
A Relação Comunicacional Periferia-Centro entre Jovens de Passo Fundo a partir do Hip-Hop¹

Alexandre Crossi BRANDÃO²
Otavio José KLEIN³

Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS

Resumo

O presente artigo trata da síntese de um estudo descritivo analítico a respeito do processo comunicacional entre periferia e centro desencadeado pela relação entre jovens de Passo Fundo a partir do *hip-hop*. Busca aqui compreender a relação comunicacional entre os dois grupos a partir das produções culturais do movimento *hip-hop*. O estudo foi realizado com jovens maiores de dezoito anos divididos em dois grupos, sendo o primeiro composto por produtores culturais da periferia e o segundo por jovens graduandos residentes em áreas centrais da cidade.

Palavras-chave: Comunicação comunitária; cultura popular; identidade cultural; socioespacialidade; hip-hop.

Introdução

O presente artigo trata das relações do movimento Hip-Hop, em Passo Fundo, e como estas são elaboradas a partir da relação social periferia-centro entre jovens. O estudo tem como objetivo principal compreender a relação entre dois grupos sociais, o primeiro composto por jovens que constroem o movimento *hip-hop* em Passo Fundo e o segundo, por jovens de 18 até 30 anos, universitários, que convivem em territórios socioespaciais relativamente distantes deste contexto cultural. Buscar-se-á tal compreensão por meio da análise do processo comunicacional gerado pelas produções culturais do movimento, entretanto, para que se alcance o objetivo principal serão necessárias algumas metas secundárias, como a compreensão da maneira que os jovens não familiarizados com a realidade periférica assimilam as produções culturais do movimento Hip Hop local, a análise das estratégias de comunicação do movimento *hip-hop* e sobretudo, a compreensão dos conflitos gerados e combatidos pelo processo comunicacional do *hip-hop*.

¹ Trabalho apresentado na DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Graduado do Curso de Publicidade e Propaganda da FAC-UPF, e-mail: alexandre1.brandao@aiasec.net.

³ Doutor em Comunicação, pesquisador na Universidade de Passo Fundo, e-mail: oklein@upf.br.

Moassab (2008, p. 68) nos diz, o *hip-hop*, no Brasil, desde a década de 90, vem constituindo-se como um importante locutor das desigualdades vivenciadas pelos sujeitos que compõem as comunidades periféricas. Tal movimento social, segundo Rose (1994, apud MAGRO, 2002, p. 68) é formado por quatro principais elementos sendo eles: o *Break* que consiste em danças e performances realizadas pelos *B-boys/Break Dancers*; o *Disc Jôquei* realizado pelos DJ's; o *Graffiti* que se dá na pintura de rua e o *Rap (Rhyme & Poetry)* cuja essência é a mescla de ritmo e poesia por meio de rimas que expressam a realidade vivida.

Comunicação e Cultura

Um indivíduo livre, capaz de desenvolver suas potencialidades integralmente, com sua subjetividade devidamente contemplada pela sociedade, sempre traz consigo o seu contexto de relações sociais e discursivas, ou seja, trata-se de um produto social de sua cultura que pode se desenvolver através da comunicação (MENDONÇA, 1998, p. 31). É por meio de compreensões assim, que a comunicação se guia dentro da noção de cultura nas ciências sociais aplicadas.

Partindo deste princípio, podemos entender *hip-hop* como um movimento social responsável pela expressão artística e comunicacional de uma parte significativa da juventude periférica mundial, cuja identidade cultural é refletida em suas produções culturais que, por sua vez, refletem a realidade das comunidades em que estes sujeitos estão inseridos. Dayrell aponta que

nessa produção poética, a estrutura das letras, a fidelidade ao território e a explicitação de uma temática social são elementos identificadores do rap em qualquer lugar, seja no Brasil ou nos Estados Unidos. Ao mesmo tempo, o conteúdo poético tende a refletir o lugar social concreto onde cada jovem se situa e a forma como elabora suas vivências, numa postura de denúncia das condições em que vive: a violência, as drogas, o crime, a falta de perspectivas, quando *sobreviver é o fio da navalha*. Mas também cantam a amizade, o espaço onde moram, o desejo de um “mundo perfeito”, a paz. (DAYRELL, 2002, p. 127-128).

Estes sujeitos oriundos dos guetos culturais, por terem trajetórias muito diferentes da grande maioria dos comunicadores formais, possuem uma compreensão de mundo explicitamente diferente do *status quo* midiático.

