com Gilroy, à medida que a cultura de massas adquire novas bases tecnológicas e a música negra torna-se um fenômeno efetivamente global, a problemática das origens culturais e da autenticidade ganha vulto, revelando maiores proporções ao passo que, determinadas expressões populares são identificadas enquanto autênticas e outras, são desconsideradas e taxadas como “[...] inautênticas e, por isto, carentes de valor cultural ou estético, precisamente por causa de sua distância (suposta ou real) de um ponto de origem prontamente identificável”. (GILROY, 2001, p. 199-200).

A identificação racial, a musicalidade eletrônica e a base cultural de matriz atlântica negra e internacional-popular das estéticas *funk* e *rap*, por exemplo, criaram grandes problemas para os artistas dos gêneros no país, tendo suas produções e competências artísticas questionadas, seja nas falas cotidianas de determinados setores populacionais do Brasil, seja a partir das instâncias nacionais de qualificação, distribuição e consagração de bens culturais.

Nesse contexto de duros embates e de históricos barramentos, às possibilidades de êxito comercial de enormes contingentes de artistas periféricos no Brasil, ficam evidentes algumas condições a partir das quais, ortodoxias e essencialismos ético-estéticos encontram amplas possibilidades de frutificação.

Para o autor, as culturas do Atlântico Negro, embaraçam qualquer entendimento simplista, de base essencialista ou antiessencialista, em torno das relações entre identidade racial e autenticidade cultural popular, graças a seu caráter abertamente híbrido. (GILROY, 2001, p. 204).

Marcando notável presença nas estratégias contemporâneas de marketing de massa de diversas estéticas populares negras, os discursos em torno da autenticidade “[...] aumenta o apelo de mercadorias culturais selecionadas e tem se tornado um elemento importante no mecanismo do modo de racialização necessário para tornar as músicas não-europeias e não americanas, artigos aceitáveis em um mercado *pop* expandido”. (GILROY, 2001, p. 204).

Embora o discurso do autêntico represente um ativo mercadológico frequentemente acionado pelas instâncias tradicionais de produção musical e vídeo musical, essa autenticidade precisa, com frequência, passar por intensos processos de docilização, em sua articulação a essas instâncias. Esse autêntico passa, em geral, por diversos filtros de maneira

que, questões como a expressão de narrativas da ilicitude e explicitude e, em diversos casos, as próprias narrativas em torno de trajetórias artísticas, sejam remodeladas de modo que se tornem passíveis de encaixe em meios de comunicação dominados por grandes grupos de produção e divulgação de entretenimento, como rádios e emissoras de TV.

No que tange às instâncias de produção e divulgação *pop* periféricas, dinâmicas opostas podem se processar, na medida em que, processos de docilização podem ser enxergados como esvaziamento de autenticidades artísticas, o artista pode ser “tirado”¹⁰⁹ de traidor, vendido, rompendo fluxos de comunicabilidade em relação a seus fãs.

Norbert Elias (1995) aponta que, em determinadas esferas da arte, inclusa a música popular no século XX, assiste-se à constituição da dominância de um padrão social no qual “[...] o artista individual tem muito mais espaço para a experimentação e a improvisação autorregulada, individual”. (ELIAS, 1995, p. 50). O produtor de arte passa a ganhar cada vez mais espaço para expressar sua compreensão, gostos e sentimentos “[...] que se tornaram altamente individualizados”. (ELIAS, 1995, p. 50). De maneira paralela a essas redefinições, o papel dos consumidores de arte passa a sofrer profundas transformações, na medida em que “[...] as sociedades mais diferenciadas, relativamente desenvolvidas, cultivaram alta tolerância quanto aos modos sumamente individualizados de ampliar ainda mais o padrão existente de arte”. (ELIAS, 1995, p. 52). A novidade artística passa assim, a ser absorvida com maior facilidade.

De fato, se compararmos a outros momentos históricos, assiste-se a uma ampliação das possibilidades de consumo e expressão artística que pode ser observada, por exemplo, a partir do volume crescente e ininterrupto de produções musicais dos mais diversos estilos em escala global, todavia, essa ampliação dos limites expressivos e de consumo, não pode ser tomada, enquanto um processo de absoluta “ingerência” sociocultural em relação a esses produtos. O que se pode afirmar é que, na esteira desse processo de ampliação da autonomia artística, emergem novas instâncias e mecanismos de controle de trajetórias e produções artísticas, engendradas a partir dos específicos processos de tessituras das tramas de interdependências humanas e sociofuncionais, nas quais estas expressões estão implicadas.

Ao pensarmos a atual dinamicidade dos mercados de produção artística, marcados por um volume crescente dos recursos e possibilidades de expressão podemos compreender,

¹⁰⁹ Nesse contexto de uso a expressão pode ser lida enquanto “visto como, tido como”. Exemplo: “Fulano foi tirado de otário”. Mas também pode significar a exclusão de um contexto, fazer papel vexatório, não compreender algum uso de linguagem numa situação, entre outras possibilidades contextuais.

partindo da modelação eliasiana, o alinhamento da arte comercial popular contemporânea ao desenvolvimento de disposições compartilhadas, tanto por aqueles que produzem quanto pelos que consomem estes bens, em absorver volumes cada vez maiores de experimentações e “[...] ousadas artísticas [...]” (ELIAS, 1995, p. 52), embora este processo não se realize distante de conflitualidades e da emergência de funções e instâncias responsáveis por transcrever, ou filtrar, a experiência artística, no sentido de intermediar a transição para formas menos familiares de consumir arte, tendo em vista também, que apenas uma pequena parte dos inovadores conseguem sobreviver ao teste do tempo e não cair no completo esquecimento. (ELIAS, 1995).

Quando o autor se refere às sociedades cada vez mais diferenciadas e relativamente desenvolvidas, devemos partir do delineamento socio-históricos das específicas e desiguais condições de posicionamento das populações, majoritariamente negras e moradoras de periferias, envolvidas na produção e consumo de música *pop* periférica nesses contextos amplos de transformação das balanças de poder nos mercados da arte no século XXI.

Os saberes e fazeres musicais a partir dos quais as diferentes formas de expressão *pop* se constituem nas periferias urbanas das regiões metropolitanas do país, questionam de maneira profunda os paradigmas do dom e do formalismo etéreo envolvidos em compreensões arcaicas do fazer musical, pois suas bases culturais permitem “[...] o desenvolvimento de uma musicalidade sofisticada que não depende de qualquer tipo de estudo formal, mas, sobretudo, por bater o pé na ideia de que a música está no mundo para transformá-lo, e não apenas para servir de trilha sonora [...]” (TEPERMAN, 2015, p. 7), particularidade marcante da música *rap* no contexto nacional, detalhadamente discutida por Ricardo Teperman.

Construído em contextos de grande exclusão socioespacial, o *rap* traz a marca profunda das tensões raciais e sociais, a partir das quais encontra condições de emergir, fazendo dessas tensões e marcas sua bandeira, o que não impediu sua vigorosa disseminação por todo o mundo. Os artistas e fãs de *rap* têm, até nossos dias, de conviver com estigmatizações, acusações de que suas produções “[...] não são música [...]” e inclusive processos judiciais sob a alegação de que suas letras, incitam a violência e a criminalidade, (TEPERMAN, 2015, p. 7), dinâmica que também pode ser observada na música *funk* e em diversos outros gêneros *pop* periféricos.

No plano nacional, onde os trajetos socio-históricos de diversas culturas populares no século XX, se articulam de maneira inextricável às dinâmicas modernizantes de urbanização, industrialização e pela consolidação de indústrias culturais e mercados de bens simbólicos, como instâncias dominantes nos processos de produção e distribuição desses conteúdos, (ORTIZ, 1994) indústrias culturais “tradicionais”, que foram capazes de mobilizar diferentes estratégias de aproximação dos públicos e estéticas ligadas aos universos culturais *pop* periféricos, que marcados, em geral, pela atualização de um repertório mnemônico internacional-popular, no contexto nacional (ORTIZ, 2006), foram classificados por instâncias diversas e hierarquicamente posicionados de diferentes maneiras ao longo das últimas décadas.

