

DA PRODUÇÃO ESTÉTICA À (RE)CONSTRUÇÃO URBANA: TATUAGENS DO HIP-HOP¹

FROM THE AESTHETIC PRODUCTION TO THE URBAN RECONSTRUCTION OF THE HIP – HOP TATTOOS

Daltro Cardoso Rotta^{*}, Carlos Diogo Niemeyer^{**},
Eliane Ribeiro Pardo^{***}, Luiz Carlos Rigo^{***}, Tatiana Teixeira Silveira^{****}

RESUMO

Este artigo tenta balizar algumas práticas corporais presentes no movimento Hip-Hop, que constitui uma forma de ressignificação da ordem imposta em estéticas híbridas. O movimento é visto através do prisma do sujeito, da comunicação e do consumo, campos que constituem uma plataforma teórica necessária à análise do tema. Para tanto, utilizamos como referencial os estudos culturais do cotidiano realizados por Certeau (1994), a análise da crise identitária do sujeito pós-moderno feita por Hall (2000) e a Escola Britânica de Sociologia, além da leitura de Canevacci (1993) sobre os elementos comunicativos que se disseminam na interioridade urbana.

Palavras-chave: Hip-Hop. Hibridização. Cultura urbana.

INTRODUÇÃO

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

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

Nesse complexo campo prático-discursivo da cidade estão imersas as estéticas do movimento Hip-Hop, foco empírico da pesquisa,

as quais jogam, se esquivam e ressignificam as práticas sociais a partir de inventividades e astúcias — táticas do fraco contra as coerções da indústria cultural.

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

¹ Pesquisa financiada pela FAPERGS e apresentada em eventos científicos (Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, Simpósio Nacional de Educação Física, Congresso de Iniciação Científica, Encontro Regional de História Oral, Seminário de Extensão Universitária entre outros).

^{*} Acadêmico ESEF/UFPel e bolsista UFPel

^{**} Acadêmico ESEF/UFPel.

^{***} Prof(a). Dr(a). ESEF/UFPel

^{****} Acadêmica ESEF/UFPel e bolsista FAPERGS.

através do seu entendimento “polifônico” das metrópoles.

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

A discussão aqui travada delineou-se a partir de três narrativas provenientes desse material visual e está norteadas pela metáfora do “ver”. Essa metáfora dos sentidos ajuda a compor um panorama do sujeito da modernidade tardia e sua iminente fragmentação, provocada por fenômenos comunicativos urbanos sob a égide da globalização. A metáfora relaciona-se intimamente com os espaços urbanos, sendo pressuposto para a interpretação de uma intrincada rede de práticas corporais que compõem estéticas particularmente urbanas e têm o Hip-Hop como um desses veículos na cidade.

As narrativas são o fator de coesão da discussão e possibilitam amarrar um tema tão fugidio como o proposto. Será acrescentado um esforço de análise ao se refletir juntamente com os autores evocados. É importante salientar que o estudo e, em especial, a escrita deste texto, resultam da união do vídeo, das narrativas e das reflexões teóricas.

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

A segunda cena – “O Ônibus” – traz a discussão de como a comunicação, fenômeno intrínseco da vida cotidiana, contribui para a

constituição do cenário da cidade, assim como contribuiu para a ruptura da ordem existente, que transformou as cidades industriais em cidades culturais. Este termo é utilizado por Canevacci (1993), para apresentar as constantes mutações que as cidades estão sofrendo, tendo como principal agente as novas tecnologias de subjetivação emanadas da parafernália midiática tecnicamente reproduzível, por cabo ou satélite, no contexto contemporâneo. Para não se perder de vista o tema da pesquisa, cabe levantar, partindo dos elementos problematizados nessa cena: quais elementos comunicativos estão em profunda metamorfose na cidade e como eles se manifestam na produção de culturas metropolitanas?

A terceira cena – “O Show” – traz a tentativa de coesão entre as hipóteses teóricas levantadas e um esforço em alinhar os eixos narrativos, apresentando um painel das estéticas urbanas (mais precisamente, as relacionadas ao movimento Hip-Hop) e suas relações de força, disseminadas em uma região micro (astúcias) e macrofísica (elementos estéticos do Hip-Hop: o grafite, o B-boy, o Dj e o MC).