Baccega (1996, p. 7-8) descreve a cultura como um trem pelo qual muitas pessoas viajaram e no qual nós embarcamos na viagem da vida, apropriando-nos do *ethos*

vigente. A autora compreende a comunicação como a linguagem comum entre estes viajantes e a grande responsável pela mediação entre o homem e a realidade objetiva. Simplificando esta metáfora, podemos dizer que cultura é o conjunto das práticas, das técnicas, dos símbolos e dos valores que se devem transmitir às novas gerações para garantir a reprodução de um estado de coexistência social (BOSI, 1996, p. 16).

Sabe-se que existem diversos “trens” diferentes com linguagens distintas e por vezes muito específicas, entretanto vários deles passam despercebidos pelo cenário cultural hegemônico.

Raymond Williams (2007, p. 25) afirma que tal fenômeno de dominação, na maioria das vezes, anuncia-se mediante um histórico de repressão contínuo, por exemplo, condicionados por séculos de uma desigualdade gritante. Os jornais da era capitalista acabaram por absorver o tom aristocrático das antigas cortes e, apesar da grande expansão de leituras, os mesmos ainda pecam muito no que tange a diversidade, até porque muitos dos que procuraram uma abordagem radical aos olhares heteronômicos, acabaram censurados.

A hegemonia de uma determinada cultura se dá principalmente pelo domínio dos meios de comunicação, canais por onde os hábitos, as tendências e o estilo de vida desta cultura são socializados constantemente, gerando em seus semelhantes (e até naqueles que não se identificam com tal estilo de vida) uma falsa e nociva noção de normalidade.

Trazendo tal temática para a realidade do terceiro mundo, em uma precisa análise acerca da relação educação-comunicação na Colômbia, o filósofo Martín-Barbero ratifica:

De outro lado, a oralidade cultural das maiorias também não cabe na escola, pois o mundo das piadas e das narrativas orais, o mundo dos provérbios e dos ditos populares, o mundo da música popular narrativa e do rap deslocam, também, a partir de suas próprias gramáticas, ritmos e prazeres, o ascetismo triste do autismo livresco. A escola desconhece tudo o que de cultura se produz e transcorre pelo mundo audiovisual e pelo da cultura oral: dois mundos que vivem, justamente, do hibridismo e da mestiçagem, da mistura de memórias territoriais com imaginários deslocados. Enfrentemos o mal-entendido. Reconhecer que vivemos numa sociedade multicultural significa não só aceitar as diferenças étnicas, raciais ou de gênero, mas também aceitar que em nossas sociedades convivem hoje indígenas da cultura letrada com outros da cultura oral e da audiovisual. E isto ocorre num sentido forte, pois essas três culturas configuram modos muito diferentes de ver e de pensar, de sentir e de fruir. E, ao reivindicar a existência da cultura oral e audiovisual, não estamos desconhecendo, de modo algum, a cultura letrada, mas sim desmontando a sua pretensão de ser a única cultura digna desse nome e o eixo cultural de nossa sociedade (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 57).

É preciso que se reconheça a diversidade cultural de uma América Latina miscigenada até o último fio de cabelo, entretanto nota-se que o cenário comunicacional hegemônico negligencia tal diversidade, erro que deixa severas cicatrizes na sociedade visto que até a educação básica se vê emaranhada numa trama de contextos não abordados pela indústria cultural.

Evidencia-se que o cenário de dominação sociocultural e a mídia hegemônica não contemplam a realidade de diversas outras facetas de nossa sociedade, entretanto, apesar das dificuldades impostas existem iniciativas responsáveis por reivindicar, conquistar e até mesmo criar espaço no cenário comunicacional hegemônico, algo que nunca foi uma tarefa fácil, mas sempre uma bandeira levantada por diversos movimentos sociais e meios de comunicação comunitários, o *hip-hop* faz parte desta construção e, é claro, não se pode falar dele sem falar nos processos comunicacionais desencadeados por suas características e sua identidade cultural.

Identidade Cultural e Juventude

Uma discussão extensamente presente nas teorias sociais é a identidade. Hall (2010) entende que as velhas identidades, estabilizadoras do mundo social, estão declinando na mesma medida em que novas formas de identidade surgem e fragmentam a personalidade do indivíduo moderno, antes visto como um sujeito unificado. Estas fragmentações do sujeito, por sua vez, manifestam-se no intercâmbio cultural entre diferentes grupos sociais, independentemente de sua escala.