Os conteúdos *pop* periféricos, consumidos e distribuídos de maneira independente (VIANNA, 1988, 1990) por populações majoritariamente negras, pobres e moradoras de periferia, quase sempre foram acompanhados por processos de deslegitimação artística e “gestão simbólica”, por parte de amplos setores da crítica, intelectualidade e produção cultural, em torno de sua liberdade artística no contexto brasileiro.

Tais processos de deslegitimação, acompanhados do atendimento por parte dos mercados *pop* periféricos de demandas (emergidas sob específicas condições objetivas de existência) que os mercados de estéticas lícito-implícitas não podem atender, foram capazes de potencializar diferenças, fermentando a capacidade de reafirmação simultaneamente estética e política do traço indócil de parte das expressões periféricas. O orgulho, a honra e a indocilidade, valores característicos de um *ethos* guerreiro (ZALUAR, 2006), consolidado nas lutas diárias de uma população marginalizada, vão inundar os conteúdos e atitudes do público e produtores dessas obras, gerando regras e lógicas próprias a cada um desses mercados musicais *pop* periféricos espalhados por todo o país.

O sentimento romântico em torno da ideia de autenticidade não marcará apenas as práticas e repertórios simbólicos daqueles responsáveis por filtrar, transcrever e apresentar a cultura considerada legítima num contexto de modernização – no caso brasileiro, ganham especial legitimidade as produções alinhadas aos patrimônios nacionais-populares tradicionalizados – mas constituirá, a partir de distintos mecanismos e trajetos socio-históricos, profunda estrutura de subjetivação dos artistas populares periféricos e respectivos consumidores dessas estéticas, mesmo que esta percepção do autêntico não necessite remeter-se a um momento idealizado e não maculado pelos imperativos da necessidade

mundana, mas remodelada, sobretudo, a partir da demanda constante pela coerência ou correspondência entre a expressividade e as vivências, tornando fundamental a compreensão da eticidade romântica como indissociável dos processos de desenvolvimento de uma sociedade pautada pelos valores do consumo. (CAMPBELL, 2001).

Conforme ascendem novos equilíbrios de força em escala planetária, as texturas da contemporaneidade são capazes de sinalizar processos de declínio de antigas hegemonias, sobretudo, em relação à prerrogativa das tradições nacionais em se posicionarem como arranjos dominantes na oferta de sentidos, horizontes de interpretação e reconhecimento majoritário. (FARIAS, 2015, p. 80). Diante desses novos arranjos, os diversos gêneros da cultura popular se fazem heurísticos, na dimensão em que por meio deles “[...] ganha evidência a interpenetração entre os móveis étnico-históricos e os tantos trânsitos referidos as grades classificatórias e narrativas pós-nacionais e pós-coloniais ou da globalização/mundialização”. (FARIAS, 2015, p. 80).

Por não remeterem diretamente ao panteão de estéticas populares legitimáveis pelas instâncias de classificação e consagração formadas nos processos de modernização cultural, que, como já destacado, devem operar, em larga medida, sob a tutela do patrimônio nacional-popular no caso brasileiro, as estéticas desenvolvidas nas periferias urbanas do país ainda enfrentam processos de desqualificação de suas produções, sendo frequentemente apontadas como não portadoras de qualidades propriamente artísticas e, até mesmo, sendo criminalizadas, caso recente da tentativa mista de surrealismo e autoritarismo de projeto de lei que visava tornar o *funk* uma prática criminosa no Brasil.¹¹⁰

A composição “Vida de Malandro”, do grupo Tribo da Periferia, é capaz de expressar de maneira contundente a particularidade dos posicionamentos expressivos constituídos a partir dos distintos arranjos sociais conformadores de mercados *pop* nas periferias brasileiras, no caso, as da região metropolitana de Brasília:

Sim, concordo realmente eu não presto
Não sirvo pra mídia nem pra cantar protesto

¹¹⁰ Através do portal e-cidadania do Senado Federal, que permite à população sugerir propostas legislativas, a “sugestão” foi apresentado por um morador de São Paulo e obteve apoio de mais de 20 mil pessoas alcançando a possibilidade de ser debatido pela Comissão de Direitos Humanos da casa. A proposta foi devidamente rechaçada pela comissão e não seguiu adiante, no link a seguir, podemos ter acesso ao texto preconceituoso e repleto de violência simbólica da “proposta”. <https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaoideia?id=65513>.

Tudo o que eles querem vou fazer sempre o inverso
Vida de malandro sou mais um réu confesso

Duckjay afirma uma posição *sui generis* e vigorosamente realista nesse sistema de relações, posição que parece corresponder ao de muitas outras trajetórias artísticas pelo Brasil: “não servir pra mídia”, ou seja, não se encaixar em formatos musicais docilizados, nem “cantar protesto”, característica socio-histórica estruturante dos processos de formação do *ethos* relativo à produção e consumo de estéticas atlânticas negras, sobretudo o *rap*, nos contextos periféricos da capital federal e demais estados onde essas manifestações se consolidaram.

Para usar uma metáfora bastante adequada, o artista encontrou meios de expressão capazes de “cobrir um santo sem descobrir o outro”, não precisou passar por um completo processo de adequação de suas produções aos padrões lícito-implícitos dos mercados midiáticos tradicionais, nem apostar na retórica *oldschool* das formas tradicionais de fazer *gangsta rap* consagradas nas décadas de 1990 e 2000 nas periferias do Distrito Federal, que já não são capazes de produzir os mesmos níveis de identificação que a nova escola do *pop rap* candango tem sido capaz de realizar, sobretudo, a partir de trajetórias como as do próprio Tribo e de Gustavo Hungria, talvez o artista da região metropolitana de Brasília de maior sucesso nacional no atual momento.

Em outra composição de extremo sucesso, talvez um verdadeiro manifesto estético, representativo de sua aguda compreensão dos processos de transformação nos contextos de consumo das produções musicais nas periferias de Brasília e no próprio país, “Marciano”, espécie de personagem que por vezes soa como um álter ego de Duckjay, outras como um sujeito genérico, costuma ser uma das canções mais aclamadas do grupo. Nas quatro oportunidades em que pude observar suas apresentações ao vivo, em todas elas, “Marciano” foi cantada em uníssono por centenas e até milhares de pessoas em contextos festivos muito distintos entre si. Vejamos alguns trechos importantes para nossa análise:

Marciano não quer mais tomar cerveja
Só whisky e energético na night
Marciano não quer treta na quebrada
Cola só com as gostosas só dona fight
Marciano não quer mais usar os revólver
Nem guerrilha por causa da cocaína
Marciano não quer mais saber de nada
Só que no dia do frevo tá de cima

Então chupa se quiser
Fica aí com a culpa por que a guerra é pra quem quer
Não to (sic) pra disputa vim pra buscar o que é meu
Enquanto você chupa pode crer que eu to (sic) no role (sic)
E o movimento ta (sic) bom
Quero crescer e ganhar dinheiro
Quero viver como vivem os reis
Colar com os loucos (sic) do bairro inteiro
Quero os frevos (sic) e amor também¹¹¹
[...]
Sem corte, traz uma hidro pros moleque bom
Hahaha, um Johnny Walker que é pra ficar Sampa
Não tem quem quebra a firma, que começou do chão
É por isso que os playboy tá aqui na nossa mão.