CENA 1- A CICLOVIA

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

O peso da cerveja, da amante, da sogra, do trabalho torna-se evidente. Se não fosse a rígida educação católica que recebera, certamente não resistiria. Jogaria tudo para o alto e começaria vida nova. O emprego até que não é mau: vende produtos originais paraguaios, mas teme que seu filho, quando for mais velho, não sinta orgulho de sua profissão.

Uma freada na pista ao lado arrepi-o até a alma: cicatrizes ainda visíveis de um acidente ocorrido há alguns anos sem muitas seqüelas aparentes. A dor ainda não lhe sai da cabeça.

Como um míssil, passa uma figura estranhíssima, com uma parafernália de penduricalhos. Parece um mosaico psicodélico montado em algo que algum dia já chamaram de bicicleta. Essa cidade está perdida, virou um manicômio. Lembra-se imediatamente de uma pintura que viu dias atrás, mas não lembra onde. Na casa da amante, na TV? Ou seria uma tela na parede defronte a seu trabalho? Feliz, sente a imagem pousada sobre sua cabeça, como em uma fotografia. Numa dessas noites, saiu e não havia nada. Quando voltou pela manhã, estava lá. Passa o dia inteiro olhando e não vê.

“Olha o garotão!”. Que família! Vai empolgado [...]

Olhares, diferenças e consumidores

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

Gostaríamos de iniciar a discussão sobre as práticas que envolvem o homem urbano, mas, antes disso, por questões de método, iremos anunciar a metáfora da qual lançaremos mão para transitar por entre as várias facetas do tema proposto. O “ver” povoará ubiquamente as articulações teórico-metodológicas deste trabalho. Terá função tanto de objeto, na forma dialógica citada por Canevacci (1993), na qual o sujeito que olha a cidade também é olhado por ela, quanto de instrumento. A análise foi feita a partir do mapa visual construído em forma de clipe, constituído de filmagens realizadas por entre os espaços urbanos da cidade de Pelotas, bem como de imagens extraídas de outras estéticas visuais (alguns filmes e documentários

pertinentes ao tema apresentado), sem perder de vista um dos principais pressupostos do trabalho, colocado desde o seu início, qual seja o de interagirmos com as imagens ao mesmo tempo em que estamos sendo plasmados por elas.

Recortamos das cenas o “ver” como dupla possibilidade: a de enxergar uma estética urbana e a de possibilitar a emergência de uma diferença por parte do sujeito que executa a ação. A esse sujeito é concedido o direito máximo da realidade cultural pós-moderna, qual seja o de fazer parte da almejada “democracia ocular”, a qual não escapa, como sua análoga no campo político, de práticas coercivas e violência simbólica. Cabe, então, ter bem claro por quais prismas esse olhar é filtrado, embora antes se faça necessário abrir um parêntese e discorrer sobre o próprio sujeito: quem é o sujeito que olha?

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

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

Situando o sujeito que olha, não se pode deixar de reafirmar que esse olhar é sempre deformado pelas lentes “capitalísticas” (GUATARRI; ROLNIK, 1996) do consumo. Esse pressuposto mercadológico encontra nas mídias escrita,

televisiva, falada, “outdoors”, etc., um importante mecanismo produtor de subjetividades. Pela Internet, um site sobre moda juvenil anuncia : “10% do faturamento do mercado nacional de vestuário é de artigos relacionados ao surf, a maioria destes consumidores não é praticante do esporte” (dados retirados da Revista Virtual 4 Surf). A mídia é a principal ferramenta disseminadora do mercado, veiculando imagens virtualizadas e forjando valores.

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

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

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

CENA 2 – O ÔNIBUS

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

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

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

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

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

“Quem não se comunica[...]”.

“Toda verdade é simples (unívoca). — Isso não é duplamente uma mentira?” (NIETZSCHE, 2000, p. 9)

Comumente passamos horas do martírio nosso de cada dia sentados, empoleirados nos

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

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

[...] muitas vezes o olhar desenraizado do estrangeiro tem a possibilidade de perceber as diferenças que o olhar domesticado não percebe, justamente as diferenças que constituem um extraordinário instrumento de informação, pois essa uma vez selecionada, articulada e registrada segundo um método explícito, pode contribuir para desenhar um novo tipo de mapa, com o qual se possa descrever e compreender a metrópole (CANEVACCI, 1993, p. 17).

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

Quanto a isso, abrimos parênteses para elucidar um dos questionamentos que no texto se faz necessário, que é exumar como os elementos comunicativos urbanos acabam por transformar as cidades em pós-modernas.