Faria e Garcia (2003) entendem que com a globalização cresce a importância da questão das identidades culturais e sua preservação. Para eles os povos situados fora do eixo Europa-América são os que mais sofrem, dado que sua cultura é geralmente voltada para o desenvolvimento humano enquanto que a pressão das potências externas, aparelhadas pelo capital, acaba por ter forte impacto em seu desenvolvimento cultural. Além disso, os autores pontuam:

Ao compartilharmos deste tipo de avaliação crítica, em que a cultura do “outro” é vista como espetáculo ou mercadoria exótica, não estamos defendendo a “pureza” das manifestações culturais, pois sabemos que a vitalidade dessas culturas está na sua dinâmica de atualização. Atualização que não pode se fazer ao preço da perda da identidade. A identidade, sabemos, é plural e está em permanente mutação. O que não pode ocorrer é a sobreposição de culturas ditada pelas normas dos mais fortes, tornando as mais “fracas” pitorescas e deslocadas de sua verdadeira origem (FARIA; GARCIA, 2003, p. 46).

A ideia presente neste trecho é a mesma ideia de etnocentrismo expressada por Cuche (2002) quando fala sobre as políticas de gestão cultural em relação aos imigrantes. A espetacularização de seus costumes e a ideia de que o espaço da cidade não comporta tais costumes é a sobreposição opressora de uma cultura sobre a outra, ou melhor, a ação nociva de uma identidade cultural etnocêntrica.

Para Viana (2010) a constituição da identidade na juventude se dá através da experiência e observação das relações sociais, tal processo de experiência, reflexão e observação só pode ser feita sob um material social, a partir de uma conduta regida por valores sociais que, por sua vez, são constituídos socialmente. Ou seja, a formação da identidade constitui um processo social, no qual o Outro é muito importante neste contexto. O autor entende que a identidade seria a “autoimagem do indivíduo produzida por ele e para ele, mas também pelos outros e para os outros”.

Canclini (2008) aponta que a compreensão da cultura como processo interativo constituiu-se rapidamente como uma evidência para os cientistas sociais devido aos interagentes simbólicos presentes nas relações comunicacionais, nas artes e na literatura. Para Canclini, todos os tipos de texto (visuais, auditivos ou audiovisuais) procuram seu leitor e não podem abrir mão dele, visto que só existem na medida em que o leitor ou espectador os utiliza e os reinterpreta.

Evidencia-se aqui, que o movimento *hip-hop*, os sujeitos que o compõem e suas produções carregam consigo identidades culturais historicamente oprimidas, mas sobretudo reativas e dispostas a “tomar de assalto” seu espaço no cenário cultural hegemônico.

Comunicação Comunitária

A compreensão do conceito de comunicação comunitária é estritamente necessária para que possamos entender as relações comunicacionais internas e externas de movimentos sociais como o *hip-hop*, o debate acerca do tema já é habitual dentro do campo da comunicação e, para que possamos compreender melhor nosso problema de pesquisa, explorá-lo é imprescindível.

Klein (2011) constata que a Comunicação Comunitária, marca comunicacional de grupos e movimentos sociais é basicamente, a própria relação entre os sujeitos nas comunidades, entre elas e, além disso, a comunicação que se dá a partir

destas comunidades ou voltada para elas. Peruzzo (2006) afirma que o protagonismo das comunidades na criação dos conteúdos bem como na gestão de sua emissão, contribui para o desenvolvimento da cidadania dentro do panorama comunicacional. Tal compreensão deste termo é baseada em ideias como as de Kaplún (1985) para quem a comunicação comunitária ou comunicação popular, constitui-se em uma comunicação que parte das diferentes linguagens de um determinado povo e as traduz de maneira libertadora como um processo educativo de transformação social, que só é possível a partir de um cenário comunicacional onde a comunidade local seja protagonista.

Dado que a mídia comunitária é um campo de conflitos e não existem modelos pré-estabelecidos, sua pluralidade consiste na diversidade das comunidades que a compõem, entretanto deve-se tomar cuidado com o aparelhamento partidário e/ou religioso que, por muitas vezes, acaba desvirtuando os interesses da comunidade (PERUZZO, 2007, p. 5).

Em outra ocasião Peruzzo (2006, p. 15) mencionou que existe todo um movimento em busca de novas sociabilidades e de tentativas de recolocar a pessoa e as demais formas de vida como elementos centrais na sociedade.

Ela referia-se à resistência ao processo de individualização da sociedade, no qual as pessoas passam a se agrupar em núcleos comunitários que fazem frente ao modelo econômico vigente, relacionando novamente o caráter combativo da comunicação comunitária com uma problemática sociológica.