Na composição, o autor afasta a ideia de culpa, dirigindo indiretamente suas críticas às velhas concepções do fazer *hip hop* no contexto candango e afirmando seu compromisso com a prosperidade e o êxito comercial de suas canções, sem abrir mão de “estar no rolê” e “colar com os loucos”, ou seja, o público que o consagrou a partir de profundas identificações em relação à sua musicalidade e comportamento. A firma, ou seja, o empreendimento musical e empresarial que começou do chão, segundo o autor, não pode ser quebrada, sendo exatamente essa origem, fornecedora da legitimidade, autenticidade e força que permite não apenas contar com o público das periferias, mas também “ter os playboys nas mãos”, evidenciando processos de ampliação das condições de distanciamento emocional, no sentido de avanço das compreensões realísticas em torno das disputas simbólico-econômicas nos mercados de produção de entretenimento.

¹¹¹ Estas e outras produções do grupo podem ser acessadas na página <https://www.youtube.com/user/oficialtribo>.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao se observar os números da ferramenta YouTube Charts, que permite ver *rankings* e estatística relativas às músicas e artistas de maior sucesso na plataforma, o volume de artistas *pop* periféricos posicionados entre os mais assistidos do Brasil é impactante.

Entre os 10 clipes mais vistos na segunda semana de maio de 2018, cinco foram divulgados pelo canal KondZilla. Na primeira posição, MC Kekel e MC Rita - Amor de Verdade (KondZilla); na segunda, MC MM feat DJ RD - Só Quer Vrau (KondZilla); na sétima posição MC WM - Fuleragem (KondZilla); na oitava posição Kevinho - PaPum (KondZilla); e na nona posição MC Dede e Kevinho - Pega a Receita (KondZilla) .

Na listagem dos 100 artistas mais populares na plataforma no Brasil, a presença de artistas *pop* periféricos de diferentes partes do país, representantes de diferentes gêneros musicais, é imensa. Se pensarmos a partir de formas distintas de periferização, até mesmo gêneros comercialmente hegemônicos nas últimas décadas, como o sertanejo do centro-sul e alguns artistas do forró eletrônico, ainda ocupam certas periferias simbólicas em relação a determinados públicos e determinados critérios canônicos de julgamento cultural no país, mas para efeitos de compreensão do destaque e do espaço alcançado por posicionamentos *pop* periféricos de emergência recente, vamos destacar “artistas *pop* periféricos orgânicos”, ou seja, aqueles cujas bases iniciais de fãs se situam primordialmente entre as populações jovens das periferias urbanas e que representam estéticas perifericamente posicionadas, do ponto de vista simbólico, produzidas e distribuídas de maneira principal a partir de veículos, redes e instâncias distintas dos grandes grupos tradicionais do mercado musical.

Vejamos a lista de artistas selecionados, com a posição geral no *ranking* e o estado de origem:

4º MC Kevinho (SP);

6ª Anitta (RJ);

7º MC Kekel (SP);

9º MC MM (SP);

11º MC WM (SP);

13º Mc Rita (SP);

14º MC Loma e as Gêmeas Lacração (PE);

18º MC Livinho (SP);

19° Aldair Playboy (PB);
22° Mc Dede (SP);
24° Hungria Hip-Hop (DF);
26° Projota (SP);
28° MC Don Juan (SP);
30° MC Davi (SP);
31^a Dani Russo (SP);
32° 1Kilo (RJ);
44° MC Lan (SP);
46° Mc Neguinho do ITR (SP);
49° MC Pedrinho (SP);
52 Diomedes Chinaski (PE);
54 Delacruz (RJ);
56 Gaab (SP);
57 Racionais MC's (SP);
59 Ludmilla (RJ);
64 Tribo da Periferia (DF);
65 Neguinho do Kaxeta & MC Davi (SP);
66 Jojo Maronttinni (RJ);
71 Jerry Smith (SP);
72 MC Menor MR (SP);
75 Mc IG (SP);
80 Mc Nando Dk (SP);
86 MC Zaac (SP);
94 MC Kitinho (SP);
96 MC Hariel (SP);
99 MC W1 (SP);
100° Nego do Borel (RJ).

Ao primeiro olhar é possível observar uma grande predominância masculina, dos 36 artistas, apenas 6 mulheres, entre as quais, a maior parte dispõe de contratos com grandes gravadoras e apesar de representarem, inclusive internacionalmente, o *mainstream* pop nacional, caso de Anitta, devem ser incluídas na lista ao levarmos em consideração, suas

origens sociais e os processos gerais de periferização das trajetórias artísticas das mulheres, além de, como detalhado no capítulo seis deste trabalho, o *pop* periférico feminino carregar particularidades na construção de relações com determinadas instâncias *mainstream* do mercado musical.

A participação de artistas que posicionam suas carreiras a partir de São Paulo também chama atenção. No total são 22 artistas, que construíram suas carreiras primordialmente a partir das redes periféricas de produção cultural de São Paulo, seguidos de 6 artistas e coletivos do Rio de Janeiro, 2 do Distrito Federal, 2 do Estado de Pernambuco e 1 artista da Paraíba.

A dominância dos conteúdos do centro sul também é flagrante. Se olharmos para o estado de São Paulo - as produtoras e distribuidoras pioneiras na divulgação digital de gêneros *pop* periféricos se situam no estado - identifica-se, além da presença de um gigantesco público potencial em nível local, o fato de que, no curso da última década, produtoras organicamente periféricas, tais como KondZilla e GR6, construíram um valioso *know-how* e ocuparam espaços privilegiados em relação àqueles grupos que chegaram “depois” nesse verdadeiro “garimpo” musical digitalizado. Nesse sentido, esses grupos constituem hoje o verdadeiro *mainstream*-periférico nacional.

Os artistas do Rio de Janeiro, embora representem gêneros *pop* periféricos e tenham origem social em contextos de periferia, possuem, em sua maioria, contratos com grandes gravadoras, o que pode ser compreendido, entre outros fatores, pelo fato de que os principais grupos de entretenimento nacional se situam no estado e basicamente todas as *majors* do mercado musical global tem escritórios sediados no Rio de Janeiro.

Brasília, além de dispor de uma tradição no mundo *rap* e ser representada por artistas pioneiros na divulgação audiovisual pela internet e no recurso a temáticas e *beats* pouco ortodoxos no meio *rap* candango e nacional, ocupa posição de destaque intimamente relacionada a esse pioneirismo nas temáticas e estéticas musicais e na estratégia de distribuição, consolidada, a princípio, no mercado regional. Dinâmica que favoreceu o posicionamento de artistas, como Tribo e Hungria no “boom” do consumo musical a partir das plataformas digitais.

Entre os artistas nordestinos Aldair Playboy representa um verdadeiro fenômeno de popularidade no cenário do bregafunk (ou arrocha *funk* - nome mais usado no RJ e SP -, ou bregadeira, arrochadeira, dependendo do contexto local). A partir de um ritmo eletrônico

distinto dos comumente encontrados no cenário *funk* de São Paulo e Rio de Janeiro, o jovem artista paraibano expande seu sucesso, especialmente entre as populações jovens, por quase todos os estados das Regiões Norte e Nordeste e nas periferias urbanas de todo o país. Mc Loma e as Gêmeas Lacreção, do estado de Pernambuco e também representantes do gênero bregafunk, conquistaram o *hit* do carnaval de 2018 e a partir do contrato com a produtora paulista Start Music tem produzido novos clipes e músicas de grande êxito nos últimos meses. Também de Pernambuco, Diomedes Chinaski, virtuoso representante da cena *underground* do *rap* de Recife tem se posicionado entre os *rappers* de maior destaque no cenário nacional contemporâneo.

Os processos atravessados pelo gênero bregafunk merecem destaque. Assim como algumas estruturas rítmicas eletrônicas já conheceram profundas hegemonias nos mercados do entretenimento *pop* periférico nacional, como a icônica batida *volt-mix* presente em 10 entre 10 *funks* clássicos dos anos 1990, como nos hits “Rap da Felicidade”, “Rap do Solitário”, “Rap do Silva”, entre outros sucessos, perdeu espaço na década de 2000 para o estrondoso sucesso do *beat* carioca “tamborzão”, marcante por sua profunda afro-brasilidade, configurando um genuíno estilo *pop* eletrônico nacional (SÁ, 2007), nos anos 2010 a hegemonia eletrônica *pop* periférica se situa, do início da década até o momento atual, nos “*minimal beats*” paulistas, marcados por sofisticados “pontinhos agudos”, responsáveis por delinear a estrutura rítmica, acompanhados de graves estrondosos, combinação absolutamente ideal para explorar e colocar em evidência todo o espectro sonoro dos equipamentos de sonorização automotiva, paredões de som e outras estruturas de som para eventos, agradando os desejos de ostentar a qualidade e a potência de equipamentos, sobretudo dos fãs de sons graves, por todo o país.