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

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

A virtualização presume, por outro lado, uma redescoberta do real, ou seja, à medida que podemos manipular as dimensões ao bel-prazer (tempo e espaço), podemos recriar o real, abrindo um leque de possibilidades para as ressignificações. Sobre as práticas esportivas veiculadas por TV a cabo, por exemplo, Mauro Betti assinala que essas “mensagens caracterizam-se pela complexidade semiótica, entrelaçando os códigos imagéticos, sonoros e verbais, predominando as imagens” (BETTI, 1999, p. 395).

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

CENA 3 – O SHOW

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

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

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

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

Seu estado de hipnose é quebrado quando o Mc adentra o palco, vestido rigorosamente a caráter: tênis Reebok *made in* Paraguai, fundilhos arrastando no chão, jaqueta Nike bordada pela mãe, cabelo orgulhosamente trançado; não importa; não faz a mínima diferença; o que conta é o estilo, é estar “maneiro”, é causar indignação. “A marca tá no preto e não no boy.”

Anuncia a entrada do Da Guedes, grupo da capital, exemplo. “Preto pobre igual, poderiam morar na casa ao lado e tão aí fazendo sucesso.

Dizem que vão até gravar clipe na MTV. Se os Racionais podem, por que não eles e, quem sabe, eu um dia também?”

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

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

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

HIP-HOP, ASTÚCIA E HIBRIDIZAÇÃO: PALAVRAS FINAIS

[...] Sabedoria de rua/ Periferia sangrenta/ Cotidiano Selvagem/ Vida violenta [...] versos de um Rap do grupo *Consciência Negra*, moradores do bairro Dunas, periférico da cidade de Pelotas, e participantes das oficinas do Projeto Cartografando o Corpo das Ruas: Estéticas do Hip-Hop, na Escola Superior de Educação Física/UFPel.

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

Além da forte marca ideológica e de engajamento cultural que acompanha o movimento Hip-Hop no Brasil, em virtude da potência da sua dimensão estética (imagética e sonora), ele emergiu e hoje se propaga, ganha novos adeptos e reconfigura-se, interagindo com a mídia. Esta face midiática da cultura Hip-Hop obriga o movimento a ser mais astucioso ainda, para que consiga

escapar dos tentáculos da indústria cultural e do consumismo. Mas essa situação não passa despercebida para boa parte dos “militantes” do movimento, nem é alheia a eles.

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

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

por mais poderosos que sejam os mecanismos de mercado e a racionalidade particular que os acompanha, a complexidade dos processos culturais e a própria heterogeneidade da sociedade moderno-contemporânea produzirão combinações, sínteses e interpretações particulares (VELHO, 1995, p. 230).

Mais adiante continua:

o estilo urbano e a modernidade são faces do mesmo fenômeno de complexificação e diferenciação da vida social, cujas principais características são a não-linearidade e a grande autonomia de mundos e domínios específicos (VELHO, 1995, p. 232).

O grafite, o b-boy, o Mc e o DJ (elementos do Hip-Hop) constituem maneiras de fazer de uma

parcela estigmatizada pela bandeira da contracultura na sociedade. Sujeitos do hábitat cosmopolita, eles são atravessados cotidianamente pelos fluxos do mercado consumidor e da vigilância institucional, mas nem por isso são “carentes” de criação, de inventividade e de ousadia.

Essa prática cotidiana, que envolve a utilização dos espaços da cidade, denota uma importante (res)significação das estéticas impostas em outras de cunho astucioso, invisível, pois se escondem na maneira de usar estéticas híbridas, frações da cultura urbana de nossa época, como é o caso do grafite metropolitano, que é capaz de colorir e colocar leveza nos traços arquitetônicos mais rígidos. Encarado como pichação por alguns, ressignifica a repressão imposta ao Hip-Hop tatuando a paisagem urbana com seus anseios mundanos, tornando-se uma forma de arte, de arte-denúncia. Ao contrário do que muitos imaginam, a prática do grafite não é exclusividade do movimento Hip-Hop nem de nossa época. Burke (1995), por exemplo, destaca que, na Itália do século XVI,

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

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

Já os b-boys, além de dançar e deslizar com sua vestimenta “apropriada” sobre as calçadas, as praças e as ruas, com sua arte performática, apossam-se de técnicas, gestos, elementos e coreografias de outras

práticas corporais, como a capoeira, as lutas, a ginástica olímpica e as práticas circenses. Copiando ou inventado movimentos e coreografias corporais, os b-boys treinam exaustivamente para conseguir ajustar os detalhes técnicos dos movimentos ao ritmo veloz e intenso das letras musicais.