O pertencimento é, de fato, um elemento imprescindível para composição de uma comunidade e trazê-lo para o contexto da comunicação é dar voz aos núcleos comunitários já existentes em determinado território, criando assim a possibilidade da aproximação de diferentes culturas. Trazendo isso para o contexto dos movimentos sociais, é possível entender que aquilo que é produzido e veiculado pelos meios de comunicação dos mesmos deve estar diretamente relacionado com os interesses da comunidade (MIANI, 2006).

Exploramos o conceito de comunicação comunitária afim de nos apropriarmos de uma bagagem referencial que suporte o discurso dos movimentos sociais academicamente, mas para que possamos traçar especificamente a relação periferia-centro entre jovens proporcionada pelo *hip-hop* na cidade de Passo-Fundo, primeiro precisamos compreender este movimento social.

O que é *hip-hop*?

O Hip-Hop constitui-se como um movimento social da juventude, originário dos guetos norte-americanos no final dos anos 1960, mesclou grupos culturais periféricos distintos e serviu como bandeira política para a reivindicação de direitos sociais para as comunidades que o integravam. Rose comenta que

O Hip Hop é um movimento de cultura juvenil que surgiu nos Estados Unidos, nos últimos anos da década de 1960, unindo práticas culturais dos jovens negros e latino-americanos nos guetos e ruas dos grandes centros urbanos. O movimento é constituído pela linguagem artística da música (RAP – Rythm and Poetry, pelos rappers e DJs), da dança (o break) e da arte plástica (o graffiti) (ROSE, 1994 apud MAGRO, 2002, p. 68).

Carregado de elementos artísticos, o *hip-hop* serviu e serve como uma poderosa arma de comunicação e mobilização. Magro (2002) aponta que no final dos anos 80 o *rap* tornou-se um meio fecundo de mobilização e conscientização da juventude periférica, a partir da articulação dos grupos de *hip-hop* os jovens passaram a reivindicar e ocupar espaços na luta contra violência e discriminação.

O movimento que surgiu nos subúrbios dos Estados Unidos caiu como uma luva para a realidade desigual das periferias brasileiras, potencializando a mobilização e a articulação de lideranças politicamente ativas. Wivian Weller (2004), nos conta que o *hip-hop* funciona como uma “espécie de imã” que leva a um processo de apreensão gradativo de novas formas de pensamento e modelos de identificação relacionados às situações vividas. A partir disso surge uma identificação com as “raízes africanas” e com a negritude, contudo neste contexto a negritude não está diretamente associada à aspectos fenotípicos, mas sim com a identidade cultural do grupo e dos sujeitos.

A ligação do *hip-hop* com o movimento negro e seu combate ao racismo se dá pela condição histórico-cultural na qual os grupos se encontram (a grande maioria dos sujeitos que marcaram a história do hip hop são tradicionalmente negros). O que faz do combate ao racismo uma das principais bandeiras levantadas pelo grupo. Todavia há de se colocar que a negritude, para o movimento *hip-hop*, não é necessariamente uma característica fenotípica, mas sim uma série de laços culturais que geram uma relação de pertencimento ao grupo, uma identidade cultural semelhante. Moassab fala um pouco sobre isto, relatando que os movimentos têm autonomia, todavia suas trajetórias frequentemente se cruzam:

Embora os temas preferencialmente tratados pelo hip-hop não se detenham nas questões dos negros, esta é uma temática bastante relevante, seja em termos da construção identitária e do aumento da auto-estima do negro, seja da denúncia do racismo e do difícil cotidiano da grande massa de população negra concentrada na periferia das grandes cidades, ou no que se refere à reescrita da história do país, com grande presença dos heróis negros. Ambos os movimentos sociais (negro e hip-hop) têm, no entanto, trajetória própria e autonomia em suas demandas, ainda que coincidentes (MOASSAB, 2008 p. 68).

O cerne crítico do movimento *hip-hop* também permite que os sujeitos que o integram articulem suas falas de maneira que consigam criticar as posições e o comportamento de seus opressores. Weller (2004) comenta que a estratégia de comunicação direta com o discriminador e de questionamento de suas posições ou comportamentos torna-se uma prática incorporada pelos jovens de orientação geracional, uma forte característica identitária daqueles que constroem o movimento *hip-hop*.