Embora algumas estéticas tenham conhecido específicos períodos de auge, nenhuma dessas batidas eletrônicas simplesmente desapareceu do cenário *pop* periférico, convivendo, embora sob outras condições de posicionamento, com as batidas e gêneros de hegemonia contemporânea. Nesse sentido, cabe permanecermos atentos aos desdobramentos culturais e à ampliação nacional da popularidade do gênero bregafunk.

Numa série de matérias simplesmente espetaculares, a publicação de cultura *pop*-alternativa “Vice Brasil”¹¹², investigou a fundo a gênese e expansão do ritmo que conta com

¹¹² Matérias Vice. https://www.vice.com/pt_br/article/a3awb5/historia-bregafunk-parte-3.

artistas de grande destaque vindos de diversos estados, sobretudo da região Nordeste, mas que possui vínculos profundos com o estado de Pernambuco.

Na terceira parte da série de reportagens, intitulada “O bregafunk agora quer dominar Brasil” o jornalista GG Albuquerque, indica que alguns dos maiores grupos econômicos do mundo *pop* periférico nacional, majoritariamente situados em São Paulo, ao contrário de estabelecerem blindagens e reservas de mercado em relação ao mundo bregafunk, tem construído pontes e riquíssimos trânsitos culturais interperiféricos, ou seja, produtoras e distribuidoras com o “DNA” periférico, conquistaram a possibilidade de investir em iniciativas culturais *pop* periféricas de outras partes do país:

Desde 2011, músicas dos MCs pernambucanos emplacam no repertório de bandas de forró, mas é nos últimos três anos que eles vêm estabelecendo pontes importantes com o funk paulista. Um evento de destaque foi o Baile do Poderoso, realizado pela produtora GR6 em 2017, e reuniu os principais nomes do bregafunk e estrelas como MC Livinho, Neguinho do Caxeta, MC G15 e MC Davi numa só festa, no Clube Português. Também naquele ano, os MCs Troia e Tocha deram as caras em clipes da Kondzilla. [...] Foi Dadá Boladão que viu o potencial do bregafunk no eixo Rio-São Paulo e passou a buscar mais efetivamente esse público no Sudeste. (ALBUQUERQUE, 2018).

Foi também em 2017, que o pernambucano Dadá Boladão se tornou o primeiro artista de bregafunk a fechar contrato com uma *major*, a Sony Music.

Com o suporte da Sony, Dadá soltou em 2017 o CD promocional *Explodindo o Grave*, que reuniu o fino do seu repertório (a versão original de “Revoltada”; “Vai no Chão”, com o paraibano Aldair Playboy; “Coisa de Novela”; “Joga Sujo”) mais algumas músicas novas. Entre as inéditas estava “De Ladin”, faixa produzida pelo DJ paulistano Lucas Moura que une toques de arrocha com o famoso pontinho agudo do funk paulista e as cornetas característica do brega. Foi a conexão sonora perfeita entre São Paulo e Recife e tornou-se o cartão de visitas do MC. (ALBUQUERQUE, 2018).

Os grandes grupos do entretenimento musical global parecem estar muito atentos aos gostos dos jovens públicos brasileiros, diante da voracidade com que oferecem e fecham contratos com artistas *pop* periféricos de sucesso por todo o país.

Se pensarmos que dos 100 artistas mais executados no país na maior plataforma de vídeos do mundo, 36 estão diretamente implicados em redes periféricas e interperiféricas de produção e distribuição de conteúdo e que, a maior parte do público é formada por jovens *trendsetters*, que indicarão a partir de seu consumo cultural as tendências do mundo da música *pop* nas próximas décadas, não precisamos de grandes esforços para perceber a

presença de espaços basicamente ilimitados para que novas e avassaladoras avalanches de criatividade musical periférica se desenvolvam. Nesse sentido, cabe retomar a provocação de Hermano Vianna (2006) em seu manifesto midiático, “Central da Periferia”, uma vez que, ao menos no plano do entretenimento musical, o “centro”, de fato, pode vir a se tornar “a periferia da periferia”, e por mais que muitos possam não gostar dessas estéticas e formas de expressão, definitivamente, já não é possível ignorá-las.

REFERÊNCIAS

55TV. Mc Loma realiza sonho e canta "Envolvimento" com Anitta. Youtube. Publicado em: 4 de fevereiro de 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Fxg6kHfvWmQ>
Último acesso: 30/04/2018.

ABRAMOVAY, M.; CUNHA, A. L.; CALAF, P. P.; CARVALHO, L. F. de; CASTRO, M. G.; FEFFERMANN, M.; NEIVA, R. R.; MACIEL, M. Gangues, gênero e juventude: donas de rocha e sujeitos cabulosos. Kaco editora, Brasília, 2010, 314 p.

ABRAMOVAY, M.; WAISELFIZ, J.; ANDRADE, C.; RUA, M. G. Gangues, galeras, chegados e rappers: juventude, violência e cidadania nas cidades da periferia de Brasília. Rio de Janeiro: Garamond, 1999.

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. Dialética do esclarecimento – Fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 1985.

ALBUQUERQUE, GG. O bregafunk agora quer dominar o Brasil. Publicado em 15 de maio de 2018. Disponível em: https://www.vice.com/pt_br/article/a3awb5/historia-bregafunk-parte-3. Último acesso: 21/05/2018.

ALVES, A. P. Os meios de comunicação brasileiros e o surgimento da black music. Revista Urutaguá, Universidade Estadual de Maringá, n. 22, p. 31-43, set./dez. 2010.

ALVES, D. Como MC Pedrinho e Mc Livinho Entraram para Gr6 ? Entrevista - Rodrigo GR6. Youtube. Publicado em 19 de dez de 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jLMhBf01Qe4>. Último acesso: 30/04/2018.

ALVES, Deiveson. Novo contratado da Kondzilla – Mano DJ. Youtube, 22 de jun. de 2017. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=dpV5JTmBqoQ>. Último acesso: 30/04/2018.

AMÓRA, A. L. A. C. Criação na conturbação: reflexões sobre o tropicalismo. In: II encontro nacional de professores de letras e artes “signos em rotação: a literatura e outros sistemas de significação”. 2004

AMORIM, L. S. Cenas de uma revolta urbana: movimento hip hop na periferia de Brasília. Dissertação (Mestrado). Departamento de Antropologia. Universidade de Brasília. Brasília, 1997.

ANDRADE, C. C. Entre gangues e galeras: juventude, violência e sociabilidade na periferia do Distrito Federal. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Departamento de Antropologia. Universidade de Brasília. Brasília, 2007.

ANITTA, Sim ou não – Anitta feat. Maluma. Youtube. Publicado em 27 de jul. de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7Yrghfw1eNo>. Último acesso: 30/04/2018.

ARAÚJO, P C. Eu não sou cachorro, não: música popular cafona e ditadura militar. Editora Record, 2002.

ARAÚJO, Paulo Cesar de. Eu não sou cachorro, não: música popular cafona e ditadura militar. Rio de Janeiro: Record, 2005.

ARCE, J.M.V. Vida de Barro Duro. Cultura popular juvenil e grafite. Rio de Janeiro, UFRJ, 1999.

BARBERO, J. M. Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1997.

BARROS, Lydia. Tecnobrega, entre o apagamento e o culto. Revista Contemporânea – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, n.º 12, 2009. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/ojs/index.php/contemporanea/article/view/351/308>.