Além de ser um modo de vida de uma parte dos jovens urbanos, o Hip-Hop traz consigo alto teor de preocupação social; é um movimento engajado. Engajado, astucioso, inventivo e aberto aos múltiplos devires urbanos, o Hip-Hop é também efervescência, cultura e “Intensidade”, este último tratado como conceito filosófico presente no pensamento de

autores contemporâneos, pós-estruturalistas, como Michel Foucault e Gilles Deleuze, o qual pode ser lido como a tentativa de pensar o novo, o fora, o ainda não pensado ou, como diz Deleuze, é a origem do pensamento. Sobre este conceito, ver Ortega (1998). A sua proliferação e a legitimação cultural que vem conquistando atestam sua condição de prática cultural emergente, de experiência do tempo presente. Ele é produto e produtor do “pluralismo sociocultural contemporâneo”(VELHO, 1995, p. 233) que caracteriza nosso tempo, nossas vidas e nossas cidades, todas mais ou menos “polifônicas”.

FROM THE AESTHETIC PRODUCTION TO THE URBAN RECONSTRUCTION OF THE HIP – HOP TATTOOS

ABSTRACT

This article aims at distinguishing some body practices in the Hip –Hop movement. It is a way to give another meaning to the hybrid aesthetics. We consider this movement from the point of view of the person, the communication, the consumption, which are the theoretical basis for this analysis. In order to achieve this we used as reference the everyday cultural studies carried out by Certreau (1994): the identity crisis analysis of the post modernism done by Hall (2000); the British Sociology School and the elements of communication that spread through the city life by Canevacci (1993).

Key words: Hip-Hop. Hybridization. Urban Culture.

REFERÊNCIAS

- BETTI, M. TV a cabo: maximização do esporte tele-espetáculo. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 21, n. 1, p. 395, 1999.
- BURKE, P. A cidade pré-industrial como centro de informação e comunicação. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 16, p. 193-203, 1995.
- CANEVACCI, M. **A cidade polifônica**: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo: Studio Nobel, 1993.
- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.
- DE LA TORRE, A. E. M. G. **Teorias críticas da comunicação**: o pensamento de Armand Matellart.[artigo científico]. 2001. Disponível em: <http://www.ilea.ufgrs.br/intexto>. Acesso em: 24 maio 2001.
- GUATARRI, F.; ROLNIK, S. **Micropolítica**: cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 1996.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- NIETZSCHE, F. **Crepúsculo dos Ídolos (ou como filosofar com martelo)**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

- ROCHA, J. **O Rap e a Indústria fonográfica**. [artigo científico]. 2001. Disponível em: <http://www.bocadaforte.com.br>. Acesso em: 4 jul. 2001.
- Revista Virtual 4Surf. **Editoriais**. Disponível em <http://www.4surf.com.br> Acesso em: 22 ago. 2001.
- SARLO, B. **Cenas da vida pós-moderna**: intelectualidade arte e vídeo cultura na Argentina. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2000.
- SILVA, T. T. D. **Teoria cultural e educação**: um vocabulário crítico. Belo Horizonte: Autentica, 2000.
- ORTEGA, F. **Intensidade**: para uma história herética da filosofia. Goiânia: Ed.da UFG, 1998.
- WEISSBERG, J. L. **Real e virtual**. In: PARENTE, A. (Org.). **Imagem máquina**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996. p. 120-134.
- VELHO, G. Estilo de vida urbano e modernidade. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 16, p. 227-234, 1995.

Recebido em Junho de 2002
Revisado em Agosto de 2002
Aceito em Novembro de 2002

Endereço para correspondência: Eliane Ribeiro Pardo, Rua São Gabriel 80, Laranjal- Pelotas – RS., Brasil. CEP: 96090-670. E-mail: elipardo@terra.com.br , Daltro Cardoso Rotta, E-mail: daltror@zipmail.com.br , Luiz Carlos Rigo, E-mail: lcrigo@terra.com.br , Tatiana Teixeira Silveira, E-mail: tatisilve@zipmail.com.br , Carlos Diogo Botelho Niemeyer, E-mail: diogoni@hotmail.com