Trazendo a discussão para o campo da comunicação, Moassab (2008) ainda coloca que o *Hip-Hop* é uma alternativa ao cenário midiático hegemônico em todas suas instâncias. A forma de construção de conhecimento no movimento, ao contrário do saber convencional, não se dá pela escrita. No *hip-hop* a mensagem está no corpo-movimento do *break*, no grafismo transgressor do graffiti e, especialmente na valorização da palavra.

Ainda é possível relacionar a linguagem das diferentes facetas do *hip-hop* com a publicidade. Spinelli (2007) comenta que as mensagens presentes na pichação, comparadas às mensagens publicitárias geram um paradoxo jurídico, dado que a publicidade goza de legitimidade autorizada mediante pagamento, enquanto a pichação, apesar de trazer consigo algumas mensagens interessantes à *pólis*, sua realização está sujeita à penalização legal.

A Socioespacialidade de Passo Fundo e as Vozes da Periferia

Enfim, o *hip-hop* atualmente constitui-se como um movimento social importante para as comunidades periféricas, visto que o mesmo é uma poderosa ferramenta artística de comunicação, mobilização e resistência à hegemonia do sistema. A cidade de Passo Fundo conta com a presença de aproximadamente 30 grupos de *hip-hop*, um número elevado para uma cidade interiorana, fato que indica a força e a importância da comunicação do movimento no município.

Falando em município, não existem registros a respeito do movimento *hip-hop* em Passo Fundo, entretanto existem vários produtores culturais locais envolvidos

com a temática, bem como diversos jovens que constituem grupos oriundos dos diferentes bairros da cidade, trazendo em suas produções fortes mensagens provenientes de suas comunidades.

Passo Fundo é um município localizado no norte do Rio Grande do Sul, segundo o último censo do IBGE (2010) possui uma população de 184.826 pessoas. A cidade é conhecida popularmente como a capital do planalto médio, possui fortes traços culturais da colonização europeia e está em uma região polo, economicamente próspera, principalmente devido à concentração de instituições de ensino superior e grandes hospitais. Entretanto, devido à especulação imobiliária o município vive um dos maiores conflitos fundiários urbanos do RS, configurando mais de 50 ocupações irregulares segundo Weissheimer (2018). O déficit habitacional é um reflexo da desigualdade social vivenciada diariamente na cidade, que geralmente passa despercebida pelo êxtase da rotina civil.

Santos (2014) constata que a estrutura espacial é a combinação de uma série de outras estruturas específicas, como uma estrutura de consumo específica, uma organização das relações e dos recursos específica, etc. Esta compreensão de espacialidade está alinhada com a ideia de que o espaço não é uma estrutura da sociedade, mas sim um reflexo da mesma, um resultado objetivo das variáveis apresentadas por esta sociedade, ou seja, a desigualdade social vivenciada pelos civis passofundenses seria um problema espacial, conceito que, para além do território, entende as localidades a partir de sua totalidade simbólica.

O território não é apenas o conjunto dos sistemas naturais e de sistemas de coisas superpostas. O território tem que ser entendido como o território usado, não o território em si. O território usado é o chão mais a identidade. A identidade é o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence. O território é o fundamento do trabalho, o lugar da residência, das trocas materiais e espirituais e do exercício da vida. O território em si não é uma categoria de análise em disciplinas históricas, como a Geografia. É o território usado que é uma categoria de análise. Aliás, a própria ideia de nação, e depois a ideia de Estado Nacional, decorrem dessa relação tornada profunda, porque um faz o outro, à maneira daquela célebre frase de Winston Churchill: “primeiro fazemos nossas casas, depois nossas casas nos fazem”. Assim é o território que ajuda a fabricar a nação, para que a nação depois o afeioe (SANTOS, 1999, p. 8).

Para Costa (2007), o estabelecimento de mecanismos de controle passa pelas ideias, influenciando a conduta social e legitimando o espaço cotidiano em todas as suas categorias, especialmente o espaço, a estrutura concreta da manutenção do status quo, já

a docilização dos corpos apontada por Foucault (1987) exprime muito bem a ideia de que as estruturas sociais são traduzidas na coerção do corpo ativo, ligando tais compreensões pode-se concluir que a espacialidade violenta da cidade de Passo Fundo também está presente nas produções culturais de seus habitantes, ou seja, como dito anteriormente, as linguagens ásperas do movimento *hip hop*, que expressam as angústias de uma localidade negligenciada pela conduta social cotidiana.

Por fim, Haesbaert e Limonad (2007) dizem que a territorialidade constrói os homens na mesma medida em que é construída por eles territorialidade, esta que seria sinônimo das estruturas de poder presentes em um espaço socialmente partilhado, uma dimensão subjetiva que configura identidades culturais e redes de relação relativamente hierárquicas.