BAUMAN, Z. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. Vidas para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENOSKI, Albino Diogo. Violência e Mobilidade Social nos Filmes de Gângster. Tese (Doutorado) apresentada ao curso de Pós-graduação em História da Universidade Federal de

Santa Catarina, 2009. Apud OLIVEIRA, Eliane Cristina Brito de. Do gangsta às minas: o rap do Distrito Federal e as masculinidades negras (1990 a 2015). 2017. 126 f., il. Dissertação (Mestrado em História) —Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

BERTONCELLO, Silvio Tadeu; CRESCITELLI, Edson. Comportamento do jovem consumidor mediante as diversas alternativas de mídia. **Revista Brasileira de Pesquisa de Marketing, Opinião e Mídia**, n. 3, p. 08-19, 2009. Disponível em: http://www.revistapmkt.com.br/Portals/9/Edicoes/Revista_PMKT_003_01.pdf. Último acesso: 21/05/2018.

BEZERRA, A. A. Movimento armorial x tropicalismo: dilemas brasileiros sobre a questão nacional na cultura contemporânea. In: V ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Faculdade de Comunicação/UFBA, Bahia, 27 a 29 de maio de 2009.

BIONDI, Karina, Junto e misturado: uma etnografia do PCC. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2010, 245pp.

BOURDIEU, P. Esboço de uma teoria da prática. In: ORTIZ, R. (Org.). Pierre Bourdieu: sociologia. São Paulo: Ática, 1983 p.46-81.

BOURDIEU, P. O senso prático. Petrópolis-RJ: Ed. Vozes, 2009.

BOURDIEU, P. Razões práticas: sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1996.

BOURDIEU, Pierre Las estructuras sociales de la economía. Barcelona, Anagrama, 2000.

BOURDIEU, Pierre. A distinção – crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2008.

BRAIDOTTI, Rosi. Diferença, diversidade e subjetividade nômade. Labrys, estudos feministas, v. 1, n. 2, p. 1-16, 2002.

BRASIL, Ministério do Turismo. Brasil ocupa segundo lugar no mercado de eventos musicais. Portal Brasil. Publicado em 10 de setembro de 2014. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/09/brasil-ocupa-segundo-lugar-no-mercado-de-eventos-musicais>. Último acesso: 30/04/2018.

CAFFÉ, M. Análise de alguns procedimentos da psicanálise e do direuto, em M. GUIRADO M.; LERNER R. (Orgs.) Psicologia, Pesquisa e Clínica, Annablume, 2007, p.151-171

CAMPBELL, C. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 2001.

CAMPELLO T. (Coord.) Faces da Desigualdade no Brasil Um olhar sobre os que ficam para trás. FLACSO, Brasil, 2017 Disponível em: http://209.177.156.169/libros/Faces_da_desigualdade_no_brasil.pdf. Último acesso: 30/04/2018.

CANAL KondZilla, MC G15 - Deu Onda (KondZilla). Youtube. Publicado em 21 de dez de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1YxcW8jtFw0>. Último acesso: 30/04/2018.

CANAL KondZilla, MC Kevinho - Olha a explosão! (KondZilla). Publicado em 26 de dez de 2016. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=3yd_eoMOvqk. Último acesso: 21/05/2018.

CANAL KONDZILLA, MC Loma e as Gêmeas Lacreção - Envolvimento (KondZilla). Youtube. Publicado em: 9 de fevereiro de 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=lgJOJAmXIBw>. Último acesso: 30/04/2018.

CANCLINI, Nestor García. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CARRIL, L. Quilombo, Favela e Periferia. A longa busca da cidadania. São Paulo. Annablume, Fapesp. 2006.

CARVALHO, A. C. Tropicalismo: a televisão como veículo de crítica à sociedade de consumo. Pernambuco: Revista Eletrônica, Cadernos Nabuco. Volume I – número I – julho de 2010. p.55-65.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

CAVALCANTI, A. Seria “Bum Bum Tam Tam” o maior funk da história? Publicado em: 13 de novembro de 2017. Disponível em: https://www.vice.com/pt_br/article/ne3k8m/bum-bum-tam-tam-youtube-mc-fioti. Último acesso: 30/04/2018.

CAVALCANTI, M. L. V. C. Cultura popular e sensibilidade romântica: as danças dramáticas de Mario de Andrade. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 19, n. 54, 2004.

CINTRA, A. O que é trafego orgânico? Publicado em 17 de agosto de 2017. Disponível em: <http://www.postdigital.cc/blog/artigo/o-que-e-trafego-organico>. Último acesso: 30/04/2018.

COELHO, C.N.P. Tropicália: cultura e política nos anos 80. Tempo Social; Rev. Sociol. USP, São Paulo, 1(2): 159- 176, 2. sem. 1989.

COSTA, P. A. Eisenstein, Trocalismo e cacaso: Alguma coisa em comum? Revista online Baleia na Rede do Grupo Pesquisa em Cinema e Literatura. Vol. 1, n.º 6, Ano VI, dez. /2009 - p. 348-359.

CRUZ, F.B. MC Guimê, do funk ao pop: "Artista tem que se adaptar ao que está rolando" UOL, São Paulo, publicado em 10 de novembro de 2016. Disponível em: <https://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2016/11/10/em-novo-disco-mc-guime-da-guinada-ao-pop-e-avisa-nunca-tive-barreiras.htm>. Último acesso: 30/04/2018.

CUNHA, S. E.; SOARES, T.; OLIVEIRA, L. X. Performatividade de gênero na cultura midiática: dinâmicas de visibilidade nas trajetórias de MC Xuxu e Titica. INTERIN, v. 21, n. 2, p. 82-99, 2017.

D’ANDREA, T. P. A formação dos sujeitos periféricos: Cultura e política na periferia de São Paulo – Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade de São Paulo: USP, 2013.

D2D Dantas, MC BOY DO CHARME AONDE EU CHEGO PARO TUDO [[OFFICIAL VIDEO]] Youtube. Publicado em 30 de jan. de 2012 <https://www.youtube.com/watch?v=9HB4j9t-y6s>. Último acesso: 30/04/2018.

DAVIS, Mike. Planet of slums. *New Perspectives Quarterly*, v. 23, n. 2, p. 6-11, 2006.

DEARO, G. Marketing: Geração Y é a maioria no Spotify; veja o consumo na plataforma. Publicado em: 18 de abril de 2016. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/marketing/geracao-y-e-maioria-no-spotify-veja-o-consumo-na-plataforma/>. Último acesso: 21/05/2018.

DINIZ, A. Sertanejo universitário desconhece a palavra crise e reina absoluto no mercado. Publicado em 18/02/2017. Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/sertanejo-universitario-desconhece-palavra-crise-e-reina-absoluto-no-mercado-87515/>. Último acesso: 30/04/2018.

DOMINGUES, P. Movimento Negro Brasileiro: Alguns apontamentos históricos. *Revista tempo*, Revista do departamento de história da UFF, V.23, p.100-122,2007.

DJ RAFFA. *Trajetória de um guerreiro: história do DJ Raffa*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2007.

ELIAS, N. *Envolvimento e alienação*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

ELIAS, N. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 1994.

ELIAS, N. “Para a fundamentação de uma teoria dos processos sociais” em: Frederico NEIBURG e Leopoldo WAIZBORT (Orgs.) *Escritos & ensaios*. Vol. 1: Estado, processo, opinião pública. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

ELIAS, N. *Mozart, sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.

ELIAS, N. *Introdução à sociologia*. Braga: Edições 70, 1980.

ELIAS, Norbert. *Mozart, sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L. *Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

ESSINGER, S. Batidão: uma história do funk. Rio de Janeiro: Record, 2005.

ESTADO, De São Paulo. Lembre os artias que tentaram – mas não conseguiram – fazer sucesso internacional. Disponível em: <http://emails.estadao.com.br/galerias/gente,lembre-os-artistas-que-tentaram-mas-nao-conseguiram-fazer-sucesso-internacional,32293>. Último acesso: 30/04/2018.