Metodologia

Para que pudéssemos entender como se dá a relação comunicacional entre jovens, a partir das produções culturais dos jovens que constroem o movimento *hip-hop* e da absorção relativamente parcial daqueles jovens não habituados com tal contexto cultural, lançamos mão de alguns recursos metodológicos partindo de uma perspectiva descritivo-analítica que, segundo Gil (2002, p. 1), consiste na descrição das características de contextos específicos para que, posteriormente a isso, seja possível uma análise mais profunda do objeto de estudo.

Com fim de reunir informações mais palpáveis acerca da relação periferia-centro entre jovens de Passo Fundo a partir do *hip-hop*, estabeleceu-se como técnica de pesquisa, a entrevista semiestruturada com 10 produtores culturais que constroem o movimento *hip-hop*, além de um grupo focal com seis jovens de classe média alta, graduandos no ensino-superior e residentes na cidade.

Delimitaram-se enquanto questões pertinentes ao tema da pesquisa, para a entrevista semiestruturada, o reconhecimento dos sujeitos que constroem o movimento *hip hop* em Passo Fundo, a visão destes sujeitos acerca do cenário hegemônico e suas estratégias comunicacionais dentro do *hip-hop*. Já por parte do grupo focal, o cerne foi a recepção das comunicações do movimento *hip-hop* entre os jovens que convivem em uma socioespacialidade economicamente favorecida e não integrantes do movimento.

Análise e Conclusão dos Dados Encontrados na Pesquisa

Os grupos pesquisados reconhecem um ao outro. Sua distinção se dá socioespacialmente, como Santos (1999) ressalta, é importante lembrar que o território não é simplesmente uma demarcação de espaço, mas sim uma soma de chão e identidade cultural, os sujeitos que vivenciam a periferia e estão inseridos no *ethos* cultural do *hip-hop* têm maneiras diferentes de entender as trocas materiais e espirituais e, conseqüentemente, o exercício da vida.

A totalidade simbólica da periferia e do centro começa em estruturas específicas, como a organização das relações, a moral vigente, a estrutura de consumo e sublima-se na demarcação territorial. Atenta-se para as informações descritas no capítulo anterior, onde quase todos os pesquisados enunciaram perceber que na periferia a comunidade é mais unida do que no centro da cidade.

A ausência do estado no espaço periférico e os comportamentos distintos da área central não são mera coincidência, a lógica humana e o coleguismo das pessoas que convivem nesses espaços sobrepõe algumas amarras do sistema, tudo a fim de buscar alternativas para a própria sobrevivência, entretanto, em uma realidade precarizada não basta apenas a união, recursos materiais também são necessários. Além disso, o *hip hop* reforça a cultura popular e a identidade cultural das pessoas que o constroem, propondo, segundo Moassab (2008), uma alternativa ao cenário cultural hegemônico, a linguagem ácida característica do movimento é um belo exemplo disto.

Nota-se, por exemplo, que a visão dos jovens residentes no centro tem sobre a periferia e suas produções está diretamente associada à estereótipos negativos, visão esta que está muitas vezes aliada à uma condição de classe. Entretanto, os produtores do *hip-hop* (ou pelo menos a maioria deles), apesar de estarem cientes da condição de vulnerabilidade social de suas comunidades, dizem que preferem viver ali devido ao *ethos* vigente. É importante relatar que a maioria dos jovens de centro demonstrou empatia para com o *hip-hop* e mostraram-se cientes de alguns paradoxos existentes na relação periferia-centro. Todavia praticamente todos eles relataram que grande parte das pessoas de seu convívio não estaria sequer disposta a receber as mensagens transmitidas por sujeitos marginalizados.

Esta rejeição da periferia por parte do centro parte da identidade cultural dos sujeitos que vivem em espaços socioespacialmente favorecidos. Um dos jovens produtores entrevistados relatou “[...] o *playboy* nunca vai entrar numa periferia, porque ele é ensinado que se ele entrar ali vão matar ele ou algo do tipo, mas a favela não se importa de estar no lugar onde o *playboy* está, porque a favela lutou pra estar ali...”.

O relato do primeiro contato com o *hip-hop* difere bastante entre os dois grupos. Ao passo que os produtores culturais periféricos foram influenciados pela identificação com produções nacionais e familiares, os jovens residentes no centro da cidade tiveram seu primeiro contato com o Hip-Hop através de artistas internacionais do movimento, inseridos no cenário cultural hegemônico.

Num primeiro momento, estes dados podem dar a impressão do movimento estar sendo engolido pela lógica mercantil do sistema, mas se analisada com cautela, a coleta revela que boa parte dos produtores e estudantes entrevistados entende o *Hip-Hop* comercial como uma estratégia de subsistência financeira do próprio movimento.

O *hip-hop* essencialmente não faz parte do cenário cultural hegemônico, todavia o objetivo e a necessidade de “roubar a cena” e se autoafirmar o leva a este destino por caminhos alternativos. Se inserir em espaços tradicionalmente pertencentes à hegemonia não significa necessariamente rendição, mas sim uma alternativa estratégica.

A interação e o consumo multimodal entre grupos sociais distintos é potencializada na internet, especialmente nas redes sociais. Para Canclini (2008) as ferramentas virtuais possibilitaram a ampliação de conhecimentos disponíveis para o telespectador e ainda podem desencadear um processo de desterritorialização do mesmo, possibilitando assim certa conexão para com alguns elementos do *hip-hop*. Todavia é bom lembrar que conectividade e interatividade não são sinônimos.

Durante a entrevista semiestruturada, quando perguntados a respeito da relação de Passo Fundo com o *Hip-Hop*, alguns dos produtores mais antigos da cidade relataram: “É bacana cara, tá rolando, claro tem que levar em conta que Passo Fundo é uma cidade nenê no interior do RS, que foi o último estado a liberar os escravos e até hoje existe uma parada que não sei se é reflexo da colonização italiana-alemã, um preconceito complexo...”. “[...] a gente influenciou aqui, Erechim, Carazinho, outras cidades aí ao redor, Marau... As pessoas passaram a vir pra cá pra prestigiar eventos, acho que o hip hop é muito presente na cidade, mas não é muito aceito às vezes...”.

Analisando cautelosamente essas falas, é possível constatar dois índices relacionais importantes: o primeiro é que a recepção do *hip-hop* se dá de maneira parcial, isto é, nem todas as mensagens são compreendidas de imediato, tampouco conquistam facilmente o público; o segundo é a forte presença do movimento *hip-hop* em Passo Fundo.

Em relação à recepção do *hip-hop*, é preciso entender os meios de comunicação a partir das mediações. Recebemos a todo momento uma série de discursos sociais e é a partir da mescla destes discursos que formamos nosso ponto de vista, mais ou menos crítico, dependendo do grupo social em que se está inserido. A realidade transcrita nas produções culturais periféricas possui um determinado discurso, que alguém distante dessa realidade, dificilmente será capaz de uma leitura sintonizada com os sujeitos autores.

Passo Fundo conta aproximadamente, com 30 grupos de *hip-hop*, um número acentuadamente acima da média para uma cidade interiorana, fato que indica a penetração do movimento na sociedade a longo prazo, através de uma construção coletiva que não se dá de imediato, mas sim mediada pelas lideranças comunitárias emergentes da cultura *hip-hop*. Este é um importante processo de transformação social protagonizado por agentes da própria comunidade.

Outro olhar acerca da recepção do movimento *hip-hop* que pode ser explorado é a noção de frentes culturais, elaborada por González e retratada por Jacks (1996). As frentes culturais caracterizam-se como um modelo de análise da cultura que traz, por premissa básica, uma adaptação do conceito de hegemonia para explicar como as coalizões de poder podem ganhar a adesão de outros grupos incorporando-se na esfera pública de símbolos culturais e possibilitando sua identificação. É como Cuche (2002) relata, a cultura é um campo de tensionamentos entre diferentes grupos sociais.

O movimento *hip-hop* insere-se nestes tensionamentos reivindicando espaço, direitos civis e igualdade, dado que a realidade externada nas produções de *hip-hop* é muitas vezes a realidade vivida e/ou assistida por estes sujeitos.

Esta verossimilhança entre o que se absorve internamente e o que se percebe externamente talvez seja o fator determinante na eficácia da comunicação proveniente do *hip-hop*, por mais áspera que seja a linguagem, por mais únicas que sejam suas características identitárias. O movimento ainda é uma forma humana de expressão, reivindicação de espaço e construção do coletivo/comunitário.

A compreensão dos ruídos gerados pela comunicação áspera do movimento *hip hop* enquanto iniciativa comunitária explicita o caráter incisivo do movimento que, por conviver em um contexto de vulnerabilidade social, precisa se impor através de formas populares de cultura que nem sempre serão compreendidas pela hegemonia, mas que ao longo do tempo conquistam seu espaço, ou nas palavras dos líderes do movimento, “roubam a cena”.