FABIO, Penha SPZL. GOG – É o terror. Youtube. Publicado em 29 de jun. de 2010. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oRQJ4hqOdU0>. Último acesso: 30/04/2018.

FANTÁSTICO, Bem Sertanejo. Michel Teló mostra negócio milionário que a música sertaneja movimenta. Publicado em: 19/10/2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/quadros/bem-sertanejo/noticia/2014/10/michel-telo-mostra-ne-gocio-milionario-que-musica-sertaneja-movimenta.html>. Último acesso: 30/04/2018.

FARIAS, E. (org.) Introdução. In. do livro Práticas Culturais nos Fluxos e nas Redes da Sociedade de Consumidores - Brasília (DF): Verbis, 2010.

FARIAS, Edson Silva de. A cultura popular na fisionomia da economia simbólica no Brasil. Teoria & Pesquisa, v. XVI, n. 1, jan./jun. 2007.

FARIAS, Edson Silva de. Economia e cultura no circuito das festas populares brasileiras. Sociedade e Estado, Brasília, v. 20, n. 3, p. 647-688, set./dez. 2005.

FARIAS, Edson Silva de. Humano demasiado humano: entretenimento, economia simbólica e forma cultural na configuração contemporânea do popular. Não publicado. 2011.

FARIAS, Edson e MIRA, Maria Celeste (Orgs.): Faces Contemporâneas das Culturas Populares. Jundiaí - SP: Paco, 2014.

FARIAS, Edson Silva de. Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil. Curitiba: Appris, 2011. 413p.

FARIAS, Edson Silva de. Morte e estilo entre os bate-bolas: a ambigüidade nas performances das turmas de Clovis no carnaval carioca. In Memórias e expressões culturais:

tessitura entre tempos e fazeres/ Org. GUSMÃO, M., NERY, S. – Vitória da Conquista: Edições UESB, 2015

FERNANDES, D. A cor do Samba. In. In: FARIAS, Edson e MIRA, Maria Celeste (Orgs.): Faces Contemporâneas das Culturas Populares. Jundiaí (SP): Paco, 2014.

FERNANDES, F. A integração do negro na sociedade de classes. Rio de Janeiro, Globo, 2008.

FONSI, L. Luis Fonsi - Despacito ft. Daddy Yankee. Youtube. Publicado em 12 de jan. de 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kJQP7kiw5Fk> .Último acesso: 30/04/2018.

FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael. Funk carioca: entre a condenação e a aclamação na mídia. ECO-PÓS, vol. 6, nº 2, p. 60-72, 2003.

FREIRE FILHO, João. A elite ilustrada e os “clamores anônimos da barbárie”: Gosto popular e polêmicas culturais no Brasil moderno. Tese de doutoramento em Literatura Brasileira. Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), 2001.

FREIRE FILHO, João, HERSCHMANN, M. (Orgs.). [Novos Rumos da Cultura da Mídia](#). Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, v.1. p. 309.

FRESH, Dressed. Direção: Sacha Jenkins. Produção: Netflix. 2015.

FUNK, SP. Mc G15 - Deu Onda no Faustão Completo. YouTube. Publicado em 30 de jan. de 2017. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_oWK4IG8J7A. Último acesso: 30/04/2018.

GILROY, P. O Atlântico Negro: Modernidade e dupla consciência. São Paulo-SP: Editora 34, 2001.

GOODMAN, Steve. Sonic warfare. Sound, Affect & the Ecology of Fear, Cambridge MA: 2009.

GR6 explode. MC G15 - Deu Onda (Lyric Video) Jorgin DeeJay Youtube. Publicado em 22 de nov. de 2016 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u-fSm-xGeF0>. Último acesso: 30/04/2018.

GRAMMY, 2018 Grammy Awards: Complete Winners List. Disponível em: <https://www.grammy.com/grammys/news/2018-grammy-awards-complete-winners-list> Último acesso: 30/04/2018.

GRAMMY, Awards. Recording Academy Grammy Awards. Disponível em: <https://www.grammy.com/> Último acesso: 30/04/2018

GIDDENS, A. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: BECK, U., GIDDENS, A., LASH, S. Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna. São Paulo: Editora Unesp, 1997. p. 73-134.

GUIDI, M. Os incansáveis moradores da Ceilândia: história de lutas. Brasília: Ed. Autor, 2013.

GUIMARÃES, A. S. A, Racismo e anti-racismo no Brasil. São Paulo: Ed. 34, 1999.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HERMANN, Nadja. Ética e estética: a relação quase esquecida/ Nadja Hermann. – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005. 119p. – (Coleção filosofia; 193). ISBN 85-7430-532-4.

HERSCHMANN, M. (Org.). Abalando os anos 90 – Funk e Hip-Hop. Rio de Janeiro: Rocco, 1997, v.1. p. 218.

HERSCHMANN, M., FREIRE FILHO, João. As culturas jovens como objeto de fascínio e repúdio da mídia In: Comunicação, cultura e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora PUC-RJ / Mauad X, 2006, v.1, p. 143-154.

HERSCHMANN, Micael. Espetacularização e a alta visibilidade: a politização da cultura hip hop no Brasil contemporâneo. In: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (Org.) Comunicação, cultura e consumo. A (dês) construção do espetáculo no contemporâneo. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

HIP HOP Evolution. Direção: Darby Wheeler, Scot McFadyen, San Dunn. Produção: Netflix, 2016.

HOBBSAWN, E. Era dos extremos. O breve século XX. 1914-1991. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2010.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. Censo Demográfico de 2010 [Online]. Disponível em: https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/sinopse/sinopse_tab_rm_zip.shtm. Arquivo consultado em 30 de abril de 2018.

IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – Características gerais dos domicílios e dos moradores 2017. PNAD-Contínua, DPE, 26 de abril de 2018.

IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD Contínua 2016. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=19937&t=sobre> (Último acesso: 21/05/2018).

IBGE, Taxa de crescimento do Produto Interno Bruto em volume acumulada entre dois anos - Brasil - 1947-2015, Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/economicas/contas-nacionais/9052-sistema-de-contas-nacionais-brasil.html?=&t=resultados>. Último acesso: 30/04/2018.

IZEL, A. "O momento é delas!" Reportagem publicada no jornal Correio Braziliense em 5 de maio de 2018.

JOST, François. Compreender a televisão. Porto Alegre - RS: Ed. Sulina, 2010.

KELLNER, D. 2001. A cultura da mídia. Bauru: Edusc. 454 p.

LASH, Scott, "A reflexividade e os seus duplos: estrutura, estética, comunidade", em Ulrich Beck, Anthony Giddens e S. Lash (Orgs.), Modernização Reflexiva. Política, Tradição e Estética no Mundo Moderno, São Paulo: Editora Unesp, 1997. p. 135-206.

LEÓN, P. Anitta: "Me critican más por ser joven y mujer". Madrid, 10 de Maio de 2018, Disponível em:

https://elpais.com/elpais/2018/05/07/tentaciones/1525712530_285126.html. Último acesso: 21/05/2018.

LEVY, A. 'Checkmate', o projeto milimetricamente pensado por Anitta, é uma ideia genial para esta era. Disponível em: <http://www.caferadioativo.com/2017/09/checkmate-anitta-ideia-genial/> Último acesso: 30/04/2018.

LIL'. N. Mv Bill destrói globo e cala a boca do Faustão no programa Domingão do Faustão. Publicado em 1 de set de 2009, YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4BEGSHg8TJA>. Último acesso: 30/04/2018.

MAGRO, V. M. M. Meninas do graffiti: educação, adolescência, identidade e gênero nas culturas juvenis contemporâneas. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas. 2003.

MAIA, E. P.; A economia criativa do Brasil: Modernização cultural, criação e mercado. Latitude – Revista PPG em Sociologia, Maceió, vol.6. n.2, p, 15-48, 2012.

MARSHALL, Wayne. Global Ghettech vs. Indie Rock: The Contempo Cartography of Hip. Wayne&Wax, 2007. Disponível em: <http://wayneandwax.com/?p=205>.

MARTEL, F. Mainstream - A guerra global das mídias e das culturas. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2012.

MARTEL, Frédéric. Smart: o que você não sabe sobre a internet. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

MARTINS, R. MC Loma e as Gêmeas Lacreção realizam seus sonhos. Publicado em 08/02/2018. Disponível em: <http://www.kondzilla.com/mc-loma-e-gemeas-lacrao-realizam-seus-sonhos/>. Último acesso: 30/04/2018.

MC LOMA, E as Gêmeas Lacreção. MC LOMA | ENVOLVIMENTO | CLIPE OFICIAL. YouTube. Publicado em 20 de janeiro de 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pOpyq-T4fnQ>. Último acesso: 30/04/2018.

McLEOD, K. *1/2: a critique of rock criticism in North America. *Popular Music*, 20, p. 47-60, 2001.

MIRA, Maria Celeste. Invasão de privacidade? Reflexões sobre a exposição da intimidade na mídia. *Revista Lugar Comum*, n. 5-6, 1999.

MIRA, Maria Celeste. Sociabilidade juvenil e práticas culturais tradicionais na cidade de São Paulo. *Sociedade e estado*. V.24, p.563-597, 2009.

MISKOLCI, R. A teoria Queer e a sociologia: o desafio de uma analítica da normalização. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 11, nº 21, jan./jun. 2009, p. 150-182.

MISSE, M. Sobre a construção social do crime no Brasil: esboços de uma interpretação. In: *Acusados e acusadores*. Rio de Janeiro: REVAN, 2008.

MISSE, Michel. Mercados ilegais, redes de proteção e organização local do crime no Rio de Janeiro. *Estudos Avançados*, vol. 21, n. 61, p. 139-157, 2007.

MORIN, E. *Cultura de massas no século XX – O espírito do tempo*. 2. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Ed. Forense, 1969.

MOURA, C. *O negro do bom escravo a mau cidadão?*. Rio de Janeiro: Conquista, 1977.

MOZDZENSKI, Leonardo. Quem ama o fake, legítimo lhe parece: Divas pop e a (des) construção da noção de autenticidade. *Revista ECO-Pós*, v. 19, n. 3, p. 139-160.

Música, ídolos e Poder do Vinil ao Download. André Midani. Editora: Nova Fronteira, 2008.

NAPOLITANO, M. *Seguindo a canção: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959/69)*. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2001.

NAPOLITANO, M. *A síncope das idéias. A questão da tradição na música popular brasileira*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

NAPOLITANO, M.; VILLAÇA, M. M. Tropicalismo: As Relíquias do Brasil em Debate. São Paulo: Rev. Bras. Hist. V. 18, nº35. 1998.

NAPOLITANO, Marcos. MPB: a trilha sonora da abertura política (1975/1982). Estud. av. [online]. 2010, vol.24, n.69, pp.389-402. ISSN 0103-4014. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40142010000200024>.

NASCIMENTO, A. & NASCIMENTO E. L. Reflexões sobre o movimento negro no Brasil. In. HUNTLEY. L & GUIMARÃES, A.S.A. Tirando a máscara: ensaios sobre o racismo no Brasil. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

NEPOMUCENO, S. “Dos frevos motocar aos funks-chiques: diversão e consumo nas dinâmicas do ethos funkeiro brasileiro” In: FARIAS, Edson e MIRA, Maria Celeste (Orgs.): Faces Contemporâneas das Culturas Populares. Jundiaí (SP): Paco, 2014.

NEPOMUCENO, S. Entre garotos e suas equipes: consumo tecnocultural e dinamicidade ético-estética na cena black brasileiro. Saarbrücken, Alemanha: Ed. Novas Edições Acadêmicas, 2015.

NETO, F. ACHEI O HIT DO CARNAVAL 2018! MELHOR CLIPE! Youtube. Publicado em 26 de jan. de 2018 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sBXtk8fiwQY>. Último acesso: 30/04/2018.

NETTO, M. N. Música brasileira e identidade nacional na mundialização. São Paulo: Ed. Annablume/Fapesp, 2009.

NEVES, M. MC Guimê fala após detenção por porte de drogas: 'Assumo o que faço' publicada em 11/5/2016. EGO, São Paulo. Disponível em: <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2016/05/mc-guime-fala-apos-detencao-por-porte-de-drogas-assumo-o-que-faco.html>. Último acesso: 30/04/2018.

NUNES, Z. C. Tropicalismo: síntese de imagens e signos, movimento e corpo. In: II encontro nacional de professores de letras e artes “Signos em rotação: a literatura e outros sistemas de significação.” 2004.

RIBEIRO, G.L. O capital da esperança: a experiência dos trabalhadores na construção de Brasília Brasília 50 anos · Brasília histórica: 50 anos. Publisher, Editora UnB, 2008.

OFICIALHUNGRIA, Hungria Hip Hop - Não Troco (Official Music). YouTube. Publicado em 23 de nov. de 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hBecvGXZaNM> Último acesso: 30/04/2018.

OLIVEIRA, Eliane Cristina Brito de. Do gangsta às minas: o rap do Distrito Federal e as masculinidades negras (1990 a 2015). 2017. 126 f., il. Dissertação (Mestrado em História) —Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

O'REILLY. What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Publicado em: 09/30/2005, Disponível em: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>. 2005. Último acesso: 30/04/2018.

ORTIZ, R. A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1994.

ORTIZ, R. Mundialização e cultura. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2006.

PALOMBINI, C. Soul brasileiro e funk carioca. Opus, Goiânia, v. 15, n. 1, p. 37-61, jun. 2009.

PEREIRA, F. C. G. A. Construção do desengajamento tropicalismo e ideologia (1967-1973). Famecos/PUCRS. Porto Alegre, 14 de dezembro 2005.

PERIFERIA. Conceito de periferia. Publicado em: 15 de outubro de 2014. Disponível em: <https://conceito.de/periferia>. Último acesso: 30/04/2018.

PRENSKY, M. Digital Natives Digital Immigrants. On the Horizon. CB University Press, Vol. 9 No. 5, oct., 2001. Disponível em: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. Último acesso: 30/04/2018.

PWC, Brasil. Entretenimento e mídia. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/setores-atividade/entretenimento-midia.html.html>. Último acesso: 30/04/2018.

QUIJANO, Anibal. Notas sobre a questão da identidade e nação no Peru. *Estud. av.*, São Paulo, v. 6, n. 16, p. 73-80, dez. 1992. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141992000300007&lng=pt&nrm=iso>. Acessos em: 30 abr. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40141992000300007>.

REGEV, M. *Pop Rock Music*. Cambridge: Polity Press. 2013.

RIBEIRO, R. A. C. Errância e exílio na soul music: do movimento Black-Rio nos anos 70 ao Quarteirão do Soul em Belo Horizonte. *Rev. Tempo e Argumento*, Florianópolis, v. 2, n. 2, p. 154-180, jul./dez. 2010a.

RIBEIRO, R. A. C. Resistência e identidade no urbano: a black music dita os passos e a apropriação do espaço no Quarteirão do Soul em Belo Horizonte. *Revista GeoTextos*, v. 6, n. 1, p. 89-110, jul. 2010b.

RIDENTI, M. *Em busca do povo brasileiro*. São Paulo, Record, 2000.

RIDENTI, M. Artistas e intelectuais no Brasil pós-1960. *Tempo social* 17 (1), 81-110, 2005.

RIDENTI, M. *O fantasma da revolução brasileira*. São Paulo, Unesp. 2010.

ROCHA, R. M.; POSTINGUEL, D. KO: O nocaute remix da drag Pabllo Vittar. In: *E-Compós*. 2017.