Finalmente, é importante ressaltar que pesquisas como esta valorizam os saberes populares tradicionalmente escanteados pelo universo acadêmico que, assim como os meios de comunicação, acaba reproduzindo práticas hegemônicas através de conteúdos pré-estabelecidos e protocolos que pouco dialogam com a realidade brasileira.

Referências

- BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: SCHWARCZ, 1996.
- BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e Cultura**. Comunicação e Educação, São Paulo, n.5, p. 7-12, jan./abr. 1996.
- CANCLINI, Nestor. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- COSTA, Benhur. **Por uma geografia do cotidiano: território, cultura e homoerotismo na cidade**. 2007. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.
- CUCHE, Denys. **A noção de cultura de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 2002.
- DAYRELL, Juarez. **O rap e o funk na socialização da juventude**. Revista Educação e Pesquisa, São Paulo, v.28, n.1, p. 117-136, jan. / jun. 2002.
- FARIA, Hamilton; GARCIA, Pedro. **Arte e identidade cultural na construção de um mundo solidário**. São Paulo: Instituto Pólis, 2003.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 1987.
- GIL, Antônio Carlos. **Como classificar as pesquisas?**. 2002. Disponível em: <http://www.madani.adv.br/aula/Frederico/GIL.pdf> - Acesso em abril de 2018.
- HAESBAERT, Rogério; LIMONAD, Ester. **O território em tempos de globalização**. etc, espaço, tempo e crítica: Revista Eletrônica de Ciências Sociais Aplicadas e outras coisas. Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, ago. 2007.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. São Paulo: DP&A, 2010.
- IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010. **Resultado dos Dados Preliminares do Censo – 2010**.
- KAPLÚN, Mário. **El comunicador popular**. Quito: CIESPAL, 1985.

KLEIN, Otavio José. **O processo acadêmico no surgimento de uma pesquisa em comunicação comunitária.** INTERCOM – Revista do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, v. 1 n. 34, p. 4, set. 2011.

MAGRO, Viviane. **Adolescentes como autores de si próprios:** cotidiano, educação e o HIP HOP. Cad. Cedes, Campinas, v.22, n. 57, p. 63-75, ago. 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Desafios culturais da comunicação à educação.** Revista Comunicação & Educação, São Paulo, v.18 n. 1, p. 51-61, maio/ago. 2000.

MENDONÇA, Maria Luisa. **Comunicação e cultura:** um novo olhar. Revista Novos Olhares, São Paulo, v. 1, n. 1, fev./jun. 1998.

MIANI, Rozinaldo. **Comunicação comunitária:** uma alternativa política ao monopólio midiático. Revista do 1º Encontro da Ulepicc-Brasil: Economia Política da Comunicação: Interfaces Sociais e Acadêmicas do Brasil, Niterói, v. 1, n. 1, p. 4, out. 2006.

MOASSAB, Andreia. **A comunicação insurgente do hip hop.** 2008. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

PERUZZO, Cicilia. **Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária.** Revista do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília, v. 29, n. 1, p. 15, set. 2006.

PERUZZO, Cicilia. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania.** Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação, Juiz de Fora, v. 1, n. 1, p. 1-29, jun. 2007.

SANTOS, Milton. **Da totalidade ao lugar.** São Paulo: EDUSP, 2014.

SANTOS, Milton. **O dinheiro e o território.** GEOgraphia, São Paulo, v. 1, n.1, 1999.

SPINELLI, Luciano. **Pichação e comunicação:** um código sem regra. LOGOS 26: comunicação e conflitos urbanos, Rio de Janeiro, n. 14, 1º semestre 2007.

VIANA, Nildo. **Juventude e identidade.** FRAGMENTOS DE CULTURA, Goiânia, v. 20, n. 11/12, p. 721-729, nov./dez. 2010.

WEISSHEIMER, Marco. **Com mais de 50 ocupações, Passo Fundo vive um dos maiores conflitos fundiários urbanos do RS.** Disponível em: Acesso em Abril de 2019.

WELLER, Wivian. **O hip hop como possibilidade de enfrentamento da discriminação e da segregação na periferia de São Paulo.** Caderno CRH, Salvador, v. 17, n. 40, p. 103-116, Jan./Abr. 2004.

WILLIAMS, Raymond. **A imprensa e a cultura popular:** uma perspectiva histórica. Revista Projeto História, São Paulo, n. 35, p. 15-26, dez. 2007.