ROCHA, R. M.; SILVA, J.C.; PEREIRA, S.L. Imaginários de uma outra diáspora: consumo, urbanidade e acontecimentos pós-periféricos. *Galáxia*, São Paulo, n. 30, dez. p.99-111, 2015. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/20453/18256>. Último acesso em: 22 de maio de 2018

ROSA, Waldemir. *Homem Preto do Gueto: um estudo sobre a masculinidade no Rap brasileiro*. 2006. 90 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Universidade de Brasília, Brasília, 2006

ROSSI, M. Os jovens da classe C são os maiores consumidores do Brasil. Publicado em 26 de janeiro de 2014. Disponível em: brasil.elpais.com/brasil/2014/01/26/politica/1390771527_418106.html. Último acesso: 21/05/2018.

SÁ, S. P. Funk carioca: música eletrônica popular brasileira?!. Revista E-Compós, v. 10, p. 1, 2007.

SÁ, SP.; CARREIRO, R.; FERRAZ, R. (Org.) Cultura pop / Simone Pereira de Sá, Rodrigo Carreiro, Rogerio Ferraz (Organizadores). – Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. 296 p.

SENADO Federal. E-cidadania. Ideia Legislativa: Criminalização do funk como crime de saúde pública a criança aos adolescentes e a família. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaoideia?id=65513>, 2017. Último acesso: 30/04/2018

SHUKER, Roy. Vocabulário de Música Pop. São Paulo: hedra, 1999.

SILVA, Gilvan Gomes da. A lógica da polícia militar do Distrito Federal na construção do suspeito. Dissertação de Mestrado, UnB, 2009.

SILVA, R. R. Pre-pa-ra que agora é hora: estratégias de visibilidade em três performances pop de Anitta. Anagrama, v. 11, n. 1, 2017.

SOARES, T. Percursos para estudos sobre música pop In. Cultura pop / Simone Pereira de Sá, Rodrigo Carreiro, Rogerio Ferraz (Organizadores). – Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015, p.19-34.

SOCIALBLADE, Canal KondZilla. Disponível em: <https://socialblade.com/youtube/c/kondzilla~>. Último acesso: 30/04/2018.

SOCIALBLADE, GR6 Explode. Disponível em: <https://socialblade.com/youtube/user/gr6explode>. Último acesso: 30/04/2018.

SOUZA, J. A invisibilidade da luta de classes ou a cegueira do economicismo. A “nova classe média” no Brasil como conceito e projeto político. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich, p. 55-67, 2013.

SOUZA, J.; ARENARI, B. “Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?”. Editora UFMG, 2012.

SOVIK, L. Ponha seu capacete: Uma viagem à tropicália pós-moderna. Revista da Bahia (FUNCEB), No.26, maio 1998, p. 60-67.

STORIES, Brasil. Anitta imitando MC LOMA: Nova Anitta? (kkk) publicado em 2 de fev. de 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LHCCA3IRWAU> Último acesso: 30/04/2018.

TAVARES, B. Geração hip-hop e a construção do imaginário na periferia do Distrito Federal. Soc. Estado, Brasília, v. 25, n. 2, ago. 2010.

TAVARES, B. Na quebrada a parceria é mais forte. Tese (Doutorado). Departamento de Sociologia. Universidade de Brasília. Brasília, 2009.

TEIXEIRA, M. Globalização sexual e seus potenciais criativos: etnias, (trans)sexualidades e “pop-stars”. Periódicus Salvador, n. 4, v. 1, nov.2015-abr.2016. p.179-191.

TEPERMAN, R. Se liga no som. As transformações do rap no Brasil. São Paulo – SP, Ed. Claroenigma, 2015.

THIAGO, Gravações Apresenta. MC LOMA - ENVOLVIMENTO - CLIPE OFICIAL. Youtube. Publicado em 23 de janeiro de 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=U6E7XxMMx7w>. Último acesso: 30/04/2018.

THORNTON, S. Club culture: music, media and subcultural capital. Cambridge: Polity Press, 1995.

TRIBO da Periferia, Moleque Business. Compositor: Duckjay. Álbum: 3º último, 2014. Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/tribo-da-periferia/moleque-business.html>. Último acesso: 30/04/2018.

TRIBO da Periferia, Tribo da Periferia Oficial. Youtube. Publicada em: 12 de ago. de 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/oficialtribo/featured>. Último acesso: 30/04/2018

TROTТА, F. “Fugidinha”: gêneros musicais, periferias e ambiguidades. Revista do GT de Literatura Oral e Popular da ANPOLL, Boitató, Londrina, n. 16, ago.- dez. 2013a.

TROTТА, F. C. Entre o Borrалho e o Divino: a emergência musical da “periferia”. Galáxia São Paulo, n. 26, p. 161-173, dez. 2013b.

TROTТА, Felipe; MONTEIRO, Márcio. O novo mainstream da música regional: axé, brega, reggae e forró eletrônico no Nordeste. Revista E-Compós v. 11 n. 2, Brasília: Compós, 2008.

VEJA, Entretenimento: Funk com apologia ao estupro é excluído do YouTube e Spotify. Matéria publicada em: 17 de janeiro de 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/funk-com-apologia-ao-estupro-e-excluido-do-youtube-e-spotify/>. Último acesso: 21/05/2018.

VIANNA, H. Central da Periferia – Texto de Divulgação. Hermano Vianna texto publicado pela TV Globo como anúncio em vários jornais brasileiros, no dia 08/04/2006 www.overmundo.com.br/download_banco/central-da-periferia-texto-de-divulgacao.

VIANNA, H. Funk e cultura popular carioca. Estudos Históricas, Rio de Janeiro, v. 3, n. 6, p. 244-253, 1990.

VIANNA, H. O baile funk carioca: festas e estilos de vida metropolitanos. Dissertação (Mestrado). Museu Nacional. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.

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

VIANNA, H. O abacaxi da cultura. Entrevista. [11/02/2013] São Paulo. O Estado de São Paulo. Disponível em: <http://alias.estadao.com.br/noticias/geral,o-abacaxi-da-cultura-imp-995433>. Entrevista concedida a Ivan Marsiglia. Último acesso: 30/04/2018.

VIANNA, H, Tecnobrega a música paralela, 2003.

WACQUANT, Loïc. As duas faces do gueto. São Paulo: Boitempo, p. 157, 2008.

WASELFISZ J.J. Mapa da violência 2014. Os jovens do Brasil. Rio de Janeiro: CEBELA-FLACSO, 2014 IPEA, FBSP. Atlas da Violência 2017. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em <http://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/arquivos/downloads/8623-170602atlasdaviolencia2017.pdf>. Último acesso: 30/04/2018.

WARNER, Music. Anitta, Disponível em <http://www.warnermusic.com.br/artista/anitta/> Último acesso: 30/04/2018.

XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006. 1. A música popular massiva, o mainstream e o underground trajetórias e caminhos da música na cultura midiática. 1. Autores: Jorge Cardoso Filho 2. / Jeder Janotti Júnior.

YANKEE, D. Gasolina Daddy Yankee [Original Version] (Official Video). Youtube, 29 de ago. de 2016. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=cL7doi-X Lk &list=RDcL7doi-X Lk&t=33>. Último acesso: 30/04/2018.

YOUTUBE, Paradas Musicais. Brazil – Principais artistas. 4 a 10 de maio de 2018 <https://charts.youtube.com/charts/TopArtists/br/20180504-20180510>. Último acesso: 21/05/2018.

ZALUAR, Alba; ALVITO, Marcos (Orgs.). Um século de favela. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

ZAN, J. R. (Des)territorialização e novos hibridismos na música sertaneja. Anais do V Congresso Latinoamericano da Associação Internacional para o Estudo da Música Popular, 2016. Disponível em: <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html>. Último acesso: 22/05/2018.

ZAN, J. R. A sonoridade da Banda Black Rio. In: VI Congresso da Seção Latino-Americana da IASPM. Buenos Aires, 2005. 16p.